

عصر
فضای
مجازی

عصر
فضای
مجازی

گزارش شماره ۵۰
بهمن ۱۳۹۹



مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

مراومه های اخلاقی برای فضای مجازی

محتوای انتشار یافته در این اثر
الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نیست

تهیه شده در پژوهشگاه فضای مجازی
(گروه مطالعات اخلاقی)

تهیه کننده: حمیدرضا آیت اللهی
ناظر علمی: محمدمهدی نصر هرنندی

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای
مجازی است و استفاده از آن با ذکر منبع مجاز می باشد.

نشانی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نبش
خیابان ۱۶ غربی، پلاک ۲۰
تلفن: ۰۲۱-۸۶۱۵۱۰۶۱
کد پستی: ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱

فهرست

۵ سخن نخست

۹ مقدمه

مرامنامه‌های اخلاقه برای فضای مجازی

۱. مرامنامه اخلاقی چیست؟ ۱۸
۲. گامهای اجرایی برای تدوین مرامنامه اخلاقی در فضای مجازی ۲۰
۳. رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی؛ تمایزها و روش‌ها ۲۳
- مولفه‌هایی برای رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی ۲۵
- مولفه‌های معنوی ۳۲
- مولفه‌های حقوقی ۳۷
- مولفه‌های جزایی ۴۱
- جمع بندی ۴۵
۴. ویژگی‌ها و ملاحظات اخلاقی فضای مجازی ۴۷
۵. ذینفعان ۴۹
۶. اصول اساسی اخلاقی برای فضای مجازی ۵۲
۷. مرامنامه اخلاقی دست اندرکاران فضای مجازی ۵۴
(برای فعالیتهای یک جانبه در فضای مجازی)
- الف- سیاست‌گذاران ۵۴
- ب- طراحان فضای مجازی ۵۶
- ج- مالکان فضای مجازی ۵۸
- د- کاربران ۶۰
- ه- دولت‌ها ۶۳

۸. مرامنامه اخلاقی خاص برای تعامل های دو جانبه در فضای مجازی ۶۵
(همچون ایمیل یا پست الکترونیکی)
- ۶۵ صاحبان سرورهای اصلی ایمیل
- ۶۷ کاربران ایمیل ها
- ۶۸ دولتها
۹. مرامنامه اخلاقی خاص برای تعامل های چند گانه در فضای مجازی ۷۰
(همانند شبکه های اجتماعی)
- ۷۰ دستورالعمل های اخلاقی صاحبان و تولیدکنندگان شبکه های اجتماعی
- ۷۲ کاربران
- ۷۵ دولتها
۱۰. حقوق و وظایف دست اندرکاران فضای مجازی ۷۵
- الف- سیاست گذاران ۷۵
- ب- طراحان فضای مجازی ۷۷
- ج- مالکان فضای مجازی ۷۹
- د- کاربران ۸۱
- ه- دولتها ۸۴
- منابع ۸۷

سخن نخست





فضای مجازی با شتاب شگرف و رو به تزایدی که در حال بسط و گسترش است تمام ساحات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی زندگی بشر را درنوردیده و هر روز بخش بزرگی از زندگی واقعی را در خود فرو برده و حیات متفاوت و جدیدی به آن می‌دهد. لذا به نظر می‌رسد دو نگاه کلان به فضای مجازی وجود دارد: نگاه اول که بالاخص در ابتدای رشد و تکوین فضای مجازی مسلط شده بود، آن را همچون ابزاری کنار سایر ابزارهای بشری تصویر می‌کرد که تنها طریقت داشت. اما نگاه دوم، در نتیجه رشد تحولات خیره‌کننده فضای مجازی و سایه گسترگی آن در حوزه‌ها و شئون بشر در یک دهه اخیر آن را چون سکویی می‌داند که بسیار فراتر از شأن ابزاری حیات انسان‌ها را سامان جدیدی داده و ادعای تمدن نوینی را دارد. رویکردی که از فضا از چشمان بصیر رهبر انقلاب نیز دور نمانده و انتظاری تمدنی از فضای مجازی در ایران را مطالبه داشته‌اند. در همین راستا گزارش‌های عصر فضای مجازی تلاش می‌کند تا فهم

سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با حوزه فضای مجازی را ارتقاء
بخشیده و آن‌ها را برای مواجهه فعال و خردمندانه با تحولات این
عرصه مهیا سازد.

سید ابوالحسن فیروزآبادی
دبیر شورای عالی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی

مقدمه





هر عملی که انسان انجام می دهد ضرورتاً مبتنی بر یک نظام ارزشی و اخلاقی است که بر آن اساس تصمیم گیری می کند. گرچه ما اغلب به معیارهای کلی اخلاقی یکسان معتقدیم، ولی تطبیق معیارها با شرایط جزئی در فعالیتهایمان، با مشکلات زیادی مواجه می شود؛ و در نتیجه دست به تصمیم های متفاوتی می زنیم که ناشی از شرایط آن فعالیت است ولی با تجزیه و تحلیل دقیق تصمیم هایمان اغلب با مغایرت آن با معیارهای اخلاقی مواجه می شویم و کاری را که اخلاقی نیست اخلاقی دانسته، و یا کاری که اخلاقی است به وجه اخلاقی آن توجه نمی کنیم. بدین جهت عالمان اخلاق تلاش می کنند با همفکری و تجزیه و تحلیل شرایط خاص یک فعالیت، وظایف اخلاقی ما را تنظیم کرده و متناسب با نقشی که در آن فعالیت داریم دستورالعملهایی اخلاقی تنظیم نمایند تا بر آن اساس سایر افراد بتوانند در یک نظام معیار، زیست اخلاقی داشته باشند. به این دستورالعملها، «مراومه اخلاقی» یا «کدهای

اخلاقی» یا «دستورالعمل‌های اخلاقی» برای آن فعالیت می‌گویند. یکی از مهمترین این فعالیتها، کار در فضای مجازی است که متناسب با شرایط خاص خود، ما را با ملاحظات اخلاقی متفاوت مواجه کرده است؛ در نتیجه نیاز داریم تا معیارهایی برای خوب زیستن در فعالیتهایمان در فضای مجازی داشته باشیم. بدین منظور، در این نوشته در نظر است تا دستورالعمل‌های اخلاقی برای انواع فعالیت در فضای مجازی تنظیم شود و به عنوان معیاری برای تمامی فعالان این عرصه ارائه شود. برای تهیه مرامنامه اخلاقی در فضای مجازی سعی شده است بسیاری از مرامنامه‌هایی که تا کنون در جهان در این زمینه نوشته و منتشر شده است جمع‌آوری و دسته‌بندی گردد. با بررسی این مرامنامه‌ها قالبهای آنها مورد بررسی قرار گرفته است و نهایتاً قالبی خاص متناسب با عرف مرام نامه‌ها طراحی گردیده است تا در این قالب مرامنامه اخلاقی فضای مجازی در کشور اسلامیمان تنظیم و تنسيق یابد. اگر چه بسیاری اصول اخلاقی عام در این مرامنامه‌ها مشترک است و یکسان، اما از آنجا که معیارهای اخلاقی می‌تواند متاثر از فرهنگهای مختلف باهم متفاوت باشند لذا محتوای این مرامنامه‌ها از لحاظ تناسبشان با فرهنگ ایرانی اسلامی مان‌ارزیابی شده‌اند و نکات اصلی که بر اساس فرهنگمان باید مورد توجه قرارگیرد استقصا شده است. مسائل اخلاقی در قالبها و حیطه‌های مختلفی (همچون فلسفه اخلاق، اخلاق هنجاری، اخلاق کاربردی و غیره) مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. بدیهی است که تجزیه و تحلیل اخلاقی

فضای مجازی در مرامنامه های اخلاقی متفاوت با سایر کنکاشهای اخلاقی است، ابتدا سعی شد دقیقا مشخص گردد که منظور ما از مرامنامه اخلاقی چیست و چه تفاوتی با سایر اندیشه ورزی ها در اخلاق دارد تا انتظار از مرامنامه، دقیقا بر آن متمرکز گردد و با توقعاتی که از سایر شاخه های تحقیق در اخلاق وجود دارد اشتباه نگردد. برای تهیه مرامنامه اخلاقی مرحله های متعددی وجود دارد که پس از آن گامهایی که یکی پس از دیگری برای تدوین مرامنامه لازم است ذکر شده است تا خواننده نقشه راهنمای رسیدن به مرامنامه نهایی را بشناسد. همانگونه که ذکر شد، مرامنامه ها، علی رغم برخی اشتراکهایشان، متاثر از فرنگی هستند که در آن ارائه می گردند. بدین منظور ضرورت داشت که در مرامنامه اخلاقی در فضای مجازی که با رویکرد اسلامی ایرانی عرضه می شود مشخص گردد که چگونه رویکرد اسلامی را می تواند داشته باشد. ابتدا سعی شد عناصر مقوم و ممیز اخلاق با رویکرد اسلامی واکاویده شده و چارچوبی برای آن ارائه شود. بدین منظور با تجزیه و تحلیل دیدگاههای متفکران اسلامی درباره نحوه اسلامی بودن اخلاق، مدلی برای تبیین اخلاق با رویکرد اسلامی مستند به دیدگاههای متفکران اسلامی ارائه شود تا بر اساس آن بتوان نشان داد یک اخلاق با رویکرد اسلامی چه تفاوتهایی با اخلاق سکولار که اغلب مرامنامه های موجود بر آن اساس تهیه شده است دارد. علی رغم آنکه

در مجامع علمی اصطلاحی بنام اخلاق اسلامی زیاد بکار می رود ولی متاسفانه تا کنون نظریه ای ارائه نشده است که نشان دهد اسلامیت این اخلاق به چه ویژگی هایی است. در نظریه ای که در این نوشتار ارائه شده است سعی شده است که طرحی جامع و مانع از رویکرد اسلامی به اخلاق ارائه نماید تا بر مبنای آن بتوان اخلاق در فضای مجازی را با رویکرد اسلامی ارائه داد. برای تنظیم قواعد اخلاقی در فضای مجازی باید روشن شود این اخلاق بر اساس چه چالش‌هایی در فضای مجازی تنظیم می شود که متفاوت با فضای فیزیکی است. بدین منظور با بررسی دیدگاه‌های متفکران این حوزه وجه اختلاف فضای مجازی با فضای فیزیکی جمع آوری شد تا بتوان بر اساس آن ملاحظات خاص اخلاقی برای فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد. در قالب‌هایی که برای تدوین مرامنامه های اخلاقی وجود دارد، چند محور اساسی، ساختار آن را تشکیل می دهد. ابتدا انواع عمده فعالیتها دسته بندی می گردد. از آنجا که افراد در هر فعالیت، موقعیتهای مختلف و در نتیجه ملاحظات متفاوت اخلاقی دارند، لذا انواع فعالیتها دسته بندی می گردد تا بتوان دست اندرکاران آن فعالیت را بازشناخت. بر این اساس در این مرامنامه انواع فعالیتها و گونه های مختلف دست اندرکاران در فضای مجازی که بنظر می رسد بهترین تقسیم بندی را برای غرض ما دارد ارائه می گردد. بدیهی است این دسته بندی ها استقرائی است و ضرورت منطقی

ندارند. لذا افراد دیگر می توانند از منظری دیگر دسته بندی دیگری ارائه دهند. در گام بعدی اصول عام اخلاقی که محورهای اصلی مرامنامه را تشکیل می دهند ذکر می گردد. از آنجا که این اصول باید با رویکرد اسلامی تنظیم گردد لذا اصول آن بیش از اصول دیگر مرامنامه های اخلاقی است. بر این اساس سه نوع فعالیت و ۵ نوع ذینفع برای فضای مجازی تشخیص داده شد که برای هریک باید ها و نباید های اخلاقی باید تنظیم گردد. برای تدوین و تنظیم کدهای اخلاقی برای هر دست اندرکار در یک فعالیت، از چهار منبع بهره برده شده است: اول، از جمع آوری و تنقیح محورهای مختلف مرامنامه های اخلاقی در جامعه جهانی، چه درباره فضای مجازی و چه غیر آن، استفاده شده است که آدرس اینترنتی آنها در انتها آورده شده است. دوم، از کتابها و مقالاتی که در این خصوص درباره تجزیه و تحلیل اخلاقی فضای مجازی در دنیا وجود دارد بهره برده شده است، سوم، برخی اندیشمندان جامعه ما در خصوص مباحث نظری اخلاق در فضای مجازی از دیدگاه اسلامی آثاری منتشر کرده اند. سعی شد با واکاوی دیدگاههای آنها در رسیدن به یک مرامنامه اخلاقی اسلامی یاری گرفته شود. چهارم، کتابها و مقالات بسیاری در خصوص چالشهای اخلاقی فضای مجازی و آسیب شناسی آن منشر شده است که در استقصای دستورالعملهای مورد نیاز برای تدوین مرامنامه از مجموعه ملاحظات آن نوشتارها استفاده شده است.

اگر چه از این منابع بهره برده شده است اما از آنجا که برای اولین بار این گونه مرامنامه ای تنظیم می گردد لذا تمامی دستورالعملها بر اساس استنباط و اجتهاد نگارنده تدوین و تنظیم شده است. مرامنامه های اخلاقی اغلب وظیفه محورند و باید و نبایدهای تحکمی ارائه می کنند، و به حقوقی که بر اساس آن وظایف، برای هریک از دست اندرکاران ایجاد می شود توجه نکرده اند و آنها را متذکر نشده اند. در نهایت بر اساس وظایف اخلاقی نظام حقوقی ناشی از آن تنظیم و ارائه شده است. اما برای روایی دستورالعملهای اخلاقی سعی شده است متن اولیه مرامنامه برای بسیاری از نخبگان کشور ارسال شود و ملاحظات آنها و نقدهای آنها یک به یک در مرامنامه نهایی بررسی و در صورت لزوم اعمال گردد. از تدقیقهای تمامی این عزیزان برای بارور نمودن مرامنامه و همچنین صحه گذاشتن بر آن و تایید مفاد آن سپاسگزاری می گردد. امید است با این گونه مرامنامه ها، بتوان استفاده بهینه اخلاقی از فضای مجازی را در کشورمان بسط داد.

مراستماه های اخلاقه
برای فضای مجازی



۱. مرامنامه اخلاقی چیست؟

مباحث اخلاقی در حیطه های گوناگونی مورد بررسی قرار می گیرند: مباحث تحلیلی در اخلاق که فلسفه اخلاق نامیده می شود شامل: اخلاق تحلیلی یا فرااخلاق و اخلاق هنجاری است. اخلاق تحلیلی (فرااخلاق)؛ اخلاق تحلیلی، کوششی عقلانی است برای پاسخ به پرسشهایی از این قبیل: چگونه می توان احکام اخلاقی را توجیه کرد؟ معنی آزاد یا مسئول بودن چیست؟ معنای «خوب» در جملاتی همچون «عدالت خوب است» دقیقا چیست؟ آیا «خوب» مانند بسیاری از اشیاء این عالم همچون «درخت»، «میز» و «خورشید» وجود خارجی دارد یا آنکه ذهن ما آدمیان آنها را می سازد؟ آیا منطقی می توان از واقعیات عالم، احکام اخلاقی استخراج کرد؟ (فرانکنا، ۱۳۸۵، ص ۲۰) اخلاق هنجاری؛ این بخش از اخلاق به شیوه ای کلی نحوه تعیین افعال خوب و بد را بیان می کند. بنابراین به مسائل جزئی همچون جواز «مرگ از روی ترحم» یا جواز «سقط جنین» و یا عدم جواز آنها نمی پردازد. (پالمر، ۱۳۸۵، ص ۲۰ و فرانکنا، ۱۳۸۵، ص ۲۷) نظریه های گوناگون اخلاقی همچون: خودگروی اخلاقی، فایده گروی اخلاقی، وظیفه گروی اخلاقی، نظریه قرارداد اجتماعی، اخلاق فضیلت از مباحث اخلاق هنجاری است. تفاوت فرا اخلاق و اخلاق هنجاری آن است که فرا اخلاق به مباحثی می پردازد که «درباره اخلاق» است، اما اخلاق هنجاری به مباحثی «در اخلاق» می پردازد. (فرامرز قراملکی، ۱۳۹۰، ص ۵۲)

اخلاق کاربردی؛ بررسی نحوه بکار بردن مباحث اخلاقی در یک زمینه عملی و کاری است که با تجزیه و تحلیل آن عمل و کار و هنجارهای اخلاقی، وظیفه اخلاقی دست اندرکاران آن کار را تعیین نماییم. بدیهی است که در این شاخه از اخلاق شرایط خاصی برای هرگونه فعل کاربردی است که آن را متمایز از دیگر کاربردها می کند؛ و به همین جهت، چون در هر کاربرد، با مسائل خاص همان کاربرد مواجه هستیم، لذا نیاز داریم متناسب با شرایط ویژه آن کاربرد و مسائلی که افراد در آن کاربرد دست به گریبان می شوند نحوه عمل اخلاقی بررسی شده و معین گردد. مرامنامه اخلاقی؛ بدیهی است که مسائل مطرح شده در فلسفه اخلاق، اخلاق هنجاری و فرا اخلاق مباحث نظری زیر بنایی هستند که می توانند ما را در تعیین اعمال اخلاقی و معیار آن کمک کنند. اما اینگونه تحلیلها نمی تواند مستقیماً ارائه کنند. بدین جهت کلیه دست اندرکاران یک حرفه یا فعالیت کاربردی علاقمند هستند که پس از تمامی بررسیهای نظری در حیطه های گوناگون نتایج مشخص و تنظیم شده ای را داشته باشند که صرفاً دستور العمل اخلاقی را در شرایط گوناگون کار و برای هر دسته افراد درگیر در کار ارائه نماید. به مجموعه این دستورالعملهای اخلاقی، کدهای اخلاقی یا مرامنامه اخلاقی گفته می شود، که کمک می کند تا دست اندرکاران به وضوح وظایف اخلاقی خود را بدانند. در نتیجه در تنظیم مرامنامه های اخلاقی به علت اخلاقی بودن هر دستورالعملی پرداخته

نمی شود و فقط به روشنی وظایف اخلاقی مشخص می گردد. در این پژوهش، در نظر است که صرفاً دستورالعملهای اخلاقی در شرایط گوناگون فضای مجازی برای دست اندرکاران مختلف فضای مجازی ارائه شود. با اینکه این کدهای اخلاقی مبتنی بر مبانی نظری و بررسی ویژگیهای فضای مجازی و دستورهای کلی اخلاقی تنظیم و ارائه می شود، اما این مطالب اصلاً در مرانامه ها ذکر نمی گردد، بلکه به برخی از آنها یا در پیوست ها و یا مقدمات بحث اشاره می گردد.

۲. گامهای اجرایی برای تدوین مرانامه اخلاقی در فضای مجازی

روش مورد استفاده در این تحقیق برای تدوین مرانامه اخلاقی در فضای مجازی از گامهای اجرایی ذیل تشکیل شده است. برای تنظیم این گامها ابتدا کلیه مرانامه های اخلاقی که در حیطه های مختلف فعالیت بشری در دنیا تنظیم شده است بررسی شده است و انواع راهکارهایی که این مرانامه ها (که به اصطلاح کد های اخلاقی Ethical Codes گفته می شود) بکار برده اند واکاوی شده است سپس با توجه به نگرش های فوق در خصوص رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی روش ذیل در نظر گرفته شده است که در این تحقیق بر آن اساس این مرانامه ها تنظیم می گردد:

- ۱- مبانی نظری نگرش اخلاقی در اندیشه اسلامی تدوین می گردد.

۲- در هر فعالیت بخصوص در فضای مجازی مساله های

- مختلفی که آن فعالیت با آنها درگیر است معلوم می شود.
- ۳- در هر محور، رفتارهایی که نیاز به انتخاب عمل مبتنی بر اختیار است معلوم می گردد. (ملاحظات هنجاری در هر مساله)
 - ۴- اصول عام اخلاقی متناسب با آن فعالیت مشخص و تبیین می گردد. (مثل اصول حریم خصوصی، رضایت آگاهانه، عدم اضرار و رعایت حقوق معنوی...)
 - ۵- دست اندرکاران و ذینفعان مختلف هر فعالیت دسته بندی می شود.
 - ۶- بر محور رابطه اجرایی و هنجاری هریک از دست اندرکاران با سایرین، رفتارها دسته بندی می شود.
 - ۷- کلیه موارد عمده نیاز به تصمیم گیری اخلاقی در روابط دست اندرکاران در چند محور اصلی و در قالب اصول اولیه ذکر شده و مبانی نظری دسته بندی می شود.
 - ۸- با توجه به تجربیات گذشته دست اندرکاران، موارد اخلاقی متناسب با آن فعالیت استخراج می گردد.
 - ۹- تکالیف اخلاقی هریک از دست اندرکاران با توجه به نگرش اسلامی فوق الذکر به دقت معین می گردد.
 - ۱۰- تکالیف در چهار محور «باید» و «نباید» و «بهبتر است که» و «زیننده نیست که» دسته بندی می شود.
 - ۱۱- با توجه به مرامنامه اخلاقی و دستورات اخلاقی، منشور حقوق و وظایف هر فرد مختار درگیر، در قبال دیگران تنظیم می گردد.
 - ۱۲- بر اساس حقوق و وظایف، دستورالعملهای جزایی برای تخطی

کنندگان از وظایف تنظیم گردد تا بر اساس آن پاداش‌ها و تنبیه‌های لازم برای حاکمیت یافتن دستورهای اخلاقی تدوین گردد.

۱۳- روش‌های تربیتی برای حاکمیت دادن اخلاق در هر دستور اخلاقی و یا در چند دستور جداگانه ارائه و ارزیابی می‌گردد.

۱۴- مشاوره‌های اخلاقی نیز باید در روش‌های جداگانه‌ای دارای روش‌هایی برای خود باشد.

برای تدوین کدهای اخلاقی ملاحظات ذیل نیز مورد توجه قرار می‌گیرد:

۱. در مرامنامه‌های اخلاقی از کلی‌گویی احتراز می‌گردد، بلکه بیشتر، به مواردی که به علت ابهام، باعث دودلی می‌گردد پرداخته می‌شود.
۲. قالب اصلی منشور اخلاقی مشخص‌کننده باید‌ها و نباید‌ها و غیره است و نمی‌توان آن را به صورت توصیه‌ای و یا تبلیغی ارائه نمود.
۳. استفاده از دست‌اندرکاران و همفکری با آنها در فرایند تدوین مرامنامه‌های اخلاقی، موضوعات اخلاقی را از حالت ناخودآگاه آن افراد به خودآگاه تبدیل خواهد کرد و خود دست‌اندرکاران سعی خواهند کرد تا حدود و ثغور دستورات اخلاقی را استنباط کنند.

این روش نه تنها به تدوین مرامنامه کمک خواهد کرد بلکه به تنظیم روابط انسانی و تخلق به دستورات اخلاقی خواهد انجامید.

۴. تعهدنامه‌های اخلاقی و فرمانهای اداری اخلاقی در قالبی متفاوت از منشور ارائه خواهد شد؛ و نباید هریک بجای دیگری تنظیم گردد (مثلاً در منشور نمی‌توان از واژه‌هایی همچون «ماقول می‌دهیم که» و «ما خود را موظف می‌دانیم که» که یک تعهد شخصی است استفاده کرد)

۳. رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی؛ تمایزها و روش‌ها

مقدمه:

امکان و معنای رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی: برای کسانی که مبنای اخلاقشان «امر الهی» است، سخن گفتن از اخلاق دینی امری ساده است؛ چرا که تمامی ملاکهای اخلاقی به فرمان الهی باز می‌گردد. (ریچلر، ۱۳۸۷، ص ۵-۷۴) اما مشکلاتی که این افراد پیش رو دارند مثل استناد صفات حسنه به باریتعالی، آنها را دچار مشکل می‌کند؛ چراکه ملاکی بیرون از امر الهی نیست تا خداوند به آن صفات متصف گردد و از سایر صفات بری دانسته شود. این مشکل همان است که دیدگاه اشعری در عالم اسلام با آن مواجه بود. در مقابل اگر ملاک دستورات اخلاقی را مستقل از خداوند بدانیم با محدودیت قدرت الهی و حاکمیت او مواجه می‌شویم. برخی از معتزله براین باور هستند. در منازعه بین این دو گروه، گروه اول متهم می‌شدند که «توحید صفاتی» آنها دارای خدشه است و گروه دوم نیز بر ناتوانی شان در تبیین «توحید افعالی» تاکید می‌گردید. (مطهری، ۱۳۸۲، ص ۸-۲۴) در این میان شیعه بر اساس تعالیم امامان خویش از دو وجه افراط و تفریط دوری گزیده و راه میانه‌ای را برگزید که در تبیین «حسن و قبح ذاتی» و «حسن و قبح عقلی» از آسیب فکری به توحید صفاتی و توحید افعالی مبرا گردد. در تفکر شیعی حسن و قبح ذاتی دارای وجودی منحاز همچون مثل افلاطونی نیست بلکه علی

رغم قطعیتشان همچون اصل عدم تناقض، اعتباری هستند در نتیجه با جعل جاعلی بوجود نمی آیند که خالقی داشته باشند. راز اشتغال عدل در اصول مذهب شیعه نیز از این حقیقت برمی خیزد. (ص ۲۹) در صورتی که برای اخلاق، حسن و قبح عقلی قائل باشیم دیگر با عقل است که باید به سراغ شناخت خوب و بد در اندیشه بشری رفت. در نتیجه، دیدگاه امر الهی دیگر ساری نخواهد بود. از طرف دیگر کسانی که اخلاق را سکولار بررسی می کنند نیز اندیشه بشری را کافی و وافی برای حصول دستورات اخلاقی می دانند. حال این سوال قابل طرح است که با این ملاحظات آیا می توان از اخلاق دینی به نحو عام و اخلاق اسلامی به خصوص صحبت کرد؟ در آن صورت اسلامیت اخلاق به چه امری خواهد بود؟ در این صورت اخلاق اسلامی با نگرش شیعی چه تفاوتی را با اخلاق سکولار خواهد داشت؟ اخلاق کاربردی در غرب، بر مبنای ای استوار است که با نگرش سکولاریستی مورد ارزیابی و قبول قرار گرفته است. آنچه مسلم است این است که رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی وجه اشتراک های بسیاری با اخلاق فضای مجازی معمول سکولار خواهد داشت؛ اما این دو اخلاق در چه اموری باهم تفاوت دارند که -با ملاحظات پیش گفته- ویژگی خاص رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی خواهد شد. در بسیاری تحقیقات فلسفی اخلاق، بررسی هایی در باره ارتباط دین و اخلاق شده است ولی رویکرد جامعی که ناظر به همه ابعاد آن باشد ارائه نشده است. در این مقاله

عناصر اصلی وجه تمایز اخلاق اسلامی و سکولار ارائه می‌گردد که براساس باورهایی که در خصوص رابطه دین و اخلاق وجود دارد، ویژگی‌های خاص رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی (با نگرش شیعی) خواهد بود. قابل ذکر است که برخی از این مولفه‌ها ممیز رویکرد اسلامی است و برخی از این مولفه‌ها مقوم آن است. در نتیجه برای ارائه مرامنامه‌های اخلاقی در فضای مجازی در جامعه‌مان باید این مولفه‌ها اعمال گردد تا بتوان از رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی سخن گفت. در این نوشتار در نظر است عناصر اصلی رویکرد اسلامی که در تهیه مرامنامه‌های اخلاقی باید مورد توجه قرارگیرد نشان داده شود، و ملاحظاتی که در تدوین مرامنامه‌های فوق اهمیت دارد بازنموده شود. امید است به این طریق بتوان کدهایی اخلاقی بر اساس رویکرد اسلامی در فضای مجازی تهیه گردد که هم عناصر مشترک کدهای اخلاقی را داشته باشد و هم عناصر ارزشی بینش اسلامی را نشان دهد.

مولفه‌هایی برای رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی

مولفه‌های بنیادی و محتوایی

۱- اهمیت حسن فاعلی و حسن فعلی‌هردو- در اعمال اخلاقی و تقدم ارزشی به حسن فاعلی:

در اخلاق کاربردی سکولار آنچه اهمیت دارد نتیجه عمل یا ارزیابی

بر اساس نتایج مثبت و یا منفی عمل است. علی-رغم وجود فلسفه های اخلاق وظیفه گرا، نظام حاکم بر اخلاق تکنولوژی (بطور عام و اخلاق فضای مجازی بطور خاص) تحت تاثیر نتایج حاصل از یک رفتار اخلاقی و ارزیابی حسن و قبح یک کار بر اساس ملاکهای عملی و سود و زیان اجتماعی و فردی آن است. معمولا در تدوین مرامنامه های اخلاقی سکولار، اصولی مبنایی (بین ۳ تا ۸ اصل) مبنای تدوین کدهای اخلاقی قرار می گیرد و بر اساس آن بقیه کدهای اخلاقی تنظیم می گردد. در تمامی این اصول اولیه، حسن فاعلی کار که همان نیت و غرض فاعل از انجام کار است مورد توجه قرار نمی گیرد. به عنوان مثال از اینگونه مرامنامه ها، در اخلاق پزشکی سکولار، هیچیک از چهار اصل مبنایی به حسن فاعلی عمل اخلاقی ناظر نیست و گویا تنها نتایج مستحسن یک فعل، مبنای قضاوت در باره اخلاقی بودن یک عمل است. اصل سودمندی کاملا نتیجه گراست و در آن نیت فاعل در نظر گرفته نمی شود. عدم اضرار و عدالت نیز بر اساس واقعیت های عینی شناخته شده از عمل مورد ارزیابی قرار می گیرد. توجه فاعل فعل اخلاقی به اختیار و آزادی دیگران صرفا بنا بر اهمیت عملی آن برای بنیان نهادن باید و نباید های اخلاقی است. در بینش اسلامی، گذشته از اهمیتی که به نتایج حاصل از عمل داده می شود، ارزش عمل به صرف نتایج مثبت آن مورد قضاوت قرار نمی گیرد. «نیت» و قصد باطنی می تواند درجه ارزشی یک فعل را بسیار افزون کرده یا از بین ببرد. (سبحانی، ۱۳۷۹، ص ۴-۱۹۲)

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ إِنَّمَا يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَنِيَّاتِكُمْ
«خداوند به ظاهر فعل شما و جلوه عملی آن نمی‌نگرد
بلکه به دلها و نیت های شما توجه خواهد نمود»^۱

از آنجا که در اخلاق سکولار، به سختی می‌توان راهی برای تشخیص نیت باطنی افراد یافت و صرفاً با شرایط عینی و ظاهری می‌توان انگیزه‌هایی را به فاعل فعل نسبت داد که بسیار با نیت باطنی او فاصله دارد، لذا طرح حسن فاعلی افعال که قابل کمی کردن نیست و به آن نمی‌توان دست یافت از ابتدا کنار گذاشته شده است. چرا که اگر ملاکی قابل تشخیص نباشد طرح آن به عنوان ملاک بیهوده و عبث خواهد بود. از طرف دیگر، حتی اگر بر اساس فلسفه‌های اخلاقی وظیفه‌گرا، قصد از انجام فعل برای انجام وظیفه اهمیت یابد این قصد نیز بر اساس انواع اهداف و جهت‌گیری‌های زندگی متفاوت خواهد بود. اخلاق برای اخلاق صرفاً هدف کوچکی خواهد بود که حسن فاعلی را در محدوده جزئی، ارزشمند می‌سازد. اگر هدف از زندگی، تعالی انسان و قرب به خداوند باشد دیگر نمی‌توان هدفی والاتر برای فعل در نظر گرفت. در نظام اخلاقی اسلامی -با در نظر داشتن حسن فاعلی فعل و با در نظر داشتن والاترین هدف زندگی (قرب به خداوند)- هر چه بیشتر، حُسن فاعلی فعل، در مقابل حُسن فعلی مهم می‌گردد. نکته مهم دیگر آنکه با توجه به آنکه علم باری تعالی و اسباب وقوف او بر نیت‌های انسانی یکی از مهم‌ترین باور در اندیشه اسلامی

۱ - برای آگاهی از روایاتی که در این باب آمده است نگاه: مصباح، ۱۳۸۴، ص ۸۰-۲۷۹

است، و نزد او تمامی زوایای پنهان اندیشه و قصد انسانی قابل ارزیابی دقیق است، لذا ذکر این ملاک نه تنها بیهوده نخواهد بود بلکه می تواند جلوه های متفاوت فعل اخلاقی را نشان دهد. در یک اخلاق فضای مجازی با رویکرد اسلامی نمی توان به صرف نتایج مثبت فعل اکتفا کرد، بلکه برنامه های جدی برای بالابردن فعل اخلاقی از جهت نیت نیز باید مورد توجه قرار گیرد. به عنوان مثال، آموزش های معمول اخلاق در فناوری، صرفاً به نشان دادن هنجارهای اخلاقی و تربیت کاربران یا طراحان تکنولوژی که بر اساس آن هنجارها رفتار کنند منحصر شده است. در حالی که روش های آموزشی و تربیتی مستقل دیگری نیز باید برای رشد حسن فاعلی و بالا بردن درجه آن، در میان تمامی ذینفعان فضای مجازی در نظر گرفته شود، تا این دو در کنار هم به رشد اخلاقی دست اندرکاران فضای مجازی بینجامد. از طرف دیگر باید در بازنویسی دستورالعمل های اخلاقی در کلیه موارد سعی نمود تا در کنار هر دستورالعمل فعل اخلاقی، دستورالعملی نیز برای نحوه دخالت نیت فرد در نظر گرفته شود. اگر صداقت در ارائه اطلاعات و رعایت حریم خصوصی افراد در فضای مجازی فعلی نیکوست که تمامی دست اندرکاران باید به آن پایبند باشند، باید برای نیت افراد در پایبندی به این اصول اخلاقی نیز برنامه ای گذارده شود و این دو (عمل و نیت) در یک مجموعه بهم وابسته، اخلاقی بودن فعل را تضمین نماید.

۲- حُسن افعال اخلاقی ذاتی است ولی به علت محدودیت های عقل بشری، او برای تعیین حدود آن نیازمند به وحی است. در نگرش اسلامی به اخلاق در فضای مجازی باید توجه داشت که دین مبنای خوب بودن یا بد بودن فعلی نیست. نظریهٔ امر الهی نمی تواند ملاک حسن و قبح عمل باشد. اعمال اخلاقی خود ذاتا خوب هستند و چون خوب هستند مورد امر الهی قرار گرفته است. (الطوسی، ۱۳۶۷، ص ۳۲۷) لذا بشر می تواند با عقل خویش و بر اساس فطرت خود به حُسن و قبح اعمال وقوف یابد. ولی همان عقل در موارد بسیاری به ناتوانی خود در تشخیص تفصیلی حُسن و قبح اعمال اقرار می کند. (سبحانی، ۱۳۸۲، ص ۳۲) عقل عملا می یابد که بسیاری عوامل، در خوب دانستن یا بد دانستن عملی، دخالت می کنند که خود دیدگاههای بسیار متفاوتی را برای قضاوت پیش می کشد. از طرف دیگر، انسان نیز بر اساس فطرت خویش نمی تواند به نسبی گرایی چنگ زند، لذا به شدت خود را محتاج عقلی فرانسائی می یابد تا در این موارد که ناگزیر از انجام یکی از شقوق مختلف است او را کمک کند. بسیاری اعمال در شرایطی به نظر برخی اندیشمندان سکولار خوب می آمده است ولی پس از دهها سال یا چند قرن، عواقب نامطلوب آن مشخص شده است (عواقب زیست محیطی تکنولوژی و انسان محوری در استفاده از علم در ابتدای قرن بیستم اصلا مورد توجه انسان نبوده است، در حالی که این امر در اول قرن بیست و یکم ملاک های

حُسن و قُبْح پیشرفت علمی را بکلی دگرگون نمود) و بشر به علت محدودیت آگاهی خود، مخصوصاً از عواقب آینده رفتارهای خویش، محتاج عقلی است که به آینده و نتایج آن در کل جامعه بشری و در یک نظام هماهنگ و منسجم از امور مطلوب و خیر و قیوف داشته باشد. چون اینگونه آگاهی از آینده فقط در حیطة امور الهی است، لذا برای تشخیص مواردِ تفصیلی، نیازمندِ وحی است، و وحی باید ملاکی برای معرفت به تفصیل امور خیر باشد. برنامه ریزی برای تدوین دستورالعمل های اخلاقی در فضای مجازی در اجمالِ خیر و شر کارها به عقل انسانی متکی است و در تفصیل امور باید وحی و دستورالعمل های دینی بر آن تایید زُند. به همین جهت است که رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی در بسیاری موارد که مبتنی بر ملاحظات اولیه عقل است با رویکردِ سکولار تفاوت چندانی نمی کند و می توان در این زمینه از تجربیاتِ تنظیمِ مرامنامه های اخلاقی در فضای مجازی که در جوامع غیر اسلامی وجود دارد بخوبی استفاده کرد، اما باید توجه داشت که این مرامنامه ها مسائل بنیادین دیگری را مغفول دارند که در رویکرد اسلامی به آنها باید توجه شود.

۳- وحی نیز دستورات کلی ارائه می کند و تطبیق دیدگاه الهی با مسائل جزئی توسط عقل انسانی میسر است. فهم وحی نیز تابع قواعدی است که با حجیت عقل میسر است. از آنجا که وحی خود برخی جنبه ها را به عقل

دانشمندان ارجاع داده است در آن موارد باید تابع عقل بود. پس از آن که دستورالعمل‌های اخلاقی با وحی سنجیده شد و خارج از حیطهٔ مجازِ وحی نبود، برای تشخیص موارد جزئی تر، خودِ وحی به عقل انسانی ارجاع داده است. لذا علی‌رغم ضرورتِ تایید وحی، وقوف به امر و حیانی با اجتهاد میسر است. (جوادی آملی، ۱۳۸۴، صص ۳-۱۳۱) در اینگونه موارد نمی‌توان صرفاً با ظاهر وحی به مطابقت با وحی پی برد. بدین جهت امور مختلفی همچون عقل در محدودهٔ وحی و مصلحت‌های بشری که مورد تایید عقل قرار گیرد در اجتهاد برای پی بردن به دستور وحی ضرورت دارد. در نتیجه، حضور متخصصان و دانشمندان و تکنولوژیست‌های مختلف فضای مجازی، نقشی تعیین‌کننده در تشخیص اجتهادی خواهند داشت. این اجتهاد باید حاصل تعامل فکری علمای دینی، دست‌اندرکاران و متخصصان فضای مجازی، حقوقدانان، علمای اخلاق و فیلسوفان باشد. برای تعیین موارد خاص یا مسائل مستحدثه در موارد اخلاقی در فضای مجازی، حضور مجموعه‌ای از متخصصان فوق ضرورت دارد که با محوریت علمای دینی و تعیین مصادیق با محوریت دست‌اندرکاران فضای مجازی باید نسبت به ارزیابی اخلاقی افعال خاص تصمیم‌گیری شود. در اینگونه موارد تشکیل کمیسیون‌های خاص اخلاقی در مجامع علمی و فناوریانه اهمیت دارد.

۴- اگرچه اعتقاد به خداوندِ عالم مطلق و قادر مطلق موجب یافتن علل طبیعی می‌گردد که نظام حکمت الهی را نشان می‌دهد و همچنین موجب توانایی برای تسلط بر طبیعت می‌گردد، ولی این زمینهٔ مساعد، هر نوع علم و یا تکنولوژی را خارج از ربوبیت الهی مجاز نمی‌شمارد. اندیشمندان در بررسی زمینه‌های پیشرفت علمی، بستر ادیان ابراهیمی را بخاطر اعتقاد به خداوندِ عالم مطلق و قادر مطلق و همچنین تشویق و هدایت انبیا به درک رموز عالم بسیار مهم دانسته‌اند. چرا که طبیعت، مقهور علم و قدرت الهی است و پیش‌فرض یافتن نظم عالمانهٔ عالم (که برخاسته از اعتقاد به علم مطلق الهی است) و تسلط قدرتمندان بر آن (که برخاسته از باور به قدرت مطلق الهی است)، زمینه را برای خودباوری بشر ایجاد نمود. اما این بستر نمی‌تواند انسان را برای هرگونه تسلط بر طبیعت یله و رها بگذارد، بلکه در اعمال تسلط او بر طبیعت باید به غیر از آموزه های دینی به دستورالعمل های وحیانی نیز توجه داشته باشد. (آیت اللهی، ۱۳۸۳، ص ۷۱) همین امر مسائل اخلاقی مربوط به محیط زیست را در شاکلهٔ تفکر دینی قرار می‌دهد. آموزه های بنیادین دینی وقتی کارساز خواهند بود که در پیروی فقهی نیز پایبندی ایجاد نماید.

مولفه های معنوی

۱- ارزش اصلی در احکام اخلاقی، قرب به خداوند و رشد معنوی و مادی او در این راه است. همین امر موجب شده است که نظام

اخلاقی سکولار که در آن ملاکِ حسن و قبح اعمال صرف آسایش و رفاه انسانهاست نتواند ملاک ارزیابی جامعی به حساب آید. یکی از مهم ترین چالش های نظام اخلاقی دینی با نظام ارزشی سکولار نحوه نگرش هریک به انسان و نیازهای او و هدف او از زندگی است. همین امر مسائل بسیاری را در نظام اخلاقی دینی کاملاً متفاوت با نظام ارزشی اومانیستی ایجاد کرده است. برای ارزیابی اخلاقی امور مختلف فضای مجازی نمی توان به صرف رفاه، سلامتی جسمی و لذت انسانها توجه داشت، بلکه باید برای مجموعه رشد معنوی و مادی فرد برنامه ریزی صورت گیرد. (مشکینی، ۱۳۸۳، ص ۱۳) از آنجا که در جهان بینی اسلامی مهم ترین هدف انسان در زندگی، قرب الهی است اولاً، باید قصد انجام هر عمل اخلاقی در میان دست اندرکاران فضای مجازی برای رضای خداوند جهت دهی شود؛ (مطهری، ۱۳۶۲، صص ۸۴-۶۹) ثانیاً، خوبی یا بدی کلیتاً فعالیتها در فضای مجازی باید با مجموعه رشد مادی و معنوی او سنجیده شود. مثلاً اگر سخن از حفظ حریم خصوصی افراد در فضای مجازی می شود این حفظ حریم خصوصی نباید آسایش و لذت فرد را فراهم کند ولی به تخریب معنویت فرد منجر گردد. وقتی صحبت از عدم اضرار می شود نه تنها زبان جسمانی که عدم اضرار معنوی هم باید مد نظر باشد. در نتیجه هرگونه فعالیت در فضای مجازی نه می تواند ایجاد مانع برای رشد معنوی کند و نه به فساد دینی فرد بینجامد. به همین جهت است که وقتی از پخش تصاویر

محترک جنسی در فضای مجازی صحبت می‌گردد چون معنویت افراد را تخریب می‌کند دیگر معنای حریم خصوصی برای منتشر کننده آن متفاوت می‌گردد و نمی‌توان این حریم را محترم دانست.

۲- برای تشخیص اخلاقی بودن اعمال خاص در فضای مجازی، باید از نتایج حاصله که هم رفاه و آسایش فرد را در نظر بگیرد و هم رشد معنوی او را مورد توجه قرار دهد ارزیابی داشت. هرگونه تصمیم‌گیری در باره حسن و قبح اعمال جزئی با در نظر گرفتن مصلحت‌هایی که ناشی از نتیجه عمل است منوط به بررسی عقلایی نتایج حاصل برای فرد و جامعه است که این امر در اجتهاد متبلور است. در تشخیص حسن و قبح فعلی عمل (نه فاعلی آن) نمی‌توان به صرف یک دستورالعمل اخلاقی بسنده کرد، بلکه این دستورالعمل باید با کلیه عواقب و نتایج حاصله از آن در جامعه سنجیده شود. لذا باید همواره بررسی‌های تفصیلی از نتایج یک فعل توسط مجموعه‌ای از متخصصان انجام پذیرد تا آثار اجتماعی و فردی یک دستورالعمل به دقت جمع بندی گردد. این ملاحظه بدین معناست که اگرچه نگرش اخلاقی در تفکر اسلامی، صرفاً نتیجه‌گرا نیست، ولی ملاحظات نتیجه‌گرایانه در آن اهمیت دارد؛ و راه وظیفه‌گرایی صرف را نیز دنبال نمی‌کند. نگرش اخلاقی که در سنت اسلامی توصیه گردیده است به رویکرد فضیلت‌گرایانه در اخلاق بیشتر قرابت دارد. چرا که در رویکرد فضیلت‌گرایانه هم به تفاوت‌های فردی توجه می‌شود، و هم به زمینه‌های ا

اجتماعی، فکری، فرهنگی و اقتصادی جامعه دقت می‌گردد، و هم به صرف تعیین وظیفه اکتفا نمی‌گردد، بلکه تعلیم و تربیت برای متخلّق شدن افراد به ارزشهای اخلاقی نیز با جدیت دنبال می‌گردد. مجموعه آموزه های دینی در این زمینه دغدغه اسلام را برای تحقق اخلاق در جامعه نشان می‌دهد. البته این شاخص وجه ممیّز اخلاق دینی و اخلاق سکولار نیست بلکه وجه مقوم اخلاق دینی است.

۳- در نگرش اسلامی به اخلاق در فضای مجازی، دنیا به عنوان مهمترین بستری رشد معنوی انسان نگریده می‌شود و در نتیجه رشد مادی افراد نیز مهم است. برخلاف مسیحیت (مخصوصاً در قرون وسطی) دنیا‌گریزی امر پسندیده‌ای نیست. در نظام اخلاقی اسلام، برآوردن تمامی نیازهای غریزی و فطری انسان بطور متعادل در نظر گرفته شده است.

وَرَهْبَانِيَّةً ابْتَدَعُوهَا مَا كَتَبْنَا

و آن دنیا‌گریزی را که آنها (مسیحیان) بدعت کردند مانوشتم و مقرر نکرده بودیم

هرگونه برنامه ریزی اخلاقی که برخی جنبه های نیاز انسانی را مغفول داشته باشد انسان را از تعادل تمامی قوای انسانی خارج خواهد ساخت. لذا دستورهای اسلامی، راههای طبیعی و آسان برآوردن کلیه نیازهای بشری، چه مادی و چه معنوی، نشان داده شده است.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ

بگو چه کسی زینتهای (دنیایی) را که خداوند برای بندگانش فراهم کرده
است حرام نموده است؟

برآورده شدن نیازهای جسمانی و مادی بشر به عنوان شرط لازم و
مقدمه ضروری رشد معنوی نگریسته می شود و به همین جهت نیز
ارزش خواهد داشت. دنیا مزرعه آخرت دانسته می شود و هر چه
توان جسمانی و مادی انسان بیشتر گردد مسیر رشد او هم می تواند
هموار تر گردد. (مصباح، ۱۳۸۴، صص ۶-۲۷۵) لذا دستورالعمل های
اخلاقی در فضای مجازی که به سرکوب هرگونه غریزه یا امر فطری
یا از بین بردن رشد جسمانی بینجامد نمی تواند امر پسندیده ای باشد
بلکه باید ارضای غریزه و امر فطری در مسیر تعیین شده دینی هدایت
گردد. این شاخص نیز وجه مقوم است نه وجه ممیز اخلاق اسلامی.

۴- در نگرش اسلامی برای متخلق شدن به دستورات اخلاقی
راهکارهای اجرایی و تربیتی اندیشیده شده است که امر
به معروف و نهی از منکر با شرایطش مهمترین آنهاست.
تحقق دستورالعمل های اخلاقی باید از پشتوانه اجرایی لازم برخوردار
باشد. بدین جهت در یک جامعه اسلامی برای تحقق رفتار اخلاقی و
یا برپایی مناسبات اخلاقی بین تمامی آحاد جامعه، تمامی افراد جامعه
مسئولیت دارند تا هرچه بیشتر یک جامعه متخلق به دستور العمل
های اخلاقی و مشتاق و مقید به انجام امور نیک در فضای مجازی و

بری از امور ناپسند را محقق نمایند. در این زمینه دستور اسلامی امر به معروف و نهی از منکر در معنای گسترده آن که در بردارنده تمامی مکانیزم های تحقق معروف و اجتناب از منکر است اهمیت زیادی دارد.

مولفه های حقوقی

۱. از آنجا که انسان در تمامی ابعاد وجودی اش وابسته به خداوند است لذا کلیه حقوقی که واجد است از ناحیه خداوند و در محدوده اذن او دارد. این امر بدین معناست که به هیچ طریقی (چه نظر اکثریت مردم، چه مصلحت جامعه و چه به علت اصل عدالت) نمی توان حقوق خدادادی انسان را از او گرفت، مگر آنکه این اجازه از جانب خداوند به فرد دیگر یا جامعه داده شده باشد. بدین ترتیب انسان در قبال انسانهای دیگر در حقوقش تابع هیچکس دیگری جز خداوند نیست. مبنای مشروعیت بخشیدن به دستورالعمل های اخلاقی در نظام های سکولار بر مبنای اجماع عقلا یا رای اکثریت و غیره است. بدین جهت است که اصول سودمندی یا عدالت نمی توانند مشروعیتی برای محدود ساختن اصل آزادی و اختیار فرد داشته باشند. لذا اقدامات تنبیهی و جزایی نمی توانند مشروعیت داشته باشند. در نظام حقوقی اسلامی مبنای این حقوق مالکیت و ربوبیت الهی است. در حالی که مبنای نگرش اومانیستی در عصر جدید غرب، نه نفی خداوند که نفی ربوبیت او بوده است. از آنجا که مبنای حقوق انسانی خداوند است لذا اختیار و آزادی

انسانی فقط تا آنجا که از جانب او ماذون باشد محدود خواهد بود. (جوادی آملی، ۱۳۸۴، ص ۸۵) این امر به معنی نفی مصلحت جامعه یا رای اکثریت یا مراجع دیگر برای وصول به اصول سودمندی یا عدالت نیست بلکه این گونه ابزار برای کاشفیت ربوبیت الهی می تواند در اجتهاد دینی مورد توجه قرار گیرد. اما مشروعیت آن توسط هیچ مرجعی غیر از خداوند نیست.

۲- به علت حکمتِ لایتناهی خداوند، حقوق وضع شده برای انسان دارای فلسفه‌ای است که به برخی از آنها می توان پی برد. حقوق و تکالیف الهی بر اساس اعتقاد به حکمت و علم لایزال الهی و رحمت بیکران او بر بندگانش، حتما مصلحت یا فلسفه مستحکمی دارد. اما این امر به این معنا نیست که انسان با محدودیت های مکانی- زمانی خود بتواند به تمام این مصالح وقوف یابد بلکه با علم محدود و گسترش یابنده خود می تواند به برخی جنبه های این مصالح پی برد. در مواردی که انسان مصالح و حکمتِ برخی از این حقوق و تکالیف را نمی یابد هیچ دلالتی بر حکیمانه نبودن احکام نیست.

۳- در آموزه های اسلامی، هر انسان کرامت والایی دارد و خداوند به هر انسان با هر ویژگی، ارزشی برابر تمامی انسانهای دیگر داده است. توجه به کرامت انسانی نشان دهنده ارزش ذاتی انسانها و لزوم رعایت عدالت به معنای تساوی حقوق بین آنهاست مگر آن

که شخص بر اساس ویژگی خاص خود در موارد مشابه حقوق بیشتری از جانب خداوند واجد شده باشد و یا به علت برخی رفتارها از برخی حقوق محروم گردد. بدیهی است محرومیت از برخی حقوق، مستلزم محرومیت از سایر حقوق نمی گردد. در کلیه ادیان ابراهیمی آموزه ای وجود دارد که قتل یا احیای هر انسان مساوی قتل یا احیای تمامی انسان‌ها است. با این نگرش بنیادی کرامت انسان‌ها آن چنان است که نمی توان هیچ چیز را معادل آن دانست. (جوادی آملی، ۱۳۸۴، ص ۲۸۹) مبنای تصمیم‌گیری در خصوص اخلاقی بودن رفتارهایی در فضای مجازی با این نگرش به کرامت انسانی (و هر انسان) خواهد بود. بدین جهت هیچیک از دستورالعمل‌های اخلاقی (مثل حفظ حرمت و آبروی افراد) نمی تواند نافی این اصل باشد. اصول بنادین در هرگونه اخلاق در فضای مجازی همانند اختیار، سودمندی، عدم اضرار و عدالت نیز باید در پرتو این اصل معنا پیدا کند. تنها خداوند است که به عنوان مالک و ربّ انسان‌ها می تواند عدول از این حق را مشخص سازد. محدودیت در کرامت انسانی نیز با دستور خداوند میسر است. به همین جهت است که هرگونه محدودیت از حق در یک امر، موجب محرمیت از حقوق دیگر نمی گردد. در این زمینه تمامی انسانها با یکدیگر برابر هستند.

۴- حیوانات و گیاهان هریک حقی متناسب با خود دارند و به جز

خداوند کسی نمی تواند آنها را از حق مخصوص خودشان محروم کند. به همین جهت هرگونه عمل در فضای مجازی که به نحوی تخریب محیط زیست را بدنبال داشته باشد محکوم است. حیوانات و گیاهان نیز متناسب با نوع حیاتشان واجد حقوقی هستند که جز با اجازه خداوند نمی توان در آن تصرف نمود. حتی در مواردی که خود بشر زمینه پیدایش گیاهان و یا جانورانی را فراهم می کند نیز هیچگونه حقی بر حیات آنها ندارد، چرا که انسان در این کار علت اعدادی است و وجود حیات تماما از جانب فیض مستمر الهی حاصل است. ترجیح حیات یک انسان بر حیوان در موارد تعارض آن دو، یا ذبح حیوانات و یا بهره برداری از گیاهان از موارد اذن الهی است که این اجازه طی شرایط خاصی به انسان داده شده است. برخی سرّ ذبح حیوانات را با نام خداوند توجه به این نکته می دانند که انسان بدانند این امر فقط به علت اذن الهی میسر شده است و هیچگونه حق مستقلی برای انسان از این بابت وجود ندارد. آن چه در اخلاق مسیحی یا یهودی به عنوان ممنوعیت برخی تحقیقات زیستی به این دلیل که دخالت در امر خدایی آفرینش موجودات است بنظر می رسد در نگرش اسلامی به اخلاق، فی نفسه، وجهی نداشته باشد مگر آن که به عللی همچون ایجاد فساد در زمین این تحقیقات عواقب نامناسبی داشته باشد. این نگرش، حفظ محیط زیست را یکی از اصول اخلاقی هرگونه مرامنامه اخلاقی می گرداند. در نتیجه هرگونه فعالیت در

فضای مجازی باید حفظ محیط زیست را در نظر داشته باشد.

۵- از آنجا که بسیاری انسانها نمی توانند حقوق الهی خویش را بدست آورند لذا جامعه اسلامی باید تمامی سعی خویش را برای احقاق حقوق این افراد و تامین حقّ سالم زیستن آنها مصروف کند. از آنجا که محقق ساختن عدالت و دفع ظلم یکی از وظایف دولت اسلامی است و مهمترین ویژگی عدالت، اعطای حقوق به هر ذی حقی است، لذا دولت اسلامی باید مترصد باشد تا در هر جا که حقوق برخی افراد جامعه از آنها دریغ گردید (چه آنها به تضييع حقوق خود آگاه باشند یا آگاه نباشند) نسبت به احقاق حق ضایع شده، تمامی اقدامات لازم را انجام دهد. در نتیجه حکومت اسلامی موظف است سازوکارهای لازم را برای تحقق حقوق افراد در فضای مجازی فراهم کند تا با ابزارهای حکومتی بتواند حداکثر احقاق حقوق را در جامعه فراهم نماید.

مولفه های جزایی

۱- نظام پاداش و کیفر در نگرش اسلامی، با رضایت و عدم رضایت خداوند که در پاداش و کیفر اخروی متجلی می شود نه تنها تضمینی برای حُسنِ فعلیِ عمل که برای حُسنِ فاعلیِ آن نیز هست. در نظام های سکولار راهکارهای جزایی و تشویقی برای رفتارهای اخلاقی در نظر گرفته می شود که در قالب های متفاوتی تجلی می کند. نظام های نظارتی و قضایی و اجرایی و انتظامی کشور،

پاسدارِ حدودِ دستورالعمل‌های اخلاقی هستند. بديهی است که هرگونه از این راهکارها هر چند وسیع باشند بسیاری محدوده‌ها را (مثل بسیاری از حیطة‌های مخفیانه انسانی) نمی‌توانند پوشش دهند. این نظامها به طریق اولی ناتوان تر از آن هستند که به نیت‌ها و انگیزه‌های افراد در انجام فعل اخلاقی دست یابند. اما در نظامهای دینی، باور به معاد و پاداش و جزای اخروی که بر اساس افعال انسان (در تمامی لحظات زندگی و در تمامی حیطة‌های آشکار و مخفی انسان) و همچنین تمامی نیتهای باطنی انسان صورت می‌پذیرد، هیچ زمان و مکانی از حیات انسانی را مغفول نمی‌گذارد. سیستم‌های نظارتی در نظام‌های سکولار در مقابل نظارت الهی بر فعل و نیت انسان که به علم الهی در تمامی زوایای زندگی انسان مستند است آن چنان ضعیف است که فقط می‌تواند محدوده بسیار جزئی از زندگی انسانی را در معرض نظارت اخلاقی قرار دهد.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَ مَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ
هرکس هم وزن ذره‌ای کار نیک انجام دهد آن را (در روز قیامت) می‌بیند و هرکس هم وزن ذره‌ای کار بد انجام دهد آن را (در آن روز) خواهد دید. در نتیجه، در نظام‌های دینی، مهم‌ترین تضمین‌کننده فعل اخلاقی چه در آنجا که از دسترس مکانیزم‌های فوق‌بدور است و چه از جهت حسن فاعلی فعل (که قابل نظارت نیست) کیفر و پاداش اخروی است که بهترین تضمین‌کننده انجام فعل اخلاقی است. (طباطبایی، بی‌تا، ۲۰۶)

البته این موضوع بدین معنا نیست که به سایر سیستم های نظارتی و جزایی در نظام های دینی بی توجهی شده است. نظامهای دینی سازوکارهای بسیاری برای تحقق اخلاق در جامعه، غیر از پاداش و جزای اخروی نیز دارند که مجموعه مستحکمی از سیستم های نظارتی، جزایی، حقوقی، انتظامی را تشکیل می دهند.

۲- از آنجا که در قبال هر حقی وظیفه ای قرار دارد لذا وظایف اخلاقی در فضای مجازی باید بگونه ای تنظیم یابد تا حق هرکسی ادا گردد. تعیین وظایف تمامی عناصر دخیل در فضای مجازی بر اساس حقوق دیگر عناصر اهمیت بسیاری دارد. از آنجا که رعایت وظایف تمامی عناصر مرتبط با فضای مجازی مبتنی بر مرامنامه های اخلاقی در این فضا است، لذا ضرورت دارد بر اساس دستورالعمل های اخلاقی که در این زمینه تدوین می گردد وظایفی برای تمامی عناصر دخیل در فضای مجازی تنظیم گردد. البته صرف بیان وظایف افراد در این زمینه کفایت نمی کند، چرا که در قبال هر وظیفه ای حقی برای طرف مقابل وجود دارد که باید متناسب با آن وظایف، مجموعه حقوق طرف مقابل نیز مشخص گردد. (جوادی آملی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۶) چرا که هیچ حقی بجز حق خداوند نمی تواند یکجانبه باشد. لذا در هنگام تنظیم منشور اخلاقی در فضای مجازی باید وظایف ذینفعان فضای مجازی در قبال یکدیگر (دوبه دو) کاملاً مشخص و در قبال تمامی وظایف، حقوق هر طرف نیز تنظیم گردد.

مثلا در تنظیم منشور حقوقِ کاربرِ یک وبلاگ، نمی توان در تنظیم حقوقِ کاربرِ وبلاگ، وظایف صاحب آن وبلاگ و در تنظیم حقوق صاحب وبلاگ، وظایف کاربر آن باید مشخص گردد. افراط و تفریط در هر طرف به انحراف اخلاقی منجر خواهد شد.

۳- تحققِ نظامِ تنظیمِ وظایف که بر اساس حقوقِ مشخص می گردد نیازمند نظامی جزایی است. از آنجا که در جامعه اسلامی حکومت وظیفه دارد از حقوق خداوندی هر موجودی دفاع کرده و تمامی تدابیر لازم و توانایی مورد نیاز را برای احقاقِ حقوقِ آن بکار بندد، لذا باید بر اساس این حقوقِ وظایفِ هر یک از کسانی که در فضای مجازی به نحوی دخیل هستند مشخص نموده و نظام جزا برای تخطی کنندگان از وظایف و پاداش برای عاملین به آن را به همراه ابزارهای لازم برای اعمال این نظام جزا و پاداش تدارک بیند، و اهرم های اجرایی لازم را برای تحقق نظام جزایی بکار بندد. (جوادی آملی، ۱۳۸۴، ص ۱۲۴) بر این اساس تنظیم اخلاق در فضای مجازی باید به صورت زیر از بالا به پایین تکمیل گردد:

دستورالعمل های اخلاقی

تعیین وظایف طرف دوم نسبت به طرف اول

تعیین وظایف طرف اول نسبت به طرف دوم

تعیین حقوق طرف اول دخیل در فضای مجازی

تعیین حقوق طرف دوم مقابل در فضای مجازی
تنظیم نظام پاداش و جزا برای عاملین و تخطی کنندگان از وظایف
تعیین سازوکارهای تشخیص عاملین و تخطی کنندگان
تعیین سازوکارهای اجرایی برای پاداش و مجازات

جمع بندی:

علی رغم آنکه در نگرش شیعی به اخلاق، حسن و قبح عقلی ملاک است ولی نگرش اخلاقی در تفکر اسلامی با اخلاق سکولار تفاوت‌هایی را در برخی امور دارد که آن را متمایز از اخلاق سکولار و مسیحی و اشعری (و اخباری) می‌کند. برای تدوین رویکرد اسلامی به اخلاق در فضای مجازی ملاحظات خاص و اساسی باید در نظر گرفته شود تا روح اسلامی آن حفظ گردد. این رویکرد، در جنبه بنیادی - محتوایی اش به حسن فاعلی فعل نیز توجه می‌نماید و در تفصیل (و نه اجمال) بر ناتوانی عقل در حصول به تمامی جنبه‌های اخلاقی اذعان می‌کند و در نتیجه خود را محتاج راهنمایی‌های وحی می‌داند. برای موارد جزئی‌تر نیز عقل بر اساس آموزه‌های وحیانی به اجتهاد می‌پردازد. تمامی این دستورات عمل‌ها نیز بر اساس ربوبیت الهی تبیین می‌گردد. نگرش اسلامی به اخلاق، در مولفه معنوی اش جهت‌گیری اخلاق را صرفاً توجه به رفاه و آسایش مادی انسان نمی‌داند، بلکه هم رشد مادی و هم رشد معنوی انسان - که در قرب الهی متمثل است - دغدغه اصلی اوست و به هردو در یک نظام متعادل می‌نگرد.

از جنبه حقوقی نیز شریعتی را بپا نموده است که حقوق تمامی موجودات را با استناد به باریتعالی می‌نگرد و مبنای مشروعیت فعالیت‌های اخلاقی نیز ولایت و ربوبیت الهی می‌داند. سلب این حقوق جز از مسیر اذن الهی میسر نیست. خداوند نیز برای انسان کرامتی را متذکر می‌گردد که در آن حیات و حرمت یک انسان همچون حیات و حرمت کل انسانها قلمداد می‌گردد. دستورالعمل‌های اخلاقی باید مبتنی بر حقوق الهی باشد. اسلام برای جاری ساختن اخلاق، صرفاً به توصیه‌های نصیحت‌گونه اکتفا نمی‌کند و نظامی جزایی برای تحقق حقوق انسانها و تخلّق آنها به اخلاق الهی در نظر گرفته است که در نظام جزایی اسلام که مهم‌ترین بخش آن نظام پاداش و کیفر اخروی است مورد توجه قرار می‌گیرد.

۴. ویژگی ها و ملاحظات اخلاقی فضای مجازی

برای فضای مجازی معمولا چند ویژگی را ذکر می کنند: (۱) قلمرو جهانی بسیار فراگیر، (۲) شرایط هویتی متمایز، (۳) قابلیت تکثیر (Johnson, 2009, 61-62)، (۴) سرعت فوق العاده، (۵) فراوانی حیرت‌انگیز اطلاعات و (۶) امکان تأثیرگذاری فوری و گسترده. با توجه به ویژگی های ذکر شده، مناسبات اخلاقی در فضای مجازی خصوصیاتی را می یابد که توجه به آنها ملاحظات خاصی را بوجود می آورد. مسائل اخلاقی پیشروی کاربران و بهره‌مندان از فناوری‌های ارتباطی، بسیار گسترده و بعضا ناشناخته هستند. رایج ترین این مسائل را می توان به علت شرایط ویژه ذیل، متمایز از فضای فیزیکی دانست: (۱) آمیخته بودن با ناشناختگی و گمنامی: یکی از قابلیت‌های مطرح برای تعامل در فضای مجازی این است که افراد می‌توانند هویت خود را نسبت به طرف دیگر تعامل، ناشناخته، گمنام یا با اسامی مستعار حفظ نمایند، آن‌چنان که هویت مجازی افراد لزوماً منطبق بر هویت واقعی آنان در جهان فیزیکی نیست و بدین طریق هویت واقعی ایشان آشکار نمی‌شود. این قابلیت می‌تواند در ارتباطات افراد در فضای مجازی موضوعات و مسائل اخلاقی متعددی را ایجاد کند. (ثقه الاسلامی، ۱۳۹۱، ص ۱۹۴-۱۸۷)

(۲) تنوع مسؤلیت‌پذیری و پاسخ‌گویی: به‌طور کلی، انسان‌ها در برابر امکاناتی که از آن‌ها برخوردار هستند، مسؤلیت‌هایی داشته و بایستی پاسخ‌گوی بهره‌برداری شایسته از چنین امکاناتی

باشند. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به منزلهٔ فراهم‌کنندهٔ امکاناتی گسترده نزد افراد، برای ذینفعان مرتبط با چنین فناوری‌هایی مسؤولیت‌پذیری‌های متعددی را ایجاد می‌کنند.

۳) گسترهٔ حریم اطلاعاتی و حریم خصوصی: در جهان مادی معیارهایی فیزیکی برای تمایز بخشیدن میان حریم عمومی و حریم خصوصی افراد، کم و بیش، تعریف شده است. با ظهور و گسترش فناوری‌های ارتباطی، این معیارهای فیزیکی دچار کاستی‌ها و ناکارآمدی‌هایی در تعیین مصادیق حریم خصوصی در فضای مجازی می‌شوند. تعریف حریم خصوصی افراد در فضای مجازی و محترم شمردن آن از سوی دیگران از مهم‌ترین مسائل مطرح در این گستره است.

۴) ابهام‌ها در دارایی اطلاعاتی و مالکیت معنوی: از آن‌جا که محتویات مجازی و الکترونیکی تفاوتی ماهوی با محتویات مادی دارند، به سادگی نمی‌توان قوانین متعارف مالکیت معنوی در فضای فیزیکی را بر محتویات مجازی حاکم نمود. از این رو با فرض این موضوع که «هر محتوای الکترونیکی در فضای مجازی تحت حمایت مالکیت معنوی است» بایستی به تعریف و تعیین مصادیق مربوطه پرداخته و به حق مالکیت مذکور احترام گذاشته شود.

۵) دامنهٔ جرائم در فضای مجازی: به‌خاطر تفاوت ماهوی میان فضای مادی و فضای مجازی، چپستی، چرایی و چگونگی جرائم در فضای مجازی متأثر از این تفاوت ماهوی می‌شود. از این رو تعریف و تعیین مصادیق مجرمانه در ارتباطات افراد در فضای مجازی و

پیشگیری از آن‌ها برای دینفعان مربوطه دامنه وسیع تری می‌یابد. (۶) ویژگی امنیت اطلاعات و اطلاعات امن: در ارتباطات مبتنی بر فضای مجازی، یکی از مهم‌ترین نگرانی‌های کاربران، دسترسی و بهره‌برداری از اطلاعات امن و مطمئن و اعتماد به محتویات الکترونیکی اشاعه‌یافته در فضای مجازی است. برای تحقق این هدف، دینفعان بایستی در تولید، انتقال و اشاعه‌ی محتویات الکترونیکی در فضای مجازی از حساسیت‌های مناسبی برخوردار باشند. آن‌چنان که در توصیف هر یک از مسائل فوق اشاره شد، تعیین مصادیق غیراخلاقی در فضای مجازی و به دنبال آن تعیین گزاره‌های اخلاقی مناسب در برابر این مصادیق، اگر چه به‌طور کلی می‌تواند ذیل عنوان مسائل فوق قرار گیرد، اما در مورد هر یک از فناوری‌های ارتباطی مورد نظر، این مسائل می‌تواند به صورت خاص نیز مورد توجه و تحقیق قرار گیرد و در نتیجه مرامنامه‌های خاصی برای فضای مجازی در نظر داشت.

۵. دینفعان

رفتار اخلاقی در فضای مجازی متناسب با نقشی است که هر فرد می‌تواند در این فضا داشته باشد. بدین جهت با تفکیک دینفعان فضای مجازی الزامات اخلاقی آنها را می‌توان مشخص نمود. گرچه دینفعان بسیاری می‌توان برای فضای مجازی در نظر گرفت ولی در فضای مجازی بطور کلی دینفعان مهم از قرار ذیل هستند:

۱- سیاست‌گذاران: افرادی که راهبردها و برنامه‌ریزی‌های کلان در طراحی یک فضای مجازی را تعیین می‌کنند و بر اساس سیاستهای تدوین شده توسط آنها سفارش طراحی یک فضای مجازی داده می‌شود و برای استفاده متقاضی تمامی مراحل اجرایی بالا آمدن یک فضا را معین می‌کنند و در نتیجه سرمایه‌گذاران برای آن پرداخت انجام می‌دهند. بدیهی است دولت‌ها نیز می‌توانند برای تحقق وظایف خود از سیاست‌گذاران باشند.

۲- طراحان یک فضای مجازی: افرادی که به طراحی و پیاده‌سازی نرم‌افزاری و سخت‌افزاری فناوری‌های ارتباطی بر اساس سیاستهای سفارش شده اقدام می‌کنند.

۳- مسئولان و مالکان یک فضای مجازی: کسانی که مسئولیت یک فضای مجازی را در اینترنت به عهده دارند و از لحاظ حقوقی، حقوق مادی و معنوی آن فضا به آنها تعلق دارد.

۴- متصدیان: افرادی که پس از پیاده‌سازی و نصب نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای مذکور به منظور تسهیل در ارائه خدمات به کاربران به کار گرفته می‌شوند.

۵- کاربران ارسال کننده و دریافت کننده اطلاعات: برخی کاربران تنها دریافت کننده اطلاعات هستند و برخی گذشته از دریافت اطلاعات خود نیز ارسال کننده اطلاعات هستند. مهم‌ترین این نوع کاربران، اعضای شبکه‌های اجتماعی هستند.

۶- نظارت‌های دولتی: دولت‌ها متناسب با مسئولیت اجتماعی

خود درگیر برخی مسائل اخلاقی هستند. بدیهی است در این بخش صرفاً نقش نظارتی دولت بر کارهای دولتی و خصوصی مد نظر است و الا دولتها می‌توانند نقش‌های دیگری همچون سیاستگذاران یا مسئولان فضای مجازی نیز داشته باشند. دسته‌بندی ذینفعان به نوع دسته‌های فوق بصورت استقرائی است و مهمترین آنها ذکر شده است؛ وگرنه در فضای مجازی، دست اندرکاران دیگری نیز میتوان در نظر گرفت که استقصای آنها بدور از حوصله کاری اینچنینی است. گذشته از تفاوت وظایف اخلاقی برای دست اندرکاران مختلف فضای مجازی، نوع ارتباط ذینفعان نیز در نوع دستور اخلاقی می‌تواند موثر باشد. لذا هر یک از وبلاگ، چت، سایت خبری، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جستجو، ارتباطات موبایلی، تبلیغات اینترنتی، سایتهای اطلاعاتی و غیره می‌تواند مرامنامه‌های مخصوص خود را داشته باشد که در این نوشتار این فعالیتها را در سه دسته بندی کلی تقسیم کرده ایم که به نحوی دربرگیرنده انواع فعالیت‌های مذکور است. این دسته بندی براساس نحوه تعامل‌های افراد در فضای مجازی تقسیم شده است. لذا کلیه این فعالیتها را در سه دسته ذیل مورد توجه قرار خواهیم داد:

الف- مرامنامه اخلاقی برای فعالیت‌های یک جانبه در فضای مجازی همچون سایتهای خبری، وبلاگها، موتورهای جستجو و سایتهای اطلاعاتی و برخی بازیهای رایانه ای.

ب- مرامنامه اخلاقی برای تعامل‌های دوجانبه در فضای مجازی همچون

ایمیل، چت و غیره.

ج- مرامنامه اخلاقی برای تعاملهای چندجانبه همچون شبکه های اجتماعی مثل وایبر، فیس بوک، واتز آپ، تلگرام، اینستاگرام و غیره.

۶. اصول اساسی اخلاقی برای فضای مجازی

اصول اساسی اخلاق در فضای مجازی را می توان به موارد ذیل دسته بندی نمود:

- ۱- صداقت
- ۲- حفظ حریم خصوصی و امتناع از غیبت
- ۳- امنیت و ضرر نزدن مادی و معنوی به دیگران
- ۴- امانتداری و احترام به حقوق دیگران
- ۵- حفظ حریم هنجارهای عرفی و دینی
- ۶- نیت درست اخلاقی
- ۷- اصل سودرسانی و کمک به رشد و تعالی دیگران

۱- صداقت: هرگونه فعالیت در فضای مجازی از ناحیه طراحان و متصدیان و کاربران باید بگونه ای باشد که صداقت را مورد توجه قراردهد و از ارائه هرگونه ارائه اطلاعات خلاف واقع و فریب یا اطلاعاتی که موجب برداشت خلاف واقع می گردد جلوگیری شود.

۲- حفظ حریم خصوصی و امتناع از غیبت: هریک از دست اندکاران فضای مجازی دارای اطلاعات خصوصی هستند که بدون رضایت آگاهانه

آنها نمی توان به آن دسترسی داشت و بطریق اولی نمی توان آن موارد خصوصی را انتقال و یا نشر داد. این به این معناست که کسی نمی تواند خود به حریم خصوصی دیگران وارد شود و بطریق اولی نمی تواند همانند فضای فیزیکی نسبت به نشر و بازگویی اطلاعات خصوصی دیگران بدون رضایت آنها، یا به عبارت دیگر غیبت -در اصطلاح سنت اسلامی- اقدام کند و در صورت وقوع باید رضایت فرد تامین گردد.

۳- حفظ امنیت و عدم اضرار مادی و معنوی به غیر: کلیه اقداماتی که در فضای مجازی انجام می شود نباید امنیت کاربران و متصدیان و طراحان را بصورت فردی و اجتماعی خدشه دار کند، مگر بر طبق قانون در مواردی که فعالیت مجازی موجب ضرر معتنابهی به جامعه یا دیگران گردد. از فضای مجازی نمی توان برای ایجاد ضرر به دیگری چه به اموال، چه به آبرو، چه به روحیه معنوی او استفاده نمود.

۴- امانتداری و احترام به حقوق دیگران: در فضای مجازی هر فرد باید به حقوق دیگران احترام گذاشته و آن را خدشه دار نکند. لذا مالکیت معنوی باید محترم شمرده شود. بی توجهی به این امر در ادبیات دینی همان رعایت نکردن حق الناس است.

۵- حفظ حریم هنجارهای اجتماعی و دینی: هر جامعه ای متناسب با شرایط خود دارای هنجارها و ارزشهای فرهنگی است که فعالیتهای فضای مجازی نباید باعث خدشه دار شدن این هنجارها گردد (در صورتی که مغایر با دستورات دینی نباشد). همچنین حریم های دینی هر جامعه باید محترم شمرده شود و

هرگونه رفتاری که این هنجارها را خدشه دار کند ممنوع است.
 ۶- نیت درست اخلاقی: دست اندرکاران فضای مجازی انگیزه های متفاوتی برای فعالیتهای خود در فضای مجازی دارند که معمولاً نیت آنها از انجام فعالیت می گردد. این انگیزه ها و نیت ها نباید با اصول اخلاقی مغایر باشد. فعالیتی که با نیت خوب اخلاقی و معنوی انجام می شود شایسته تحسین است.
 ۷- اصل سود رسانی و کمک به رشد و تعالی دیگران: هدف اصلی استفاده از فضای مجازی باید از لحاظ اخلاقی ارزشمند باشد. از آنجا که در فضای مجازی تعامل کاربران اهمیت دارد لذا تعاملهای اخلاقی باید در جهت سودرسانی به دیگران و کمک به رشد و تعالی آنها باشد.

۷. مرامنامه اخلاقی دست اندرکاران فضای مجازی (برای فعالیتهای یک جانبه در فضای مجازی) الف- سیاست گذاران:

سیاستگذاران فعالیتهای مختلف در فضای مجازی باید:

- ۱- به خاطر داشته باشند که به طور کلی پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می کند.
- ۲- عواقب سیاست های خود را مورد بررسی اخلاقی قرار دهند و در صورتی که احتمال بروز پیامد های نادرست اخلاقی قابل توجه باشد در سیاستهای خود تجدید نظر کنند، تا آن سیاست ها باعث

بروز مشکلاتی خواسته یا ناخواسته نگردد. سیاستگذاران باید نشان دهند که این بررسی ها را انجام داده اند.

۳- صادقانه و مسئولیت پذیرانه، نقاط ضعف و مخاطرات (ریسک‌های) سیاستگذاری خود را اعلام نمایند. هر سیاستگذاری در فضای مجازی هرچقدر خوب هم باشد، بالاخره نواقصی دارد و از این حیث، احتمال رخداد برخی آفات در سیاستهایشان وجود دارد.

۴- در کلیه اقدامات خود صداقت را مد نظر داشته باشند و از اقدامهایی که باعث فریب طراحان و مالکان بعدی و کاربران فضای مجازی می گردد اجتناب کنند.

۵- بگونه ای باشد که حریم خصوصی کاربران را در نظر گرفته و از سیاستهایی که موجب خدشه دار شدن حریم خصوصی کاربران می گردد اجتناب کنند. بدیهی است در اینجا صرفاً به سیاستهایی اشاره می شود که آن سیاست ذاتاً باعث نقض حریم خصوصی می گردد نه استفاده نامناسب کاربران از آن.

۶- حقوق طراحان را در نظر گرفته و قبل از اقدام، در خصوص این حقوق با آنها به توافق برسند.

۷- سیاستهایی را دنبال کنند که امنیت افراد و جوامع را به خطر نینداخته و برای اضرار به غیر تنظیم نشده باشد.

۸- خط مشیی را دنبال کنند که به خدشه دار شدن هنجارهای فرهنگی و دینی جامعه منجر نشود.

۹- از انگیزه های غیر اخلاقی در اقداماتشان اجتناب

کنند و نیت درست برای کارهای خود داشته باشند. ۱۰- در سیاستهای خود بگونه ای رفتار کنند که کاربران را نسبت به آسیبهای استفاده از فضای مجازی همچون اعتیاد به اینترنت، دو شخصیتی شدن، عدم تحرک لازم، تاثیرات نامناسب جسمی، آسیبهای اجتماعی مخصوصاً بر خانواده، جامعه گریزی، اضافه بار اطلاعاتی و اضطراب اطلاعاتی می گردد کاملاً آگاه ساخته و برای کاهش این آسیبها راه حلهایی ارائه نمایند.

۱۱- در سیاستهای خود رشد ارزشهای اخلاقی و معنوی افراد و جامعه را در نظر گرفته و برای آن سیاست گذاری کنند.

۱۲- رشد مادی و معنوی افراد و جوامع را در نظر بگیرند و از فضای مجازی برای رفع عقب ماندگی تاریخی برخی ملت ها مانند برخی از کشورهای آفریقایی استفاده کنند.

۱۳- با عالمان اخلاق و الاهیات و دیگر علوم انسانی در خصوص سیاست های پیشنهادی خود مشورت کنند.

ب- طراحان فضای مجازی:

طراحان فضای مجازی باید:

۱- به خاطر داشته باشند که به طور کلی، پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می کند.

۲- صداقت، امانتداری و احترام به هنجارهای عرفی مقبول

- دین و احترام به حدود دینی را در طراحی خود رعایت کنند.
- ۳- نسبت به کارفرمایان خود صداقت، امانتداری را رعایت کنند و هرگونه نقص در سیستم را به آنها اطلاع دهند.
- ۴- در حفظ امور محرمانه مربوط به مالکان سایتها نهایت دقت را به عمل آورند.
- ۵- تمام توان خویش را برای ارتقاء و برطرف نمودن مشکلات فنی سایت و نرم افزار آن جهت حفظ اطلاعات شخصی و حریم خصوصی کاربران بکار ببندند.
- ۶- بگونه ای طراحی سایت را انجام دهند که در صورتی که یک فضای مجازی همراه با تبلیغات کالاها و خدمات یا اطلاعات ناخواسته باشد، کاربران به این مساله واقف گردند و شایسته تر این که با تدابیر خاصی، کاربر قدرت انتخاب دریافت تبلیغ را داشته باشد.
- ۷- اگر در طراحی خویش با برخی از تنگناهای اخلاقی مواجه شوند با طراحی متفاوت آن راحل کنند.
- ۸- امنیت و آسایش خاطر کاربران را در طراحی خود بدقت مورد توجه قرار دهند.
- ۹- امنیت اخلاقی و معنوی کاربران را در طراحی های خود مورد توجه قرار دهند.
- ۱۰- با طراحی نرم افزارهای مختلف برای آموزش اقشار خاص مانند نابینایان یا ناشنوایان و معلولان فکری و جسمی زمینه رشد مادی و معنوی آنان را فراهم کنند.

۱۱- برای رفع عقب ماندگی برخی کشورها و تسهیل دسترسی روان و ارزان آنها به امکانات فضای مجازی در مسیر عدالت اجتماعی گام بردارند. طراحان فضای مجازی نباید:

- ۱- در طراحی خود از عناصر منافی عفت استفاده کنند.
- ۲- از سیاست های غیر اخلاقی مالکان سایتها تبعیت کنند.
- ۳- طراحی خود را بگونه ای انجام دهند که اطلاعات بدست آمده از کاربران بدون رضایت آگاهانه او بتواند در اختیار سایتها، اشخاص، ارگانها و سایر کاربران قرار گیرد.

ج- مالکان فضای مجازی:

مالکان فضای مجازی باید:

- ۱- به خاطر داشته باشند که به طور کلی پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می کند.
- ۲- صداقت، امانتداری، حفظ حریم خصوصی دیگران، امنیت فکری و اقتصادی دیگران را در فضای خود رعایت نموده و از هرگونه کاری که به این امور خدشه وارد می کند و یا حقوق برخی افراد را نادیده می گیرد اجتناب کنند.
- ۳- نه تنها از توهین و افترا به غیر پرهیز کنند بلکه مانع هرگونه توهین و افترا از جانب کاربران شوند.
- ۴- تنظیمات مطمئنی را برای احراز هویت واقعی افراد فراهم کنند.

۵- پروفایل‌های شخصی جعلی و حساب‌های کاربری نامعتبر را حذف کند.
۶- مسئولیت کلیه مطالبی که در آن قرار می‌دهند بپذیرند و در صورت ایجاد ضرر و زیان برای غیر، نسبت به برطرف کردن آن اقدام کنند.
۷- حقوق مالکیت فکری دیگران را رعایت کنند، و از باز نشر مطالب دیگران بدون ذکر منبع آن خودداری کنند. آنها نباید تحت هیچ شرایطی، اطلاعات محرمانه و شخصی کاربران اعم از ایمیل کاربران، رمز عبور و ... را در اختیار کاربران یا افراد حقیقی و حقوقی دیگر قرار دهد.
۸- از هرگونه تبعیض بی مورد نسبت به کاربران همچون نژاد، جنس، ملیت خودداری کنند.

۹- در اقدامات خود شفافیت لازم را داشته باشند و به اصل بی طرفی و انصاف پایبند باشند.

۱۰- رشد اخلاقی و معنوی کاربران را در اولویت قرار دهند .

۱۱- نسبت به هرگونه جرم، هرزه نگاری، و انجام امور خلاف اخلاق در سایت هایشان از جانب کاربران حساس بوده و از انتشار آن جلوگیری کنند.
۱۲- به هنجارهای عرفی مقبول دینی و حدود دینی احترام گذاشته، و از هرگونه تبلیغ علیه آنها جلوگیری نمایند.

۱۳- تدابیر خاصی را در احراز هویت واقعی افراد و شخصیت‌های معروف هنری، سیاسی، ورزشی و ... در نظر بگیرند.

۱۴- نسبت به شکایات کاربران و دولت‌ها از اخلاص گران امنیت و آسایش افراد در فضای مجازی و فیزیکی واکنش نشان داده و در محدوده اختیارات خود مورد پیگیری و اقدام قرار دهند.

مالکان فضای مجازی نباید:

- ۱- در فضای خود از تبلیغ هرگونه جرم، جنایت، هرزه نگاری، دزدی و انجام امور خلاف اخلاق استفاده کنند.
- ۲- نیت سوء از فعالیت خود داشته باشند بلکه بهتر آن است که نیت‌های پاک و خدایسندانه را در کارهای خود در نظر بگیرند.

د- کاربران:

کاربران فضای مجازی باید:

- ۱- به‌خاطر داشته باشند که به‌طور کلی پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی، عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می‌کند.
- ۲- صداقت، امانتداری، حفظ حریم خصوصی، امنیت مادی و معنوی سایر کاربران را در استفاده از فضای مجازی رعایت کنند.
- ۳- در حفظ اطلاعات شخصی و محرمانه خود و دوستانشان کمال دقت را داشته باشند و حتی المقدور از بکارگیری آن در فضای مجازی خودداری کنند و یا از تمامی امکاناتی که سایتها برای حفاظت از حریم خصوصی آنها طراحی کرده است استفاده ببرند.
- ۴- نسبت به آسیب‌های استفاده از فضای مجازی همچون اعتیاد به اینترنت، دو شخصیتی شدن، عدم تحرک لازم، تأثیرات نامناسب جسمی، آسیب‌های اجتماعی -مخصوصاً بر خانواده-، جامعه‌گریزی، اضافه بار اطلاعاتی و اضطراب اطلاعاتی می‌گردد کاملاً آگاه گردند

و برای کاهش این آسیبها، راه‌حلهایی همچون رژیم رسانه‌ای را در برنامه کاری خود قرار دهند.

۵- به حقوق مادی و معنوی مسئولان آن فضای مجازی احترام گذاشته و باعث تضییع حق آنها نگردند.

۶- در مواردی که مسئولان سایتها لازم بدانند مشخصات کاربران برای استفاده از فضای مجازی، شفاف اعلام گردد، تنها در صورتی یک فرد می‌تواند از مشخصات غیر واقعی استفاده کند که به مالکان و سایر کاربران اعلام کند که این مشخصات واقعی نیست و از مشخصات مستعار استفاده کرده است. بدیهی است کلیه تکالیف اخلاقی برای این فرد نیز همانند دیگر افراد لازم‌الاتباع است.

۷- به حقوق مادی و معنوی دیگران در فضای مجازی احترام گذاشته و ضمن رعایت مالکیت‌های فکری موجب اضرار به غیر نشوند.

۸- به هنجارهای عرفی مقبول عقل و دین و حدود دینی جامعه، احترام گذاشته و از هرگونه هنجار شکنی و توهین به مقدسات جامعه به هر صورت (اعم از نوشته، عکس، فیلم و صوت) پرهیز کنند.

۹- اصول رازداری، شفافیت را در موارد لزوم رعایت کرده و از دامن زدن به هرگونه تعصبات قومی، دینی، فرهنگی پرهیز نمایند.

۱۰- از استفاده از سایتهایی که دروغ، غیبت، تهمت، دزدی، خیانت در امانت، توهین به مقدسات جامعه، مطالب گمراه کننده دینی، استهزاء افراد یا اقوام، افشای رازهای مردم، متجاوز به حریم خصوصی مردم را ترویج می‌کنند پرهیز کنند.

۱۱- از ایجاد پروفایل‌های شخصی و حساب‌های کاربری بنام اشخاص دیگر پرهیز کنند.

۱۲- برای هر گونه فعالیت در فضای مجازی با هویت واقعی خود اقدام کنند.

۱۳- از فضای مجازی برای رشد مادی و معنوی انسان‌ها استفاده کنند و از ارائه مشورت‌های درست به افراد نیازمند، دریغ نکنند.

۱۴- توجه به اصول انسانی، معنوی و اخلاقی مانند ظلم ستیزی و عدالت گستری را سرلوحه فعالیت‌های خویش در فضای مجازی قرار دهند.

کاربران فضای مجازی نباید:

۱- مطالبی را که از صحت آن مطمئن نیستند (مثل تجویزهای دارویی یا پزشکی یا اقدامات امنیتی و یا توصیه‌های دینی و رفتاری) و مرجعی رسمی آن را تایید نکرده است منتشر کنند.

۲- از فضای مجازی برای انجام امور خلاف اخلاق، جرم، جنایت، هرزه نگاری، دزدی، توهین و افترا و دروغ، غیبت و استهزاء استفاده کنند.

۳- از سایتهایی که در آنها عکس، فیلم یا نوشته‌هایی که منافی عفت و اشاعه فحشا و انحرافات جنسی است استفاده کنند و در صورت مواجهه با این سایتها هرگونه اقدامی را برای جلوگیری از نشر آنها بنمایند.

۴- از فضای مجازی برای ایجاد دشمنی و نزاع و بدبینی بین افراد و جوامع استفاده کنند. بلکه بهتر آن است که از فضای مجازی برای رشد محبت‌ها و صمیمیت‌ها و رفع کدورتها بهره ببرند.

۵- به هر طریقی برای دستیابی به اطلاعات خصوصی و محرمانه دیگران تلاش کنند.

ه- دولتها

دولتها باید:

- ۱- به خاطر داشته باشند که به طور کلی پایبندی به اصول اخلاقی در فضای مجازی عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می‌کند.
- ۲- نسبت به حفاظت اشخاص، متناسب با آسیب پذیری آنها اقدامات قانونی انجام دهند زیرا محتوای فضای مجازی می‌تواند افراد آسیب پذیر مخصوصاً کودکان را در معرض خطر قرار دهد.
- ۳- همانند وظیفه شان در فضای فیزیکی، نسبت به جلوگیری از هرگونه جرم، جنایت، قتل، اعمال منافی عفت، اشاعه فحشا، ترغیب به مواد مخدر، دزدی، تدلیس و کلاهبرداری در فضای مجازی، اقدامات قانونی لازم را انجام دهند و با متخلفان برخورد قانونی داشته باشند.
- ۴- در حفظ حریم خصوصی افراد و اطلاعات محرمانه آنها کوشش نمایند، و نمی‌توانند برای دسترسی به اطلاعات شخصی افراد، آنها را تحت فشار قرار دهند، مگر در شرایطی که ضرری عمده، فرد دیگر یا جامعه را به خطر بیندازد که صرفاً به حکم مراجع قضایی می‌توانند به این اطلاعات دسترسی پیدا کنند.
- ۵- حداکثر تلاش خود را بنمایند تا جریان آزاد اندیشه در فضای

مجازی محقق شود.

۶- راهبردهای مناسبی برای ایجاد فضای مجازی سالم و امن بکار بندند و راهکارهایی برای استفاده سودمند از فضای مجازی و در جهت رشد اقتصادی، علمی، فرهنگی، دینی و اخلاقی جامعه محقق سازند.

۷- در جهت ارتقاء سواد دیجیتال جامعه تلاش کرده و برنامه های مدون و موثری برای این امر به اجرا بگذارند.

۸- نسبت به حفظ حقوق مادی و معنوی افراد، و امنیت و آسایش آنها در فضای مجازی برنامه داشته و برای رسیدگی به شکایات در این زمینه و احقاق حقوق افراد، راهکارهایی بیندیشند و اقدامات لازم را انجام دهند.

۹- از فضای مجازی در جهت حمایت از اقشار آسیب پذیر مانند افراد کم سواد، معلولان جسمی یا فکری بهترین استفاده را بکنند.

۱۰- توسعه خدمات الکترونیکی برای استفاده سهل و عادلانه شهروندان از خدمات دولتی را در اولویت قرار دهند.

دولتها نباید:

۱- برای تفتیش عقاید افراد از حسابهای کاربری اشخاص حقیقی و حقوقی استفاده کنند و یا مالکان سایتها را تحت فشار قرار دهند.

۲- از فضای مجازی برای تحت فشار قراردادن مخالفان خود استفاده نمایند.

۸. مرامنامه اخلاقی خاص برای تعامل های دو جانبه در فضای مجازی (همچون ایمیل یا پست الکترونیکی)

پست الکترونیکی توانسته است خدمات بسیاری را برای کاربران خود ایجاد کند و به علت ویژگی های خاص خود با مسائل اخلاقی خاصی مواجه است که باید این دستورالعمل های اخلاقی مشخص گشته و مبنای فعالیت تمامی دست اندرکاران آن قرار گیرد. در پست الکترونیکی می توان دست اندرکاران اصلی را اینگونه دسته بندی کرد:

- ۱- صاحبان سرور های اصلی ایمیل که خدمات ایمیلی ارائه می دهند.

- ۲- کاربران ایمیل که با ثبت نام در آنها از خدمات مربوطه استفاده می کنند.

- ۳- دولتها و مراجع قضایی

صاحبان سرورهای اصلی ایمیل

در خصوص صاحبان سرور ها و ارائه دهندگان سرویسهای ایمیلی برخی اصول اخلاقی از همان اصول اخلاقی اصلی صاحبان فضای مجازی که درباره هرفضای مجازی گفته شد تبعیت می کند. اما غیر از موارد ذکر شده باید دستورات اخلاقی ذیل را نیز مورد توجه قرار داد:

صاحبان سرورهای اصلی ایمیل باید:

- ۱- از آنجا که با تبلیغات خود هزینه های ایمیل را بدست می آورند و از آن راه کسب درآمد می کنند، لذا کلیه انحراف های استفاده

از اطلاعات افراد در ایمیلها را صرفاً برای امور تجاری، شفاف به اطلاع بهره بردار برسانند و فقط در محدوده ای که اجازه داده شده است از آدرس ایمیل و محتوای ایمیلهای کاربران استفاده کنند.

۲- به کرامت انسانی بهره برداران ایمیلها احترام گذاشته و در هر مورد با آنها با صداقت برخورد کنند.

۳- بی طرفی معقول و انصاف را در خصوص بهره برداران از ایمیلها رعایت نموده و اگر در محدوده خاصی سرویسها را ارائه می دهند در آن محدوده نباید از هیچگونه تبعیضی اعم از نژاد، قومیت، ملیت، جنسیت، دین... اعمال کنند و اگر در محدوده بین المللی خدمات ارائه می دهند این نوع تبعیضها را نباید اعمال کنند.

۴- از تبلیغات خود برای توهین به افراد و یا اقوام و یا مخدوش نمودن مقدسات آنها استفاده نمایند و از هرگونه تبلیغ برای امور خلاف اخلاق و عرف جوامع بپرهیزند.

۵- تمهیداتی بیندیشند تا برای شکایت هایی که از کسانی می شود که از ایمیلهای خود برای امور خلاف اخلاق استفاده می کنند برخوردهای مرحله ای مناسب داشته؛ و در صورت تکرار، نهایتاً حساب کاربری او را حذف نمایند.

صاحبان سرور ها نباید:

۱- اطلاعات بهره برداران را بدون اجازه آنها از بین برده یا مخدوش نمایند و یا به نحوی به فریب آنها اقدام کنند.

کاربران ایمیل ها

کاربران ایمیل ها گذشته از دستورالعمل های اخلاقی که در خصوص کاربران فضای مجازی بطور عام گفته شد در خصوص ایمیلها باید موارد اخلاقی ذیل را نیز رعایت کنند: کاربران ایمیل ها باید:

- ۱- به حریم خصوصی دیگر کاربران احترام گذاشته و از ارسال ایمیلهایی که کرامت انسانی و حقوق افراد را خدشه دار می کند پرهیز کند.
- ۲- در موارد ارسال ایمیلهای انبوه برای کاربران مختلف، این حق را برای دریافت کننده محفوظ داشته باشند که بتواند خود را به راحتی از لیست ارسالی ها خارج کند. لذا در این موارد باید در ایمیلهای ارسالی این حق دریافت کننده، به او یادآوری گردیده و امکان حذف اسم خود از لیست آدرس ایمیلهای فرستنده برای او به راحتی فراهم نمایند.
- ۳- اگر دریافت کننده ایمیلی علاقه به دریافت ایمیل از جانب شخص دیگر نداشته باشد، به او اعلام نمایند و فرستنده نباید برای او دیگر ایمیل ارسال کند.
- ۴- در ارسال ایمیل به این نکته توجه نمایند که چون برخی افراد مایل نیستند ایمیلهای ارسالی آنها بگونه ای برای دیگران فوروارد گردد که نام آنها در ایمیل فوروارد شده مشخص گردد لذا کلیه ایمیلهای یک فرد باید بگونه ای فوروارد گردد که نام آنها در آن ایمیل حذف شده باشد.
- ۵- توجه داشته باشند که چون کلیه مطالب ارسال شده همان احکام اخلاقی در سخن گفتن را دارند لذا کلیه احکام اخلاقی سخن گفتن

همچون صداقت، پرهیز از غیبت و تهمت و افتراء، پرهیز از توهین و استهزاء، پرهیز از آزار دیگری، در خصوص آن نیز جاری است و در این موارد مصداق حق الناس جاری است و در صورت خلاف باید جبران گردد.

۶- از ارسال ویروسهای کامپیوتری از طریق ایمیلها به هر نحوی خودداری کنند.

۷- به قوانین جامعه خودشان احترام گذاشته و خلاف آن رفتار نمایند.

کاربران ایمیل ها نباید:

۱- با اسم شخص دیگری حساب کاربری باز کنند و به نام او ایمیل ارسال کنند و بگیرند.

۲- برای بدست آوردن گذرواژه های دیگری اقدام کنند و یا به نحوی به حساب کاربری او دسترسی پیدا کنند و در صورتی که بصورت اتفاقی، امکان دسترسی به محتوای ایمیلهای دیگران پیدا کردند، نباید هیچیک از ایمیلهای آن فرد را بخوانند و یا در این زمینه کنجکاوی کنند.

۳- با ارسال ایمیل، ایجاد دشمنی و نزاع بین افراد ایجاد کنند یا برخی را نسبت به برخی بدبین نمایند.

۴- از ایمیل برای انتقال مطالب محرمانه استفاده کنند.

دولتها

دولتها علاوه بر احکام اخلاقی که درباره فضای مجازی بطور عام گفته شد باید:

۱- حداکثر تلاش خود را بنمایند تا آزادی افراد در ارسال و

دریافت ایمیل محترم شمرده شود.

۲- به این دلیل که محتوای ایمیلها می تواند افراد آسیب پذیر مخصوصا کودکان را در معرض خطر قرار دهد، نسبت به حفاظت اشخاص، متناسب با آسیب پذیری آنها، بدون ورود به حریم خصوصی کاربران ایمیلها، اقدامات قانونی انجام دهد.

۳- نسبت به استفاده از ایمیل برای انجام هرگونه جرم، جنایت، قتل، اعمال منافی عفت، اشاعه فحشا، ترغیب به مواد مخدر، دزدی، تدلیس و کلاهبرداری حساسیت داشته و در صورت شکایت صاحبان سرورها یا کاربران دیگر نسبت به تامین امنیت و سلامت تبادل اطلاعات راهکارهایی بیندیشند.

۴- در حفظ حریم خصوصی افراد و اطلاعات محرمانه آنها در ایمیل کوشش نمایند، و نمی توانند برای دسترسی به اطلاعات شخصی افراد آنها را تحت فشار قرار دهند؛ مگر در شرایطی که ضرری عمده، فرد دیگر یا جامعه را به خطر بیندازد که صرفا به حکم مراجع قضایی می توانند به این اطلاعات دسترسی پیدا کنند.

۵- نسبت به حفظ حقوق مادی و معنوی افراد و امنیت و آسایش آنها در تبادل ایمیلها برنامه داشته و برای رسیدگی به شکایات در این زمینه و احقاق حقوق افراد راهکارهایی بیندیشند و اقدامات لازم را انجام دهند.

دولتها نباید:

۱- با ارسال ایمیل، مخالفان خود را تحت فشار قراردهند.

۲- برای تفتیش عقاید افراد، از حسابهای کاربری اشخاص حقیقی و حقوقی استفاده کنند و یا صاحبان سرورها را تحت فشار قرار دهند.

۹. مرامنامه اخلاقی خاص برای تعامل های چند گانه در فضای مجازی (همانند شبکه های اجتماعی)

دست اندرکاران و ذینفعان: دست اندرکاران اصلی شبکه های اجتماعی را می توان به سه دسته عمده تقسیم کرد: (۱) صاحبان و تولیدکنندگان شبکه های اجتماعی، (۲) کاربران، (۳) دولتها
دستورالعمل های اخلاقی صاحبان و تولیدکنندگان شبکه های اجتماعی:

صاحبان و تولید کنندگان شبکه های اجتماعی باید:

- ۱- به خاطر داشته باشند که به طور کلی پابندی به اصول اخلاقی در شبکه های اجتماعی، عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می کند.
- ۲- به هر نحو ممکن از تولید، انتشار و بازنشر محتوای کاذب و خلاف واقع جلوگیری کنند.
- ۳- تمام توان خویش را برای ارتقا و برطرف نمودن مشکلات فنی سایت و نرم افزار جهت حفظ اطلاعات شخصی و حریم خصوصی کاربران بکار ببندند.
- ۴- نسبت به شکایات کاربران و دولت ها از اخلاص گران امنیت و آسایش افراد، در فضای شبکه های اجتماعی و جامعه، واکنش

- نشان داده و در محدودهٔ اختیارات خود مورد پیگیری قرار دهند.
- ۵- تمام توان خویش را برای ارتقاء و برطرف نمودن مشکلات فنی سایت جهت فراهم کردن امنیت و آسایش کاربران بکار ببندند.
- ۶- تنظیمات مطمئنی را برای احراز هویت واقعی افراد فراهم کنند.
- ۷- پروفایل‌های شخصی جعلی و حساب‌های کاربری نامعتبر را حذف کند.
- ۸- تدابیر خاصی را در احراز هویت واقعی افراد و شخصیت‌های معروف هنری، سیاسی، ورزشی و ... در نظر بگیرند.
- ۹- در ارائه خدمات، به قوانین و توافقنامه‌های بین‌المللی مورد قبول اسلام درباره آزادی‌های مدنی و سیاسی متعهد باشند.
- ۱۰- در صورت تغییر مفاد توافق‌نامهٔ صاحبان شبکه‌های اجتماعی با کاربران، بلافاصله به‌طور شفاف به آنها خبر دهند.
- ۱۱- در صورتی که کاربران، از شبکه اجتماعی، جهت کلاهبرداری، سرقت، قتل، تهمت و اشاعه فحشاء و ایجاد تفرقه و دشمنی استفاده می‌کنند، با آنها برخورد لازم را داشته و در موارد لزوم پروفایل شخصی و حساب کاربری افراد را حذف کند.
- صاحبان و تولیدکنندگان شبکه‌های اجتماعی نباید:
- ۱- اطلاعات محرمانه و شخصی کاربران اعم از ایمیل کاربران، رمز عبور و ... را در اختیار کاربران یا افراد حقیقی و حقوقی دیگر قرار دهند.

۲- تحت هیچ شرایطی از اطلاعات شخصی و محرمانه کاربران برای

مقاصد خود، با فعالیت‌هایی مانند داده‌کاوی، پایش پیام خصوصی، ذخیره‌سازی نانوشته‌ها، استفاده کنند.

۳- به عنوان یک منبع اطلاعاتی برای کشف جرم، مکان‌یابی، رد یا تأیید ادعاها و همچنین افشای اطلاعات شخصی و محرمانه با دولت‌ها و مقامات محلی همکاری کنند؛ مگر با نظارت مرجع نظارتی و در موارد خاص و تعریف شده.

۴- در ارائه خدمات به کاربران، میان ادیان، قومیت‌ها، دولت‌ها و گروه‌های مختلف تبعیض قایل شوند.

کاربران:

کاربران شبکه‌های اجتماعی باید:

۱- به‌خاطر داشته باشند که به‌طور کلی پایبندی به اصول اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی، عمدتاً از همان اصول متعارف اخلاقی در زندگی واقعی پیروی می‌کند.

۲- به‌خاطر داشته باشند که محیط اینترنت دارای حافظه بلند مدت است و صرفاً حذف اطلاعات از روی پروفایلشان لزوماً به معنای معدوم شدن اطلاعات شخصی آنان نیست، از این رو به‌هنگام ارسال اطلاعات شخصی به این موضوع توجه کافی داشته باشند.

۳- از همه تنظیماتی که شبکه‌های اجتماعی برای حفاظت از اطلاعات شخصی و محرمانه در اختیارشان قرار می‌دهد، استفاده کنند. (مانند:

(Privacy Check-up)

۴- افرادی که امنیت و آسایش آنها را به هم می‌زنند، بلاک کنند.

- ۵- با بکار بستن اصول تنظیمات امنیتی شبکه های اجتماعی، امنیت و آسایش خود و دیگر کاربران را فراهم کنند.
- ۶- در تولید، انتشار و باز نشر محتوا، از قانون کپی رایت (حقوق مالکیت فکری) تبعیت کنند.
- ۷- در قبال آسیب های بوجود آمده از تولید، انتشار و باز نشر محتوا مسئولانه برخورد کنند.
- ۸- در بیان مطالب و نظرات خویش، پیرامون محتوای دیگر کاربران، با احترام برخورد کرده و از اهانت به دیگران پرهیز کنند.
- ۹- از محتوای مطالب باز نشری آگاهی کامل داشته باشند.
- ۱۰- اطلاعات واقعی خویش (اعم از اسم، ایمیل، سال تولد، نام کشور و ...) را جهت ایجاد حساب کاربری و ورود به شبکه های اجتماعی وارد کنند. آنها باید از انتخاب هرگونه هویت مستعار یا جعلی برای خود دوری کنند.
- ۱۱- از تعامل با کاربرانی که هویت واقعی خود را بروز نمی دهند، اجتناب کنند.
- ۱۲- از ایجاد پروفایل های شخصی و حساب های کاربری برای اشخاص دیگر پرهیز کنند.
- ۱۳- برای هر گونه فعالیت اقتصادی و تجاری در شبکه های اجتماعی با هویت واقعی خود اقدام کنند.
- ۱۴- از تولید، انتشار و باز نشر هر محتوایی (اعم از متن، فیلم، صوت و عکس) علیه مقدسات ادیان بخصوص ادیان ابراهیمی اجتناب کنند.
- ۱۵- از تولید، انتشار و باز نشر و استفاده از هر محتوایی (اعم از

متن، فیلم، صوت و عکس) که مُنافی عفت و اخلاق عمومی باشد مانند اشاعه فحشا و انحرافات جنسی دوری کنند. ۱۶- در تولید، انتشار و بازنشر مطالب و نظرات خویش، صادقانه، مُستند، محترمانه، آگاهانه و مسئولانه اقدام کنند.

کاربران شبکه های اجتماعی نباید:

۱- حتی الامکان اطلاعات شخصی و محرمانه و عکس ها و فیلمهای خصوصی خود را بر روی شبکه های اجتماعی قرار دهند. ۲- اطلاعات شخصی و محرمانه دوستان (Friends) خود یا دیگر اعضای شبکه های اجتماعی را افشا کنند.

۳- نباید اطلاعات شخصی و محرمانه افراد حقیقی یا حقوقی خارج از شبکه های اجتماعی را در شبکه های اجتماعی منتشر کنند.

۴- به هر طریقی برای دسترسی به اطلاعات محرمانه و شخصی دیگر کاربران تلاش کنند.

۵- از هیچ قابلیت در شبکه های اجتماعی مانند: درخواست دوستی، ارسال پیام خصوصی، پوک کردن، لایک زدن و ... برای کاربران دیگر مزاحمت ایجاد کنند.

۶- محتوایی (اعم از متن، فیلم، صوت و عکس) را جهت تهدید یا ارباب کاربران دیگر و یا افرادی که خارج از شبکه های اجتماعی هستند، منتشر کنند.

۷- به انتشار، توزیع، معامله و در دسترس قرار دادن داده‌ها یا نرم‌افزارهایی پردازند که صرفاً برای برهم زدن امنیت و آسایش

کاربران اینترنتی و بویژه شبکه های اجتماعی بکار می روند.
۸- به تولید، انتشار و بازنشر محتوای کاذب و خلاف واقع و همچنین شایعات اقدام کنند.

۹- از فضای شبکه های اجتماعی برای راه اندازی اعمال مجرمانه مانند کلاهبرداری، سرقت، قتل و ... در جامعه استفاده کنند.

دولتها:

احکام اخلاقی شبکه های اجتماعی برای دولتها همان احکام عام اخلاقی فضای مجازی است.

۱۰. حقوق و وظایف دست اندرکاران فضای مجازی

الف - سیاست گذاران:

وظایف و حقوق سیاستگذاران فعالیتهای مختلف در فضای مجازی: سیاستگذاران فضای مجازی، وظایف و حقوقی همچون هر شهروند دیگری دارند اما به علت فعالیت خاصی که در فضای مجازی دارند وظایف و حقوق دیگری دارند که به شرح ذیل می توان بیان نمود: حقوق سیاستگذاران:

- آنها حق دارند سیاست های خود را بگونه ای تنظیم کنند که برای کسانی که از مرامنامه اخلاقی عدول می کنند محدودیتهایی وضع کنند. بهتر است آنها همواره، در ابتدای کار، موضوع پایبندی به مرامنامه اخلاقی را از طراحان و مالکان و کاربران در یک تعهد نامه خواسته و برای آنانکه خلاف آن رفتار می کنند، مجازاتی تعیین کنند.

متناسب با نوع بی توجهی به مرامنامه اخلاقی وضع کنند. بدیهی است این تعهد نامه باید بگونه ای تنظیم گردد تا هریک از دست اندرکاران بخوبی بتوانند به مفاد آن پی ببرند؛ و با توضیحات لازم صرفاً از تنظیم قرارداد های فنی حقوقی که توسط سایر دست اندرکاران به سادگی فهم نمی شود خودداری کنند.

- آنها حق دارند سیاستهای خود را بگونه ای تنظیم نمایند تا فضای مجازی برای قشر خاصی از کاربران (اعم از سن، جنس، دین، سطح سواد، شغل) مورد استفاده قرار گیرد. بدیهی است این محدودیتها باید توجیه لازم را داشته باشد تا باعث تبعیض های نابجا (همچون تبعیض جنسی بی مورد، تبعیض نژادی و غیره) نگردد که در آن صورت، این حق از آنها ساقط می گردد.
- آنها حق دارند در هر وقتی که متوجه عواقب نامناسب و غیر قابل پیش بینی فضای مجازی برنامه ریزی شده گردند نسبت به تغییر سیاستهای خود برای مالکان و طراحان و کاربران در هر موقعیتی اقدام کنند.
- سیاست گذاران موظف هستند در صورتی که فضای برنامه ریزی شده صرفاً در یک بازه زمانی و یا موقعیتی دیگر (همچون محدودیت زمانی استفاده از یک سرور خاص و محدودیت های مالی و محدودیت های حجم استفاده از فضا) قابل استفاده باشد، این محدودیتها را به اطلاع کاربران و سایرین برسانند تا موجب ضرر و زیان ذینفعان نشود. آنها در صورت اطلاع رسانی مناسب از این محدودیتها در ابتدای کار حق اعمال این گونه محدودیتها را دارند.

- آنها حق دارند که از کلیه امتیازاتی که در اثر سیاستگذاریهایی آنها بوجود می آید برخوردار گردند و برای استفاده از آن سیاست ها از استفاده کنندگان تقاضای مابازاء مالی یا غیر مالی بنمایند.
- آنها حق دارند از کسانی که بدون مجوز آنها از طرحهای بدیع آنها استفاده می کنند به محاکم قضایی شکایت برند و این محاکم نیز باید برای اینگونه موارد مجازاتهایی متناسب با نوع نقض مالکیت آنها تنظیم و اعمال نمایند.
- آنها وظیفه دارند عواقب سیاست خود را مورد بررسی اخلاقی قرار دهند و در صورتی که احتمال بروز پیامد های نادرست اخلاقی قابل توجه باشد در سیاستهای خود تجدید نظر کنند تا آن سیاست ها باعث بروز مشکلات اخلاقی خواسته یا ناخواسته نگردد. سیاستگذاران باید نشان دهند که این بررسی ها را انجام داده اند.

ب- طراحان فضای مجازی:

طراحان فضای مجازی گذشته از وظایفی که برای انجام دستورهایی اخلاقی پیدا می کنند، دارای حقوق و وظایف دیگری به شرح ذیل هستند:

- طراحان حق دارند در انتخاب کارفرمای خود آزاد باشند و بتوانند در مواقعی که به هر دلیلی نمیخواهند برای کارفرمایی ارائه خدمات بدهند از ابتدا با آن قرارداد امضا نکنند.
- آنها حق دارند از حقوق مادی و معنوی طراحی خود بهره ببرند، و در قبال نقض کنندگان حقوقشان، از آنها در

محاکم قضایی شکایت کرده و حقوق خود را اخذ کنند.

- آنها حق دارند اگر سیاستهای سیاست گذاران با اصول اخلاقی مربوطه تضاد پیدا کرد به این سیاست گذاران اعلام نموده و در صورت استنکاف آنها از تغییرات لازم، قرارداد خود را بطور یکجانبه فسخ نمایند.
- آنها حق دارند طراحی سایت را بگونه ای انجام دهند که مالکان سایت فقط در محدوده وظایف اخلاقی شان از امکانات سایت بهره ببرند. آنها حق دارند در قبال درخواست های غیر اخلاقی مالکان سایتها ایستادگی کرده و از بر آوردن درخواست آنها، بدون نیاز به اخذ مجوز از آنان، استنکاف کنند.
- آنها حق دارند طراحی های خود را بگونه ای انجام دهند که حریم خصوصی افراد، بالاترین محافظت را پیدا کند و محرمانگی و حفظ حقوق کاربران و مالکان را در نظر بگیرند. آنها حق دارند طراحی سایت را بگونه ای انجام دهند که مالکان و کاربران و دولتها مجبور به رعایت وظایف اخلاقی شان گردند.
- آنها حق دارند که طراحی های خود را بگونه ای انجام دهند که در صورت استفاده غیر اخلاقی توسط کاربران و مالکان، موضوع بطور خودکار به مراجع پلیسی و قضایی ذیربط انتقال یابد.
- آنها نه تنها وظیفه دارند کلیه دستورهای اخلاقی مربوط به خود را رعایت کنند بلکه هرگونه اقدامی که بتواند حتی المقدور مالکان و کاربران و دولتها را در تبعیت از وظایف اخلاقی شان مساعدت کند انجام دهند.
- آنها موظف هستند که با صداقت هرگونه نقص و کاستی و

محدودیت یا اشکال احتمالی در طراحی شان را در هر زمان که به آن علم پیدا می کنند به اطلاع ذینفعان برسانند.

- آنها حق دارند از امنیت حرفه ای در مواقع شکایات و اتهامات برخوردار باشند و در مواقع شکایات واهی و یا اتهامات بی اساس از حمایت قانونی برخوردار گردند.

ج- مالکان فضای مجازی:

مالکان فضای مجازی گذشته از وظایفی که برای انجام دستورهای اخلاقی پیدا می کنند دارای حقوق و وظایف دیگری به شرح ذیل هستند:

- مالکان فضای مجازی حق دارند از حقوق مادی و معنوی سایه متعلق به خود بهره ببرند و در قبال نقض کنندگان حقوقشان از آنها در محاکم قضایی شکایت کرده و حقوق خود را اخذ کنند.
- آنها حق دارند اقداماتی انجام دهند تا فضای مجازی متعلق به آنان برای قشر خاصی از کاربران (اعم از سن، جنس، دین، سطح سواد، شغل) مورد استفاده قرار گیرد. بدیهی است این محدودیتها باید توجیه لازم را داشته باشد تا باعث تبعیض های نابجا (همچون تبعیض جنسی بی مورد، تبعیض نژادی و غیره) نگردد که در آن صورت این حق از آنها ساقط می گردد.
- آنها حق دارند نسبت به ممانعت از استفاده کاربران که وظایف اخلاقی کاربران را رعایت نمی کنند اقدام کنند؛ و از آنها در موارد ضرر و زیان در محاکم قضایی شکایت کنند. در این زمینه در قبال زیانهای

که از قطع ارتباط آن کاربران ایجاد می شود مسئولیت نخواهند داشت.

- حق دارند از کلیه امتیازاتی که در استفاده از سایت آنها بوجود می آید برخوردار گردیده و برای استفاده، از استفاده کنندگان تقاضای مابازاء مالی یا غیر مالی بنمایند.
- آنها حق دارند از دولتها بخاطر عدم رعایت وظایف اخلاقی شان در قبال آنها شکایت کرده، و محاکم قضایی باید در این زمینه دولتها را مجبور به پای بندی به محدوده اخلاقی شان بنمایند و دولتها باید هرگونه زبانی که بدین جهت برای مالکان سایتها بوجود می آید جبران نمایند.
- آنها حق دارند تدابیر خاصی را در احراز هویت واقعی افراد و شخصیت‌های معروف هنری، سیاسی، ورزشی و ... در نظر بگیرند.
- مالکان سایتها حق دارند در کنار خدماتی که ارائه می دهند به تبلیغات، در محدوده مجاز اخلاقی پردازند. ولی باید این موضوع را از پیش به کاربران اعلام نمایند و بهتر آن است که ترتیبی اتخاذ کنند تا کاربران بتوانند تبلیغات را دریافت نکنند.
- آنها حق دارند از کلیه سوابق طراحان که در تهیه سایتشان لازم است اطلاع پیدا کنند و طراحان باید کلیه اطلاعات لازم را صادقانه در اختیار آنها قرار دهند.
- آنها حق دارند از سیاستهای پنهان سیاستگذاران که احتمال ضرر برای آنها داشته باشد اطلاع حاصل کنند و سیاست گذاران باید این اطلاعات را در اختیار آنها قرار دهند.
- آنها حق دارند نسبت به رازداری طراحان و سیاستگذاران

و رعایت حریم خصوصی شان اطمینان حاصل کنند.

- آنها موظف هستند توجه ویژه‌ای به حقوق خاص اقشار آسیب پذیر و یا با محدودیتهای خاص (همچون کودکان و معلولان و ..) داشته باشند.
- آنها حق دارند از امنیت حرفه ای در مواقع شکایات و اتهامات برخوردار باشند و در مواقع شکایات واهی و یا اتهامات بی اساس از حمایت قانونی برخوردار گردند.
- مالکان سایتها حق دارند تنظیمات مطمئنی را برای احراز هویت واقعی کاربران اعمال نمایند.

د- کاربران:

کاربران فضای مجازی گذشته از وظایفی که برای انجام دستورات اخلاقی پیدا می کنند دارای حقوق و وظایف دیگری به شرح ذیل هستند:

- کاربران حق دارند از حقوق مادی و معنوی مربوط به فعالیتهای خود در سایت بهره ببرند و در قبال نقض کنندگان حقوقشان از آنها در محاکم قضایی شکایت کرده و حقوق خود را اخذ کنند.
- آنها حق دارند از مالکان سایتی که بدون اجازه از نتیجه فعالیتهای آن استفاده نموده اند و آن را در اختیار کسان دیگر قرار داده اند شکایت نمایند و تمامی حقوق ضایع شده را مطالبه نمایند.
- آنها تنها در صورتی حق دارند که با مشخصاتی غیر از مشخصات خود از فضای مجازی استفاده کنند که بطور روشن اعلام

کرده باشند که این مشخصات مشخصات واقعی آنها نیست.

- آنها حق استفاده از حریم خصوصی خود را دارند و حق دارند نسبت به سیاستگذاران یا طراحان یا مالکانی که این حریم خصوصی را رعایت نمایند در محاکم قضایی شکایت کنند.
- کاربران حق دارند از دولتها بخواهند برای تامین امنیت اقتصادی، فکری، معنوی و اجتماعی راهکارهای عملی داشته باشند و در صورت کاستی و کاهلی دولتها، نسبت به شکایت از دولتها در محاکم قضایی اقدام نمایند.
- کاربران حق دارند از دست اندرکاران فضای مجازی امکانات فیلترینگ را برای اقشار آسیب پذیر مخصوصا کودکان مطالبه کنند و دولتها موظفند انواع امکانات را برای انواع محدودیت های استفاده رده های اجتماعی مختلف تهیه کرده و در اختیار مالکان و تامین کنندگان اینترنت برای مردم و مشترکان قرار دهند.
- کاربران حق دارند ارتقاء سواد دیجیتال را از دولتها مطالبه کنند و دولتها موظف هستند اقدامات عملی برای بسط سواد دیجیتال بنمایند.
- کاربران حق دارند به کلیه اطلاعات جهانی که در محدوده اخلاق فضای مجازی است دسترسی پیدا کنند. دولتها نمی توانند بخاطر مصالح خاص مانع دستیابی کاربران به اندیشه جهانی گردند بلکه صرفا می توانند در مواردی که مغایر با احکام اخلاقی دست اندرکاران سایتهاست ممانعت هایی وضع نمایند.
- کاربران حق دارند کسانی را که نمی خواهند به هر دلیلی با آنها ارتباط برقرار کنند یا از آنها مطلبی دریافت کنند، بلاک کنند و حق

- دارند از آن افراد بخواهند شماره موبایلشان را از لیست موبایلپایشان حذف کنند تا بار دیگر برای آنها مطالب ناخواسته ارسال نگردد.
- کاربران حق دارند اگر علاقه به دریافت مطلب از جانب شخص دیگر نداشته باشند، به او اعلام نمایند و فرستنده نباید برای او دیگر مطلبی یا عکس‌عملی ارسال کند.
- کاربران حق دارند از هرگونه تغییری که در سایت ایجاد می‌شود اطلاع پیدا کنند و طراحان و سیاستگذاران موظف هستند این نوع اطلاعات را در اختیارشان قرار دهند.
- آنها حق دارند افرادی که امنیت و آسایش آنها را به هم می‌زنند، بلاک کنند.
- کاربران حق دارند به عوارض احتمالی استفاده از فضای مجازی بخصوص اطلاع پیدا کنند و مالکان سایتها باید آن را در حد درک عموم در اختیار آنها قرار دهند.
- کاربران حق دارند در هر زمان که خواستند ارتباط خود را با یک فضای مجازی قطع کنند و دچار هیچ محدودیتی از این بابت نشوند.
- کاربران حق دارند جهت حفظ حریم شخصی خود از محرمانه ماندن اطلاعات مربوط به خود که در معرض دید عمومی قرار نداده اند جز در مواردی که بر اساس وظایف قانونی از جانب دولتها صورت می‌گیرد، اطمینان حاصل نمایند.
- کاربران حق دارند دسترسی آسان به نظام کارآمد شکایات داشته باشند و از مراحل رسیدگی به شکایاتشان اطلاع یابند.

• آنها حق دارند از مالکان فضاهای مجازی بخواهند اطلاعات ارسالی شان بر پایه‌ی صداقت، انصاف، ادب و همراه با مهربانی باشد.

• کاربران حق دارند در ابتدای ورودشان در فضای مجازی از منشور حقوق خود اطلاع لازم پیدا کنند و هرگونه محدودیتی که برای اқشار آسیب پذیر در استفاده از سایتها وجود داشته باشد بوضوح اطلاع حاصل کنند.

• آنها حق دارند در صورت تغییر مفاد توافقنامه بین آنها و مالکان در اولین فرصت و بنحو کاملاً شفاف از این تغییرات اطلاع پیدا کنند. همچنین آنها حق دارند در صورتی که اطلاعاتی کاذب دریافت کردند در اولین فرصت که این امر روشن می شود نسبت به کذب بودن اطلاعات آگاهی پیدا کنند.

ه- دولتها

دولتها گذشته از وظایفی که برای انجام دستورهای اخلاقی پیدا می کنند دارای حقوق و وظایف دیگری به شرح ذیل هستند:

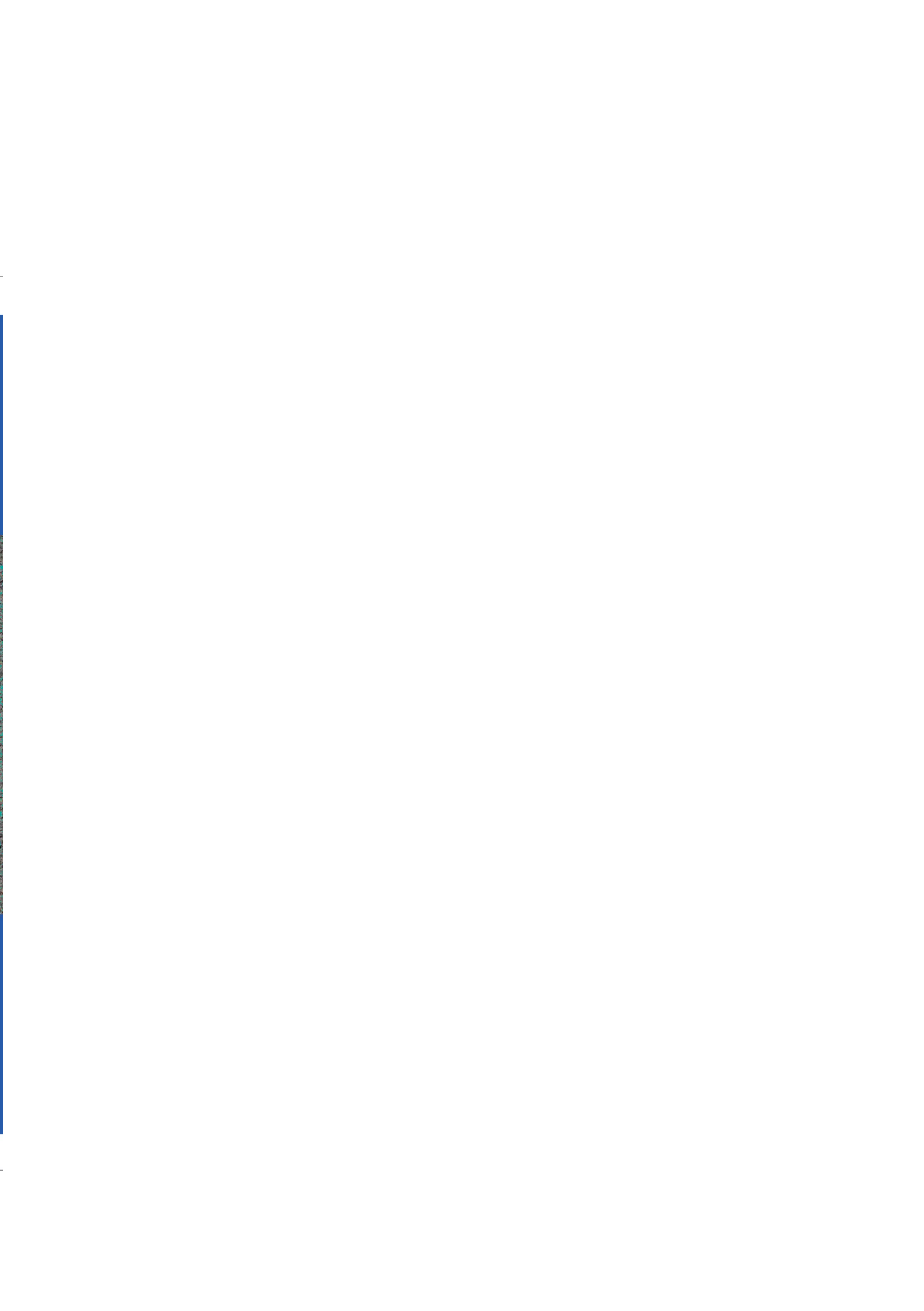
• دولتها حق دارند سایتهایی که وظایف اخلاقی شان را انجام نمی دهند محدود نموده و نهایتاً مانع ادامه فعالیت آنها گردند.

• دولتها حق دارند کسانی را که حریم خصوصی کاربران یا مالکان را رعایت نمی کنند، حتی در صورتی که کاربران شکایتی از نقض حریم خصوصی شان نداشته باشند، به محاکم قضایی معرفی کنند.

• دولتها حق دارند هرگونه اقدام نرم افزاری که برای شناخت کاربران و مشخصات آنها لازم است انجام دهند تا صرفاً در

شرایطی که کاربران یا طراحان و مالکان سایتها از وظایف اخلاقی شان عدول کرده اند نسبت به اعلام جرم علیه آنها اقدام نمایند تا فضای مجازی دچار آلودگی های اخلاقی نگردد. بدیهی است هرگونه اقدام برای مطلع شدن از حریم خصوصی افرادی که در معرض خطایی نیستند برای آنها ممنوع است؛ و در صورتی که به ناچار به آن اطلاع پیدا می کنند تمامی هم خود را برای حفظ آن قرار دهند، و از خدشه دار شدن حریم خصوصی افراد چه توسط کسانی که به این نرم افزارها دسترسی دارند یا سایر افراد اقدامات پیشگیرانه انجام دهند.

- دولت‌ها موظف هستند تا تضمین کننده امنیت مادی و معنوی کاربران و مالکان سایتها باشند؛ و کسانی که مخل امنیت باشند را رصد کرده و بر طبق قانون واکنش لازم را علیه آنها انجام دهند.
- دولت‌ها حق دارند برای هرگونه حضور در فضای مجازی کشور مقرراتی وضع کرده و نسبت به اخذ عوارض از مالکان سایت‌های خارجی اقدام کنند. آنها موظف هستند که حقوق ملت را در این زمینه لحاظ کرده و متناسب با آن اقدام عملی بنمایند.
- دولت‌ها موظف هستند تمامی بسترهای لازم را برای دسترسی احاد کشور به اینترنت فراهم نمایند. آنها حق دارند برای تقویت شبکه های داخلی، تعرفه هایی برای سایت‌های خارجی اعمال نمایند یا تسهیلات بیشتری همچون پهنای باند بیشتر برای سایت‌های داخلی قائل شوند. این اقدامات نباید مانع جریان آزاد اندیشه و دسترسی به اطلاعات جهانی گردد.



منابع



(منابعی که از آنها بطور مستقیم و یا غیر مستقیم در تنظیم این متن استفاده شده است)

ابراهیمی، یاسر؛ نیستانی، زهرا (گردآورندگان و مترجمان) (۱۳۹۱) منشورهای اخلاقی در عرصه فن آوری اطلاعات و ارتباطات؛ قم: دانشگاه قم؛ تهران: شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیرخانه امامی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۲) بایسته‌ها و نبایسته‌های اخلاقی: (سبک اخلاق اسلامی در فضای مجازی)؛ اصفهان: نشر دارخوین.

آیت‌اللهی، حمیدرضا (۱۳۸۳) «تاثیر بستر دینی در پیشرفت علم» در مجله پژوهش‌های فلسفی کلامی، فصلنامه دانشگاه قم، سال چهارم شماره اول، بهار ۱۳۸۳، صص ۶۵-۷۵

پارتازیان، کامبیز (۱۳۸۸) نگاهی به تاثیرات اینترنت و فضای مجازی بر روند دین‌داری و برایش داود میرزایی مقدم؛ تهیه و تنظیم موسسه دارالمعارف؛ قم: دارالمعارف.

پالمر، مایکل (۱۳۸۵) مسائل اخلاقی، ترجمه علی رضا آل بویه، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

پایا، علی (۱۳۸۷) فناوری، فرهنگ و اخلاق؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

ترلو، کریسپین؛ لنگل، لورا؛ تومیک، آلیس (۱۳۸۸) ارتباطات کامپیوتر-واسط (CMC): تعاملات اجتماعی و اینترنت؛ ترجمه سروناز تربت، تهران: جامعه‌شناسان.

ثقه‌الاسلامی، علیرضا (۱۳۸۸) چالش‌های اخلاقی در عصر اطلاعات: جستارهایی در اخلاق اطلاعات؛ تهران: چاپارهما را.

ثقه‌الاسلامی، علیرضا (ویراستار و ترجمه) (۱۳۹۱) چکیده مقالات؛ قم: دانشگاه قم؛ تهران: شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیرخانه.

جانسون، دیورا جی؛ میلر، کیث دلبیو (۱۳۹۲) اخلاق رایانه: تجزیه و تحلیل فناوری اطلاعات مترجمان ایمان آقابابایی، علیرضا ثقه‌الاسلامی و پیمان لولوئیان؛ به سفارش دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسان؛ قم: دانشگاه قم.

جعفری، نسیم؛ اعتمادی، عذرا؛ عاصمی، عاصفه (۱۳۹۰) خانواده و آسیب رسانه‌ای: رایانه و اینترنت؛ اصفهان: آموخته.

جمعی از نویسندگان (۱۳۹۱) مسائل اخلاق فن‌آوری اطلاعات در روایات اسلامی؛ قم: دانشگاه قم؛ تهران: شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیرخانه.

جوادی آملی (۱۳۸۴) حق و تکلیف در اسلام، قم: مرکز نشر اسراء

جوادی، محسن (۱۳۸۸) پژوهشنامه اخلاق و فناوری اطلاعات؛ تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

جهانگیر، عیسی (۱۳۸۹) شیعه در فضای سایبر: رویکردی اجتماعی؛ قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، مرکز انتشارات.

چاوشی، روح‌اله (۱۳۹۲) به دنیای مجازی خوش آمدید؛ قم: دانشگاه قم؛ تهران: شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیرخانه.

حبیبیان، روح‌الله (۱۳۹۲) کلیک‌های مثبت و منفی، مشهد: آستان قدس رضوی.

حسین‌زاده ثانی، نازیلا (۱۳۹۰) دختران، اینترنت (والدین - مدرسه - جامعه)؛ مشهد: ضریح آفتاب.

حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۲) تلفن همراه، آسیب‌ها و راه‌حل‌ها، قم: عطر یاس.

خانی جزنی، جمال (۱۳۸۵) اخلاق و فناوری اطلاعات؛ با همکاری مرکز تحقیقات مخابرات ایران؛ تهران: بقیه.

خانی جزنی، جمال (۱۳۸۸) آداب فضای مجازی؛ تهران: سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران.

دربیگی، بابک (ویراستار) (۱۳۷۹) چالش‌های حقوقی، اخلاقی و اجتماعی فضای رایانه‌ای؛ گروه مترجمان احمد حمزه‌لوئی... و دیگران؛ تهران: خانه

کتاب،.

دریس، لیلا (۱۳۹۰) فرهنگ پدیده‌ها: ماهواره، اینترنت، تلفن همراه؛ با همکاری اداره آموزش و پرورش شهرستان نجف آباد؛ نجف‌آباد: انصار الامام المنتظر (عج).

دهقانی‌پور، راحله (۱۳۹۱) حکم فقهی و حقوقی ارتباط زن و مرد نامحرم در فضای مجازی؛ تهران: پلیکان.

رجبی، اکرم (۱۳۹۱) نقض حریم خصوصی در فضای سایبری؛ تهران: آرمان رشد.

رحمتی، حسینیعی (گردآورنده) ۶۶-۱۳۹۲) مآخذشناسی اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات (منابع فارسی)؛ به سفارش دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی. قم: دانشگاه قم.

رشادیان، خلیل (۱۳۹۱) دانش‌نامه اخلاق اطلاعاتی و امنیتی؛ مشهد: سبحان توس.

ریچلر، جیمز (۱۳۸۷) فلسفه اخلاق ترجمه آرش اخگری، تهران: انتشارات حکمت

رینالدر، جورج‌دابلویو (۱۳۹۲) اصول اخلاقی در فناوری اطلاعات (اخلاق حرفه‌ای) ترجمه میثم محمدپور، ویراست سوم، بابل: علوم رایانه.

سبحانی، جعفر (۱۳۷۹) مدخل مسائل جدید در علم کلام، قم: موسسه امام صادق (ع)

سبحانی، جعفر (۱۳۸۱) حسن و قبح عقلی یا پایه‌های اخلاق جاودان، قم: موسسه امام صادق (ع)

سیدسعادت، فهیمه (۱۳۹۱) هنجارهای اخلاق اسلامی در حریم خصوصی فضای مجازی؛ [به سفارش] دانشگاه هنر اسلامی تبریز؛ تبریز: فروغ آزادی.

شبییری، فاطمه (۱۳۸۷) راهنمای والدین در استفاده فرزندان از رایانه؛ تهران: ریاست جمهوری، مرکز امور زنان و خانواده.

شبییری، فاطمه (۱۳۸۷) رایانه در خانه؛ تهران: سپیدبرگ.

شعاع‌کازمی، مهرانگیز؛ مومنی‌جاوید، مهر‌آور (۱۳۹۱) آسیب‌های اجتماعی (نوپدید) با تاکید

- بر تئوری‌های زیربنایی و راهکارهای مقابله‌ای، تهران: آوای نور.
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۰) (سرورباستار) فضای مجازی، ملاحظات اخلاقی، حقوقی و اجتماعی؛ برگزار کننده موسسه مطالعات آمریکای شمالی و اروپای دانشگاه تهران، مرکز پژوهش سیاست‌های فضای مجازی دانشگاه تهران؛ تهران: دانشگاه تهران، موسسه انتشارات.
- شکوفیان، شهرام (۱۳۹۱) اخلاق حرفه‌ای (فناوری اطلاعات): تهران وینا
- شکوفیان، شهرام؛ یزدان دوست، آریتا؛ کاتب، مجتبی (۱۳۹۲) اخلاق حرفه‌ای، تهران: وینا، ۱۳۹۲.
- شهریاری، حمید (۱۳۸۸) اخلاق فناوری اطلاعات، قم: دانشگاه قم.
- صفربیگی، حمزه (۱۳۹۲) از مجاز تا واقعیت، تهران: ایران فرهنگ.
- طباطبایی، محمدحسین (بی تا) فرازهایی از اسلام، تهران: جهان آرا
- الطوسی، نصیرالدین (۱۳۶۷) کشف المراد فی شرح تجرید الاعتقاد، قم: انتشارات شکوری
- عاطف، تورج (۱۳۹۲) رفیق اینترنتی (پنجره‌ای رو به هیچ) تهران: آمه.
- فرامرز قرا ملکسی، احد؛ درخشانی، لعبت؛ رضایی شریف آبادی، سعید (۱۳۹۰) اخلاق حرفه‌ای در کتابداری و اطلاع رسانی تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی.
- فرانکنا، ویلیم کی (۱۳۸۵) فلسفه اخلاق، ترجمه هادی صادقی، چ ۲، قم: کتاب طه.
- کاتب، مجتبی (۱۳۹۲) اصول و مبانی اخلاق حرفه‌ای، تهران: وینا.
- کاظمی، احسان و دیگران (۱۳۹۲) زندگی در فضای مجازی: جنبه‌های روانی/اجتماعی اینترنت؛ اصفهان: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان، معاونت پژوهشی.
- کرم‌اللهی، نعمت‌الله (۱۳۹۰) اینترنت و دین‌داری، قم: بوستان کتاب قم.
- کوپیر، ال (۱۳۸۸) اینترنت و کمین اخلاقی: نیمه پنهان قدرت ترجمه حمید مرتضوی، تهران: دانژه.

لنک، کریستین؛ هوپ، نیلز؛ اندورنو، روبرتو (ویراستاران) (۱۳۹۱) اخلاق و حقوق مالکیت فکری (مباحث جاری در حوزه سیاست‌گذاری، علم و تکنولوژی) ترجمه ارمنان عبیری، تهران: میزان.

مشکینی، علی (۱۳۸۳) درس‌هایی از اخلاق، ترجمه حسین استاد ولی، قم: انتشارات الهدی

مصباح، مجتبی (۱۳۸۴) بنیاد اخلاق، قم: انتشارات موسسه امام خمینی (ره)

مصباح‌فر، علیرضا (۱۳۹۰) آداب استفاده از تلفن همراه و رایانه؛ یزد: تیک.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۲) فلسفه اخلاق، قم: بنیاد ۱۵ خرداد

مطهری، مرتضی (۱۳۸۲) عدل الهی، تهران: انتشارات صدرا

ملکان، لیلا (۱۳۸۹) مسایل اخلاقی و اجتماعی در فناوری اطلاعات تهران: اتحاد: آتی‌نگر.

منطقی، مرتضی (۱۳۸۸) چت‌روم‌های ایرانی، جوانان و اولیاء؛ تهران: جهاد دانشگاهی، واحد تهران.

میرباقری، سیدمحمد مهدی (۱۳۹۲) نگاهی بنیادین به نسبت اخلاق و فن‌آوری اطلاعات؛ قم:

نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها، دفتر نشر معارف.

میکاپیلی، جعفر (۱۳۹۰) دنیای مجازی: بررسی آثار مخرب اینترنت؛ به سفارش معاونت

فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران؛ تهران: موسسه فرهنگی هنری شهرداری

تهران، موسسه نشر شهر.

میگاکیزا، جوزف (۱۳۹۲) مسایل اخلاقی و اجتماعی در عصر اطلاعات؛ مترجم رضا بخشایش؛

به سفارش دبیرخانه شورای عالی اطلاع‌رسانی؛ قم: دانشگاه قم.

هانی، سیدحسین (۱۳۹۱) اخلاق و فناوری اطلاعات (۷) پنج کتاب در پنج مقاله، قم: دانشگاه

قم و شورای عالی اطلاع‌رسانی، دبیرخانه.

Code of Ethics for Virtual Space

A Bloggers' Code of Ethics, Society of Professional Journalists Code of Ethics, <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

ACS (Australian Computer Society) Code of Ethics, https://www.acs.org.au/_data/assets/pdf_file/7835/0005/Code-of-Ethics.pdf.

American Institute for Constructors, the AIC Code of Ethics, <http://www.professionalconstructor.org/?page=Bylaws>

API Code of Ethics, The Australian Property Institute, http://www.api.org.au/assets/media_library/218/000/000/original.pdf?1315789593,

Astromech Company Ethics for Web Design.

CAI Code of Ethics, http://courses.ncsu.edu:8020/classes-a/computer_ethics/

Can you improve your code of ethics? Craig Branson, American Society of Newspaper Editors, <http://www.asne.org/index.htm>

Chat Etiquette, By Jody-Ann Beelby <http://im.about.com/od/acronyms/a/acronyms.htm>

Christian Internet Code of Ethics, <http://www.naznet.com/index>

CIPS Code of Ethics and Professional Code of Conduct (Canada's Association of Information Technology (IT) Professionals), www.cips.ca/ethics.

Code of Ethics and Conduct for TLA (The Lost Art), By Wingnut Jones in

The Lost Souls TLA, <http://the-lost-art.com/code-of-ethics/>
Code of Ethics and Professional Conduct, Project Management Institute.
Code of Ethics for Bloggers, Social Media and Content Creators, <http://mor10.com/code-of-ethics-for-bloggers-social-media-and-content-creators/>
Code of Ethics for Web Design, Julie Denise Underwood, 2008.
Code of Ethics of The University of Southern California, March 2004 ,28, https://about.usc.edu/files/07/2011/USC_Code_of_Ethics_2004.pdf
Computer Ethics Policy, Georgia State University, March 1995 ,6, <http://courses.cs.vt.edu/professionalism/WorldCodes/GSU.html>
Email Ethics and Good Practice- A Sample Policy, Lynmar Solutions Limited, Lynmar Computer Solution, www.lynmarsolutions.co.uk
Email Ethics, Prof. Simon Rogerson, February 2000, Centre for Computing and Social Responsibility, De Montfort University, <http://www.ccsr.cse.dmu.ac.uk/resources/general/ethicol/Ecv10no1.pdf>
Email Etiquette & Ethics, Nelly Bava, <http://www.citehr.com/-40817-email-etiquette-ethics.html#ixzz33ZLFr08p>
Ethical Code of the Bulgarian Media, National Council for Journalistic Ethics, November 2004, http://ethicnet.uta.fi/bulgaria/ethical_code_of_the_bulgarian_media
Ethical Framework for Web Design, RJM Web Design, <http://www.>

rjmwebdesign.com/web-design-ethics.php.

Ethics & Web Design, <http://www.dcnicholls.com/code.html>

Ethics, E-mail, and the Counselling Profession, By Dan L. Mitchell and Lawrence J. Murphy, Therapy Online, www.therapyonline.ca

Excite Media's Code of Ethics, Web Designers | Graphic Design | Search Engine Marketing Brisbane, <http://www.excitemedia.com.au/Code-of-Ethics-pg14844.html>

Immediate Media Co. Website Code of Conduct, : October 2013, <http://www.immediate.co.uk/website-code-of-conduct/>

Internet & E-mail Code of Conduct Policy, February 2001.

Internet Code of Ethics, Public Library Colchester <http://lovemylibrary.ca/policies/internet-code-of-ethics/>

On Codes of Ethics for Web Design, James K. Harris, Georgia Southern University

Professional Ethics for Freelance Web Design Jobs, CV Tips, <http://www.cvtips.com/career-success/professional-ethics-for-freelance-web-design-jobs.html>

Search Engine Optimization Code of Ethics, Grimnes & Associates, of Bruce Clay LLC, <http://www.grimnes.com/codeofethics.aspx>

Simon Rogerson, Ben Fairweather, Steve McRobb, New Code of Ethics, Febuary 2001, <http://www.ccsr.cse.dmu.ac.uk>

Ten Commandments of computer ethics, by the Computer Ethics Institute, http://www.ccsr.cms.dmu.ac.uk/resources/professionalism/codes/cei_command_com.html

The Code of Ethics of the Albanian Media Association of Professional Journalists of Albania, 2006.. <http://ethicnet.uta.fi/country/albania>

The Ethics of Email Amongst Colleagues: A Manifesto, March 2012 ,24 by Mike Langlois, LICSW

The Polish Journalists' Association (SDP), Media Ethics Charter. Wes Morgan, Network Computing Policy, http://ethicnet.uta.fi/poland/media_ethics_charter.

The Power of Email, The Art of Successful & Efficient Office Communication.

The Site Code of Ethics, Society for Incentive Travel Excellence, <http://www.siteglobal.com/p/cm/ld/fid=25>

The Visualscope LLC Code of Ethics.

The Website Ethics Code of Ethics, www.websiteethics.org/coe.shtml

Using a Code of Ethics, Texas A&M University NSPE's Board of Ethical Review Cases, Michael Pritchard's Applied Ethics Cases University of Waterloo American Anthropological Association St. Louis University Santa Clara University The Funeral Ethics Association Online Ethics Center



مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

csri.majazi.ir