

بسم الله الرحمن الرحيم

## تبلیغ مجازی و نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در تبلیغ دین

رمضان علی بذرافشان\*

### مقدمه

ما بارها و بارها اسم اینترنت، فضای مجازی، فضای سایبر، کتابخانه الکترونیک، کتابخانه دیجیتال، دانشگاه مجازی، پژوهشگاه مجازی، نشریه الکترونیک و موارد مختلف را شنیده‌ایم. شاید برای ما این سوال پیش آمده باشد که چه سودی برای ما دارد و یا این که ما از این محورها و مباحث چه سهمی می‌توانیم داشته باشیم، راه ورود ما جهت بهره‌گیری از این مباحث چیست؟ در این زمینه با سوالات فراوانی روبه‌رو هستیم. در ادامه بحث به محورهای اصلی و اساسی مرتبط با تبلیغ مجازی خواهیم پرداخت.

جمعیت جهان بیش از ۶ میلیارد و هفت صد میلیون نفر می‌باشد. بیست و چهار درصد این جمعیت (بنا بر نقلی که حدود یک میلیارد و شش صد میلیون می‌شود) از فضای مجازی بهره‌می‌گیرند. هر کس به سهم خود در شکل‌ها و جنبه‌های مختلفی به این موضوع پرداخته و از آن بهره‌می‌گیرد. این بیست و چهار درصد جهان که بیان شد بنا بر نقلی و در نقل دیگر بیش از دو میلیارد و چهارصد میلیون نفر هستند که از این فضا بهره‌می‌گیرند. جهان اسلام از این فضا چه مقدار بهره‌می‌گیرد؟ جریان‌هایی که در فضای مجازی قابل طرح و بحث و نقد و بررسی است چیست؟ قابلیت‌هایی که من به عنوان یک مبلغ دین اسلام می‌توانم و یا باید داشته باشم چیست؟ نکته قابل توجه برای ما که می‌خواهیم که اشتغال به تبلیغ دین در فضای مجازی داشته باشیم از چند جهت می‌باشد که لازمه آن، این است که نگاهی به بحث فن‌آوری اطلاعات، فن‌آوری ارتباطات و هم‌چنین فن‌آوری و تکنولوژی دانشی داشته باشیم.

**IT : Information Technology**

**ICT: Information and Communication Technology**

**ICKT: Information and Communication and Knowledge Technology**

اگر دیتاها و داده‌های مختلفی را در جایی جمع کنیم، فقط داده و دیتا است، Information است، شاید سود چندانی برای ما نداشته باشد. ولی اگر این داده‌ها و دیتاها را جمع کردیم و با داده‌های دیگران روی هم انباشتیم امکان بهره‌گیری بیشتر دارد. وقتی ما جلوتر رویم، با استفاده از بسترهای ارتباطی به علوم مختلفی می‌رسیم که دست به دست هم داده‌اند و وارد بحث دانشی می‌شویم که منجر به مدیریت دانش خواهد شد.

مهارت‌های لازم برای مبلغان دینی در فضای مجازی

اولین مهارت‌هایی که با عنوان یک طلبه و یک فرد مبلغ دین اسلام به آن نیاز داریم، **مهارت‌های اطلاع‌یابی** است. اگر اطلاعات، دیتا، داده و آموزه‌هایی که در فضای مجازی وجود دارد را بخواهیم به دست بیاوریم، باید در ابتدا خوب آن را بشناسیم و پس از شناختن آن اطلاعات باید راه‌های ذخیره و پردازش آن‌ها را خوب یاد بگیریم؛ یعنی علاوه بر مهارت‌های اطلاع‌یابی باید یک مجموعه **مهارت‌های فن‌آوری و پردازش اطلاعات** را هم داشته باشیم. در راستای مهارت‌های اطلاع‌یابی، وقتی اطلاعات را شناسایی کردیم، گردآوری کردیم، راه‌های پردازش آن را از طریق نرم افزار و یا از طریق فضای مجازی به دست آوردیم، در این جاست که می‌خواهیم داده‌ها و آموزه‌های خودمان را هم تبلیغ کنیم. در این جا نیاز به **مهارت‌های اطلاع‌رسانی** داریم.

در مهارت‌های اطلاع‌رسانی باید ببینیم که به چه شکل می‌توانیم خوب تبلیغ کنیم. چون تبلیغ‌مان در فضای مجازی است، ضرورت دارد که مخاطب را خوب بشناسیم آیا مخاطب فضای مجازی با مخاطب فضای سنتی و فیزیکی متفاوت است؟ چه باید و نبایدهایی را باید ما در نظر بگیریم؟ اگر مخاطب را شناختیم باید بستر و فن‌آوری‌ای که انتقال پیام می‌دهد را هم بشناسیم. در انتقال پیام، پیام مفهومی است که می‌خواهیم منتقل کنیم، مبدأ ما هستیم با عنوان پیام رسان، مقصد ما به عنوان پیام گیر، کاربران مختلف در اقصی نقاط جهان می‌باشند. بستر که پیام خود را در آن ذخیره یا منتقل می‌کنیم فضای مجازی و قابلیت‌های مجازی است.

این نکته را هم در نظر بگیریم که روزآمد بودن برای ما بسیار مهم است. برخی از تکنولوژی‌ها در گذشته مورد استفاده قرار می‌گرفته‌اند ولی امروزه دیگر استفاده‌ای از آن نداریم. تلفن در طول هفتاد و چهار سال تعداد کاربرانش به پنجاه میلیون رسید. کسانی که از رادیو استفاده می‌کردند سی و هشت سال طول کشید تا به پنجاه میلیون رسیدند. تلویزیون حدس می‌زنید چند سال؟ بله سیزده سال طول کشید تا کاربرانش به پنجاه میلیون رسیدند و شبکه‌های کابلی در طول ده سال موفق شدند پنجاه میلیون کاربر را جذب کنند. ولی اینترنت برخلاف آن‌ها سرعت خیلی بیشتری داشت حدود چهار سال طول کشید کاربران اینترنت به پنجاه میلیون رسیدند. اگر بخواهیم نگاهی به کاربران اینترنت بیاندازیم، از ابتدای استفاده و بهره‌گیری از اینترنت تا سال ۲۰۰۵ حدود سیصد و هشتاد و هفت برابر شد تا جایی که امروزه ما بیش از دو میلیارد کاربر اینترنتی داریم. این رو در نظر بگیریم که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات نقش اساسی را دارد.

فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات یعنی ما باید خودمان به سمت‌وسویی برویم که به عنوان یک **مبلغ مهارت‌های ارتباطی** را هم خوب درک کنیم. علاوه بر مهارت‌های ارتباطی و شناخت فضا ضرورت دارد که ما باید و نبایدهای این فضای مجازی را هم بشناسیم.

در نظر داشته باشید که ما باید جایگاه خودمان را در این فضای سایبر به دست بیاوریم، ببینیم که همانند برخی از کشورها آیا جزء سی و هفت درصد بازماندگان توسعه اطلاعات هستیم که از جامعه پیش رو عقب ماندیم یا جزء

آغازگرانیم؟ که نیستیم چرا؟ چون که فن آوری و توسعه اطلاعات از گذشته شروع به رشد و نمو و توسعه نموده و ما حالا داریم به آن می پیوندیم. در کنار آن آیندگان، کسانی که با تاخیر وارد فضا شده اند ولی از این فضا به نحو احسن می خواهند استفاده کنند، جمعیت بیست درصدی کاربران را به خودش اختصاص می دهد و کسانی هم هستند که گاهی اوقات تحت شعاع این اقدامات و این امکانات قرار گرفته و جزء تندرندگان این فضا هستند که جلوتر از زمان پیش می روند، آینده را خوب حدس می زنند، خودشان را برای آینده آماده می کنند. این ها یازده درصد کاربران اینترنتی هستند و از طرف دیگر سیزده درصدی هم هستند که جزء پیشتازان توسعه اطلاعات هستند. با این نگاه اگر می خواهیم به عنوان یک مبلغ وارد فضای مجازی شویم ضرورت دارد که ببینیم جزء مصرف کنندگان دیتا و داده های مجازی هستیم؟ جزء کسانی هستیم که علاوه بر مصرف، تولید اطلاعات انجام می دهیم؟ جزء منتقدان هستیم که اطلاعات دیگران را هم می خوانیم، استفاده می کنیم و نقد می کنیم؟ گروه های مختلف را در فضای مجازی به دسته های گوناگون می توان تقسیم بندی کرد.

### شبکه های ارتباطی در فضای مجازی

اما اشاره ای به این داشته باشیم که ما نسل اول وب را داشتیم که یک طرفه بود، فقط اطلاعات از یک سو به سمت دیگران مخاطبان و کاربران ارائه می شدف ایمیل یک طرفه است شما پیامی را ارسال می کنید. وب سایت یک طرفه است پیامی را بارگذاری می کنید، دیگران می آیند مطالعه می کنند. موتورهای جستجو در گذشته یک طرفه بود یعنی اطلاعاتی را بارگذاری می کردند و دیگران می توانستند استفاده کنند ولی نمی توانستند تغییری در آن ها ایجاد کنند، نقد و نظری به آن ها اضافه کنند. **Yellow page** ها آدرس های مختلف اینترنتی یک طرفه بود. اگر در موضوعی می خواستم سرچ و جستجویی انجام دهم، از طریق این یلو پیج ها می رفتم شرکت های تولیدکننده و محصولات را به دست می آوردم. راهنماها و دایرکتوری ها یک طرفه بود. من در موضوع دین در موضوع جامعه شناسی، علوم اجتماعی، اقتصاد و ... اطلاعاتی می خواستم به دست بیاورم، وارد دایرکتوری می شدم، مسیر را دنبال می کردم، اطلاعات دسته بندی شده در اختیار من قرار می گرفت. گاهی وقت ها هم چت روم ها (در گذشته نه حالا) به این شکل بودند که ما اطلاعاتی را در فضای مجازی بارگذاری می کردیم، یادداشتی داشتیم در چت روم ها، مشابه چت روم یاهو، در آن جا دیگران می خواندند و پیام ما را به شکل آفلاین جواب می دادند.

این نسل اول وب بود که از ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۰۰ به طول انجامید اما پس از سال ۲۰۰۰ نسل دوم وب وارد شد. شبکه های اجتماعی یا رسانه های اجتماعی شکل گرفتند که ضرورت دارد ما به عنوان یک مبلغ آشنایی با این بستر و این فضا پیدا کرده و بتوانیم آن چه که مد نظرمان هست چه در جنبه اطلاع یابی و چه در جنبه اطلاع رسانی و تبلیغ از آن بهره بگیریم.

وبلاگ‌ها یکی از محورهایی است که در ابتدای سال ۲۰۰۰ به بعد توسعه گرفتند و از آن طریق افراد توانستند اطلاعات مورد نظر و آموزه‌ها و تفکری را که دارند را به دیگران منتقل کنند و دیگران هم در این میان می‌توانستند به راحتی یادداشتی بر آن اطلاعات گذاشته و یا نقد و نظری به آن اضافه کنند.

میکرو بلاگ‌ها را داریم، شبیه و نمونه آن می‌توان از **Friendfeed** و **Twitter** نام برد. دومین محور از شبکه‌های اجتماعی یا رسانه‌های اجتماعی که پس از سال ۲۰۰۰ شکل گرفتند شبکه‌های دوست یابی **Orkat** را می‌توانیم نام ببریم که شبکه‌هایی هستند که افراد می‌آیند دعوت‌نامه برای دیگری که می‌شناسند فرستاده و او را به جمع خودشان اضافه می‌کنند. قابلیت‌هایی که هر یک از این‌ها دارند را در جلسات آتی بیان خواهیم کرد؛ اما در کنار آن یک مجموعه شبکه‌های اجتماعی داشتیم شبیه به **Facebook** و **Myspace** و **Delicious** و **Cloob** و **Google wave** که در **Google wave** می‌توانیم فایل‌های صوتی مورد نظر خودمان را بارگذاری کنیم و دیگران به راحتی می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند و یا نقدی بر آن‌ها بزنند.

اگر با نگاه یک پژوهشگر و با نگاه کسی که نیاز به اطلاعات دسته‌بندی‌شده و جدیدتر و جامع‌تر دارد بخواهیم به فضای مجازی نگاه کنیم ضرورت دارد که به خانواده **wiki** ها اشاره کنیم. در **Wikipedia** و **Wikimedia** و **wikivedia** و **wikicommon** و **wiki news** و نمونه‌های مختلف دانش نامه آزاد و خانواده این دانش‌نامه مشاهده می‌کنیم که ما به عنوان یک کاربر در این دانش‌نامه جستجویی را انجام داده، می‌توانیم ویرایش کنیم، به عنوان یک مبلغ می‌توانیم آموزه‌های دینی و مذهبی خودمان را در **Wikipedia** وارد کرده و آموزه‌ها و مفاهیمی که دیگران در ارتباط با موضوعات مختلف وارد کرده‌اند، نگاه کنیم، نقد و ویرایش کنیم. پس ما خانواده‌های **wiki** را داریم که به راحتی می‌توانیم در امر تبلیغ از آن‌ها استفاده کنیم.

مجموعه سایت‌هایی را هم داریم که این سایت‌ها قابلیت اشتراک‌گذاری دارند، یعنی امثال **Youtube** و **Kalamtv** و **Flickr** و موارد مشابه را می‌توانیم در این نمونه نام ببریم که فایل‌ها و مستندات صوتی تصویری که مدنظرمان هست یا به تعبیری سمعی بصری را در این‌ها می‌توانیم بارگذاری کنیم، دیگران به راحتی از آن استفاده کنند یا نقدی بر آن بزنند و مکمل اطلاعات ما باشند. ما به عنوان یک مبلغ وقتی مشغول تبلیغ می‌شویم چهره‌به‌چهره با افراد صحبت می‌کنیم ولی در سایت‌های اشتراک‌گذاری آن‌چه که مدنظرمان هست را بارگذاری می‌کنیم، دیگران به اختیار با توجه به کلیدواژه‌هایی که ما توانسته‌ایم به آن‌ها بزنیم، جستجو را انجام داده و از سخنرانی و یا مستندات ما می‌توانند به راحتی استفاده کنند.

**Yahoo messenger** و **Googletalk** از جمله موارد مشابهی هستند که می‌توان در امر تبلیغ گروه‌هایی را شناسایی کرده و با ارسال پیام آموزه‌های دینی و مفاهیمی که مدنظرمان هست را به آن‌ها منتقل کنیم یا نظرات آن‌ها را جويا باشیم. تالارهای گفتگو یا به تعبیری فروم‌های عمومی و تخصصی که بیشتر در مجامع دانشگاهی در فضای

مجازی مدنظر می‌باشد، یکی از آن جنبه‌هایی است که برای ما بسیار قابل تأمل و قابل توجه است؛ یعنی من به عنوان یک مبلغ می‌توانم در فرومی که دانشجویان حضور دارند حضور پیدا کنم و مشغول تبلیغ دین شوم. علاوه بر این‌ها گروه‌های میلی و گروه‌هایی شبیه گروه‌های یاهو و شبیه گروه‌های گوگل را می‌توانیم نام ببریم که در این جا افراد بر اساس گرایش، تخصص و علاقه در این گروه‌ها عضو شده و مستندات و آنچه که مدنظر ما یا مدنظر آن گروه هست را می‌توانید به اشتراک گذاشته و از آن‌ها بهره ببریم یا به پاسخگویی برخی از آن مجموعه‌ها پردازیم.

خبرخوان‌ها هم جزء مواردی هستند که می‌توانیم آن اخبار و اطلاعاتی را که نیاز داریم و احساس می‌کنیم براساس علاقه ما، بر اساس سلیقه ما و براساس گرایش و تخصص ما وجود دارد را از طریق این خبرخوان‌ها انتخاب کنیم، خبرخوان را در مجموعه ایمیلی خودمان فعال کنیم و از این خبرخوان‌ها استفاده کنیم؛ به این شکل که در مواقعی که ما فرصت را از دست دادیم یا جستجویی انجام ندادیم، از طریق ایمیل و از طریق فضاهایی که امکان دسترسی به آن داریم، می‌توانیم اخبار دل‌خواه خودمان را در اختیار بگیریم. ما گاهی وقت‌ها به عنوان یک مبلغ در شبکه رادیویی حضور پیدا کرده و مشغول تبلیغ و ترویج دین می‌شویم. پادکست‌ها و وودکست‌ها هم شبیه به رادیوهای این چنینی ما هستند؛ با این تفاوت که می‌توانیم برخی از فایل‌های صوتی خودمان را همراه با متون مرتبط در پادکست و موارد مشابه بارگذاری کنیم. کاربری که از قبل عضو شده یا در مسیر جستجو به پادکست ما رسیده می‌تواند فایل‌های تبلیغی ما را دانلود و دریافت کرده و به آن‌ها گوش دهد.

یک مجموعه هم داریم تحت عنوان لینکدانی‌های عمومی که ما مشابه **dig** را می‌توانیم نام ببریم مشابه بالاتری را می‌توانیم نام ببریم که در این جا لینک‌هایی هستند که به پایگاه‌ها و مستندات مختلف لینک داده شده و به صورت اتوماتیک جدیدترین اطلاعات را به ما عرضه می‌کنند.

### آسیب‌ها، مخاطرات، بایدها و نبایدهای فضای سایبر

اگر بخواهیم به عنوان یک مبلغ در فضای مجازی وارد شویم باید آسیب‌ها، مخاطرات و باید و نبایدهای فضای سایبر را هم در نظر بگیریم. همین مقدار اشاره کنم که آسیب‌های ناشی از اینترنت و فضای سایبر می‌تواند کمرنگ شدن ارزش‌های دینی و ارزش‌های متری باشد. اگر شناخت درستی از این فضا نداشته باشیم می‌تواند تضعیف فرهنگ‌های کم‌حضور باشد، تضعیف اعتقادات و گسترش شبهات فکری باشد، ایجاد سردرگمی کند، اباه‌گری عملی را گسترش و توسعه بدهد، حقوق مادی و معنوی ما را هم به خطر بیاندازد و منجر به گسترش محصولات فرهنگی فرهنگ‌های منحط شود؛ یعنی آن چیزی که در نگاه ارزش‌های متری و والا مضموم و قبیح است در این فضا وارد شود و ما باید قدرت نقد داشته باشیم.

این را هم در نظر بگیریم که گاهی وقت‌ها، مجموعه آسیب‌های روانی را هم در پی خواهد داشت؛ افسردگی و انزوا، اعتیاد مجازی، انحرافات اخلاقی و بحران هویت. البته در این زمینه آسیب‌ها، چه آسیب‌های فرهنگی، چه آسیب‌های روانی بسیار زیاد است. ما باید این دقت را داشته باشیم که وقتی در فضای مجازی وارد می‌شویم باید حتما و حتما قدرت نقد داشته باشیم در راستای قدرت نقد ضرورت دارد که مهارت‌ها و آن تخصصی که به عنوان پیش نیاز و آن تخصصی که به عنوان مکمل به کمک ما می‌آید را یاد بگیریم.

کلام پایانی من این باشد که قدرت نقد را باید و باید به دست بیاوریم. مهارت تفکر انتقادی و اهل عمل بودن، مهارت خلاقیت و نوآوری داشتن، مهارت درک و تعامل بین فرهنگی داشتن، مهارت ارتباطی و حضور موثر را باید بدست بیاوریم. ما کاربر مصرف‌کننده و مبلغ مصرف‌کننده داده‌ها و آموزه‌ها و مفاهیم دیگران به تنهایی نباشیم؛ هم تاثیرپذیر باشیم هم تاثیرگذار؛ تاثیر پذیر در جنبه‌های مفهومی ارزشی اعتقادی و دینی و تاثیرگذار بر دیگران از جنبه‌های ارزشی و اعتقادی.

مهارت کامپیوتر و اطلاعات بسی در این زمینه به ما کمک می‌کند و جدای از آن مهارت حرفه‌ای و آموزش مادام‌العمر، یعنی ما الآن وقتی وارد فضای مجازی می‌شویم دائم دنبال این باشیم که مهارت‌های دانش‌افزایی خودمان را روی توسعه و گسترش داشته باشیم و همیشه و همیشه وقتی وارد می‌شویم ابتدا با نگاه انتقادی به مباحث نگاه کنیم و پس از آن بتوانیم علاوه بر نگاه انتقادی آنچه که برای ما اهمیت دارد و در نگاه دینی ما مغایرت ندارد را استفاده کنیم.

در ابتدا شروع کلام با آیه شریفه «رب اشرح لی صدری و یسر لی امری واحلل عقده من لسانی و یفقهوا قولی» بود، در انتها هم با همین آیه مبارک بیانم و کلامم را ختم کنم چرا که بیان و بیان و بیان برایمان در فضای بسیار مهم است. ما باید دقت کنیم که با چه بیانی وارد فضای مجازی می‌شویم و این بیان ما برای چه مخاطبی و در چه زمانی و در چه مکانی قابل دریافت است. تفسیر بحث را در جلسات آتی خدمت شما کاربران عزیز و دانش پژوهان عرض خواهیم کرد.

آخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمین.

---

• دانش آموخته حوزه و دانشگاه [bazrafshan43@gmail.com](mailto:bazrafshan43@gmail.com)

بسم الله الرحمن الرحيم

خدای منان را شاکرم که موفق شدم جلسه دیگر در خدمت شما بزرگواران و دانش پژوهان باشم موضوع بحث ما در ارتباط با فضای مجازی و شبکه‌های مجازی است که تعابیر مختلفی نسبت به این موضوع می‌شود. فضای سایبر هم گفته می‌شود. نکته‌ای که در این جلسه خدمت شما عرض خواهیم کرد، عبارت است از یک گزارش آماری نسبت به روند رشد استفاده از فضای مجازی و میزان کاربرانی که ما با آن‌ها روبه‌رو هستیم و پس از آن اشاره‌ای خواهیم داشت به مهارت‌هایی که انسان هزاره سوم باید داشته باشد و همچنین مهارت‌هایی که ضرورت دارد در محیط کار آینده، آن مهارت‌ها را کسب کرده باشیم. هرچند که در غالب مهارت‌های اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی می‌توانیم به آن پردازیم. ضرورت دارد که تاکید بر مهارت‌های نقد و ارزیابی هم داشته باشیم؛ زیرا ما اگر مهارت نقد و ارزیابی آن‌چه را که می‌بینیم و آن‌چه را که می‌شنویم یا می‌خوانیم مهارت لازم را نداشته باشیم انسانی خواهیم بود که یک‌طرفه مباحث و مطالب دیگران را قبول خواهیم کرد و یا خدای نخواستہ مفاهیمی که مد نظر آن‌هاست به ما القا خواهد شد، بدون این که بفهمیم صدق و کذب آن مفاهیم برای ما چگونه خواهد بود.

در این جلسه یا جلسه ی بعد به معرفی برخی از شبکه‌های اجتماعی نیز خواهیم پرداخت. زیرا هدف ما از آشنایی با این مباحث این است که بتوانیم مبلغ ماهری در فضای مجازی باشیم بتوانیم به عنوان یک انسان مسلمان وظیفه دینی خود را با استفاده از فضای مجازی و با استفاده از فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات وظیفه خود را به نحو احسن انجام دهیم.

### روند رشد استفاده از فضای مجازی

این اشاره را داشته باشم که اینترنت در سال ۱۹۶۹ متولد شد و در سال ۱۹۷۲ ایمیل و پست الکترونیک اختراع شد که با توجه به روند رشد و توسعه‌ای که داشته ما می‌توانیم این اشاره را هم داشته باشیم که اولین صفحات وب در سال ۱۹۹۱ شکل گرفت و تلفن همراه در سال ۱۹۹۶ به بازار عرضه شد. تلفن همراه از این باب که عموماً ما می‌توانیم از طریق تلفن هم دسترسی به فضای مجازی داشته باشیم در سال ۲۰۰۵ اولین ویدیوی محبوب در اینترنت قرار گرفت و به همین ترتیب در سال ۲۰۰۵ حدود یک میلیارد و در سال ۲۰۱۰ بیش از یک میلیارد و نه صد میلیون و در سال ۲۰۱۲ بیش از دو میلیارد کاربری بوده‌اند که از فضای مجازی استفاده کرده‌اند، حالا که ما به سال ۲۰۱۳ وارد شده‌ایم براساس گزارش‌هایی که معمول به دست ما رسیده، می‌بینیم که یک سوم جمعیت جهان آنلاین هستند، اگر این چنین است ما باید دقت لازم را داشته باشیم تا جایگاه خودمان

را به عنوان یک فرد مسلمان در این میان مشخص کنیم و ظهور و بروزی در فضای مجازی داشته باشیم، انواع ارتباطاتی که ما در فضای مجازی می‌توانیم داشته باشیم متعدد و گوناگون است.

اما جهت تذکر، برخی از استفاده‌هایی که در فضای مجازی می‌شود را در قالب آمار را عرض می‌کنم تا اهمیت بیشتر بهره‌گیری ما از فضای مجازی مشخص شود. در یک دقیقه از طریق گوگل بیش از هفتصد هزار جستجو انجام می‌گیرد، در یک دقیقه بیش از ۱۶۸ میلیون ایمیل و پست الکترونیک ارسال می‌شود. در یک دقیقه هفتاد دامنه و یا نام جدید ثبت می‌شود، بیش از ششصد ویدئو در یوتیوب بارگذاری می‌شود که حدوداً ۲۵ ساعت محتوای صوتی تصویری است.

نکته‌ای که در این‌جا مطرح است، این است که از طریق برخی از شبکه‌های اجتماعی در یک دقیقه هزاران سوال پرسیده و یا پاسخ برخی از آن‌ها اخذ می‌شود در دیکشنری‌های آنلاین در یک دقیقه یک اصطلاح اضافه می‌شود، بیش از هزار و ششصد مطلب در اسکرایب خوانده می‌شود. هم‌چنین بیش از سیزده هزار ساعت موسیقی آنلاین در سایت راندورا پخش می‌شود. این را هم در نظر بگیریم که در یک دقیقه بیش از دوازده هزار آگهی جدید از طریق گرازلیست در معرض دید بینندگان قرار می‌گیرد؛ هر چند که نزدیک به صد هزار توئیت از طریق توئیت ارسال می‌شود که در همان یک دقیقه حدود سیصد و بیست کاربر جدید ثبت نام و به عضویت فیس بوک و یا توئیت در می‌آورند.

این را در نظر بگیریم که اگر در یک دقیقه صد مقاله از طریق کاربران جدید لینک این بارگذاری می‌شد با این ذهنیت که در یک دقیقه بیش از شش هزار و ششصد عکس در فلیکر بارگذاری می‌شود و هم‌چنین بیش از ۷۹ هزار پست در فیس بوک بارگذاری می‌شود و بیش از ۱۶۵ هزار پلاک این دانلود می‌شود و برخی از کاربران فیس بوک بیش از ۵۱۰ هزار نظر ارسال می‌کنند.

### مهارت‌های انسان هزاره سوم

این جمعیت کمی نیست ما به عنوان مسلمان بر اساس این آمار و ارقام می‌توانیم ضرورت این کار را تشخیص بدهیم و ببینیم که در کدام بخش می‌توانیم بیشتر مفید باشیم حال با این ذهنیت مهارت‌هایی که ضرورت دارد ما کسب کنیم تا عرض اندام کرده یا در این فضا بتوانیم بازدهی سوددهی و سودگیری و بهره برداری داشته باشیم چیست؟ سوال این است که من احساس وظیفه کردم که باید در فضای مجازی حضور داشته باشم، چه مهارت‌هایی را باید کسب کنم؛ ابتدا مهارت تفکر انتقادی و اهل عمل بودن مهارت خلاقیت و نوآوری داشتن مهارت همکاری و کار تیمی را باید کسب کنم.



چرا همکاری و کار تیمی؟ به این دلیل که با کسب این مهارت ما می‌توانیم با دیگر مسلمانان و به ویژه در جهان تشیع با دیگر شیعیان ارتباط و تعامل داشته باشیم، مفاهیمی که ما موفق شدیم آن‌ها را تولید کنیم به شکل‌های مختلف به زبان و شیوه‌های مختلف به نگارش درآوریم را در اختیار دیگر شیعیان گذاشته و نظرات آن‌ها را جذب کنیم.

علاوه بر مهارت همکاری و کار تیمی، **مهارت درک یا تعامل بین فرهنگی** هم مهم است. چرا؟ من اگر ذهن محدودی داشته باشم و درون‌گرا باشم و فقط منطقه و محل خودم را ببینم یقیناً در جهان مجازی نمی‌توانم ظهور و بروز خوبی داشته باشم. پس ضرورت دارد که مهارت تعامل بین فرهنگی هم داشته باشیم حال این می‌خواهد درون مذهبی باشد، درون دینی باشد، یا بین‌الادیانی باشد؛ یعنی شیعیان با هم، شیعیان با اهل سنت، اهل سنت با هم، مسلمانان با هم، مسلمانان با مسیحیان، مسیحیان با ادیان دیگر. باید مهارتی تعامل یا به تعبیری درک بین فرهنگی را کسب کنیم.

علاوه بر این‌ها **مهارت ارتباطی** و حضور مؤثر نیز برای ما بسیار ضروری است. یعنی ما اگر ارتباط برقرار کنیم حضور ما حضور مؤثری نباشد، در این فضای مجازی اگر نخواهیم فقط و فقط گذران وقت داشته باشیم، ضرر کرده‌ایم. اگر حضور مؤثر می‌خواهیم باید یا فایده‌دهی و فایده‌رسانی داشته باشیم یا این که بهره و فایده به سمت ما جذب شود، بتوانیم فرصت‌های لازم را شناخته و در کنار فرصت‌ها بهره‌گیری لازم را از امکانات و قابلیت‌های فضای مجازی داشته باشیم.

البته دو نکته در این میان برای ما اهمیت دارد جز مهارت‌های انسان هزاره سوم شمرده شده یکی **مهارت‌های رایانه و اطلاعات و اطلاع‌شناسی** است که ما اگر تسلط و اشراف به رایانه و کامپیوتر نداشته باشیم یقیناً نمی‌توانیم عرض اندام کنیم و در کنار آن باید مهارت‌های حرفه‌ای و آموزش مادام‌العمر خود را مد نظر داشته باشیم. یعنی از این فضای مجازی از این فناوری‌اطلاعات و ارتباطات بتوانیم به نحو احسن در راستای آموزش خودمان و ارتقای سطح فرهنگی خود و خانواده و جامعه و ملت خود و فراتر جهان موثر باشیم.

علاوه بر مهارت‌های انسان هزاره سوم می‌توانیم اشاره‌ای به مهارت‌های لازم در محیط کار آینده داشته باشیم یعنی من اگر بخواهم به عنوان شغل و کار در این فضایی که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات نقش اول را دارد حضور پیدا کنم ضرورت دارد که برخی مهارت‌های دیگری را هم پیش‌رو ترسیم کنیم که در ذیل سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای هم مطرح می‌شود. اما برخی از این مهارت‌ها یک مجموعه مهارت‌های عملکردی است که در کنار این **مهارت‌های عملکردی** که ما بتوانیم تصاویر گرافیک ویدئو نمودار نقشه‌ها و سواد بصری را خوب درک کنیم، خوب نقد و ارزیابی کنیم. چون جهان امروز و فضای مجازی ما این چنین است سواد علمی باید داشته باشیم؛ یعنی جنبه‌های تئوریک و عملی علم و ریاضیات و برخی علوم مرتبط را خوب درک

کنیم، سواد تکنولوژیک داشته باشیم یعنی صلاحیت و رقابت در کاربرد فن آوری های اطلاعات و ارتباطات را داشته باشیم.

شما اگر مسنجرهای مختلف را بشناسید و در اتاق‌های گفتگویی که به واسطه این مسنجرها ایجاد شده بتوانید حضور و ظهور و بروز پیدا کنید می‌توانید تعامل با هم‌کیشان، هم‌میهنان و دیگران داشته باشید، ولی اگر این توان را نداشته باشید یقیناً نمی‌توانید ظهور و بروز خوبی پیدا کنید. نکته قابل توجه در بحث سواد اطلاعاتی است؛ یعنی ما توان یافتن ارزیابی و به‌کار بردن اطلاعات را از طریق فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات داشته باشیم. اگر ما توان شناخت، ارزیابی، ذخیره، پردازش و بازیابی در این امور را داشته باشیم باید فهم ارزش گوناگونی فرهنگ‌ها را هم داشته باشیم. هر فرهنگی در بین مجموعه خودش از جایگاه و ارزش خاصی برخوردار است و علاوه بر این سواد فرهنگی بین فرهنگ‌ها، ما باید آگاهی جهانی هم داشته باشیم. ببینیم ملت‌ها، بنگاه‌ها و جوامع مختلف در سراسر جهان چگونه با هم در ارتباطند. می‌توان تا این‌جا را تحت عنوان سواد قرن دیجیتال مطرح کرد و در کنار آن به بحث تفکر و به تعبیری اختراع و انتزاعی که ضرورت دارد ما نسبت به آن توجه بیشتری داشته باشیم، پردازیم. ما باید قابلیت اقتباس را داشته باشیم یعنی توان اقتباس و مدیریت در یک جهان پیچیده و وابسته بهم را بتوانیم داشته باشیم. علاوه بر آن ما باید میل به دانستن داشته باشیم. از روی اکراه وارد شبکه‌های مجازی نشویم، از روی اکراه وارد اتاق‌های گفتگو و فضاهای ابری نشویم. از باب علاقه‌ای که به کسب علم و یادگیری و یاددهی داریم حضور پیدا کنیم. در کنار این مشخص است که خلاقیت حرف اول را می‌زند. هرچند برخی به واسطه نشناختن یا درست نشناختن فضای مجازی از آن فراری هستند. ما باید با عنوان یک انسان در محیط امروزی قابلیت و قدرت ریسک‌پذیری هم داشته باشیم، یعنی توان ریسک کردن و هم‌چنین در نظر گرفتن احتمالات را داشته باشیم. عموماً می‌توان در این قسمت از بحث به برخی از آسیب‌هایی که ما با آن رو به رو هستیم و قدرت نقد و ارزیابی پرداخت که به این موضوع هم خواهیم پرداخت.

این نکته را هم در نظر بگیریم، اگر بخواهیم در محیط کار و در فضای مجازی حضور موثر و مفیدی داشته باشیم، باید توان کار در یک تیم را داشته باشیم یعنی بیشتر ما به صورت گروهی و با هم در عرصه تبلیغ مجازی عرض اندام کنیم؛ زیرا تبلیغ مجازی عرصه‌های گوناگونی دارد که ما به تنهایی یقیناً نمی‌توانیم پاسخگو و مکمل باشیم بلکه باید دیگران، مبلغان مسلمان و مبلغان شیعه را در این فضای مجازی به همکاری و مشارکت دعوت کنیم. اگر با این نگاه وارد بشویم یقیناً تشریک مساعی و ارتباط فردی و اجتماعی با تاثیر متقابل را می‌توان با عنوان ارتباط موثر نام برد. ضرورت دارد از این امر غفلت نکنیم و علاوه بر این مسئولیت-پذیر بودن برای ما نیز مهم است یعنی ما اگر در فضای مجازی وارد می‌شویم برخی از داده‌ها و اطلاعاتی را

می‌بینیم که به آموزه های دینی هجوم آورده، ما باید احساس مسئولیت کنیم، در راستای پاسخگویی به این هجمه‌ها گام برداریم و نکته مهم ارتباط متقابل است که قبل اشاره شد؛ ولی این جا از باب تاکید عرض می‌شود که رقابت و صلاحیت در انتقال بیان و دستیابی و فهم اطلاعات را باید پیش رو داشته باشیم.

نکته قابل توجه در مهارت‌های لازم در محیط کار آینده که من مسلمان، من شیعه و هر دینی که در نظر بگیریم باید مد نظر داشته باشیم، بحث توان اولویت‌بندی است یعنی من اگر نتوانم وقتی حضور در فضای مجازی پیدا می‌کنم، مدیریت زمان درستی داشته باشم و نتوانم نیازهای خودم را اولویت‌بندی کنم یقیناً با شکست مواجه می‌شوم. گاهی انبوهی از اطلاعات را به دست آورده و در راستای استفاده وقتی به این اطلاعات مراجعه می‌کنم می‌بینم کاربردی برای من ندارد جز این که شاید زمانی از من را تلف کرده و شاید زمانی از من را به سمت و سوی برده که سرگرم بودم ولی سودی برای بنده نداشته است.

پس با این نگاه در این بخش از مباحث این را در نظر بگیریم که ما باید مهارت شناخت، مهارت ذخیره، مهارت پردازش و مهارت بازیابی و نقد اطلاعات و داده‌هایی که در فضای مجازی با آن‌ها روبه روهستیم را داشته باشیم که می‌توان مجموعه‌ای از مهارت‌ها را در ذیل **مهارت‌های فن‌آوری اطلاعات** نام برد و برخی از آن را **مهارت‌های کتابخانه‌ای** نام برد چرا که در فضای مجازی و با استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات ما با کتابخانه‌های مجازی بسیاری روبه روهستیم که برخی از منابع و مستندات ما در آن کتابخانه‌ها وجود دارد و ما باید علاوه بر مهارت‌های فن‌آوری اطلاعات مهارت‌های کتابخانه‌ای را هم مدنظر قرار بدهیم. جدای از آشنایی در بحث روش تحقیق آشنایی در بحث مطالعه و ذخیره آشنایی در بحث چگونگی آموزش باید به سمت و سوی برویم تا به سواد اطلاعاتی مناسب در فضای مجازی برسیم. اما این نکته را هم در نظر بگیریم که با این نگاه گاهی من مبلغ، در فضای مجازی و استفاده از رایانه به عنوان یک فرد کاملاً مبتدی هستم، گاهی یک فرد مبتدی هستم، گاهی نه من آموزش‌های لازم را دیده‌ام و به سمتی رفته‌ام که به عنوان یک مبلغ و یک مسلمانی که کاربری ماهری هستم با استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات هم بازدهی داشته، سوددهی به دیگران دارم و هم می‌توانم از دیگران هم بهره‌گیری و سوددهی داشته باشم که نیازهای خودم را تأمین کنم. اگر من مسلمان، من مبلغ، توانستم با استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات نیازهای خودم را تأمین کنم و به دیگران هم سوددهی داشته باشم، هرچه این مهارت توسعه پیدا کند، به سمت متبحر بودن می‌رویم که پس از تبحر که به دست می‌آوریم می‌توانیم به عنوان یک متخصص و به عنوان یک کارشناس مسلمان در فضای مجازی عرض اندام نموده و آن چه که مد نظر ما هست را با توجه به اهدافی که تعیین می‌کنیم در بحث حضور در فضای مجازی به آن اهداف دسترسی پیداکنیم، ان شاء الله.

برخی از مستندات که تکمیلی این مباحث بنده باشد را در ذیل دروس پیوست کرده و شما دانش‌پژوهان و دانشجویان گرامی با دریافت آن مستندات خواهید توانست، سطح آموزش و سطح بهره‌گیری خودتان را از فضای مجازی توسعه دهید. این نکته را هم در نظر بگیریم که شبکه‌های مجازی و فضای مجازی قابلیت‌های **دو** داشته، قابلیت تعامل با کاربر را دارند که ما می‌توانیم به عنوان یک انسان آنلاین یک هویت شخصی سنتی و فیزیکی برای خود داشته باشیم و یک هویت مجازی داشته باشیم که این هویت ما هم هویت فردی ما را رقم می‌زند و هم هویت اجتماعی ما را؛ یعنی من اگر با عنوان یک مسلمان و به عنوان یک مبلغ در فضای مجازی حضور پیدا می‌کنم باید هر دو هویت را در نظر بگیرم. خدای نکرده طوری نشود که من عوض این که باعث افتخار مسلمانان باشم باعث شرمندگی آن‌ها باشم.

ما در جلسه بعد به بحث مهارت‌های ارزیابی و نقد و مدیریت زمان خواهیم پرداخت و پس از آن وارد شبکه‌های اجتماعی شده انواع شبکه‌ها را معرفی خواهیم کرد و هم‌چنین کاربران مختلفی که در شبکه‌ها حضور دارند را با توجه به مهارت‌هایی که طرح کردیم، معرفی و نقد و بررسی خواهیم کرد. امیدواریم که برای ما مفید باشد.

## بسم الله الرحمن الرحيم

در این جلسه به معرفی انواع کاربران شبکه‌های اجتماعی و همچنین انواع شبکه‌های اجتماعی خواهیم پرداخت. در این قسمت برخی از شبکه‌های اجتماعی برتر، به تعبیری با کاربران بالا را معرفی خواهیم کرد و در کنار آن برخی از شبکه‌های اجتماعی که توسط مسلمانان شکل گرفته و مسلمانان (چه اهل سنت و چه شیعیان) را دور هم جمع کرده تا از این فضا به نحو احسن استفاده بکنند. علاوه بر آن انواع سرویس‌های وبلاگی که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد و امکانات رایگان در اختیار کاربران می‌دهند را معرفی خواهیم کرد.

### انواع کاربران شبکه‌های اجتماعی

در راستای پاسخ به این سوال که انواع کاربران شبکه‌های اجتماعی را به چند دسته می‌توان تقسیم کرد باید این نکته را عرض کنم که ما برخی از کاربران را داریم که استفاده مفید دارند و برخی از کاربران استفاده غیر مفید دارند که به صورت معمول این کاربران به کاربرانی با نگرانی زیاد و کاربرانی بدون نگرانی تقسیم می‌شوند. چرا؟ چون ما اگر شناخت درستی از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم و با اهداف خاص وارد این شبکه‌ها شویم یقیناً دیگر نگرانی از استفاده از این شبکه‌ها نخواهیم داشت الا این که باید ما احتیاط لازم را در حضور در این شبکه‌ها داشته باشیم.

ما برخی از کاربران را داریم که کاربران تجاری هستند و به قصد تجارت از این شبکه‌ها بهره می‌گیرند. ما هم می‌توانیم به عنوان یک فرد در این شبکه‌ها حضور پیدا کنیم و در راستای کار و اقتصادی که مد نظرمان می‌باشد و تجارتي که پیش رو داریم اقدام کنیم؛ اما در کنار کاربران تجاری، حضور برخی از کاربران به منظور درآمد و اقتصاد و تجارت نیست. مجموعه کاربرانی را داریم که کاربران فراغتی هستند، فقط در اوقات فراغت از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و مجموعه کاربرانی را داریم که کاربران پر مشغله هستند گاهی در راستای مشغله و تجارتشان از شبکه‌ها بهره می‌گیرند و گاهی در راستای استراحت، تفریح، تنوع و محورهای مختلفی که قابل استفاده است. در این میان می‌توان به کاربرانی که دنبال سرگرمی هستند هم اشاره کرد.

هرچند که ما برخی کاربران را داریم کاربران ماهر، متبحر، متخصص یا کاربران نیمه ماهر هستند که در جلسه گذشته به این موضوع پرداختیم. اما در کنار این کاربران ما برخی کاربران نگران را داریم و برخی کاربران بدبین را کاربرانی که دید خوبی نسبت به فضای مجازی ندارند و کاربرانی که دائم نگرانی از این دارند که در این فضا ضرر و زیانی متوجه آن‌ها نشود.

## انواع شبکه‌های اجتماعی

اما اگر ما بخواهیم انواع شبکه‌های اجتماعی را تقسیم کنیم، برخی از شبکه‌های اجتماعی ما شبکه‌های ویکی هستند، که شبکه‌های دانشنامه‌ای هستند، شبکه‌هایی هستند که بیشتر روی مفاهیم کار می‌کنند. می‌وان نمونه‌های مختلفی را نام برد که در جای خودش به آن خواهیم پرداخت. ویکی دانشنامه و نمونه‌ها را اگر بخواهیم مثال بزیم معروف‌ترین آن‌ها ویکی‌پدیا، ویکی‌مدیا، ویکی‌ودیا و نمونه‌های گوناگونی است که وجود دارد. هرچند که در جهان اسلام هم می‌توانیم ویکی‌پرسش را نام ببریم، ویکی‌فقه، ویکی‌اهل‌بیت و نمونه‌های بسیاری که به تفصیل معرفی خواهیم کرد. مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی ما شبکه‌هایی هستند که بیشتر براساس موزیک وارد این عرصه شده و بیشتر به تعامل ارتباطات بین علاقمندان موزیک می‌پردازند. برخی از این شبکه‌ها، شبکه‌هایی هستند که به **ایونت** اخبار و حوادث می‌پردازند.

برخی از شبکه‌ها **شبکه‌های داکيوممتی** هستند، برخی شبکه‌ها، **شبکه‌های ویدئویی** هستند. هرچند که شبکه‌های اس‌ام‌اس و ویس و شبکه‌های لایف‌استریم و شبکه‌های بلاگ و کانورسیشن را می‌توان در این مجموعه نام برد که هریک از جایگاه خاصی برخوردارند. ما می‌توانیم برخی از شبکه‌ها را در نمونه‌های مختلف هم نام ببریم. مثلاً فیس‌بوک در اس‌ام‌اس و ویس هم‌چنین در میکرومدیا و هم‌چنین در بلاگ کامیونیتی می‌توان نام برد که حضور فعالی دارد و موفق شده کاربران بسیاری را جذب کند.

در کنار این مجموعه، **شبکه‌های کتاب‌محور** را داریم. افراد دانش‌پژوه و دانشجو می‌توانند برای دسترسی به کتاب‌ها برای جذب و جلب نظرات دیگران نسبت به یک کتاب، برای نقد یک کتاب از این شبکه‌ها استفاده کنند، شبکه‌گودریدرز یکی از شبکه‌هایی است که کتاب‌محور است. بوک‌کراسینگ یکی دیگر از شبکه‌های کتاب‌محور است که عموماً در این شبکه افراد کتاب‌هایی که مطالعه کردند و فایل‌هایی که در اختیار دارند را به اشتراک می‌گذارند. با نقد و معرفی این کتاب‌ها به دیگران توصیه می‌کنند که شما هم خواننده این کتاب‌ها باشید و این کتاب در بین دسته کاربران یکی پس از دیگری مرور و مطالعه شده و نقد و نظرات دیگران را هم در پیش رو دارد. شیرفایل یکی دیگر از شبکه‌هایی است که کتاب‌محور است هرچند که لایبری‌سینگ هم می‌تواند در کنار این مجموعه قرار بگیرد و اگر شما مشتاق این هستید که نسبت به خرید یک کتاب، نسبت به شناخت یک کتاب، نسبت به دسترسی به چکیده یک کتاب نسبت به دسترسی به فهرست یک کتاب علاقمند هستید می‌توانید سراغ آمازون رفته، این شبکه کتاب‌محور را مد نظر قرار داده و نیازهای تأمین منابع خودتان را از این طریق تأمین کنید و نمونه‌های بسیاری هم در زبان‌های مختلف وجود دارد که در زبان فارسی می‌توان شبکه **booli.ir** را نام برد که شبکه کتابخوانان حرفه‌ای ایران است. نکته قابل توجه بحث کاربرانی است که در این شبکه‌ها حضور پیدا می‌کنند.

من اگر به عنوان یک کاربر مجازی مسلمان در شبکه‌های اجتماعی می‌خواهم حضور پیدا کنم جز کدام گروه از کاربران خواهم بود؟ آیا من جز گروهی از کاربران خواهم بود که فقط از باب تنوع و علاقمند به اطلاع‌یابی وارد شبکه‌ها شده‌ام یا فردی هستم که از باب وظیفه و نیازی که دارم وارد این شبکه می‌شوم. فورستر ریسرچ منبعی است که کاربران رسانه‌های اجتماعی را دسته‌بندی کرده و آماری ارائه داده است که برای ما قابل توجه است. ضرورت دارد ما به عنوان یک فرد مسلمان یا به عنوان یک فرد شیعه، ارزیابی‌ای روی حضور کاربران شیعی در این شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم و ببینیم که بیشترین کاربران شیعی ما در شبکه‌های اجتماعی جز کدام گروه هستند. سوال انواع کاربران رسانه‌ها یا به تعبیری شبکه‌های اجتماعی را به چند دسته می‌توان تقسیم کرد؟ در نگاه ما متعدد است، اما بر اساس فارستری ریسرچ این کاربران به پنج دسته تقسیم شده‌اند:

۱. کاربران **inactive** یا غیرفعال: عموماً کاربرانی هستند که گاهی به این شبکه‌ها سرک کشیده و هیچ حضور مستمر و فعالی ندارند.

۲. کاربران **اسپکتیورز** تماشاگر کسانی هستند که در شبکه‌ها حضور پیدا کرده به خواندن وبلاگ‌ها پرداخته به پادکست‌ها یا رادیوهای اینترنتی گوش فراداده، ویدئوهایی که دیگران می‌گذارند را در این شبکه‌ها مشاهده کرده، فروم‌های آنلاینی که در این شبکه‌ها وجود دارد را مرور کرده و بخشی از آن‌ها را خوانده و همچنین ارزیابی که برخی از کاربران در این شبکه‌ها نسبت به مفاهیم و محتواها را انجام داده‌اند، مطالعه می‌کنند. اگر ما فقط در شبکه‌های اجتماعی این چند محور را مورد توجه قرار دهیم، جز تماشاگران شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی هستیم.

۳. اما گروهی را داریم که در شبکه‌ها حضور پیدا کرده، پروفایل خودشان را در این شبکه‌های اجتماعی ایجاد کرده، خودشان را به دیگران معرفی کردند و انواع سایت‌های شبکه‌های اجتماعی که وجود دارد را بر اساس ذوق و سلیقه خودشان مراجعه کرده یا به تعبیری بگوئیم سرک می‌کشند. این‌ها جز پیوستگان شبکه‌های اجتماعی هستند یعنی عضوی از این شبکه‌های اجتماعی هستند. برخی از اطلاعات و داده‌های گروه‌هایی که عضو شده‌اند در اختیار این افراد قرار می‌گیرد.

۴. گروه بعدی گروه گردآوردندگان هستند کسانی که از خبرخوان‌ها در این شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده و با انتخاب نرم افزار خبرخوان و انتخاب برخی از بخش‌هایی که مد نظرشان است، دائم این اخبار را پیش رو دارند و اطلاعات انتخاب‌شده خودشان را رصد می‌کنند. علاوه بر این این گروه گردآوردندگان در وبسایت‌های آنلاین وارد شده و رای می‌دهند و علاوه بر این به صفحات و تصاویر مورد علاقه خودشان برچسب و یا به تعبیری تیک یا کلیدواژه‌های خاص می‌زنند که در جستجوها سریع‌تر می‌توان به آن‌ها مراجعه کرد.

۵. پس گروه غیرفعال که ما این گروه را لحاظ نمی‌کنیم. گروه تماشاگر، گروه پیوستگان، گروه گردآورندگان و گروه بالاتر از آن‌ها گروه منتقدان را نام می‌بریم؛ یعنی ما می‌توانیم در راستای احساس وظیفه‌ای که داریم و در راستای میزان حضوری که داریم جز گروه کاربران منتقد در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی قرار گیریم. کاری که این گروه انجام می‌دهد در سرویس‌ها و محصولات که در شبکه‌های اجتماعی معرفی شده یا رای داده یا ارزیابی می‌کند. یادداشت در وبلاگ دیگران می‌گذارند. در فروم‌های آنلاین و انجمن‌های آنلاین مشارکت دارند. براساس تجربه و تخصصی که دارند در این فروم‌ها و انجمن‌ها حضور پیدا کرده: انجمن اخلاق، انجمن اعتقادات، انجمن تاریخ، انجمن دانشجویان. انجمن‌های مختلف بر اساس منطقه و بر اساس موضوعات وجود دارد که این افراد بر اساس ذوق و سلیقه و علاقه‌ای که دارند و یا تجربه و تخصصی که دارند در این انجمن‌ها حضور پیدا کرده و مشارکت فعال در این انجمن‌ها دارند. البته علاوه بر این برخی از این گروه منتقدان در شبکه‌های اجتماعی ویکی‌محور، که عرض کردیم بیشتر حالت دانشنامه‌ای و مجموعه‌ای دارند، حضور پیدا می‌کنند. برخی از مقالات و یادداشت‌هایی که دیگران در مجموعه ویکی قرار داده‌اند را ویرایش می‌کنند یا نقد می‌کنند.

۶. پس علاوه بر گروه تماشاگر، گروه پیوستگان، گروه گردآورندگان و گروه منتقدان می‌توانیم آخرین گروه از کاربران رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نام ببریم که با نام کریترز یا تولید کنندگان مطرح هستند که این افراد عموماً وبلاگ دارند و وبلاگشان را در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند. صفحات شخصی وب دارند، ویدئو، فایل‌های ویدئویی یا صوتی تصویری خودشان را در این شبکه‌ها بارگزاری می‌کنند، حالا چه صدا و موسیقی تولیدی خودشان باشد، چه ویدئوهایی باشد که تولیدی خودشان هست. هرکدام از این‌ها را در شبکه‌های مختلف بارگذاری کرده و در معرض دید دیگران و در معرض استفاده و یا نقد دیگران قرار می‌دهند. علاوه بر این‌ها برای این گروه تولیدکننده می‌توان بحث نوشتن مقالات گوناگون و انتشار آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی هم نام برد. بر این اساس ما باید این دقت نظر را داشته باشیم که به عنوان یک فرد شیعی، به عنوان یک فرد مسلمان علاوه بر هویت فردی و حضوری که پیدا می‌کنیم، بینم در نگاه جمعی این شیعیان و این مسلمانان در نگاه کلی‌تر به چه میزانی در این شبکه‌ها ظهور و بروز دارند. البته اگر ما به تعبیری شش گروه و به تعبیری پنج گروه چون گروه غیرفعال را ابتدا ما لحاظ نکردیم، اگر بخواهیم این پنج یا شش گروه را بینیم که چه سهمی در شبکه‌های اجتماعی دارند باید به این گزارش نگاه کنیم که باز هم گزارش فارستر ریسرچ هست که تا سال ۲۰۰۹ را محاسبه کرده و این گروه‌های پنج یا شش‌گانه را بر اساس آمار ارائه داده است که گروه غیرفعالان در سال ۲۰۰۷، ۴۴ درصد در سال ۲۰۰۸، ۲۵ درصد و در سال ۲۰۰۹، ۱۸ درصد شبکه‌های اجتماعی را به خودشان اختصاص داده‌اند؛ یعنی این گروه سیر نزولی دارند ولی گروه تماشاگر برعکس از سال ۲۰۰۷ تا



سال ۲۰۰۹ به ترتیب ۴۸ درصد، ۶۹ درصد، و ۷۳ درصد سهم ایفا کرده‌اند. در شبکه‌های اجتماعی ۷۳ درصد سهم بالایی برای گروه تماشاگران است. پس از آن‌ها گروه پیوستگان هست که در سال ۲۰۰۷ الی ۲۰۰۹ به ترتیب ۲۵ درصد، ۳۵ درصد و ۵۲ درصد سهم ایفا کرده‌اند که مبینیم در طول این سه سال تقریباً ۲۵ درصد به ۵۱ درصد رسیده است. در گروه گردآورندگان هم رشد صعودی داشتیم از ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ دوازده درصد، ۱۹ درصد و ۲۱ درصد سهم ایفا کرده‌اند که باز هم، رشد مناسبی در این زمینه داشته و در کنار آن گروه منتقدان را داریم که در سال ۲۰۰۷ الی ۲۰۰۹ از ۲۵ درصد تا ۳۷ درصد رشد صعودی داشتند که در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، ۳۷ درصد سهم ایفا کرده‌اند و گروه تولیدکننده با توجه به ویژگی‌هایی که عرض کردیم گروهی بودند که از ۱۸ درصد در اسل ۲۰۰۷ شروع کرده و به ۲۴ درصد در سال ۲۰۰۸ رسیده‌اند که بر این اساس برای ما مشخص می‌شود که ترتیب این گروه‌های ما به چه شکلی است. مجدد اشاره می‌کنم اگر بخواهیم کاربران اینترنتی را در یک نردبانی به شکل پلکانی دسته‌بندی کنیم می‌توانیم بگوییم که شش پله برده از بالاترین سطح عبارتند از تولیدکنندگان، منتقدان، گردآورندگان، پیوستگان، تماشاگران و غیرفعالان.

این آمار این نکته را هم به ما می‌فهماند که ما باید دقت لازم را در این زمینه هم داشته باشیم، وقتی گروه تماشاگر ۷۳ درصد رشد داشته و از مجموعه‌های مختلف استفاده کرده مشخص است که این گروه تماشاگر تاثیرپذیری بسیاری از این مجموعه داشته‌است. حال من مسلمان، من یک مبلغ دین اسلام، من جوان شیعه، با هر عنوانی که هستم، دانشجو، استاد دانشگاه یا پژوهشگر؛ در هر شغلی که حضور دارم ببینم چگونه می‌توانم از این امکانات و فضایی که وجود دارد استفاده و بهره لازم را ببرم. در این جا برای ما مشخص شد که ما باید نیم نگاهی به شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم و ضرورت حضور برای ما ترسیم شده است. اگر ضرورت حضور ترسیم شده ابتدا ما باید بیش از پیش سراغ شناخت مجموعه مجازی رفته اینترنت، اینترنت، وب پنهان، **وب دو** و مجموعه‌های مرتبط با آن را بشناسیم. بینم وب سایت چیست، وبلاگ چیست، انواع وب سایت‌ها و وبلاگ‌ها چیستند و ما برای استفاده از این وب سایت، وبلاگ، بانک‌های اطلاعاتی، پایگاه‌های اطلاعاتی که مجموعه ای از این‌ها در راستای تامین محتوای ماست و مجموعه ای از این‌ها در راستای زمینه‌سازی تعامل و ارتباطات ما با جهان اسلام است ببینیم که به چه شکلی می‌توانیم استفاده کنیم.

در این جا شناخت موتورهای جستجو و فراموتورهای جستجو برای ما مهم است، گوگل، یاهو، لیکاس، اینفوسیک، هرکدام یک موتور و فراموتور جستجو هستند، اطلاعات و داده‌های مورد نیاز ما را جستجو کرده و در اختیار ما قرار می‌دهند. پس علاوه بر شناخت موتورهای جستجو باید روش‌های جستجو را در این مجموعه یاد بگیریم. یعنی من اگر بخواهم کتاب جستجو کنم، اگر بخواهم فایل‌های صوتی تصویری یا سمعی بصری جستجو کنم، اگر بخواهم فایل‌هایی با فرمت‌های خاص را جستجو کنم، باید یاد بگیرم که از چه روش‌های

حرفه‌ای می‌توانم استفاده کنم. هرچند در این مجموعه، بحث دایرکتوری یا راهنماهای موضوعی و نقش و بحث نقشه‌های سایت برای ما بسیار مهم است. این‌ها هم راهنمایی هستند که ما را به سمت اطلاعات تخصصی مورد نیاز هدایت می‌کنند. هرچند در این میان من اگر بخواهم در فضای مجازی حضور مستمر و فعالی داشته باشم باید پست الکترونیک داشته باشم. حالا پست الکترونیک را بخواهم از طریق جی‌میل انتخاب کنم، از طریق یاهو انتخاب کنم، از طریق میل انتخاب کنم، از طریق اوت‌لوک انتخاب کنم یا هر یک از این مجموعه‌ها، تفاوت آن‌چنانی برای من ندارد. اما این را باید بدانم که ما یک سری گروه‌های میل داریم که اگر در این گروه‌های میل و گروه‌های بحثی که در فضای مجازی وجود دارند عضو شویم به راحتی می‌توانیم اطلاعات و داده‌های مورد نیاز خودمان را در اختیار بگیریم.

معرفی تفصیلی برخی از شبکه‌ها را در جلسات آتی خواهیم داشت. بحث چت‌روم‌ها و اتاق‌های گفتگو هم یکی دیگر از محورهایی است که ضرورت دارد ما به آن‌ها بپردازیم و در کنار آن نکته‌ای که برای ما اهمیت بسیار دارد پرداختن به توجه و تأمل و نقد برخی از مستندات است که ما با آن‌ها روبه‌رو می‌شویم. در جلسه بعد علاوه بر مواردی که عرض شد انواع کاربران شبکه‌های اجتماعی و انواع شبکه‌های اجتماعی معرفی خواهد شد. برخی از شبکه‌های کتاب محور و نردبان کاربران رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی به صورت تفصیلی و اقسام سرویس‌های وبلاگی در شبکه‌های اجتماعی بیان خواهد شد.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.

## بسم الله الرحمن الرحيم

در راستای ادامه مباحث گذشته مبنی بر شناخت و نقد و بررسی شبکه‌های اجتماعی به برخی از موضوعاتی خواهیم پرداخت که برایمان مفید خواهد بود. ابتدا اشاره‌ای خواهیم داشت به چگونگی ذخیره داده‌ها و اطلاعاتی که ما می‌توانیم از طریق رایانه و فضای مجازی در اختیار داشته باشیم. سپس پس از معرفی چگونگی ذخیره آنچه که از فضای مجازی مورد نیازمان هست به موضوع معرفی شبکه‌های اجتماعی یا به تعبیری رسانه‌های اجتماعی بین‌المللی خواهیم پرداخت که سهم بیشتری در رقابت با سایر شبکه‌ها دارند. پس از معرفی چند شبکه اجتماعی که بستر مناسبی برای تبلیغ می‌تواند فراهم کند و همچنین می‌تواند بستری برای پاسخ‌گویی به شبهات و تهاجم علیه اسلام باشد، به معرفی شبکه‌های دینی ویژه مسلمانان و شیعیان خواهیم پرداخت.

### چگونگی ذخیره داده‌ها و اطلاعات در فضای مجازی

در ابتدا ضرورت دارد که به این نکته اشاره کنم ما از آن جایی که از نظر فرمت و شکل داده با تنوع روبه‌رو هستیم، از نظر حجم داده‌ها هم بسیار متنوع هستند و ضرورت دارد حافظه و فضاهایی داشته باشیم که بتوانیم آن اطلاعات مورد نیاز را ذخیره کنیم. اطلاعات متنی فضای زیادی نمی‌گیرد ولی اطلاعات صوت و تصویر و به تعبیری اطلاعات چند رسانه‌ای از فضای بیشتری سهم خواهد برد.

یکی از مواردی که ما می‌توانیم از آن‌ها استفاده کنیم فلش‌ها هستند که می‌شود به راحتی با در اختیار داشتن یک فلش در اندازه‌های کوچکتر یا کمی بزرگ‌تر از این، ۴ گیگ، ۸ گیگ، ۱۶ گیگ، ۳۲ گیگ، ۶۴ گیگ یا کمی کمتر و بیشتر می‌توانیم ما فضاها را به خودمان اختصاص داده و آنچه که اطلاعات و داده داریم در آن‌ها ذخیره کنیم. این‌ها نمونه‌هایی از فلش‌ها هستند که مورد نیاز ما می‌باشند تا ما بتوانیم آنچه را که در فضای مجازی رو به رو هستیم به راحتی در این قطعات کوچک ذخیره کنیم. برخی از این قطعات فقط قابلیت ذخیره داشته و برخی همانند این قابلیت پخش هم دارند که فایل‌های صوتی ما را می‌توانند پخش کنند که در راستای آموزش هم می‌توان از این قطعات بهره گرفت.

اگر حجم اطلاعاتی که ما داریم متفاوت باشد، داده‌هایی که داریم متفاوت باشد، برای ذخیره آن‌ها هم ما از قطعات گوناگون استفاده می‌کنیم که برخی همانند این قطعه قابل استفاده در موبایل در mp3, mp4, mp5 و قطعات مختلف مشابه هستند که دیتای ما را منتقل کرده و قابلیت پخشی که دستگاه دارند را نسبت به پخش این اطلاعات برای ما کمک‌رسانی می‌کنند. نمونه‌ای که می‌توان از آن بهره گرفت و باید دقت لازم هم در ارتباط با آن داشت برخی از فلش‌هایی هستند که شکلی شبیه خودکار، شبیه انگشتر، شبیه ساعت، شبیه عینک دارند و قابلیت ذخیره اطلاعات را نیز دارند که از نظر حجم اطلاعات دو گیگ، چهار گیگ، هشت گیگ، ۱۶ گیگ،

کمتر یا بیشتر هستند. اگر این قطعه را نگاه کنیم می‌بینیم که قطعه همانند یک فلش بوده و با وصل به دستگاه اطلاعات داخل آن برای ما قابل استفاده می‌گردد. وقتی این دو قطعه به هم وصل شده باشد، یک خودکار بیش نیست. هرچند که برای انتقال اطلاعات در ابتدا مورد استفاده قرار می‌گیرد ولی با توجه به فضای مجازی که ما حضور داریم و در آینده به آسیب‌های آن هم اشاره خواهیم کرد این را هم باید اضافه کنم که اگر این در ظاهر یک خودکار می‌باشد با کمی دقت به دست می‌آوریم که حافظه‌ای است که می‌تواند اطلاعات و دیتا را درون خودش ذخیره کند.

اگر از شما پرسند که آیا این قطعه می‌تواند ضبط صدا هم داشته باشد یا نه، که ما در تبلیغ الان بتوانیم بهره بگیریم باید جواب بگوییم بله این قطعه هم قابلیت ضبط صدا دارد و هم قابلیت ضبط به شکل فیلمبرداری دارد با دکمه‌ای که در این قرار گرفته با فشار دادن دکمه چراغی روشن شده و از طریق این دوربین کار فیلمبرداری را انجام می‌دهد که ما می‌توانیم به راحتی داخل جیب خود قرار داده و مستنداتی را که نیاز داریم از این طریق سندسازی کرده و فایل‌های مورد نیاز را در اختیار بگیریم.

گاهی وقت‌ها برای نقل و انتقال اطلاعات از سی دی استفاده کرده و برای حفظ و ذخیره اطلاعات از CD یا DVD استفاده می‌کنیم سی دی فضایی بین ۷۰۰ تا ۸۰۰ مگابایت دارد ولی DVD فضایی بین چهار گیگ و هفتصد میگ دارد. نوعی DVD وجود دارد که دو برابر بوده و نه گیگ اطلاعات را درون خودش می‌تواند ذخیره کند، نوعی هم وجود دارد با نام مینی سی دی و یا مینی دی‌وی‌دی که به تناسب حجم کمتری را می‌تواند ذخیره کند. سی دی‌ها شاید حدود دویست الی دویست و بیست میگ و دی‌وی‌دی‌ها چیزی ششصد الی هشتصد میگ اطلاعات را می‌تواند ذخیره کند. اما اگر اطلاعاتی که ما در فضای مجازی لازم داریم می‌خواهیم بارگذاری کنیم یا می‌خواهیم دریافت کنیم. اگر حجم اطلاعات زیاد باشد، می‌توانیم از هاردهای اکسترنال استفاده کنیم که به راحتی قابل حمل بوده و از طریق یک کابل می‌تواند به دستگاه مورد نظر ما نوت‌بوک دستگاه پی‌سی، نت‌بوک و گاهی هم به آی‌پد و موارد مشابه وصل شده و بتوانیم اطلاعات مورد نیاز خودمان را منتقل کنیم یا مورد استفاده قرار دهیم.

این نمونه‌هایی بود از فضاهایی که ما باید با آن آشنا بوده و یا در ذخیره و پس از پردازش بتوانیم اطلاعات خودمان را در آن‌ها ذخیره کرده و در صورت نیاز به نقل و انتقال اطلاعات از آن‌ها بهره بگیریم.

نکته قابل توجه این است که ما اگر دسترسی به هیچ یک از این لوازم و قطعات نداشته باشیم آیا می‌توانیم باز هم اطلاعات و داده‌های خودمان را در فضاهایی ذخیره کنیم؟ بله ما به عنوان یک مبلغ که می‌خواهد در فضای مجازی حضور داشته باشد ضرورت دارد این نکته را در نظر بگیریم که امروزه بستری که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات برای ما فراهم کرده، بستری بس مفید و بستری بس نگران‌کننده و بستری بس زیان‌آور می‌تواند باشد.

از یک نظر مفید است؛ در صورتی که بخواهیم از اطلاعات مفید آن استفاده کرده و اگر بخواهیم اطلاعات مفید خودمان را در آن فضا بارگذاری کنیم که دیگران هم استفاده کنند مفید است، ولی اگر خدای نکرده بخواهیم از اطلاعات تخریبی، اطلاعات تهاجمی، اطلاعاتی که نمی‌دانیم از کجا به دست آمده و با چه اهدافی بارگذاری شده استفاده کنیم، یقیناً یا اتلاف وقت داشته و وقت خود را هدر داده یا این که خدای نکرده اطلاعاتی بوده که بر نگرش و رفتار ما تاثیر منفی گذاشته است. اینجاست که ما باید دقت لازم را در نقد و ارزیابی فضای مجازی مد نظر قرار بدهیم. در جلسه گذشته اشاره به انواع کاربران شبکه‌های اجتماعی داشتم، یک گروه از آن‌ها گروه منتقدان هستند و یک گروه تولیدکنندگان هستند، منتقدان کسانی هستند که هرگونه اطلاعاتی را که ببینند ابتدا ارزیابی کرده ابتدا آن را نقد کرده و سؤالاتی برای خودشان ترسیم می‌کنند که پس از پاسخ به سؤالات از آن اطلاعات و داده بهره می‌گیرند. این بخش اول صحبت‌هایی بود که باید خدمت شما دانش‌پژوهان و دانشجویان گرامی عرض می‌کردم.

اما نکته تکمیلی در این بخش این است که ما اگر دسترسی به این اطلاعات نداشته باشیم می‌توانیم با استفاده از فضاهای ابری و با استفاده از فضاهای اشتراکی که از طریق فضای مجازی در اختیار ما قرار می‌گیرد استفاده کنیم. برخی از این فضاها، فضاهایی هستند که به صورت رایگان برای ما قابل دسترسی بوده و برخی از این فضاها، فضاهایی هستند که باید پرداخت هزینه را انجام داده و دسترسی به آن را برای ما فراهم کنند. این نکته را در نظر بگیریم که این فضاها می‌تواند مخرب هم باشد. چرا؟ به این دلیل که برخی از اطلاعاتی که توسط برخی از مسلمانان و برخی از شیعیان در فضای مجازی قرار گرفته مورد هجمه قرار گرفته و آن اطلاعات از بین رفته است گاهی برخی از سایت‌ها را می‌بینیم که هک شده و اطلاعات مورد نیاز آن در اختیار دیگران قرار گرفته است. یعنی حق دسترسی صاحب اطلاعات با تغییر یک پسورد حذف شده است.

در نظر داشته باشید ما اگر بخواهیم از آن فضاهای مجازی رایگان استفاده کنیم باید جنبه‌های امنیتی اطلاعات را هم در نظر بگیریم. نمونه‌ای که جدیداً در ایران اتفاق افتاد این بود که یک دستگاه رایانه در یکی از کشورهای غربی به سرقت رفت، این دستگاه با واسطه به فروش رفت و به هر دلیلی وارد بازار ایران شد. شخصی این دستگاه را خرید و وقتی از این دستگاه استفاده کرد و وارد شبکه‌های اجتماعی شد صاحب اولیه دستگاه با استفاده از نرم‌افزار امنیتی که در این دستگاه نصب کرده بود، موفق شد تصاویری از شخص خریدار نوت بوک بگیرد. وقتی شخص وارد شبکه‌های اجتماعی شد نرم‌افزار به صورت مخفیانه فعال شد. تصاویری از شخص گرفت، جای حضور این دستگاه را تشخیص داد و محل حضور و اطلاعات اولیه به همراه تصاویر و قطعه فیلم‌هایی از شخص استفاده کننده را برای صاحب اولیه نوت بوک ارسال کرد. او هم گویا سارق نوت‌بوکش را کشف کرده در وبلاگ یا وبسایت خودش می‌نویسد، دستگاه رایانه من به سرقت رفته شخصی

در ایران با این آی پی از این نقطه و با این تصویر این دستگاه را در اختیار دارد. برخی از رسانه‌های غربی هم به این موضوع دامن زده تا جایی که خریدار نوت‌بوک متوجه شده و از طریق ارسال ایمیل و تماس با شخص اول این مطلب را به او تفهیم کرده است که بنده بر اساس این سند این نوت‌بوک را در این تاریخ از بازار خریدم. می‌بینیم که در این جا به راحتی و بدون اختیار این شخص تصاویری از او و مستندات او در فضای مجازی بدون اختیار او منتشر شده و تهمت دزد و سارق را هم به او زده‌اند.

یک نمونه ساده استفاده یا سوءاستفاده شبکه‌های اجتماعی را در ایران را مثل بزنم. در جایی جریان انتخابات ۸۸ و وقایعی که اتفاق افتاد وقتی فیس بوک فیلتر شد از طریق فایل های صوتی و شماره تلفنی که به اطلاع افراد رسانده شده بود. اخبار و اطلاعات در فیس بوک درج گردید. همکاری گوگل و فیس بوک به این شکل که شماره‌هایی اعلام شده افراد به صورت دروغ یا صادقانه برخی از گزارش ها و وقایعی که در خیابان‌های تهران اتفاق افتاده را به شکل تلفنی بیان کرده صدا ضبط شده تبدیل به فایل نوشتاری شده، از آن جا توسط ربات و دستگاه‌ها به فیس بوک منتقل شده و در فیس بوک درج شده بود.

نمونه دیگر این که اگر ما فایلی در فضای مجازی داشته باشیم و به هر دلیلی این فایل را بخواهیم پاک کنیم که دیگری دسترسی به این فایل نداشته باشد، وقتی اطلاعات متون و داده‌های مورد نظر ما از فضای مجازی پاک شد نباید دیگر قابل دسترسی باشد. می‌بینیم که از طریق آرشیو اینترنت به آدرس [archive.org](http://archive.org) تمامی سوابق اطلاعات و فایل‌ها مستنداتی که ما در گذشته در فضای مجازی بارگذاری کرده و هم اکنون آن اطلاعات را حذف کرده‌ایم در آن جا وجود دارد. پس این نشانه این است که به راحتی می‌توان دست به جاسوسی و تخریب دیگران در فضای مجازی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی زد. شما دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز می‌توانید از قابلیت‌های مثبت و مناسبی که در فضای مجازی قرار گرفته مشابه گوگل، یاهو، گوگل پلاس، گروه‌های بحثی که از طریق گوگل و یاهو به صورت رایگان یا پولی در اختیار شما قرار می‌گیرد، استفاده کرده و مستندات و اطلاعات خودتان را در آن جا به اشتراک بگذارید ولی این دقت را داشته باشید که امکان دارد از طریق برخی از نرم افزارها و به تعبیری بدافزارها به شکل جاسوسانه اطلاعات شما درز پیدا کرده و بدون خواست و علاقه شما در اختیار دیگران قرار بگیرد.

مجموعه فضاهای ابری نیز وجود دارد که به صورت رایگان به شکل چند صد میگ، چند گیگ و یا چند صد گیگ به صورت رایگان یا با پرداخت هزینه در اختیار ما قرار می‌گیرد. ما با پرداخت هزینه‌های نسبتاً ناچیز مجاز و حق دسترسی به آن فضاها را داریم؛ به این شکل که می‌توانیم اطلاعات و داده‌های خودمان را با هر فرمتی که باشد، متن یا به تعبیری تکست، فایل تصویری، فایل صوتی یا فایل‌هایی همانند فیلم‌هایی که ما به صورت معمول استفاده می‌کنیم. این‌ها را در آن فضاهای مجازی می‌توانیم بارگذاری کنیم. هرچند برخی از

سایت‌هایی را هم داریم که به صورت رایگان این امکان را برای ما قرار داده که فایل‌های مورد نیاز را در فضای مجازی بارگذاری کنیم و با لینک به آن فضا و آن آدرسی که آن سایت در اختیار ما قرار داده، حق دسترسی برای کاربران و بازدیدکنندگان از وبلاگ، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی ما که پروفایل تعریف کرده حق دسترسی برای آن‌ها فراهم می‌کنیم و آن‌ها می‌توانند از آن استفاده کنند. در جلسات آینده ما سعی خواهیم کرد که کمی بیشتر به این موضوع بپردازیم، با تاکید بر این که آن فضاهای مجازی برای ما بیشتر شناخته شوند و ما بتوانیم با استفاده از فضاهای مجازی مورد نظر اطلاعات و داده‌های خودمان را در اختیار دیگران قرار دهیم اما اگر بخواهیم برخی از اطلاعات مورد نیاز را در اختیار دیگران قرار دهیم می‌توانیم علاوه بر فضاهای مجازی به خانواده ویکی‌ها و قابلیت‌هایی که آن‌ها دارند هم بپردازیم، به این شکل که در مجموعه‌های ویکی ما می‌توانیم اطلاعات دیگران را هم ویرایش کنیم.

### فضاهای رایگان مجازی

چون بحث ما بحث فضاهای اشتراکی و شیر پوینت‌های رایگان یا با هزینه هست اجازه دهید که چند مورد را نام برده و آدرس این فضاهای رایگان را در اختیار شما دانش‌پژوهان و دانشجویان گرامی قرار دهیم. در این قسمت تاکید بر این خواهد بود که بیشتر فضاهای رایگان مجازی را معرفی کنیم چرا؟ گاهی ما اطلاعاتی داریم که برای یک زمان خاص ضرورت دارد، در فضای مجازی قرار بگیرد و ما می‌توانیم پس از گذشت زمان این اطلاعاتی که در فضاهای ابری رایگان قرار داده‌ایم را تجمیع کرده و در یک فضای مناسب‌تر و با امنیت بالاتر قرار دهیم. خدمات ابری عموماً یک حجم محدود مثلاً پنج گیگا بایت رایگان هستند که اگر ما بخواهیم بیشتر استفاده کنیم باید هزینه آن را بپردازیم.

سرویس‌های ابری دو نوع هستند. یک نوع سرویس‌هایی هستند که با مرورگرهای وب کار می‌کنند که مرورگرهای وب همانند اینترنت اکسپلورر، اپرا، فایرفاکس یا موزیلا، گوگل کروم، کیدزبروزر هستند که ما می‌توانیم از طریق این مرورگرها به آن فضاهای ابری رایگان وصل شده و از آن‌ها استفاده کنیم. پس سرویس‌های ابری دو نوع هستند که یا با مرورگرهای وب کار می‌کنند همانند آمازون و ماکروسافت و یا علاوه بر دسترسی وب، برنامه‌های اختصاصی هر سیستم عامل را هم دارند. البته نوع دوم که برنامه‌های اختصاصی سیستم‌های عامل ویندوز اپل و نمونه‌های مختلف را دارند مشخص است که برای ما بهتر است. این نکته را هم در نظر بگیریم که در برخی از این فضاهای ابری بخشی از اطلاعاتی که ما بارگذاری می‌کنیم می‌تواند به صورت شخصی فقط در اختیار من کاربر و استفاده کننده باشد که دیگری حق دسترسی به آن را ندارد و می‌تواند به صورت اشتراکی باشد یعنی دیگران هم به اطلاعاتی که من به اشتراک گذاشته‌ام دسترسی دارند.

اکنون به برخی از این درایوهای مجازی یا به تعبیری فضاهاى مجازى مى‌پردازیم. درایو ابرى یا فضای ابرى **آمازون** که این سرویس سرعت نسبتاً خوبی دارد خدمات مختلفی را برای بارگذاری اطلاعات ما ارائه می‌دهد برخی از این فضاها برای بارگذاری حجم بالا مناسب نیستند. یعنی ما اگر بخواهیم یک فایل ۵۰۰ مگابایتی یک گیگابایتی را بیشتر را بارگذاری کنیم اجازه نمی‌دهند فقط برای بارگذاری فایل‌های سبک‌تر هستند اما در درایو ابرى آمازون این چنین نیست.

نوع بعدى **آی کلود** هست فضای رایگان این سرویس که متعلق به اپل هست مثل آمازون پنج گیگابایت هست که رایگان است. آی کلود برای موبایل و برای سیستم عامل آی اُ اس اپل مناسب است. البته در ویندوز 7 و برخی از این درایوهای ابرى برای ویندوز 8 هم مناسب هستند. آدرس مورد نظر در مورد قبلى **amazon.com** و در مورد جدید **icloud.com** هست.

اما یکی دیگر از درایوهای مجازی و فضاهاى ابرى که بیشتر امکان حفاظت از داده‌ها نوشته‌ها و عکس‌ها را روی شبکه ی بزرگی در اختیار ما قرار می‌دهد **box.com** هست باکس سیستمی است که برای ذخیره آنلاین طراحی شده ۵ گیگابایت رایگان است تا ۵۰ گیگابایت می‌توان برای حساب‌های شخصی خریداری کرد و تا یک ترابایت برای نسخه‌های تجاری.

**Box.net** این ابزار امکان تعریف دسترسی‌های مختلف را به شکل گروهی داده و ابزار ویرایش این پایگاه ابرى با نام **زوهو** فایل‌های را می‌توانید به صورت آنلاین و بر خط ویرایش کنید. اطلاعاتی که شما بارگذاری کرده‌اید در برخی از فضاهاى ابرى اگر بخواهید ویرایش کنید این اطلاعات را باید حذف کرده و جایگزین آن‌ها را پس از ویرایش بارگذاری کنید، در حالی که در **باکس‌نت** این چنین نیست شما می‌توانید در فضای مجازی این ویرایش را انجام بدهید. اما این نکته را در نظر بگیرید که در باکس دات نت انتشار ۲۵ تا ۱۰۰ مگابایت برای حساب‌های رایگان که تا ۵ گیگابایت در اختیار افراد قرار گرفته و تا ۲ گیگابایت برای حساب‌های تجاری در نظر گرفته شده است. این را هم در نظر بگیریم که با توجه به گسترش موبایل‌ها و با توجه به ازدیاد کاربران اندروید که با گوشی‌های خودشان از این فضاهاى رایگان استفاده می‌کنند. باکس نت هم این قابلیت را برای آن‌ها فراهم کرده است.

**دراپ باکس** فضای دیگری است که به صورت رایگان ولی در حد دو گیگابایت فضا در اختیار ما قرار می‌دهد. در فضای ابرى **دراپ باکس** نیازی به استفاده از مرورگر نیست و ما می‌توانیم به راحتی با وصل شدن به سرویس‌های این پایگاه و فضای ابرى اطلاعات خودمان را حذف یا بارگذاری کنیم. البته گاهی برای ادغام برخی از فایل‌ها بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نکته را در نظر بگیریم که در این پایگاه **دراپ باکس**



محدودیت اندازه فایل برای انتشار در کامپیوترها یا رایانه‌های رومیزی ندارد و برای آپلود و بارگذاری در وب ۳۰۰ مگابایت بیشتر در آن واحد به ما اجازه نمی‌دهد.

درايو بعدی یا فضای مجازی بعدی اسکای درایو می‌باشد. اگر در گوگل این فضاهای ابری را جستجو کنیم، دراپ باکس، باکس دات نت، اسکای درایو و نمونه‌های مختلف دیگر را به راحتی اولین گزینه‌ها معرفی خواهد کرد. این‌ها آدرس‌های مورد نیاز ما خواهند بود. اسکای درایو متعلق به خدمات ابری مایکروسافت می‌باشد و مبتنی بر مرورگری است که ما استفاده می‌کنیم. البته برنامه‌های غیررسمی برای دسترسی به آن وجود دارد که خود مایکروسافت برنامه‌های اختصاصی برای آن ارائه نکرده و می‌شود از آن استفاده کرد. بیشتر افرادی که اکانت و یوزر هات میل یا لایو را دارند می‌توانند از این فضا استفاده کنند. حجم رایگان اسکای درایو ۷ گیگابایت می‌باشد که ما به عنوان مبلغ اگر بخواهیم فایل‌هایی از فایل‌های صوتی و تصویری سخنرانی‌های خود یا برخی از مستندات خودمان را در اختیار دیگران قرار دهیم می‌توانیم به راحتی از این فضا استفاده کنیم.

**شوگر سینگ** یکی دیگر از فضاهای ابری است که ۵ گیگابایت فضای رایگان در اختیار ما قرار می‌دهد. این نکته را هم در نظر بگیریم که در ارتباط با اطلاعات شخصی، در مجموعه فضای ابری ما اختیار بیشتری داریم که می‌توانیم از آن استفاده کنیم. یعنی اجازه دسترسی به فایل و پوشه‌هایمان را به راحتی تنظیم می‌کنیم و روی هر دستگاهی که باشیم می‌توانیم آن دستگاه را با آن فضا هماهنگ کرده و از طریق اینترنت در هر جایی که هستیم و با هر مرورگری که هستیم دسترسی به اطلاعات خودمان داشته باشیم و آن‌ها را ویرایش، حذف و یا اضافه کنیم.

**اسپاید روک** یکی دیگر از سرویس‌های فضای ابری است که تا ۲ گیگابایت فضای رایگان در اختیار ما قرار می‌دهد. **اسپای دروک دات کام** آدرس این فضای ابری است که بیش از حد این نرم افزار روی امنیت و ایجاد فضای بسیار مطمئن تاکید دارد. غیر از کامپیوتر اصلی که ابتدا ما معرفی کردیم امکان دسترسی به اطلاعات و فایل‌هایی که در فضای مجازی مورد نظر قرار دادیم به ما امکان دسترسی به آن را نمی‌دهد. لذا اگر بخواهیم از امنیت بیشتری برخوردار باشیم می‌توانیم اسپای دراک را در نظر گرفته و دو گیگ فضای رایگانی که در اختیار ما قرار می‌دهد را اختصاص به فایل‌های مهم و شخصی خودمان دهیم.

**تونی ۲** یکی دیگر از فضاهای ابری است که وقتی شما یک حساب جدید ایجاد می‌کنید، دامنه‌ای مرتبط با آن هم به شما اختصاص می‌دهد، در نتیجه می‌توانید با آدرس مورد نظر یا دامنه مورد نظر از آن فضا به راحتی استفاده کنید. البته برخی از این فضاها در راستای تجارت استفاده کرده و برخی در راستای تبلیغ. ما باید ببینیم که به عنوان یک طلبه، یک مبلغ که در فضای مجازی احساس وظیفه کرده و می‌خواهیم حضور داشته باشیم چگونه می‌توانیم از این بستر رایگان بیش از پیش استفاده کنیم. پس از این که ما آشنایی با فضاهای ابری پیدا

کردیم باید بتوانیم برخی از فضاهای مشترک موجود را هم از نظر بگذرانیم که در جلسه آینده به فضاهای اشتراکی و شبکه‌های مجازی قابل استفاده خواهیم پرداخت.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.

بسم الله الرحمن الرحيم و به نستعين

در این جلسه به معرفی برخی از شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی پرکاربر خواهیم پرداخت که قابلیت دسترسی و استفاده رایگان را برای همگان و به ویژه برای ما مسلمانان و مبلغانی که می‌خواهیم در فضای مجازی وارد این عرصه شویم، را فراهم می‌کنند.

## معرفی شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی پرکاربرد

فیس بوک

شما یقیناً با فیس بوک آشنا هستید یکی از شبکه‌های مجازی که در بخش‌های مختلف چند رسانه‌ای و مباحث اشتراک اطلاعات و کاربرمحور و تعاملی در ردیف اولین‌ها قرار گرفته است، آشنا هستید. فیس‌بوک در سال ۲۰۱۱ جمعیت بالغ بر ۷۰۰ میلیون کاربر داشته است. جمعیت انگلستان بیش از ۶۱ میلیون نفر، جمعیت آلمان بیش از ۸۱ میلیون نفر، جمعیت ژاپن بیش از ۱۲۷ میلیون نفر، جمعیت روسیه بیش از ۱۴۱ میلیون نفر و جمعیت آمریکا بیش از ۳۰۸ یا ۳۱۰ میلیون نفر است. ولی شما مقایسه کنید فیس‌بوک را با کاربران مجازی بیش از ۷۰۰ میلیون نفر، مشخص است که اگر فیس‌بوک کشور می‌بود. حالا سومین کشور پر نفوذ جهان می‌شد، کشوری که از کشورهای مختلف افراد می‌توانند در آن حضور و فعالیت داشته باشند. فیس بوک در آگوست ۲۰۰۸، ۱۰۰، ۲۰۰۹، ۱۵۰ میلیون در اوایل ۲۰۰۹، ۱۵۰ میلیون در اواسط ۲۰۰۹، ۲۰۰ میلیون و در اواخر سال ۲۰۰۹، ۲۵۰ میلیون کاربر داشته است. در سال ۲۰۱۰ بیش از ۵۰۰ میلیون و در سال ۲۰۱۱ حدود ۷۰۰ میلیون و در پایان سال ۲۰۱۲ گزارشی وجود دارد که قریب به یک میلیارد کاربر در فیس‌بوک حضور دارند یعنی ما اگر بخواهیم فیس‌بوک را در نظر بگیریم روزانه بیش از ۷۰۰ هزار و ماهانه بیش از ۲۰ یا ۲۱ میلیون و در پایان سال ۲۰۱۱؛ ۶۳۰ میلیون و در ۲۰۱۲ بیش از ۷۰۰ میلیون و در ۲۰۱۳ نزدیک به یک میلیارد کاربر دارد. اما فیس بوک چه ویژگی برای کاربران دارد و چه خدماتی به کاربران عرضه می‌کند و این که کاربران عموماً در فیس بوک چه می‌کنند، برایمان مهم است. کاربران فیس‌بوک علائق فردی خود را در فیس بوک شناسایی کرده و در بحث‌ها در ارتباطات و اخبار و اطلاعاتی که مورد نظرشان است حضور فعال دارند. از راه فیس بوک به راحتی علائق فردی کاربران می‌توان تشخیص دهد. راه دگر رفت و آمدهایی که از طریق به اشتراک گذاری اطلاعات بین کاربران صورت می‌گیرد به راحتی می‌شود تشخیص داد که چه افرادی با چه ذوق و سلیقه و با چه اطلاعاتی در فضای فیس‌بوک به همدیگر نزدیک شده و تعامل ارتباطات با افراد مختلف دارند. یکی از بخش‌هایی که کاربران فیس بوک حضور فعال داشته اطلاعات شخصی محل کار سوابق کاری و تحصیلی و به تعبیری رزومه ی افراد هست که عموماً افراد پروفایل شخصی خودشان را در فیس بوک قرار می‌دهند و افراد با

مراجعه و مطالعه سوابق سلائق تجربیات و تخصصی که این افراد دارند تعامل و ارتباطشان را با افراد دیگر برقرار می‌کنند. اما این نکته را هم در نظر بگیریم که به راحتی می‌شود کاربران فیس بوک را از نظر روند فکری و گرایش‌های سیاسی مذهبی رصد کرد و به دست آورد که کاربران هر منطقه جغرافیایی بیشتر به چه سمت و سویی کشیده می‌شوند. در کنار تصاویر کاربران در شرایط و محل‌های مختلف، کاربران تصاویر و مستندات فراوانی از خودشان داخل فیس بوک قرار می‌دهند و به راحتی می‌شود مکان‌ها و جاهایی که کاربران حضور دارند را رصد کرد و نکته قابل توجه در کاربران فیس‌بوک شناسایی حلقه ارتباطی کاربران است. یعنی من به عنوان یک کاربر فیس‌بوک طیف دوستانم مشخص است، طیف همکارانم مشخص است، اعضای خانواده‌ام که در فیس‌بوک حضور دارند مشخص است و مرتب‌ترین مختلف به هر شکلی که مد نظر کاربران باشد در آن مجموعه به راحتی ترسیم می‌شود. می‌بینیم که این قابلیت‌ها هم در فیس‌بوک برایمان فراهم است اما نکته‌ای را که باید در نظر بگیریم این است که فیس بوک یک سایت اجتماعی است، در سال ۲۰۰۴ راه اندازی شد و افراد از سال ۲۰۰۴ به این طرف وارد این مجموعه شده است. در چند ساله اخیر یک شتاب صعودی گرفته که کاربرانش روز به روز افزون و افزون‌تر می‌گردند. یکی از مواردی که باید در ارتباط با فیس‌بوک مد نظر داشته باشیم، راهبرد فن‌آوری محور است یعنی ما در هر زمان از هر مکان به وسیله تکنولوژی‌های موجود چه رایانه چه موبایل و موارد مشابه می‌توانیم از فیس بوک استفاده کنیم. نکته دیگر بحث سادگی فیس‌بوک است که نیاز به تجربه و تخصص فراوان ندارد و افراد به راحتی می‌توانند استفاده کنند. نکته‌ای که فیس بوک مدعی آن است ولی از نظر ما نمی‌شود به آن اعتماد کرد، بحث حریم خصوصی است یعنی کاربران مسلمان و مبلغان مجازی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیزی که در این فضا حضور دارند و یا به تعبیری ظهور و بروز دارند دقت لازم را در ارتباط با حریم خصوصی داشته باشند، به خاطر این که پس از حذف اطلاعات حریم خصوصی باز هم می‌توان اطلاعات کاربران را از طریق فیس بوک بازیابی کرد می‌توان برخی از رصدها و جریان‌های مختلف را از این طریق به دست آورد.

یکی از بخش‌هایی که کاربران را به سمت فیس‌بوک گسیل می‌دهد و علاقمند می‌کند که از آن استفاده کنند. امکان ایجاد آلبوم و آپلود تصاویر افراد است. یکی دیگر از آن‌ها امکان ارسال نظرات از سایت‌ها و وبلاگ‌ها به فیس بوک است. مسلمانان می‌توانند از این قابلیت استفاده کنند، وبلاگ و وبسایت‌هایی که در جاهای مختلف دارند را به فیس‌بوک منتقل کنند و با توجه به نوع دسته‌بندی اطلاعاتی که در فیس‌بوک صورت می‌گیرد و با توجه به تعامل و ارتباطی که ما می‌توانیم با دیگر کاربران برقرار کنیم مناسب است که در ارائه آموزه‌های دینی از این بستر بهره بگیریم. از آنجایی که موبایل هم در دسترس اکثر افراد می‌باشد و امکان اتصال به اینترنت برای اکثر موبایل‌ها فراهم شده، می‌بینیم که بیش از صد میلیون کاربر فقط از طریق تلفن همراه به فیس‌بوک

متصل می‌شوند و اطلاعات خودشان را بارگذاری می‌کنند. حال چه قابلیت‌هایی در فیس‌بوک وجود دارد یک بحث است و این که ما در فیس بوک چه دقت‌های لازمی باید داشته باشیم نکته بعدی است. بر این اساس ضرورت دارد که این نکته را اشاره کنیم که اگر ما می‌خواهیم به عنوان شهروندی از فیس‌بوک قرار بگیریم باید آداب فیس‌بوکی را هم مد نظر داشته باشیم.

برای خودمان حریم عمومی تعریف کنیم یعنی برخی از اطلاعات خصوصی خود را در آن مجموعه قرار ندهیم. آنچه را که در تعامل و ارتباط با دیگران ضرورت دارد اطلاع‌رسانی کنیم. اگر ما توانستیم رابطه‌ی فعالی را بین هم‌کیشان خودمان برقرار کنیم و توانستیم اطلاعات و داده‌های سودمند و دسته‌بندی شده را در فیس بوک قرار دهیم که دیگران هم‌کیشان ما اسلام‌پژوهان کسانی که علاقمند به تحقیق و پژوهش در مورد شیعه و شیعیان هستند در مورد جهان اسلام علاقمندان که مطالعاتی داشته باشند بتوانند از این اطلاعات ما استفاده کنند. هر چند که این نکته را در نظر بگیریم که می‌توانیم چند حریم عمومی برای خودمان تعریف کنیم ارتباطات خودمان را در فیس‌بوک به صورت کنترل‌شده گسترش دهیم، یعنی ابتدا نقاط مشترک خودمان را با دیگر کاربران باز یابیم، بعد برویم تقاضای تبادل در لینک و درج در لیست دوستان و علاقمندان و فالوور و... داشته باشیم. یعنی ما هر کسی را به لیستمان اضافه نکنیم بلکه بیاییم تعریف درستی از نیازها سلائق تجربیات خودمان داشته باشیم و آن چه را که داریم و می‌تواند برای دیگران مفید باشد را به اشتراک بگذاریم و بعد برویم دنبال آن چه که دیگران دارند و مورد نیاز و یا مفید برای ماست، آن‌ها را هم اضافه به مجموعه علاقمندی‌هایمان داشته باشیم. خودمان باشیم نه سایه مبهم از چند نفر؛ یعنی آن چه را که فکر می‌کنیم، ارائه دهیم. نشود که مجموعه‌هایی را از دیگران گرفته و در فیس‌بوک و در فضاهایی که در اختیارمان قرار می‌گیرد قرار دهیم در حالی که آن‌ها یافته‌های خود ما نیست مگر مواردی که نگاه مشترک داریم و چون نگاه مشترک می‌باشد اشکالی را ندارد باید این دقت لازم را داشته باشیم که ما از ابزارهایی که از طریق فیس بوک در اختیارمان قرار می‌گیرد درست استفاده کنیم. ما اگر می‌توانیم در مجموعه‌ای از قابلیت‌های مختلفی که وجود دارد استفاده کنیم در صورت نگاه مثبت به سمت او برویم. خدای نکرده به سمت خواسته‌های شیطان برویم برخی از نرم‌افزارهایی که هیچ سودی به حال ما ندارد سراغ آن‌ها برویم، برخی از اطلاعاتی که سودی ندارد سراغ آن‌ها برویم، برخی از نرم‌افزارهایی که امکان دسترسی ما به آن‌ها فراهم شده ولی مورد نیاز ما نیست سراغ آن‌ها برویم. این نکته را هم در نظر بگیریم که وقایع و حوادثی که در فیس بوک اتفاق می‌افتد و هم‌چنین وقایع و حوادثی که در جهان پیرامونی ما اتفاق می‌افتد را مورد کنکاش و مورد نقد و بررسی قرار داده و در بعضی از جاها قادر به کنترل احساسات خودمان باشیم یعنی به جای این که یک ربات باشیم، یک انسان باشیم. فکر کنیم آن چه را که در فیس بوک بارگذاری می‌کنیم چیست و آن چه را که می‌خواهیم از فیس‌بوک استفاده کنیم با فکر روشن مورد

استفاده قرار بدهیم و از طرف دیگر به عنوان یک ادب از آداب شهروندی باید ما به منابع پایبند باشیم. یعنی ما اگر اطلاعاتی را به اشتراک می‌گذاریم یا اگر اطلاعاتی را دیگران به اشتراک گذاشته‌اند را استفاده می‌کنیم. صریحا بگوییم که این اطلاعات از کجا اخذ شده و منبع اخذ این اطلاعات کجاست یعنی بحث حقوق معنوی را هم مراعات کنیم. این نکته را هم در نظر بگیریم که احساسات خودمان را یقینا کنترل کنیم چون فرهنگ‌های متفاوتی یقینا وجود دارد که در فیس بوک حضور و ظهور و بروز دارد و ما فرهنگ مسلمانی خود را داریم. فرق نمی‌کند فرهنگ خاص اهل سنت یا فرهنگ خاص شیعه آن چه را که ما نگاه می‌کنیم را ببینیم که با چه رنگ و بو و با چه سبک و سلیقه‌ای وارد شده، بر اساس قدرت تشخیص و ارزیابی خودمان سراغ نقد آن داده و اطلاعات و دیتا رفته یا سراغ تعریف و تمجید یا سراغ تکثیر آن؛ یعنی اطلاعاتی که از جاهای مختلف می‌گیریم را می‌توانیم در اختیار دیگران هم قرار دهیم.

بعد از فیس بوک ما توئیتر را داریم که در گذشته مقام بالایی داشته ولی الآن به نسبت گذشته پس از فیس بوک قرار گرفته است. هر چند که در گذشته مای اسپیس اولویت اول را داشت ولی پس از آن یعنی پس از ورود فیس بوک به مقام دوم رسید. توئیتر، اورکات، مای اسپیس، فرند فید، فلیکر وجود دارد که هر یک از این‌ها در جایگاه و رده خاصی قرار دارند. من به عنوان یک دانشجو، یک دانش‌پژوه، یک مبلغ دین اسلام باید این نکته را مد نظر داشته باشم که در زمان انفجار اطلاعات در ارتباط با شناخت ذخیره پردازش و بازیابی اطلاعات هر اطلاعات و هر حرفی را نباید قبول کنم و هر اطلاعات و هر حرفی را هم نباید در اختیار دیگران قرار دهم.

### مای اسپیس

**مای اسپیس دات کام** قبل از ظهور فیس‌بوک محبوب‌ترین و پربازدیدترین بود. در سال ۲۰۰۳ حضور نسبتا روبه رشدی را برای خودش رقم زد و خدمات زیادی را ارائه داد. این پایگاه پس از سال‌های اولیه بالغ بر بیست میلیون کاربر را جذب کرد و در سال ۲۰۰۵ با پرداخت مبلغ ۵۸۰ میلیون دلار رابرت مورداخ مای اسپیس را از آن خود کرد. در سال ۲۰۰۶ نسخه مخصوص کاربران بریتانیایی راه اندازی شد و به دنبال آن نسخه کاربران چینی و پس از آن کشورهای مختلف به این سمت روی آورده و با اوج گیری فیس بوک در سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ نسخه ی جدید مای اسپیس برای عقب نماندن از فیس بوک رونمایی شد. دفتر مرکزی مای اسپیس در کالیفرنیا است و بیش از هزار کارمند دارد. بیش از دویست میلیون کاربر از مای اسپیس بهره برده برخلاف فیس بوک مای اسپیس زبان‌های مختلف ار پشتیبانی می‌کند. البته تنوع و تعدد زبان‌ها بستگی به بازار کسب درآمد از تبلیغات دارد. کاربران اینترنتی مای اسپیس از خدمات متنوع و رایگان نسبتا فراوانی برخوردارند، امکان فرستادن و دریافت پیغام امکان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای امکان وبلاگ‌نویسی امکان تالارهای گفتگو هر چند

که در مای اسپیس بیشترین درآمد از طریق تبلیغات است و آگهی‌های اینترنتی صورت می‌گیرد این نکته را هم بگوییم که در مای اسپیس بخش موسیقی جز پرفرمدارترین بخش‌های آن است که تعداد بسیار زیادی از افراد موسیقی‌دان و گروه‌های موسیقی در آن عضو هستند. در کنار موسیقی امکان مشاهده ویدئو هم فراوان است که با استفاده از دستگاه‌های قابل حمل می‌توان به این دستگاه دسترسی پیدا کرد. پس مای اسپیس فضای بعدی است که ما می‌توانیم به راحتی در راستای تبلیغ دین از آن فضا بهره بگیریم.

## اورکات

اما اورکات که همانند جیمیل یکی از زاده‌های دیگر گوگل است سرویسی را ارائه داده که این سرویس براساس دوست من دوست دارد با دوست تو که دوست دارد با دوست تو دوست بشود دوست شود آیا دوست داری که با دوست من که دوست داره با دوست تو دوست بشه دوست بشی؟ بر اساس این شعار است یعنی در ابتدا افراد باید از کسانی که در اورکات عضو هستند دعوت نامه اخذ می‌کردند. اگر دعوت نامه‌ای برای افراد ارسال می‌شد آن شخص مجاز به عضویت در اورکات بود. هرچند که با گذشت زمان این قابلیت حذف شد و افراد به صورت رایگان می‌توانستند از اورکات استفاده کنند، این مسئله هم مطرح بود که اعضای اورکات بیشتر افراد متخصص و اهل فن و اندیشمندان هستند که می‌خواهند یک مجموعه علمی را گرد هم آورند. ایران پس از گذشت سه سال از سابقه فعالیت اورکات مقام سوم را در اورکات به دست آورد. ولی امروزه اورکات از طریق ایران امکان دسترسی برای اعضا فراهم نکرده است.

## تویتر

نکته بعدی تویتر است. تویتر به معنای چهچه زدن و صداهای متناوب ایجاد کردن است. جزء محبوب‌ترین و معروف‌ترین شبکه‌های اجتماعی و میکرو وبلاگ‌های دنیاست. از سال ۲۰۰۶ فعالیت خودش را شروع کرده، مقر آن در سانفرانسیسکو است. دارای بیش از ۲۰۰ کارمند می‌باشد. البته این نکته را هم در نظر بگیریم که در تویتر برای استفاده‌هایی که می‌خواهد صورت بگیرد محدودیت‌هایی وجود دارد، هر پست حدود ۱۴۰ کاراکتر بیشتر امکان درج اطلاعات نیست. از طریق وب، پیامک، گوگل فاکس و افزونه‌های فایرفاکس قابل مدیریت است. تویتر امروزه کاربران بسیار زیادی را به خودش اختصاص داده است. نیازی نیست که ما به تعداد مجموعه‌ها اشاره بکنیم اما این را در نظر بگیریم که امکاناتی که ارائه می‌دهند به دلیل سادگی رابط کاربری، به دلیل استفاده از دیگر شبکه‌های اجتماعی، به دلیل سرعت انتقال اطلاعات و سرعت خواندن و نوشتن و

- هم‌چنین به دلیل تنوع در استفاده از امکانات شخصی و حرفه‌ای و سهولت، و استفاده از برنامه‌های کاربردی علاقمندان بسیاری را به خودش جذب کرده است. برخی از امکانات جانبی و حاشیه‌ای توئیتر عبارتند از:
- توئیت ویل؛ چرخ توئیت تصویری از موقعیت کاربر و چگونگی تعامل و ارتباطش در توئیتر را ارائه می‌دهد.
  - توئیتر فید؛ به کاربران امکان می‌دهد که خروجی‌های فید خودشان را از طرق دیگر به توئیتر خود بفرستند.
  - توئیت پیک؛ برای آپلود و بارگذاری تصاویر.
  - توئیت مید دیس؛ برای بازاریابی توئیتری.
  - توئیت لیترا؛ سرویسی برای پست‌های توئیتر کاربران است.
  - توئیت دیکت؛ مشکلات و خطاهای توئیتری و قطعی‌های آن را می‌توانند مقابله کنند و در راستای حل مشکلات گام بردارند و هو شود.
  - آی فالو؛ پایگاهی که به کاربران پیشنهاد می‌دهد چه کسانی را به فهرست دوستان خودشان اضافه کنند یعنی من به عنوان یک فرد مسلمان، به عنوان یک مبلغ شیعی اگر وارد توئیتر شوم و پروفایل خودم را کامل کنم علائق و سلیقه‌هایی که دارم را مشخص کنم این امکان را در هو شود آی فالو به من می‌دهند که افرادی که همسو با نگرش من هستند بتوانند من را ببینند و اضافه به دوستان کنند و من هم آن‌ها را ببینم و اسم آن‌ها را در مجموعه‌های خودم اضافه کنم که تغییر و گردش آن‌ها را در فضای مجازی توئیتر به دست بیاورم.
  - توئیتر گرام؛ ابزاری برای فایل‌های صوتی کاربران
  - توئیتر لای؛ ابزاری برای گردآوری لینک‌های ارسال شده.
- توئیتر دارای قابلیت‌های فراوانی است تاکید ما بر این است که ما به عنوان فرد مسلمان به عنوان فردی که می‌توانیم به تبلیغ دین پردازیم از این فضا بیشتر و بیشتر استفاده کنیم یک یا دو مورد دیگر را اشاره کنم و جلسه را به پایان برسانم.

## فرند فید

فرند فید دو برنامه نویسی بودند که نقشه ی گوگل را طراحی کردند و نرم افزار جیمیل را این دو برنامه نویس در سال ۲۰۰۷ فرند فید را آماده کردند. در کالیفرنیا هم اکنون فعال است به طور میانگین یک میلیون بازدید کننده در هر ماه دارد بیش از یک میلیون می‌توان فید را طوری تنظیم کرد که مطالبی که دوستان ما از



بین عکس‌ها، لینک‌ها، ویدئوها و پیام‌هایی که برای ما به اشتراک گذاشته‌اند را به صورت فیدی مطابق با تنظیمات شخصی خودشان دم دست داشته باشند یا دم دست داشته باشیم این نکته را در نظر بگیریم که استفاده از فرند فید نیازی به نصب برنامه خاصی ندارد. می‌توانیم از طریق ایمیل، از طریق تلفن همراه و حتی از طریق فیس بوک به آن دسترسی داشته باشیم. می‌توانیم مطالبمان را برای استفاده دیگران به اشتراک بگذاریم به شکلی که برای همه قابل دیدن باشد یا فقط برای افرادی که آی دی و یوز و پسرورد فرند فید را دارند و به تعبیری برای کسانی که حساب کاربری دارند. از جمله امکاناتی که برای کاربران فراهم شده می‌توان از امکان پیگیری موضوعات مورد علاقه نام برد. می‌توان از امکان این که هر کاربر بتواند دوست‌داران مطالبش را پیدا کند و همچنین در بحث‌های داغ امکان عضویت را فراهم می‌کند و می‌تواند یک جریان کاملاً شخصی برای کاربر در رصد اخبار و وقایع حوادثی که اتفاق می‌افتد را ترسیم کند.

پس فیس بوک دات کام مای اسپیس دات کام اورکات دات کام توئیتر دات کام فرند فید دات کام و فلیکر دات کام البته در فلیکر دات کام با توجه به قابلیت امکان بارگذاری تصاویر مختلف ما امکان دسترسی به تصاویر مختلف را هم داریم که هرچند که برخی از قابلیت‌های وبلاگی را هم برای ما فراهم می‌کند. تا این جا موفق شدیم برخی از شبکه‌های اجتماعی پر کاربر و رده اول را به تعبیری برای بهره‌گیری دانش‌پژوهان و دانشجویان و مبلغان جهان اسلام به ویژه اسلام پژوهان و اسلام شناسان فراهم کنیم. امیدواریم با معرفی این قابلیت‌ها این بستر برای ما فراهم گردد که وظیفه و هویت مجازی که باید در فضای مجازی داشته باشیم را با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به نحو احسن انجام دهیم.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.



بسم الله الرحمن الرحيم

در جلسات گذشته موفق شدیم یک نگاه اجمالی به شبکه‌های اجتماعی انداخته و انواع شبکه‌ها را به صورت اجمال نام برده و قابلیت‌های آن‌ها را ترسیم کنیم و با شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی به تعبیری که فراتر از زمان و مکان بوده و گرایش به یک گروه خاص نداشته پردازیم. در این جلسه می‌خواهیم به شبکه‌های اجتماعی دینی یا به تعبیری به شبکه‌های اجتماعی پاک پردازیم که بیشتر مورد استفاده جهان اسلام است.

### شبکه‌های اجتماعی پاک

#### شبکه گفتگوی شیعیان

برخی از این شبکه‌ها، شبکه‌های بین‌المللی بوده و برخی این شبکه‌ها، شبکه‌های اجتماعی. این را در نظر بگیریم که قابلیت‌های **وب ۲** کمک شایانی داشته تا شبکه‌های اجتماعی ظهور و بروز چشم‌گیری در جهان امروزه پیدا کرده و تعداد کاربران بسیار زیادی را جذب کنند. یکی از شبکه‌هایی که در جهان اسلام مورد استفاده قرار می‌گیرد شبکه گفتگوی شیعیان است. آدرس دسترسی به این شبکه [shiachat.com](http://shiachat.com) است بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین شبکه اجتماعی شیعیان در شبکه اینترنت می‌باشد. چند ده هزار عضو آمار چند سال قبل این شبکه بوده که شیعیان با مراجعه به این شبکه در اتاق‌های مختلفی که تعریف شده می‌توانستند به بخش‌های مختلفی که تقسیم شده بود به نام‌های مناسب‌های مذهبی، بخش معرفی کتب و ادعیه شیعی، بخش مباحث عمومی، بخش قرآن و حدیث، بخش مباحث اقتصادی، بخش ازدواج و موارد مختلف مراجعه کنند. [shiachat.com](http://shiachat.com) گفتگوی شیعیان یکی از بسترهایی است که با استفاده از قابلیت‌های تعاملی وب ۲ امکان تعامل ارتباط شیعیان را با هم فراهم می‌کند.

#### شبکه اجتماعی مدینه

شبکه دیگر، شبکه اجتماعی مدینه به آدرس مدینه دات کام می‌باشد. [madina.com](http://madina.com) به تعبیری وب‌سایتی است که در پاسخ به سایت‌های اجتماعی غربی از قبیل فیس بوک راه‌اندازی شده و مسلمانان از هر نقطه‌ای از جهان می‌توانند با ثبت نام در این شبکه در تالارهای گفتگوی این شبکه حضور یافته و به تبادل نظر پردازند. این وب‌سایت با قابلیت‌های تعاملی که دارد به زبان‌های انگلیسی، فرانسه، ترکی، آلمانی، عربی، سوئدی، روسی، ایتالیایی، اسپانیایی و برخی زبان‌های دیگر قابل دسترسی است. علت ایجاد این شبکه هم این بود که فیس بوک پس از این که چهار صفحه بسیار معروف اسلامی را از فضای مجازی خودش حذف کرد مسلمانان را به خشم درآورد و نامه‌ای انتشار دادند که بنیان‌گذار فیس‌بوک را به عنوان خدشه‌دار کردن احساسات بیش از چندین

میلیون مسلمان متهم کرده بودند و تقاضای این را داشتند که امکان دسترسی به آن صفحات مسلمانان فراهم شود. از آن جایی که این امکان برای آن‌ها فراهم نشد اقدام به راه‌اندازی شبکه اجتماعی مدینه کردند و مسلمانان از اقصی نقاط جهان موفق شدند از این استفاده کنند؛ چرا که در آن زمان بیش از دو و نیم میلیون کاربر مسلمان در فیس‌بوک بوده و از فیس‌بوک خارج شدند از باب اعتراض نسبت به حذف صفحاتی که مورد استقبال مسلمانان قرار گرفته بود.

### شبکه ماسلیم (مسلم)

شبکه بعدی، شبکه ماسلیم هست به آدرس [muxlim.com](http://muxlim.com). در سال ۲۰۰۶ این شبکه با حضور بیش از یک و نیم میلیون نفر از صد و نود کشور جهان که به صورت ماهانه وصل می‌شدند این سایت و این شبکه اجتماعی پا به عرصه فضای مجازی گذاشت. نکته قابل توجه در این شبکه این است که امکان پیوستن به اجتماعات بحث و گفتگو و هم چنین امکان اشتراک‌گذاری عکس و گوش دادن به قرآن را برای افراد فراهم می‌کند. می‌توان این نکته را در نظر گرفت که اتاق‌های گفتگو و بسترهای گفتگویی که در فضای مجازی امروزه فراهم است بهترین فضا با کمترین هزینه و با بیشترین سرعت در راستای تبلیغ دین قرار گرفته و ضرورت دارد که ما به راحتی از این امکانات نگذریم. به عنوان یک وظیفه است که به نحو احسن بر اساس استانداردهای موجود از این فضاها استفاده کرده و آن چه که مد نظر ما می‌باید را در راستای آموزش و ترویج دین اسلام استفاده لازم را ببریم.

### شبکه 4visit

شبکه بعدی که جز شبکه‌های مناسب در فضای مجازی می‌باشد [4visit.com](http://4visit.com) است. این سایت توسط جمعی از فعالین متعهد فضای مجازی از ابتدای سال ۸۸ فعالیت خودش را شروع کرد. دلیل حضور این شبکه هم در فضای مجازی سانسور برخی از کلیپ‌هایی بود که توسط برخی از مسلمانان در یوتیوب بارگذاری شده بود. فعالین فضای مجازی در ابتدا موفق شدند که بیش از هزار کلیپ یوتیوب را که حذف کرده بود و کلیپ‌هایی بود که توسط مسلمانان بدون هیچ غرض‌ورزی در یوتیوب بارگذاری شده بود و یوتیوب آن‌ها را حذف کرده بود. ابتدا این‌ها بارگذاری شد و پس آن با مشارکت فعال‌تر کاربران ارزشی این شبکه اجتماعی روز به روز فایل‌های مختلف در این شبکه بارگذاری می‌شود. نکته قابل توجه در این شبکه عدم وجود کلیپ‌های غیراخلاقی و ضددینی است یعنی در [4visit.com](http://4visit.com) شما کلیپ‌ها و مستنداتی که تهاجم و حمله به ادیان دیگر و حمله به مقدسات دیگر داشته باشد دسترسی ندارید و چیز این‌چنینی در آن جا وجود ندارد. نکته دیگر این

که قابلیت دانلود مستقیم فیلم‌ها را دارد و در کنار فیلم‌ها، بخش صوتی وجود دارد که شما می‌توانید فایل‌های صوتی مختلف را از آن دریافت کنید. نکته قابل توجه باز هم نظارت ۲۴ ساعته بر آن چه که در این سایت و شبکه اجتماعی بارگذاری می‌باشد است؛ هر فایلی که بارگذاری می‌شود کنترل شده و در صورت مغایر بودن با آموزه‌های هر یک از ادیان و اقوام و ملل حذف می‌گردد.

### جامعه مجازی نصر

شبکه مجازی دیگر با نام جامعه مجازی نصر به آدرس [nasrclub.com](http://nasrclub.com) بزرگ‌ترین جامعه مجازی مقاومت اسلامی است که به عنوان کلوب نصر با هدف اشتراک‌گذاری محتوا با رویکرد مقاومت اسلامی و جلوگیری از تهدیدات نرم صورت گرفته است. البته این نکته را در نظر بگیریم که عموماً برخی از تهدیدیاتی که جهان اسلام با آن رو به رو است، از نوع تهدیدات نرم ارزش‌ها و منافع اسلامی است این جامعه مجازی علاوه بر زبان فارسی به زبان عربی، انگلیسی و روسی به کاربران و اعضای خودش سرویس‌دهی می‌کند. این نکته را هم در نظر بگیریم از بخش‌های جامعه مجازی مقاومت اسلامی می‌تواند به دعوت برگزیدگان و گروه‌های مختلف اشاره کرد یعنی افراد مختلف می‌توانند خودشان را در لیست برگزیدگان درج کنند. گروه‌های مختلف می‌توانند خودشان را در این فضای مجازی معرفی کرده و به لینک‌های هم‌سو و ارزشی را به همراه فیدها به همراه نیازمندی‌ها و به همراه آلبوم‌هایی که وجود دارد دسترسی پیدا کرد. نظرسنجی یکی از گزینه‌های خوب این شبکه اجتماعی است. امکان اختصاص وبلاگ به افراد یکی دیگر از قابلیت‌ها، امکان بارگذاری و دریافت فایل‌های موسیقی و هم چنین امکان این که از کجا و چه افرادی و چه تعداد افرادی هم اکنون در این شبکه آنلاین و برخط هستند می‌شود، در بخش دعوت پست الکترونیک دوستان یا گروه‌های مختلف را به صورت جداگانه در فیدهای مورد نظر درج کرده و از آن‌ها دعوت به حضور در این کلوب داشته باشیم. می‌بینیم که جامعه مجازی نصر هم در راستای مقابله با تهاجم‌هایی صورت گرفته که در جهان اسلام ما با آن رو به رو هستیم.

### شبکه اجتماعی حامیان ولایت

شبکه بعدی، شبکه اجتماعی حامیان ولایت است که به آدرس [velayatmadaran.ir](http://velayatmadaran.ir) از کشور ایران پشتیبانی و هدایت می‌شود. رویکرد اصلی این پایگاه این است که یک فضای صمیمی جهت دوستی جهت تبادل نظر و هماهنگی میان فعالان حزب‌الله در حوزه وب فراهم کند. هدف دوم فرهنگ‌سازی در میان اهالی این جبهه در جهت آشنایی با نحوه برخورد با دشمنان نظام مقدس جمهوری اسلامی است. البته امکان

بارگذاری فیلم، صوت، امکان ایجاد پروفایل، امکان آپلود یا بارگذاری فایل در این پایگاه فراهم شده و می‌توان در موضوعات مختلف با ارائه مقالات و مستندات هم‌چنین ارائه آخرین اخبار در موضوعات گوناگون از این سایت بهره برد. این را در نظر بگیریم که امکان اضافه کردن زبان‌های عربی و انگلیسی به این مجموعه فراهم شده است، تا کسانی که در این راستا همسو هستند و دغدغه‌های مشترک دارند بتوانند با هم به تبادل و تعامل بپردازند.

برخی از شبکه‌های مختلف شامل اجتماعی دیگر را هم داریم که آن شبکه‌ها به صورت منطقه‌ای یا بومی یا زبان خاص بوده که ما فعلا از معرفی تفصیلی آن‌ها پرهیز می‌کنیم البته به صورت پیوست و ضمیمه در کنار درس‌هایی که هم اکنون مشغول مرور و شنیدن آن هستیم اضافه می‌کنیم تا پس از دانلود و دریافت بتوانید به مطالعه آن‌ها بپردازید. در جلسات آینده به معرفی خانواده ویکی و دانش‌نامه‌هایی خواهیم پرداخت که به صورت تعاملی بوده و ما می‌توانیم در ویرایش و ورود اطلاعات جدید از زوایای مختلف از آن دانش‌نامه‌ها گام موثری برداریم.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.

در این بخش نگاه مختصری داشتیم به برخی از شبکه‌های اجتماعی دینی البته تعداد شبکه‌ها بسی فراوان است و ضرورت دارد که ما با مراجعه به فضاهای مجازی موجود و جستجویی که می‌توانیم از طریق جستجوگرهای مختلف انجام دهیم این شبکه‌ها را شناسایی کنیم و از آن‌ها بهره بگیریم. هرچند که تنها بهره‌گرفتن کفایت نمی‌کند بلکه بهره‌رساندن و سوددهی هم ضرورت دارد. چرا که زکات العلم نشره، این نشر علوم به چه شکلی صورت می‌گیرد؟ آیا حتما باید در قالب منبر چهره به چهره و فیس تو فیس باشد یا این که در قالب نگارش‌های مکتوب بوده و به شکل کتاب و مقاله صورت گرفته در اختیار دیگران قرار بگیرد یا این که نشر علوم در قالب زبان ادب و هنر به شکل نمایشنامه و فیلم و داستان و نمونه‌های این‌چنینی بوده یا این که نه ما می‌توانیم علاوه بر این‌ها وارد فضای مجازی شده و در آن‌جا هم انجام وظیفه نماییم.

### سرویس‌های وبلاگ‌دهی رایگان

برخی از پایگاه‌هایی که خدمات ذخیره اطلاعات را به ما می‌دادند در جلسه‌های گذشته معرفی شد. اما در این جا می‌خواهیم ما به یک سری سرویس‌های وبلاگ‌دهی رایگان بپردازیم که ما اگر خواستیم به عنوان یک طلبه، به عنوان یک روحانی مسلمان، به عنوان یک دانشجوی مسلمان، به عنوان یک اندیشمند مسلمان، اطلاعات و

آموزه‌هایی که به آن رسیدیم را خواستیم در اختیار دیگران بگذاریم، بتوانیم در کوتاه‌ترین زمان ممکن با کمترین هزینه و بیشترین دقت در اختیار علاقمندان قرار دهیم.

یکی از مجموعه‌هایی که امروزه به صورت رایگان در اختیار ما قرار گرفته بحث **سرویس‌های وبلاگ‌دهی** است. ما اگر بخواهیم سرویس‌های وبلاگ‌دهی را معرفی کنیم در هر کشوری سرویس‌های خاصی وجود دارد. برخی از این سرویس‌ها، سرویس‌های رایگان فراملی است. برخی از سرویس‌ها، سرویس‌های ملی است یعنی در مجموعه سرویس‌هایی که وجود دارد. اگر من از ایران و خدمات سرویس‌های رایگان ایرانی استفاده می‌کنم چه بسا بیشتر به زبان فارسی بوده و اگر در کشورهای عربی است بیشتر به زبان عربی و هم چنین در کشورهای مختلف انگلیسی زبان بیشتر به صورت انگلیسی و همین طور زبان‌های دیگر. در این جا تاکید ما بر برخی سرویس‌های رایگانی است که در زبان فارسی ارائه شده ولی این معایر این نیست که ما بتوانیم از همین زبان فارسی در زبان‌های دیگر هم استفاده کنیم. سرویس‌های وبلاگ‌دهی قابلیت‌هایی است که برای ما فراهم شده ما اطلاعات خودمان را در آن فضای مجازی بارگذاری کرده و دیگران پس از جستجو و یا با دانستن آدرس وبلاگمان به وبلاگ مراجعه و از آن استفاده می‌کنند و گاهی می‌توانند یادداشت‌ها و نقدهایی هم بر نوشته ما بگذارند.

یک مجموعه، مجموعه‌های **ویدئوبلاگ** هست که ما می‌توانیم فایل‌های ویدئویی خودمان را در آن‌ها بارگذاری کنیم. مثل **aparat.com** یعنی با مراجعه به این سایت این امکان برای شما فراهم می‌شود که فایل‌های ویدئویی خودتان را در آن‌جا بارگذاری کنید.

یک مجموعه، مجموعه‌های **فوتو بلاگ** هست که این امکان را فراهم می‌کند که من مسلمان، من مبلغ، تصاویری را که احساس می‌کنم مفید است و می‌تواند پیامی برای کاربران و مخاطبین داشته باشد را در آن‌جا عرضه کنم و دیگران هم با جستجو بتوانند به آن تصاویر دسترسی پیدا کنند. در زبان فارسی **akkasii.com** و **picoblog.ir** و **photoblog.ir** و **propicnet.com** و **webphoto.ir** این‌ها مجموعه‌هایی از فوتوبلاگ‌ها هستند که امکان درج رایگان تصاویر دلخواه ما در آن‌ها فراهم است.

یک مجموعه هم سرویس‌های وبلاگی داریم که همانند رادیو اینترنتی با نام پادکست این امکان را برای ما می‌دهد که **فایل‌های صوتی** خودمان را به همراه متون و برخی تصاویر بارگذاری کنیم که **cast.ir** از این نمونه‌هاست **avagah.com** این هم امکان بارگذاری فایل‌های صوتی را می‌دهد.

مجموعه‌هایی را داریم که امکان **ساخت فروشگاه** را برای ما فراهم می‌کند. یعنی ما اگر محصولاتی از قبیل کتاب، مجله، فایل‌های صوتی، نرم افزارهای مختلف را داشته باشیم که بخواهیم به فروش برسانیم این امکان را برای ما فراهم می‌کند که نسبت به فروش اقدام کنیم. هرچند که می‌شود بحث ریالی فروش را در این جا در

نظر نگرفت بلکه فایل‌هایی نرم افزارهایی را در آن جا بارگذاری کرد به صورت رایگان یا به تعبیری به صورت صلواتی کاربران پس از عضویت از آن‌ها استفاده کنند.

یک مجموعه سرویس‌های وبلاگی ویژه خانوم‌ها وجود دارد [shamimiblog.ir](http://shamimiblog.ir) و [gurlblog.ir](http://gurlblog.ir) و [zb.ir](http://zb.ir) و [zanblogger.com](http://zanblogger.com) این‌ها خدماتی است که در راستای سرویس‌دهی وبلاگ، ویژه خانوم‌هاست.

یک مجموعه هم داریم که خدمات ویژه کودکان، یعنی ما اگر بخواهیم برخی از کودکان‌مان را از سنین کودکی آموزش دهیم که از فضای مجازی استفاده کنند و در راستای حال و هوای خودشان اطلاعات مرتبط را بارگذاری کنند از این خدمات می‌توانند استفاده کنند مانند [blognini.com](http://blognini.com) و [niniweblog.com](http://niniweblog.com).  
به سرویس‌های وبلاگ‌دهی صنعتی کاری نداریم.

با سرویس‌های وبلاگ‌دهی خبری اگر بخواهیم مجموعه اخباری را ارائه دهیم [presslogger.com](http://presslogger.com) و [azadnegar.com](http://azadnegar.com) این دو تا از سرویس‌هایی هستند که به صورت رایگان آن چه که در اطراف ما اتفاق می‌افتد را می‌توانیم بارگذاری و در اختیار دیگران قرار دهیم.

سرویس‌های وبلاگ‌دهی موسیقی را داریم و سرویس‌های وبلاگ‌دهی گردشگری، سرویس‌های وبلاگ‌دهی آموزشی، سرویس‌های وبلاگ‌دهی در زبان‌های ترکی، کردی، بلوچی، گیلگی، افغانی. البته من اگر آدرس‌های این مجموعه را نمی‌خوانم به خاطر این است که چون تعداد زیاد است به صورت پیوست در ذیل دروسی که شما بیننده آن هستید قرار می‌گیرد تا پس از دانلود نیاز به تایپ مجدد آن‌ها نداشته باشید.  
مجموعه سرویس‌هایی را داریم که اختصاصی کشورهای مختلف است که بحث زبان افغانی نمونه‌اش است. [afblogfa.com](http://afblogfa.com) یا [Afghanblogger.com](http://Afghanblogger.com) است.

سرویس‌های وبلاگ‌دهی در محدوده جغرافیایی خاص، سرویس‌های وبلاگ‌دهی گیم و بازی، مجموعه‌های دیگر از سری خدمات سرویس وبلاگ‌دهی رایگان است و یک مجموعه هم [blogger](http://blogger.com) یا سایت‌های وبلاگ‌دهی است که اختصاص به یک گرایش یا موضوع خاص ندارد. یعنی ما می‌توانیم [Blogfa.com](http://Blogfa.com) و [blogsky.com](http://blogsky.com) و [persianblog.com](http://persianblog.com) و [parsiblog.com](http://parsiblog.com) و [masjedblog.com](http://masjedblog.com) و نمونه‌های مختلف را نام ببریم که امیدواریم این مجموعه هم برای شما دانش‌پژوهان و دانشجویان عزیز و ارجمند مفید واقع گردد و از خدمات آن استفاده کنید. این که به چه شکلی می‌توانیم از خدمات وبلاگ‌دهی رایگان استفاده کنیم و تنظیمات آن چگونه خواهد بود را به همراه مباحثی در ارتباط با شیوه ارزیابی و نقد وبلاگ‌ها و پایگاه‌های اینترنتی به همراه برخی از شاخص‌هایی که می‌تواند در راستای وب‌سنجی برای ما مفید باشد، در جلسات آینده عرض خواهیم کرد.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.



## بسم الله الرحمن الرحيم

در ادامه مباحث گذشته در این جلسه به برخی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و ابزارهایی که یک فرد با هویت مجازی و یا یک مبلغ مجازی نیاز به آن ابزارها دارد، خواهیم پرداخت. در استمرار مباحث برخی از نیازمندی‌های اولیه از نظر مهارتهایی که باید فردی که قصد حضور در فضای مجازی داشته باشد، از نظر نیازمندی‌های اولیه به برخی از مباحث از قبیل آشنایی اولیه به فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین آشنایی اولیه با برخی از مسنجرها و برخی قابلیت‌هایی که بتوان ظهور و بروز بهتری در شبکه‌های اجتماعی و یا در شبکه‌های مجازی پیدا کرد، خواهیم پرداخت. در کنار آن با توجه به قابلیت‌های متعددی که یکی‌ها در فضای مجازی دارند اشاره‌ای به خانواده‌های ویکی خواهیم داشت. در این جلسه یا جلسات آتی به آسیب‌ها و آنچه که باید دقت و توجه بیشتری نسبت به آن در راستای حضور در فضای مجازی داشته باشیم خواهیم پرداخت.

## ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی

ابتدا اشاره داشته باشم به ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، اولین نکته در شبکه‌های اجتماعی بحث هویت است. یک فرد در شبکه‌های اجتماعی به نسبت آن چه که در فضای سنتی و فیزیکی حضور پیدا می‌کند به شکل‌های گوناگون می‌تواند ظهور و بروز داشته باشد. هویتی که یک فرد می‌تواند برای خودش لحاظ کند، هویت واقعی انسان یکی از آن محورهایی است که می‌تواند در فضای مجازی ابراز اندیشه و ابراز درک و فهم کرد. به عنوان یک فرد آن چه که در فضای مجازی و در فضای فیزیکی ظهور و بروز دارد یعنی من اگر به عنوان یک معلم، یک استاد دانشگاه، به عنوان یک روحانی یا مبلغ، یا به عنوان یک مشاور امین در جامعه امروزی باشم با همان عنوان در فضای مجازی حضور پیدا می‌کنم. از آن جایی که هیچ کس حاضر نیست بدون شناخت از طرف مقابلش با او ارتباط برقرار کند ضرورت دارد که ما به عنوان یک فرد با هویت خود در فضای مجازی عرض اندام کنیم. نمی‌گوییم تماما هویت فیزیکی خودمان را در فضای مجازی مطرح کنیم مسائل شخصی خودمان را مطرح کنیم، ولی می‌گوییم آن چه که هستیم را برای مخاطبان خاص معرفی کنیم. حال اگر ما بخواهیم در راستای مقابله با شبهات و تهاجم‌هایی که علیه مسلمانان و علیه شیعیان صورت می‌گیرد در جامعه مجازی حضور پیدا کنیم، اگر با هویت طبیعی خودمان حضور پیدا کنیم چه بسا امکان ظهور به ما ندهند. شاید ضرورت داشته باشد که از برخی هویت‌های دیگر هم استفاده ببریم. نکته دیگر بحث اشتراک‌گذاری و یادگیری است. من مبلغ، من روحانی، من طلبه، من استاد دانشگاه، من پژوهشگر باید دائم دنبال این باشم که در فضای

مجازی آن چه را که دارم در اختیار دیگران قرار دهم و از طرف دیگر دائم به فکر خود آموزی باشم یعنی ببینم که از این فضا و افرادی که در این فضا حضور دارند چه میزان می توانم یاد بگیرم.

نکته قابل توجه در شبکه‌های اجتماعی این بخش اشتراک‌گذاری است که ما باید دقت لازم را در این زمینه داشته باشیم. اگر در نگاه کلان بخواهیم وارد شویم بحث بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی هم یکی از محورهای مهم است. در برخی وقایع و قضایایی که در جهان اسلام یا در اقصی نقاط جهان اتفاق می‌افتد می‌بینیم که رسانه‌های جمعی رسانه‌هایی که در فضای مجازی حضور دارند و هم‌چنین افرادی که در فضای مجازی ظهور و بروز دارند به راحتی می‌توانند بحث بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی نیروهایشان را داشته باشند. این نکته را در نظر بگیریم که جنبش وال استریت و برخی از جنبش‌هایی که امروزه ما با آن‌ها رو به رو هستیم و امکان ظهور و بروز و امکان تعامل و ارتباطات و امکان اطلاع‌رسانی را در فضای فیزیکی به آن‌ها نمی‌دهند به راحتی می‌توانند از فضای مجازی بهره بگیرند. گروه‌ها می‌توانند دسته‌بندی شده و در قالب یک ساختار منظم از این فضا بهره ببرند.

نکته بعدی، نکته‌ای است که در ذیل دوستی می‌گنجد یعنی ما باید ببینیم آیا ضرورت دارد بحث تعامل و ارتباطات را فقط در فضای سنتی و فیزیکی با هم‌کیشان و هم‌صنفان و امثالهم داشته باشیم یا نه. آیا می‌توانیم از نظر زمان و از نظر مکان بعد گسترده‌تری را در نظر بگیریم و دوستانی از اقصی نقاط جهان را انتخاب کرده و با آن‌ها تعامل و تبادل اندیشه و فکر داشته باشیم. یکی از محورهایی که از دو جنبه مثبت و منفی باید به آن پردازیم در شبکه‌های اجتماعی بحث اعتماد است. این نکته را باید در نظر بگیریم که آیا می‌توانیم به مستندات و وجود فضای مجازی وجود دارد اعتماد کامل داشته باشیم؟ آیا می‌توانیم به افرادی که در فضای مجازی وجود دارند اعتماد کامل داشته باشیم یا نه؟ نظر شخصی بنده این است که در این جا دائم باید ما با تأمل و تدبر وارد شویم. شاخص‌های ارزیابی و نقد آن چه را که می‌بینیم و آن چه را که می‌شنویم و آن چه را که مطالعه می‌کنیم مد نظر قرار دهیم. پس از گذشتن از فیلترهای مختلف و اعتماد مناسب و یقین به این که این اطلاعات و این افرادی که می‌بینم چهره واقعی آن چیزی است که من به آن‌ها رسیدم، از آن‌ها استفاده کنیم یا بهره ببریم. نکته جالب توجه که برای مبلغین که بسیار مناسب می‌باشد بحث حلقه‌های مخاطبان است. ما می‌توانیم گروه‌های مختلفی را در فضای مجازی تعریف کنیم و حلقه‌های مخاطبان مختلف را با آن‌ها ارتباط برقرار کنیم که در ذیل مسجد مجازی گروه‌های بحث مجازی و حتی در برخی از اتاق‌های گفتگویی که به صورت تخصصی در فضای مجازی شکل می‌گیرد مخاطبان خودمان را انتخاب و با آن‌ها تعامل و ارتباط داشته باشیم. این نکته را در نظر بگیریم که شبکه‌های اجتماعی ما به راحتی قابلیت کندوسازی دارند یعنی ما به راحتی می‌توانیم لینک‌دهی و دنبال کردن برخی از علائق و سلائقی که در فضای مجازی وجود دارد را مد نظر داشته و به راحتی پیگیر آن‌ها

باشیم. من اگر در فضای مجازی حضور پیدا می‌کنم، پروفایل یا تعریفی که از خودم ارائه می‌دهم، دوستانی که انتخاب می‌کنم و هم‌چنین در کنار این دوستان افرادی که فراخوان داده و آن‌ها را به دوستی دعوت می‌کنم یا کسانی که من را به دوستی خودشان دعوت کرده‌اند پاسخ مثبت داده و گاهی برخی از اطلاعات مورد نظر خودم را برای گروه بحث برای اعضای انجمن و فروم‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارند ارسال می‌کنم. به این ترتیب می‌توانم از طریق برخی از نرم‌افزارهایی که در این فضا وجود دارد به راحتی به دست بیاورم که چه افرادی با هم دیگر ارتباط برقرار کرده و چه مستندات و اطلاعاتی در فضای مجازی جدیداً بارگذاری شده و در صورت نیاز و احساس تکلیف به آن سمت حضور به آن سمت حرکت کرده و ظهور و بروز بیشتری در آن فضا داشته باشد.

قابلیت استنادسازی و تعمیم یکی دیگر از قابلیت‌هایی است که در شبکه‌های مجازی برایمان امکان‌پذیر می‌باشد. یعنی من اگر متنی را بخواهم به صورت تکست در فضای مجازی قرار دهم به راحتی می‌توانم تصویر همان متن از کتاب را هم پیوست کنم. اگر استنادی به حرف شخصی دارم به راحتی می‌توانم فایل صوتی و یا تصویری آن شخص را هم پیوست کنم به این متنی که من استناد کرده‌ام که البته می‌توان از منابع خاص هم در این جا استفاده کرد. مثلاً شما در نظر بگیرید مستندات گوگل ویو را که این امکان را به ما می‌دهند فایل‌های صوتی متعدد مورد نظرمان را در فضای مجازی بارگذاری کنیم یا در یوتیوب می‌توانیم به راحتی فایل‌های تصویری به شکل فیلم و یا انیمیشن را در این پایگاه بارگذاری کرده و در اختیار دیگران قرار دهیم. همین طور که در کنار یوتیوب، گادتیوب، اسلام تیوب، کریستین تیوب، ایران تیوب، شیعه تیوب، فارسی تیوب و.... موارد متعددی را داریم که این قابلیت را برای ما فراهم می‌کنند که فایل‌های چند رسانه‌ای خودمان را در آن فضا بارگذاری کرده و دیگران پس از جستجو به راحتی بتوانند از این امکانات استفاده کنند. این را هم در نظر بگیریم که شبکه‌های اجتماعی امروزه قابلیت ادغام فناوری‌های مختلف را داشته و در ذیل وب ۲ می‌توانند خدمات بسیار زیادی در اختیار انسان‌ها قرار بدهند هم چنان که می‌توانند تخریب‌های بسیار زیادی هم داشته باشند. یک نکته را هم در نظر بگیریم که خیلی از افراد شبکه‌های اجتماعی و حضور در شبکه‌ها را به عنوان یک پرستیج مطرح کرده و با افتخار می‌گویند که ما به جای ایمیل و یا به جای وب‌سایت و به جای وبلاگ، شناسه فیس‌بوک و شناسه‌های خودمان در شبکه‌های اجتماعی مختلف به مخاطبین خودمان می‌دهیم که آن‌ها هم پس از حضور در این آدرس‌هایی که ما می‌دهیم می‌توانند به راحتی ما را بشناسند و تعامل و ارتباط با ما برقرار کنند. من اگر به عنوان یک طلبه در مسجدی حضور پیدا کرده و مشغول وعظ و خطابه می‌شوم، مشغول گفتگو می‌شوم، چهره به چهره با مخاطبانم صحبت می‌کنم. در فضای مجازی هم به راحتی می‌توانم همین گپ و گفتگو را به شکل تکست به شکل صوتی و به شکل چند رسانه‌ای صوت و تصویر آنلاین ارتباط با مخاطب

را برقرار کرده و آن چه که مد نظر مخاطب را بوده شنیده و پاسخ خود را به صورت زنده به مخاطب خودم ارائه دهم. ولی این نکته را هم در نظر بگیریم که شبکه‌های اجتماعی فضای تعاملی انسان‌های جسور است. چرا که این شبکه‌ها عموماً با یک نقد بی‌رحمانه روبه‌رو هستند. نقد بی‌رحمانه‌ای که می‌تواند از ناحیه حاکمیت سیاستمداران و رسانه‌های رسمی ابایی نداشته و نظرات متفاوت با سایر رسانه‌ها را مطرح کنند. هم‌چنان که ما می‌توانیم نقدهای متعددی را به افراد، به جریان‌هایی که در فضای مجازی وجود دارد، به رسانه‌هایی که در فضای مجازی وجود دارد، به دولتمردانی که در فضای مجازی وجود دارند، می‌توانیم نقد خودمان را وارد کنیم. ولی این نکته را هم در نظر بگیریم که گاهی این نقدها برایمان مشکل‌ساز می‌شود. افرادی را دیدیم به خاطر انتقادی که از اداره یا موسسه رسانه‌ای که در آن مشغول به کار بودند از کار برکنار شدند. چرا شخص به دلیل این که در صفحه شخصی خودش در فیس‌بوک نقدی بر کارفرمای خودش وارد کرده بود، نقدی با رسانه‌ای که با آن کار می‌کند وارد کرده بود و افراد زیادی این نقد را خوانده و یادداشت‌هایی به آن اضافه کرده بودند، این جا بود که این شخص را از کار برکنار کردند. در اصل امکان بازنشر اطلاعات در فضای مجازی بسیار است یعنی ما این نکته را در نظر بگیریم که اگر اطلاعاتی داریم که این اطلاعات را در فضای مجازی بارگذاری و در اختیار کاربران مختلف قرار داده دیگر کاربران هم می‌توانند نسبت به تکثیر این اطلاعات به همان شکلی که ما گذاشته‌ای به شکلی که خودشان بازنویسی می‌کنند. البته با ذکر منبع این اطلاعات را تکثیر و تعمیم دهند. این نکته را هم در نظر بگیریم که حال اگر بحث خردجمعی مطرح است شبکه‌های اجتماعی بهترین فضای افکارسنجی هستند که می‌توان از طریق این فضا به افکار سنجی پرداخت. نکته قابل توجه در شبکه‌های اجتماعی بحث جهانی بودن است، یعنی ما مرزهای زبانی را دگر پشت‌سر گذاشته و در یک فضای جهانی بدون این که زحمتی به خود دهیم، در سریع‌ترین زمان فارغ از زمان و مکان می‌توانیم ارتباطمان را با اقصی نقاط جهان برقرار کنیم که این هم یک امتیازی برای ما می‌باشد. هرچند که بحث شکاف نسل‌ها و شکاف سطوح طبقاتی در این جا پیش می‌آید، باید ببینیم که آیا در سطح و در گستره بین‌الملل تمامی افراد امکان دسترسی به رسانه‌های جمعی و امکان دسترسی به فضای مجازی را دارند یا نه؟ چرا که برخی از کشورهای فقیر برخی از کشورهای فقیر ندارند نمی‌توانند از این امکانات بهره بگیرند. پس بحث جهانی بودن و بحث جهانی شدن مطرح است که در اصل ما باید جهانی شویم یعنی درکی از جهان ماورا داشته باشیم و بتوانیم تعامل خود را با جهان برقرار کنیم. نه این که هرچه که در گستره بین‌الملل مطرح شده را ما یک طرفه پذیرا باشیم.

در کنار این ویژگی‌ها، یکی از ویژگی‌هایی که چه بسا برای برخی از گروه‌ها مناسب و ارزشمند باشد، ویژگی و قابلیت‌های سرگرمی در فضای مجازی است که در فضای مجازی امکان‌های مختلفی را ما داریم. به این شکل

که می‌توانیم امکان طرح معما کنیم، می‌توانیم حتی برخی از سیاستمداران را دست بیاندازیم، می‌توانیم یک سری کارهای مونتاژی و دستکاری شده و حتی فوتوشاپی را داشته باشیم، یا این را هم در نظر بگیریم که اگر دیگران داشتند و در فضای مجازی قرار دادند ما بتوانیم آن‌ها را خوب شناسایی کرده و در قالب یک چهارچوب و معیارهای خاصی نسبت به نقد آن‌ها اقدام کنیم. نمونه‌های بسیاری را ما در انقلاب‌های مختلفی که در کشورهای گوناگون اتفاق افتاده پیش‌رو داشتیم. بدین صورت که تصویری تقطیع شده با دستکاری‌های فوتوشاپی مبنی بر این که این تصویر در میانمار اتفاق افتاده، این تصویر در عراق اتفاق افتاده، این تصویر در بحرین و عربستان و مصر و در تونس و در افغانستان و در پاکستان یا کجا و کجا اتفاق افتاده، نگاه می‌کنیم خبر را در ذیل آن می‌خوانیم و پس از گذشت اندک زمانی می‌بینیم که دیگران اصل تصویر را پیدا کرده و با مقایسه این دو تصویر تشخیص می‌دهیم که تصویر دستکاری شده بوده و تصویر واقعی نبوده که در این‌جا ضرورت دارد که ما شاخص‌های ارزیابی و نقد فضای مجازی را هم خوب آشنا شویم. در کنار آن‌ها بحث سفارشی شدن مهم است یعنی شما محتوا را سفارش می‌دهید و در اختیار شما قرار می‌گیرد. نکته قابل توجه در این قسمت برای ما این است که ما می‌توانیم از RSS ها می‌توانیم از خبرخوان‌ها و برخی خروجی‌ها یا به تعبیری از ریدرهای آنلاین و آفلاین استفاده کرده و آنچه را که مورد نیاز خودمان می‌باشد و به شکل گزینشی انتخاب کرده‌ایم را از طریق ایمیل و فضاهایی که در اختیارمان است در دسترس داشته و از آن‌ها بهره بگیریم.

از طریق گوگل آلت که با عضویت در جیمیل و پر کردن آن موضوعات و محورهایی که مورد نیاز ما می‌باشد با فرمت‌های دلخواه، از طریق ورود به گوگل آلت و موضوعات درج موضوعات مورد نظر و این که با چه فرمتی و در چه فاصله زمانی از طریق پست الکترونیک در اختیار ما قرار بگیرد می‌توانیم دائم آن چه که مورد علاقه ما باشد را در اختیار داشته باشیم. یا اگر ما نرم افزار کوچکی را با نام RSS گرفته، با نام خبرخوان نصب کرده و در برخی از پایگاه‌ها آدرس‌های خاص خبرخوان را انتخاب کرده و موضوعات دلخواه خودمان را با کدی که آن سایت‌ها و آن بانک‌های اطلاعاتی در اختیارمان قرار می‌دهند، با وارد کردن آن کد در مرورگرها و وارد کردن در وبلاگ و وبسایتی که داریم دائم جدیدترین اخبار و اطلاعات و تازه‌های آن مرجع مقصد را می‌توانیم در اختیار داشته باشیم. این نکته را هم در نظر بگیریم که من اگر به عنوان یک فرد مسلمان در فضای مجازی حضور پیدا کنم، اطلاعات آموزه‌ها و مفاهیمی که مد نظر من بوده حال یا تولید خود من بوده یا تولیدی دیگرانی که در نگاه من جنبه مثبت داشته را بازنویسی و بازآفرینی کرده، می‌توانم جستجو شوم یعنی اطلاعاتی که در وبلاگ و وب سایت من قرار گرفته به راحتی به واسطه جستجوی دیگران از طریق موتورهای جستجوگر قوی دسترسی پیدا کرده و از آن می‌توانند بهره بگیرند. می‌توانند نسبت به اطلاعاتی که من درج کرده‌ام اظهار نظر کنند، می‌توانند نقد کنند، می‌توانند اطلاعات تکمیلی را در اختیار من قرار بدهند. این را هم در نظر بگیریم

که علاوه بر قابلیت جستجو شدن زمینه‌های اطلاع‌رسانی و خبررسانی را هم به راحتی فراهم می‌کنند. من مسلمان اگر وقایعی در اطراف من اتفاق افتاده را به راحتی می‌توانم از طریق فضای مجازی اطلاع‌رسانی کرده و از طریق اطلاع‌رسانی در اختیار دیگران قرار دهم و آن‌ها را به مشارکت و هم‌فکری دعوت کنم. این نکته را هم در نظر بگیریم که ما باید مخاطبان خودمان را در فضای مجازی خوب شناسایی کنیم حال از آن جایی که فضای مجازی و شبکه‌های مجازی به ویژه رسانه نسل جوان هستند، بحث نو بودن، بحث خلاق بودن، بحث ابتکاری بودن برای مخاطبان جوان بسیار مهم است که ما اگر این قابلیت‌ها را در وب‌گاه‌های خود ترسیم کردیم یقین داشته باشیم که مخاطبان جوان بسیاری را جذب خواهیم کرد و این را هم در نظر بگیریم که اگر ما رسانه‌هایی داشته باشیم در فضای فیزیکی، در فضای مجازی، هم رسانه‌های جایگزین می‌توانند ظهور و بروز داشته باشند. از نظر فنی هم باید دقت لازم را داشته باشیم که یکی از ویژگی‌ها و قابلیت‌های ممتاز شبکه‌های اجتماعی بحث ترکیب با موبایل است که در آینده چه بسا موبایل بیشترین استفاده را به نسبت کامپیوترهای شخصی و نوت‌بوک‌ها در راستای دسترسی به اطلاعات و مفاهیم اینترنتی ایفا کند، چرا که به راحتی ما از طریق موبایل می‌توانیم پست الکترونیک خود را چک کرده در اتاق‌های گفتگوی مختلف حضور پیدا کنیم و اطلاعاتی را برای دیگران ارسال یا اطلاعاتی را که دیگران در اختیار افراد به شکل رایگان یا به شکل اشتراک می‌گذارند دسترسی پیدا کرده و از آن‌ها استفاده کنیم. حتی از طریق موبایل می‌توانیم به کلاس‌های آنلاین دسترسی پیدا کرده و به عنوان یک دانشجو در آن کلاس‌ها حضور پیدا کنیم. این نکته را هم در نظر بگیریم روز به روز رخدادهایی که دارد در جوامع مختلف اتفاق می‌افتد، درون خانه‌های شیشه‌ای که ما داریم می‌بینیم از طریق رایانه‌هایی که داریم. این‌ها به شکل شفافی در اختیار همه قرار خواهند گرفت و حتی برخی قدرت سرمایه اجتماعی را به عنوان یکی از قابلیت‌ها در نظر می‌گیرند. خیلی از دولتمردان روی این قدرت سرمایه‌های اجتماعی فضای مجازی حساب باز کرده در انتخابات‌ها از آن بسیار بهره گرفته‌اند و بهره می‌گیرند.

این را هم در نظر بگیریم که اگر ما بخواهیم تحرک اجتماعی در برخی از جوامع ایجاد کنیم به راحتی با استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی این تحرک اجتماعی را می‌توانیم رقم بزنیم. حال این نکته را هم در نظر بگیریم که می‌تواند یک سری ارتباطات غیررسمی را هم رقم بزند. یعنی ما خارج از نهادهای رسمی آموزشی حکومتی سیاسی و رسانه‌ای می‌توانیم با استفاده از فضای مجازی یک سری ارتباطات غیررسمی را هم فراهم کنیم. این را هم در نظر بگیریم که آینده متعلق به شبکه‌های اجتماعی است مردم در سطوح مختلف بهترین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اطلاعات در محیط شبکه‌ها هستند.

این را هم در نظر بگیریم که شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین چالش‌ها در حکومت‌ها با استفاده از جامعه اطلاعاتی هستند. یعنی شبکه‌های اجتماعی چالش اصلی حکومت‌ها در جامعه اطلاعاتی هستند. هیچ شناختی از شبکه -

های اجتماعی در برخی از کشورهایی که پیشرفت چندانی ندارند وجود ندارد و اگر هم وجود دارد ضد و نقیض است از آن جایی که آزادی نسبتاً فراوانی در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد و قدرت تجزیه و تحلیلی این شبکه‌ها در اختیار برخی از کشورهای خاص می‌باشد. می‌توان گفت که این حکومت‌هایی که تسلط و اشراف بر اینترنت دارند به راحتی می‌توانند رصد جریان‌ها را در کشورها و مناطق مختلف داشته باشند به راحتی می‌توانند تبلیغات مختلف را در این زمینه‌ها داشته باشند. این را هم در نظر بگیریم که مکانیزم شبکه‌ها برای نظام سیاسی چه بسا قابل درک نیست.

پس در پایان این جلسه این نکته را مجدداً تاکید کنیم که شناخت شبکه‌های اجتماعی و شناخت قابلیت‌های آن‌ها برای ما بس مهم و ارزشمند است. اگر شناخت درستی از این شبکه‌ها نداشته باشیم، یقیناً نمی‌توانیم حضور درستی هم در این شبکه‌ها پیدا کنیم، چه در جنبه فردی و چه در جنبه اجتماعی. می‌بینیم که یک شخص با طرح یک ایده گاهی میلیون‌ها نفر را دور خودش جمع کرده و آن‌ها بلندگوی طرح ایده این فرد شده‌اند. پس با توجه به شناختی از شبکه‌های اجتماعی پیدا کردیم باید نمودهای آن را هم در نظر بگیریم و اگر آشنایی با آن‌ها نداریم از طریق جستجوی در موتورهای جستجو و جستجوگرهای حرفه‌ای می‌توانیم اطلاعات آموزشی بسیاری نسبت به آن‌ها اخذ کنیم. وبلاگ‌ها، میکرووبلاگ‌ها، شبکه‌های دوست‌یابی، شبکه‌های اجتماعی، ویکی‌ها، سایت‌های اشتراک‌گذاری، پیام‌رسان‌ها، تالارهای گفتگو، گروه‌های ایمیلی، خبرخوان‌ها، پادکست‌ها، لینک‌دونی‌ها و در کنار این وب‌سنجی، علم‌سنجی، کتاب‌سنجی و کلیدواژه‌ای بسیاری که این‌ها از آن محورهایی هستند که ما در جامعه امروزی باید از آن‌ها بهره ببریم. پس ضرورت دارد که اطلاعات خودمان را نسبت به شناخت این مجموعه‌هایی که عرض کردم روز به روز گسترش داده و حداقل در قابل آزمون و خطا به این مجموعه‌ها وارد شده و با احتیاط کامل بتوانیم از آن‌ها بهره ببریم. در جلسه آینده به ابزارهایی که یک مبلغ مجازی و یک فرد مسلمان که می‌خواهد در فضای مجازی انجام وظیفه کند خواهیم پرداخت.

آخر دعوا عن الحمد لله رب العالمین.

بسم الله الرحمن الرحيم و به نستعين

مهارت‌های اطلاع‌یابی یکی از گزینه‌هایی است برای آموزش‌های دائم و ارتقاء سطح علم و سطح تحصیل هر فردی در جامعه امروزی مورد نیاز است. از آن جایی که فضای مجازی بیشترین خدمات را در این راستا عرضه کرده پس مهارت‌های اطلاع‌یابی در فضای مجازی هم یکی از گزینه‌های قابل تأمل و تدبر است. در این قسمت بحث شناخت، بحث ذخیره، بحث پردازش و بحث بازیابی و در نهایت بحث فیدبک و بازخوردگیری آنچه که تولید کرده‌ایم، در مجموعه مهارت‌های اطلاع‌یابی و بخشی از آن در مجموعه مهارت‌های اطلاع‌رسانی است. پس علاوه بر مهارت‌های اطلاع‌یابی، مهارت‌های اطلاع‌رسانی هم یک فرد در جامعه امروزی داشته باشد.

### امکانات و تجهیزات موجود در فضای مجازی

حال علاوه بر مهارت‌هایی که باید داشته باشیم، دسترسی به برخی از امکانات و تجهیزات و بسترهای سخت‌افزاری، نرم‌افزاری برای ما مهم است. اگر من به عنوان یک فرد و به عنوان یک مبلغ در فضای مجازی بخواهم حضور پیدا کنم جنبه‌های سخت‌افزاری که نیاز به رایانه و نیاز به خط ارتباطی و نیاز به نرم افزارهای مختلف مورد نیاز و چگونگی استفاده از آنها می‌باشد، باید این را در نظر بگیریم که علاوه بر آنها باید ما برخی از قابلیت‌هایی که به صورت رایگان یا به صورت پرداخت هزینه‌ای می‌توان از آن استفاده کرد را باید بشناسیم.

یک مبلغ مجازی در جامعه امروزی می‌تواند یا به تعبیری باید علاوه بر شناخت حضور در محورهایی که عرض می‌کنم را داشته باشد. یکی این که من به عنوان یک مبلغ مجازی می‌توانم با ایجاد یک پادکست یا به تعبیری رادیو اینترنتی یک منبر دیجیتال ایجاد کنم حال این منبر دیجیتال من در فضای مجازی می‌تواند آفلاین باشد یا این که آنلاین باشد. منبرهایی که من برای مخاطبین خاص خودم طرح می‌کنم یعنی براساس مناسبت بر اساس موضوعات، بر اساس مسئله و مشکلاتی که در جامعه با آنها روبه رو هستیم، بر اساس مشاوره‌هایی که می‌خواهم با کاربران و مخاطبان خودم داشته باشم، باید این منبر دیجیتال را ایجاد کرده و تعامل خودم را با آنها برقرار کنم. پس یکی از گزینه‌ها و ابزارهای لازمه آن بحث منبر مجازی است که این منبر مجازی را ما می‌توانیم به دو شکل عملی کنیم. یک راه حضور در اتاق‌های گفتگوی آنلاین می‌باشد، یعنی من با حضور در اتاق‌های گفتگویی که وجود دارد، حال از طریق یاهو و قابلیت‌های مسنجر یاهو، از طریق جیمیل یا گوگل و قابلیت‌های گوگل تاکی که وجود دارد از طریق قابلیت‌های گروه بحثی که از طریق جیمیل می‌توانم ایجاد کنم و هم‌چنین از طریق قابلیت‌هایی که می‌توانم به واسطه وبلاگ یا وب‌سایتی که دارم استفاده کرده و ارتباط با کاربران خودم را توسعه بدهم. پس من به عنوان یک مبلغ مجازی علاوه بر منبر دیجیتال علاوه بر حضور در اتاق‌های گفتگو و



ایجاد اتاق‌های گفتگوی اختصاصی باید سرویس اشتراک‌گذاری را جدی گرفته و با توجه به قابلیت‌هایی که در فضای مجازی وجود دارد، از فضاهای مجازی استفاده کرده، فایل‌ها، مستندات صوتی، تصویری، متنی و به تعبیری چند رسانه‌ای خود را در راستای آموزش در راستای تبلیغ و ترویج دین در این فضاهای مجازی اشتراکی بارگذاری کرده و از آن طریق ارتباط با مخاطبان و کاربران خودم برقرار کنم. به آن‌ها اطلاع دهم که به این زمینه این اطلاعات در اختیار شماست گوش کرده و ارتباط با من را برقرار کنید. اگر سوالی دارید به راحتی پرسید علاوه بر آن می‌توان از بسته‌های پرسش‌نامه‌های الکترونیکی استفاده کرد.

اگر من کاربرانی در نظر بگیرم که بخواهم به آن‌ها مشاوره دهم، اگر کاربرانی را بخواهم در نظر بگیرم که بخواهم یک کلاس مستمر آنلاین یا آفلاین با آن‌ها برقرار کنم، ضرورت دارد که از طریق پرسشنامه‌های دو طرفه‌ای که بین من و کاربرانم ایجاد می‌شود تعامل و ارتباط خودم را توسعه داده و آموزش و وظیفه آموزشی و تبلیغی خودم را به نحو احسن انجام دهم، در کنار آن می‌توانم در قالب نرم‌افزارهایی که وجود دارند و در قالب پوشه‌های الکترونیکی که می‌توانم ایجاد کنم بسته‌هایی بر اساس کاربران و مخاطبان خاص خودم تولید کرده و در اختیار آن‌ها قرار دهم.

در همین بسته یا پوشه‌های الکترونیکی می‌توان به نرم‌افزار کوچولو یا به تعبیری نقلی گوگل‌نت اشاره کرد که من اطلاعاتی که دارم را می‌توانم از طریق این نرم‌افزار در فضای مجازی بارگذاری کنم فایل‌ها و مستندات خودم را در فضای مجازی بارگذاری کرده و ایمیل ده، بیست، پنجاه، صد، کمتر یا بیشتر از کاربران و مخاطبین خودم را به آن اضافه کنم. آن افراد هم می‌توانند با هم دیگر ارتباط خودشان را برقرار کنند در ارتباط با آن چه مستنداتی که من برای آن‌ها ارسال کردم اظهار نظر کرده و آن تکالیفی که من برای آن‌ها در نظر گرفته‌ام تکالیف خودشان را انجام داده و برای من مجدد ارسال کنند. پس این بسته‌ها و پوشه‌های الکترونیکی و پرسش‌نامه‌های الکترونیکی برای من می‌تواند بسیار مفید باشد. هرچند که گوگل، یاهو و نرم‌افزارهای مشابهی که داریم می‌توانند همانند گوگل نوت عمل کرده و فایل‌ها و اطلاعاتی که من می‌خواهم اشتراک گذاشته بین نفراتی که مد نظر من هستند از طریق این قابلیت‌های گوگل و یاهو و سرویس‌های مشابه می‌توانم تعامل و ارتباط خودم را قوی و قوی‌تر کنم.

می‌توانم کلاس‌های خودم را با کاربرانی که در حضور من نیستند از نظر فیزیکی ولی تعامل و ارتباط زنده‌ای با من دارند، برقرار کنم. این را هم در نظر بگیریم که می‌توانیم و یا باید وبلاگ و وبسایت‌های مختلفی را هم ایجاد کرده و در راستای تخصص و تجربه‌ای که داریم اطلاعات مرتبط با سلیقه و علاقمندی‌ها و تجربه‌های خودمان را در آن وبلاگ و یا در آن وبسایت بارگذاری کرده و نظرات کاربران مختلف را که این وبلاگ یا وبسایت من را بازدید می‌کنند را پیش رو داشته باشم. هر چند که بحث پرسش و پاسخ هم در این زمینه به

راحتی می تواند صورت بگیرد یعنی در ذیل هر نوشته من اگر کاربری یا مخاطبی سوالی برایش مطرح شده می تواند به راحتی سوال را مطرح کند و پاسخ بگیرد. هرچند که دیگران هم می توانند پاسخ سوال او را بدهند. در کنار این مجموعه بحث RSS و خبرخوان یکی از قابلیت هایی است که جز ابزارهای مورد نیاز یک مبلغ مجازی می باشد.

من اگر بخواهم در زمینه اطلاع یابی جدیدترین اطلاعات در موضوعات مورد نظرم را به دست بیاورم بدون این که در ده، بیست، پنجاه یا صد پایگاه وارد شده و جستجو انجام دهم، فقط یک بار با نصب این نرم افزار و جستجو درج کد مخصوصی که در آن آدرس های مقصد وجود دارد با گرفتن آن کد و درج آن در وبلاگ و یا وبسایت خودم می توانم به راحتی جدیدترین ها را در اختیار داشته باشم.

نکته قابل توجه برای یک مبلغ مجازی حضور در مجموعه های ویکی است یعنی ما اگر بخواهیم ارتباط مستمر و نسبتا دقیق تری داشته باشیم و بخواهیم آموزه های مورد نظر خودمان را به راحتی در اختیار دیگران قرار داده و یا آن چه که از مفاهیم و اطلاعاتی که دیگران در فضای مجازی در قالب ویکی ها بارگذاری کرده و در اختیار افراد قرار می دهند را نقد و بررسی کنم، باید وارد ویکی و خانواده ویکی شوم. این را هم در نظر بگیرید که ویکی یا ویکی پدیا در اصل که جز خانواده های ویکی می باشد یک دانش نامه آزاد و همگانی است که افراد به راحتی در تولید اطلاعات این دانشنامه دخیل هستند با قابلیت های **Open source** بودن مبنی بر این که من می توانم اطلاعاتی را در این مجموعه در قالب فرمت خاص ویکی ها بارگذاری کرده و دیگران از آن استفاده کنند.

نرم افزار ویکی یک نرم افزار رایگان است که برخی از مراکز موسسات از آن استفاده کرده و ویکی یا دانشنامه آزاد خودشان را رقم زده اند ابتدا به خانواده ویکی پرداخته و پس از آن برخی از ویکی هایی که در علوم اسلامی یا انسانی ظهور و بروز کرده را معرفی خواهم کرد. خود ویکی پدیا یا دانشنامه آزاد یکی از آن بخش هایی است که برای ما بسیار مفید است و ما به راحتی می توانیم از آن استفاده کنیم یعنی با جستجوی در جستجوگرهای گوگل، یاهو، لیکاس، آلتاویستا، اینفوسیک و... می توانیم به انواع ویکی هایی که در فضای مجازی وجود دارد دسترسی پیدا کنیم.

ویکی شنری (wiki tionario) یک فرهنگ واژه به همه زبان های موجود است که با همکاری همگانی روی فضای مجازی و اینترنت قرار گرفته است. این را هم در نظر بگیریم که معنی ریشه و تلفظ واژه ها در ویکی شنری ها قرار دارد و ما به عنوان یک دانش نامه مکمل آزاد برای ویکی پدیا از آن نام می بریم.

ویکی سورس (wiki source) کتابخانه آزاد؛ یعنی ما می‌توانیم به راحتی نوشتار متون و مراجع بنیادینی که در موضوعات مختلف وجود دارد را از طریق ویکی سورس به دست بیاوریم. در ویکی سورس‌ها شما به راحتی با یک کتابخانه روبه‌رو هستید کتابخانه‌ای که مستند بوده و می‌توان در زمینه‌های مختلف از آن بهره برد. ویکی اسپسیز، ویکی گونه یعنی در گونه‌های زیستی اگر اطلاعاتی وجود داشته باشد که به چه شکلی گونه‌ها در اصل زیر رده و بالا رده دارند. سراغ هر گونه زیستی اگر بخواهیم برویم می‌توانیم از طریق ویکی اسپسیز دسترسی پیدا کنیم.

ویکی نیوز یکی دیگر از مکمل‌های ویکی پدیا است که یک مرجع خبری با محتوای آزاد است یعنی شما به راحتی می‌توانید جدیدترین اخبار مورد نظر خودتان را در ویکی نیوز بارگذاری کنید حال اگر ویکی نیوز ما یک ویکی نیوز اسلامی باشد، ویکی نیوز (wiki news) ما اگر یک ویکی نیوز علمی باشد، ویکی نیوز ما اگر یک ویکی نیوزی بیشتر در زمینه تعامل و اطلاعات و ارتباطات باشد، هر کدام از آن‌ها را می‌توان به صورت گروه افرادی از جوامع و نقاط مختلف دست به دست هم داده و اطلاعات آن را بارگذاری کنند. ویکی گفتاورد، ویکی کوآت؛ این نرم افزار هم باز مکمل ویکی پدیا بوده که در این جا بیشتر به شکل صوتی مطرح است. یعنی نقل قول‌های افراد برجسته کتاب‌ها و ضرب‌المثل‌ها را به همراه جزئیات آن در اختیار ما قرار می‌دهد.

ویکی مدیا انبار و مجموعه‌ای از پرونده‌های آوایی، تصویری و فایل‌های چند رسانه‌ای است. ویکی مدیا، ویکی کاماندز: یعنی ما اگر بخواهیم دسترسی به برخی بانک‌های تصویری پیدا کنیم به راحتی از طریق ویکی مدیا، ویکی کاماندز می‌توانیم انواع فایل‌های تصویری را پیش رو داشته باشیم. حال اگر شما بخواهید که فایل‌های تصویری مرتبط با جهان اسلام را فایل‌های تصویری مرتبط با جهان تشیع را در فضای مجازی بارگذاری کرده و حتی از دیگران دعوت کنید که مشارکت در توسعه این مجموعه داشته باشند می‌توانید به راحتی از ویکی مدیا کاماندز بهره ببرید.

در کنار آن **ویکی هم ویکی** که چگونه به پرسش‌های کاربران در دسته‌بندی‌های مختلف جواب بدهد هر کسی می‌تواند. یکی از پرسشگران یا یکی از پاسخ‌دهندگان باشد این سایت سوالات خودش را در حوضه‌های متنوع مطرح و دسته‌بندی می‌کند که سوال توسط کاربر و پاسخ هم توسط کاربر مطرح می‌شود.

در کنار آن ویکی مایا مطرح است یا ویکی مپیا؛ ویکی مپیا نقشه جغرافیای گوگل در اصل می‌باشد که اطلاعاتی درباره مکان‌های جغرافیایی را به ما ارائه داده، با قابلیت ویرایش و اضافه کردن آن یعنی ما اگر بخواهیم نقشه‌های جغرافیایی متعددی را در فضای مجازی بارگذاری کنیم به راحتی از قابلیت ویکی مپیا استفاده کنیم.

هر چند که در کنار ویکی میپا ویدی پدیا را هم داریم ویکی پدیا و ویدی پدیا، ویکی پدیا دانشنامه آزاد بیشتر متنی و ویدی پدیا محتوایش را فایل های ویدئویی تشکیل می دهند یعنی در برخی جاها که امکان آموزش برای ما کامل فراهم نیست امکان دسترسی و مطالعه آثار متعدد فراهم نیست، می توان به راحتی مستندات فایل های ویدئویی را از طریق ویکی پدیا بارگذاری و در اختیار دیگران قرار داد.

هرچند که ویکی تراول هم یکی دیگر از این مجموعه است . به اطلاعاتی که شما برای سفر نیاز دارید، می توانید از طریق ویکی تراول دسترسی پیدا کنید. حال شما این را در نظر بگیرید که اگر ما با استفاده از ویکی تراول بیاییم و نقشه زیارت گاه های مختلفی که در جهان اسلام وجود دارد، نقشه مکان هایی که اهمیت خاصی برای ما داشته را بیاییم از طریق این ویکی تراول بارگذاری کرده، در فضای مجازی و اطلاع رسانی و ارتباطات را نسبت به معرفی آن ها انجام دهیم، مشخص است که در این جا برای ما بسی بسیار مفید فایده خواهد بود.

این از معرفی خانواده ویکی بود اما ما با یک جستجو از طریق جستجوگر گوگل یا هو یا برخی از جستجوگرهای دیگر می توانیم به این شکل عمل کنیم که کلمه ویکی و علامت ستاره را در باکس جستجوی جستجوگر گوگل، یا هو یا هریک از جستجوگرها نوشته و ببینیم که چه تعدادی آدرس های ویکی برای ما ترسیم می کند که می توان با یک کلیک به تمامی آن ها دسترسی پیدا کرد. پس اگر بخواهیم مثال بزیم **ویکی فقه** **دات آی آر ویکی فقه دات کام** این ویکی با گرایش موضوعات فقهی و آموزه های فقهی در نگاه شیعه می باشد یعنی شما نزدیک به ده هزار سند را در ویکی فقه دارید که هر یک از بخش هایی را که بخواهید در قالب استانداردهای ویکی تعریف کرده و شما به راحتی می توانید از آن بهره ببرید.

ویکی پرسش یکی دیگر از ویکی هایی است که پرسش های متعدد در زمینه علوم اسلامی در آن وجود دارد. یعنی شما برخی از آموزه های دینی را در قالب پرسش و پاسخ می توانید به راحتی در اختیار داشته باشید.

ویکی مطهر مجموعه آثار شهید مطهری در قالب ویکی با قابلیت دسته بندی و ساختار مفهومی و قابلیت جستجو و دسترسی به متن کامل و فول تکست از طریق ویکی مطهر فراهم است.

ویکی اهل بیت آن چه که شما در ارتباط با اهل بیت نیاز دارید را به شکل ویکی قرار داده است. ویکی ایران شناسی آن چه که اطلاعاتی که شما نیاز دارید را در قالب اطلس فرهنگی ایران یا به تعبیری ویکی ایران می توانید دسترسی داشته باشید.

هرچند که در کنار آن ما برخی از ویکی های متعدد دیگر را داریم که ویکی در ارتباط با مناطق مختلف، ویکی در ارتباط با موضوعات مختلف وجود داشته و می توان از آن ها بهره گرفت این را در نظر بگیریم که از آن جایی که خانواده ویکی یک خانواده تعاملی بوده و کاربران محترم می توانند به راحتی با استفاده از آن ها،

اطلاعات مندرج در ویکی‌ها را ویرایش کرده و یا اطلاعات مورد نظر خودشان را در این مجموعه‌های ویکی بارگذاری کنند از آن جایی که نرم‌افزارهای مختلف ویکی‌ها نرم‌افزارهای خام آن رایگان و اپن سورس بوده و شما می‌توانید به راحتی این نرم‌افزارها را در اختیار قرار داده و با ثبت دامین و اختصاص هاست اطلاعات مورد نظر خودتان را بارگذاری کنید.

پس خانواده‌ی ویکی‌یکی دیگر از منابعی بود که در فضای مجازی قابلیت دسترسی رایگان را فراهم کرده و بر ماست که به عنوان یک مسلمان احساس وظیفه نموده با حضور در مجموعه‌های ویکی اطلاعات اعم از مستنداتی که در راستای آموزش دین اسلام، ترویج آموزه‌های دینی، ثبت و ماندگاری مفاهیم آموزه‌های دینی، آن‌ها را شناسایی کرده از قابلیت‌های رایگان آن‌ها استفاده کرده و بسی بهره ببریم. در جلسه آینده برخی از دیگر شبکه‌های اجتماعی را معرفی و در صورت امکان برخی از سرویس‌های رایگان آن را هم معرفی خواهیم کرد بلکه بتوانیم به شکل روز افزون از تک تک آن‌ها بهره بگیریم.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.



بسم الله الرحمن الرحيم

بحث ما در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی در یک نگاه و فضای مجازی و باید و نبایدهای آن در نگاه دیگر بود. موفق شدیم شبکه‌های مختلف را از نگاه کلی مد نظر قرار داده و برخی از آن‌ها را معرفی کنیم و در کنار آن توانستیم ویژگی‌هایی که شبکه‌های اجتماعی دارند را ترسیم کرده و ابزار و نیازهای یک مبلغ مجازی را برای حضور در فضای مجازی معرفی کنیم.

حال چند نکته ضروری است که طرح بحث شود، ابتدا شناخت بیشتر برخی از این شبکه‌های اجتماعی به صورت ملموس با ذکر برخی از قابلیت‌هایی که این شبکه‌ها دارند و پس از آن اشاره به برخی از نرم افزارهایی که امکان تعامل ارتباط بیشتر ما را با کاربران و علاقه مندان فراهم می کند. ما در ذیل مسنجر و معرفی مسنجرها به آن می‌پردازیم، در کنار آن از آن جایی که بحث وبلاگ و وبلاگ نویسی در دنیای مجازی به ویژه در شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های مجازی امروزی نقش بسزایی دارد به این موضوع خواهیم پرداخت که قابلیت‌هایی که یک وبلاگ‌نویس باید داشته باشد و برخی مراکز سرویس دهی وبلاگ‌ها مبنی بر این که چه مراکزی هستند و زمینه ورود به آن‌ها چیست و چگونه می‌توانیم یک بلاگر و وبلاگ‌نویس حرفه‌ای و ماهر شویم. پس از معرفی چگونگی ورود به سرویس‌های وبلاگی به بحث آسیب‌شناسی و مخاطراتی که فضای سایبر دارد خواهیم پرداخت.

### تکمیل معرفی شبکه‌های اجتماعی

ابتدا می‌خواهم که برخی از شبکه‌های اجتماعی که امکانات متعددی را در اختیار ما قرار می‌دهند را در راستای معرفی‌های گذشته معرفی کنم. به عنوان بحث تکمیلی معرفی برخی از شبکه‌های اجتماعی، در بحث شبکه‌های اجتماعی در گذشته به مای اسپیس و فیس بوک پرداختیم.

گریذلیست یکی دیگر از شبکه‌هایی است که بیشتر به بحث بازار طبقه‌بندی انجمن‌های محلی، کاریابی، مسکن، لوازم و خدمات آگهی‌ها، فعالیت‌های اجتماعی، دوست‌یابی، مشاوره و اطلاعات اجتماعی می‌پردازد. پس گریذلیست یکی از شبکه‌های اجتماعی است که برای ما بسیار مهم است که می‌توانیم در آن حضور پیدا کنیم.

علاوه بر این ویکی پدیا و خانواده‌های آن را در جلسات گذشته معرفی کردیم، نیاز به تکرار ندارد. اما دلیلی کاس فضای اینترنتی آزادی‌خواهانه جهت تفسیرهای سیاسی و بحث تحرک واداشتن آراء و عقاید کاربران خودش است. یعنی شما اگر وارد شبکه اجتماعی دلی کاس شوید به راحتی می‌بینید که از چه زوایایی افراد نگاه به رویدادها و اخبار و حوادث دارند.

**تاون هال** هم یک فضای مجازی اینترنتی محافظه کارانه است که جهت تفسیرهای سیاسی و باز هم به تحرک واداشتن آراء و عقائد می پردازد. نمونه های این چنینی در جهان اسلام بسیارند. وقایع و حوادثی که امروزه خیلی از کشورهای عربی اتفاق افتاده و در برخی از کشورهای غربی موج اعتراضی که توسط مردم به پا شده می بینیم که مستندات آن ها از طریق این شبکه ها اطلاع رسانی شده و دیگران هم در اختیار قرار می گیرند. هر چند که اگر ما بخواهیم مثلاً به برخی از وقایع و حوادث بپردازیم. واقعه زلزله ی بم که در ایران اتفاق افتاد و تعداد زیادی کشته و مجروح داشت، وبلاگ نویسی بود که در آن واقعه قرار گرفته و مستندات خودش را لحظه به لحظه از طریق فضای مجازی بارگذاری می کرد. در نمونه های مختلف می توان به اهمیت این موضوع نیز پی برد.

علاوه بر آن ما یک شبکه اجتماعی دیگر را هم داریم **اینوستیو دات کام** که این شبکه فضایی برای تبادل اطلاعات دانشمندان و محققین درباره نوآوری فراهم کرده و آخرین دست آوردهای علمی اطلاعاتی است که از طریق این شبکه اجتماعی در اختیار کاربران قرار می گیرد. این را در نظر بگیرید که اگر افرادی بخواهند سطح دانش خودشان را با یافته های جدید علمی بروز کنند می توانند از طریق این سایت و این شبکه اجتماعی تعامل و ارتباطشان را با برخی از اندیشمندان و عالمان مختلف برقرار کنند.

**innocentive.com** یک شبکه اجتماعی دیگری است که این شبکه ی اجتماعی به آدرس **trib.com**، این سایت با برقراری ارتباط با افراد یک اجتماع محلی که دنبال تامین نیازهای فردی خودشان هستند، یعنی نیازهایی که از نظر خوراک و پوشاک و مسکن دارند اقدام می کند و گروه های مختلف با حضور در این شبکه اجتماعی با انتخاب نقطه مورد نظری که دارند زندگی می کنند به راحتی می تواند به آدرس هایی که نیازهای خودش را از طریق آن ها تامین کند دسترسی پیدا کند. این را هم در نظر بگیرید که می توان دوستان همسایگان یا افرادی که در شهرشان دارند زندگی می کنند و سلائق مشترک دارند را کنار هم جمع کند. یعنی من وقتی که در این شبکه حضور پیدا کنم منطقه محل سکونتم را انتخاب می کنم، تخصص و تجربه ای که در آن مجموعه است افراد خود را انتخاب کرده، بر اساس ذوق و سلائق خودم سراغ آن افراد رفته تعامل و ارتباطم را با آن ها بیشتر و بیشتر می کنم.

یکی دیگر از شبکه هایی که باز برایمان اهمیت دارد و می تواند مورد استفاده قرار بگیرد **فردناستر دات کام** است. این شبکه اجتماعی، سازماندهی شبکه های اجتماعی ای که به تمامی شئون زندگی انسان می رسند را دارد. یعنی شبکه های اجتماعی در یک شبکه اجتماعی تجمیع می شود. آن هم به خاطر این است که یک فضای مجازی از دنیای برونی را به شکل مجازی به ما ارائه دهند.

البته این را هم در نظر بگیرید که شبکه مجازی دیگری وجود دارد با نام **آور استوری** که این امکان را فراهم می سازد که افراد بتوانند داستان ها و خاطرات خودشان را ثبت و ضبط کرده با دیگران به اشتراک بگذارند و از



طریق روابطی که بین خودشان و دیگران، از طریق یادآوری و نوشتن برگزار می‌کنند، از طریق یادآوری برقرار می‌کنند، خاطرات مهم‌شان را به اشتراک گذاشته و روز به روز آن را توسعه بدهند. می‌بینیم که در این مجموعه‌ها علاوه بر توئیتر و فیس بوک و نمونه‌هایی که معرفی کردیم برخی از شبکه‌هایی وجود دارند که در راستای تامین نیازهای فردی و نیازهای اجتماعی انسان‌ها هستند.

در کنار آن ما می‌توانیم حتی به شبکه اجتماعی **گوگل پلاس** اشاره کنیم. گوگل پلاسی که در پاییز سال ۲۰۱۱ آغاز به کار کرد در نوامبر سال ۲۰۱۱ میانگین صرف وقتی که در این زمینه داشتند در ازای هر بار وصل شدن به این مجموعه بین سه تا پنج دقیقه وقت گذرانده‌اند. یعنی هر دفعه‌ای که من به اینترنت وصل می‌شوم میانگین بین ۳ تا ۵ دقیقه سرک کشیده به گوگل پلاس و مستنداتی که به اشتراک گذاشته و یا مستنداتی که دیگران به اشتراک گذاشتند اطلاعات خودشان را روزآمد می‌کنند. آن هم به این شکل است که در گوگل پلاس‌ها شما وقتی عضو می‌شوید، فایل‌هایی که می‌خواهید به گوگل پلاس اضافه کنید با **یک به علاوه یک** مشخص می‌شود تا تیک زدن و انتخاب آن به راحتی شما آن چه را که مورد علاقه‌تان می‌باشد را به گوگل پلاس اضافه می‌کنید. به چه شکل می‌توانیم عضو گوگل پلاس شده و به چه شکل می‌توانیم ارتباطاتمان را توسعه دهیم؟ باید در جلسات کاربردی این بحث که به شکل تعاملی و به شکل ترسیم صفحات به صورت زنده مطرح می‌شود توسعه و آموزش دهیم.

یک شبکه اجتماعی دیگر هم داریم با نام **پیتر ست**. خب این شبکه محتواهای بصری را به اشتراک می‌گذارد یعنی این را در نظر بگیریم که افراد وقتی وارد این شبکه اجتماعی شده، روی تصاویر وقتی کلیک می‌کنند منبع تصویر مشخص شده و ارتباط با آن وب‌سایت و منبع تصویر برقرار می‌کند. این جاست که هم ترافیک وب-سایت منبع افزایش پیدا کرده، هم این که ما با استفاده از تصاویر می‌توانیم به راحتی اطلاعات مورد نیاز خودمان را انتخاب و توسعه دهیم.

یک شبکه دیگر هم داریم که توسط شرکت‌های **"بی تو بی"**، **"بیزینس تو بیزینس"** بارگذاری شده است. این شبکه اجتماعی **"لینکدین"** است. این شبکه اجتماعی به نسبت فیس‌بوک و توئیتر در تبدیل بازدیدکننده از وب‌سایت به مشتری یک شرکت بالقوه است. یعنی فرد با وارد شدن در این شبکه و بر اساس ذوق و سلاتقی که داشته و مواردی که انتخاب کرده جدیدترین اطلاعات شرکت‌های بیزینسی را در اختیار قرار می‌گیرد و می‌تواند از آن‌ها بهره ببرد.

در کنار این مجموعه شبکه **youtube.com** که در برخی از صحبت‌ها اشاره‌ای به آن داشتیم. یکی دیگر از شبکه‌هایی است که مبتنی بر ویدئو است یعنی مستندات بارگذاری شده در این شبکه تماما به صورت ویدئو بوده و در هر ماه بیش از ۳ میلیارد ساعت فایل‌های ویدئویی در این شبکه بارگذاری می‌شود. ببینید که اگر ما

بخواهیم آموزه‌ها و مفاهیم خودمان را در قالب صوتی تصویری به کاربران عرضه کنیم به راحتی می‌توانیم منبرهای دیجیتال خودمان را، فایل‌های صوتی و مستندات خودمان را، فایل‌های تصویری ویدیویی مورد نظر خودمان را، در این شبکه بارگذاری کرده و در اختیار دیگران قرار دهیم.

در کنار این یک شبکه ای هم داریم با نام **شبکه ای اجتماعی کوآیرا** که مبتنی بر پرسش و پاسخ است این را هم در نظر بگیریم که بیش از یک میلیون کاربر به صورت ماهانه بازدید از این شبکه دارند که البته این بازدید روز به روز در حال افزایش است.

برخی از نمونه‌های دیگر را نام ببریم که مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی بوده **شبکه اجتماعی فیس نما دات کام** این شبکه در راستای شبیه‌سازی فیس‌بوک آماده‌سازی شده و افراد با ورود به این شبکه و عضویت در این می‌توانند برخی از قابلیت‌هایی که در خیلی از شبکه‌های اجتماعی دیگر وجود دارد را دسترسی داشته باشند.

**شبکه اجتماعی یو پلاس دات آی آر** یکی دیگر از شبکه‌های اجتماعی است که با برخی از قابلیت‌هایی که در گذشته ذکر کردیم بهره ببرید.

**فامیلی فیس دات آر** شبکه اجتماعی خانواده **مای کروم دات کام** یکی دیگر از شبکه‌های اجتماعی است یا حتی **کلوب دات کام** شبکه کلوب عموماً حدود هزار یا بیش از هزار کاربر آنلاین دارد. ما با عضویت در این شبکه و ایجاد صفحه شخصی به راحتی می‌توانیم مستندات خودمان را در این شبکه بارگذاری کنیم.

هرچند که **"بالاترین دات کام"** هم یک نوع شبکه اجتماعی است و در کنار آن **"شبعه نت ورک دات آی آر"** یکی دیگر از شبکه‌هایی است که برای ما بسیار مفید است و می‌توانیم از آن بهره ببریم **"آی تک دات آی آر"** **"itej.ir"** یکی دیگر از شبکه‌هایی است که با ورود به این شبکه‌ها و ارزیابی اولیه به راحتی می‌بینیم که در جهان امروز قابلیت‌های تعامل و ارتباطات بین افراد قابل توسعه و گسترش بوده و بحث جهانی شدن و بحث جهانی بودن به سوی عینی شدن رفته و افراد خواسته یا ناخواسته به راحتی می‌توانند در جهان مجازی حضور پیدا کرده و ظهور و بروز داشته باشند.

**"فیس فارسی دات کام"** یکی دیگر از شبکه‌هایی است که باز هم شبکه اجتماعی فارسی است و ما می‌توانیم به راحتی از آن بهره ببریم. حال من برای نمونه از قابلیت‌های این شبکه را خدمت شما عرض می‌کنم. وبلاگ-هایی که توسط کاربران ایجاد شده، انجمن‌هایی که توسط کاربران ایجاد شده، عکس‌هایی که توسط کاربران بارگذاری شده، نظرسنجی که در این مجموعه امکان دارد، جستجوی دوستان، امتیازاتی که کاربران به واسطه دعوت از دوستان به واسطه بارگذاری اطلاعات به واسطه حضور فعال در این شبکه به دست می‌آورند. کاربران آنلاین یعنی شما در آن واحد به دست می‌آورید که چند نفر در این شبکه الآن حضور دارند هر چند که برخی از آن محتواهای مجرمانه است اگر کسانی اطلاعاتی را بخواهد بارگذاری کند که خلاف شئون آیین نامه‌ای و

مقررات این شبکه باشد در این جا درج شده و در کنار آن قانون جرائم رایانه‌ای را هم درج کرده. بحث بازی‌ها، بحث فروشگاه و بحث خرید برخی اجناس، بحث پیغام‌ها و بحث معرفی نامه‌هایی که ما چه از دیگران دعوت کرده و چه آن‌ها را معرفی می‌کنیم، بحث قرعه‌کشی، بحث تالار گفتگو و برخی پرداخت‌های آنلاین و نمونه قابلیت‌های دیگر از این امتیازاتی است که در این شبکه و شبکه‌های اجتماعی مشابه می‌توانیم نام ببریم و مورد استفاده قرار بگیرد.

اما یکی از قابلیت‌هایی که عموماً این شبکه‌ها دارند بحث مسنجرها هستند یعنی ما آن جنبه تعامل و ارتباطات خودمان را می‌توانیم از طریق مسنجرها فعال کنیم. یکی از آن مسنجرها یاهومسنجر است که ضرورت دارد هر فرد به ویژه مسلمانان با استفاده از این نرم‌افزار حضور پر رنگ خودشان را در جهان مجازی شکل داده و عرض اندام نمایند. اتاق‌های گفتگوی مختلفی را در این مجموعه فراهم کرده و بتوانند تعامل و ارتباطات مجازی روز افزونی داشته باشند. این را هم در نظر بگیرید که یاهومسنجر امکان نمایش و ارتباط ویدئویی را برقرار می‌کند. امکان این که شما پیام‌هایی را در دنیای مجازی اینترنت به صورت ساده بتوانید برقرار کنید و پیام ارسال کنید برای دیگران فراهم کرده است.

امکان نمایش عکس‌های فلیکر که خود فلیکر هم یکی از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اشتراک فایل‌های تصویری است. می‌توانید عکس‌هایی که در فلیکر است را از طریق فلیکر و از طریق یاهومسنجر به شکل اسلایدشو ترسیم کنید. یعنی عملاً شما می‌توانید تصویر به اشتراک بگذارید، فایل‌های ویدئویی می‌توانید به اشتراک بگذارید، ارسال فایل می‌توانید داشته باشید، چت صوتی می‌توانید داشته باشید، پیام کوتاه به تلفن همراه می‌توانید داشته باشید. از طریق یاهومسنجر می‌توانید به صورت آسان‌تر به پست الکترونیکی دسترسی پیدا کنید. چت هم زمان و کنفرانس میان چند نفر می‌توانید برقرار کنید و علاوه بر آن می‌توانید وب‌کم خودتان را به اشتراک بگذارید که دیگران هم ناظر و بیننده شما باشند. قابلیت ذخیره اطلاعات و چت‌های انجام شده را هم دارد. این را هم در نظر بگیریم که می‌توان از طریق مسنجر و حتی از طریق تلفن همراه با نرم‌افزار خاص مسنجر به اتاق‌های گفتگو و فضاهایی که از طریق یاهو مسنجر در فضای مجازی فراهم شده دسترسی پیدا کرد.

دومین نرم‌افزار، نرم‌افزار اووو OOVVOO است که نسخه‌های متعدد از این قابل دسترسی است که این نکته را هم در نظر بگیریم که اگر ما این نرم‌افزار را دریافت کرده و روی دستگاه خودمان نصب کنیم قابلیت کنفرانس‌های چند نفره ویدئویی، تماس‌های صوتی، تصویری و پیغام‌رسان را برای ما فراهم می‌کند. این را هم در نظر بگیرید که در برخی از کشورها می‌توان ۱۲۰ دقیقه تماس رایگان، با آمریکا و کانادا برقرار کرد. یعنی ما هر کجای دنیا باشیم تا ۱۲۰ دقیقه امکان ارتباط تلفنی رایگان را با کشورهای آمریکا و کانادا برقرار می‌کنیم.

نرم افزار پیام رسان یعنی ما نرم افزار آی تاید است که این نرم افزار، نرم افزار فارسی بوده و برخی از قابلیت هایی که در گذشته ذکر شد را دارد. علاوه بر این نرم افزار می توانیم از نرم افزار ای طاها نام ببریم این نرم افزار یک نرم افزاری است که وضعیت روی سایت یا وبلاگ را به ما نشان می دهد که من آنلین هستم یا آفلاین. کاربران خود پیام رسان ای طاها را برای ما مشخص می کند. گفتگوی متنی، صوتی، تصویری داریم. می توانیم سالن های ویدئو کنفرانس و صفحه انجمن جهت درج مقالات و اخبار و همچنین انتخاب پایگاه های برگزیده را ترسیم کنیم. از طریق نرم افزار ای طاها این نکته را هم در نظر بگیریم که این نرم افزار، یک نرم افزار رایگان بوده و بیشتر در مدرسه فقهت و کنفرانس های آنلین زنده فقهی مورد استفاده قرار می گیرد که به واسطه این نرم افزار دروس خارج، دروس حوزه های علمیه برخی از اساتید و مراجع را به صورت زنده برای کابرن خودش پخش می کند. البته این نرم افزار نیاز به نصب نت فریم ورک دارد که حتما روی دستگاه شما این نرم افزار باید نصب شود تا نرم افزار ای طاها کار کند.

مسنجر دیگر تری لیان استرا ۴ است که آخرین نسخه فول ورژن اش هست. آخرین قابلیت هایی که در گذشته مطرح شد را دارد نمونه هایی را اگر بخواهیم مطرح کنیم قابلیت های گفتگو با دیگر کاربرانی که از این نرم افزار استفاده می کنند، دسترسی به سرویس های مختلف یاهو مسنجر و هم چنین در کنار آن نکته قابل توجه این است که به صورت هم زمان ما می توانیم از سرویس های مختلف آن بهره ببریم و این را هم در نظر داشته باشیم که امکان برقراری ارتباط تصویری به وسیله وب کم را هم برای ما فراهم کرده و آخرین نکته این که تبلیغات اضافی در این نرم افزار وجود ندارد.

نرم افزار دیگر هم مسنجر پلاس لایو است که عملا با ویندوز لایو مسنجر برنامه ای است که توسط مایکروسافت ارائه شده و گفتگوی سریع را به تعبیری اینستنت مسیجینگ را برای کابرن فراهم می کند. متن هایی که از قبل استفاده کردیم به راحتی می توانیم در این نرم افزار استفاده کرده و در اختیار دیگران قرار دهیم. رنگ ها و فرمت های مختلف داشته، هم زمان می توانیم با چند آی دی وارد مسنجر شده و با افراد مختلف تعامل و ارتباط داشته باشیم و می توان قفل مسنجر را فعال کرد تا دیگران نتوانند از آن استفاده کنند.

باندو یکی دیگر از نرم افزارهایی است که بیشتر شکلک های جذاب مسنجر را برای ما فراهم می کند که سازگار با انواع مسنجرها از جمله یاهو مسنجر می باشد که بیشتر برای استفاده از شکلک هاست. هر چند که یاهو اسمایلیز هم یکی دیگر از قابلیت هایی است که به واسطه یاهو ارائه شده و شکلک های مختلف یاهو مسنجر را در اختیار ما قرار می دهد.

نرم افزار گوگل تاک یا جی تاک یکی از نرم افزارهایی است که باید در ابتدا در کنار یاهو مسنجر معرفی می - کردیم نرم افزاری که برای سرویس پست الکترونیک جیمیل بیشتر قابل استفاده است و کسانی که از جیمیل

استفاده می‌کنند می‌توانند از گوگل تاک بهره بیشتری ببرند که این شکل که افراد به صورت آنلاین یا به صورت آفلاین به صورت متنی صوتی و تصویری می‌توانند پیام خودشان را برای کاربران که از قبل ادد کرده‌اند یا در لیست خودشان اضافه کرده‌اند برقرار کنند.

پس مسنجرهایی که ما داریم بسیارند. نمونه‌هایی را نام بردیم، اگر بخواهیم برخی نمونه‌های دیگر را هم نام ببریم مثل "ال ۴ آی" "L4i" نرم افزارهای خاصی هستند که اتاق‌های گفتگوی متعددی دارند. مخصوصا مبلغین مسلمانان مختلف از کشورهای گوناگون می‌توانند با حضور در این مسنجرها و دریافت اولیه مسنجر نصب آن در رایانه شخصی خودشان می‌توانند به راحتی تعامل و ارتباط خودشان را در اتاق‌های گفتگوی فراوانی که ایجاد کرده‌اند یا می‌توانند ایجاد کنند را ترسیم کرده و حضور و ظهور و بروز بیشتری داشته باشند.

من در این جا در همین حد به این مباحث اکتفا می‌کنم و عرض می‌کنم که در صورت تمایل شما دانش پژوهان و دانشجویان ارجمند می‌توانید از طریق جستجوی پیام‌رسان‌های مختلف مسنجرهای مختلف به انواع آن‌ها دسترسی پیدا کرده و با استفاده از این قابلیت‌هایی که دارند تعامل و ارتباط خودتان را به صورت فامیلی، به صورت منطقه‌ای، به صورت صنفی و به صورت تشکل و غیره توسعه داده و وظیفه تعامل و ارتباطات و اطلاع‌رسانی جهان اسلام را رقم بزنید و روز به روز موفق و موفق‌تر باشید. امیدوارم بتوانیم در جلسه بعد برخی از مخاطرات و جنبه‌های امنیتی و باید و نبایدهایی که در استفاده از این مسنجرها در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مختلف وجود دارد را خدمت شما سروران گرامی عرض کنیم.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.

## نگاهی نقادانه به فضای مجازی

در این جا باید نیم‌نگاهی نقادانه به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم چرا که در دنیای مجازی ما با چیزی روبه رو هستیم که عموماً در دنیای فیزیک هم ظهور و بروز دارد. با این تفاوت که در فضای مجازی زمان و مکان حذف شده و ما از هر مکانی و در هر زمانی می‌توانیم به اطلاعات گوناگون دسترسی پیدا کنیم. از آنجایی که وقتی ما جستجوی یافتن اطلاعاتی را انجام می‌دهیم با انبوهی از یافته‌ها رو به رو هستیم از آنجایی که تعداد یافته‌های ما بسیار زیاد می‌باشد، برای ما اشباع کاذب ایجاد می‌کند، چه بسا با نگاه کردن چند ده گزینه‌ای که در ابتدا با آن روبه رو هستیم و ما را به آدرس‌هایی لینک می‌دهد که پاسخ پرسش‌مان را در آن پیدا می‌کنیم قانع شده و احساس بی‌نیازی از استمرار جستجو داریم.

ضرورت دارد که ما قدرت تشخیص و قدرت ارزیابی مناسبی در این زمینه پیدا کنیم. اولین نکته‌ای که باید از نظر بگذرانیم این است که ما اعتباریات و شاخص‌هایی را باید در نظر بگیریم به تناسب نوع داده‌ای که از فضای مجازی به دست می‌آوریم. جنبه‌های کاربردی و جنبه‌های تخریبی اطلاعات را باید از نظر بگذرانیم. چرا که اگر من در جستجوی اطلاعاتی دارم در فضای مجازی می‌خواهم اطلاعاتی در ارتباط با برخی آموزه‌های دینی به دست بیاورم، گزینه‌های قابل تأمل و شاخص‌های مورد نظر من باید اول **اعتبار پدیدآورنده** باشد که چه کسی این اطلاعات را پدید آورده است و دوم **اعتبار ناشر** باشد یعنی چه کسی این اطلاعات را در فضای مجازی قرار داده است. آیا این اطلاعات نسبت به یک مرکزی داده شده نسبت به یک فردی داده شده و قانون کپی رایت و حقوق معنوی را مراعات کرده یا نه.

گزینه بعدی علاوه بر اعتبار پدید آورنده و علاوه بر اعتبار ناشر، **اعتبار روز آمدی** است. در چند دهه اخیر ما منابع مختلفی را در فضای مجازی به دست می‌آوریم. اگر در روزآمدی این منابع دقت لازم را نداشته باشیم. یقیناً برخی از اطلاعاتی که دست ما می‌رسد اطلاعات سوخته هستند. هرچند که در برخی از پژوهش‌ها شاید از نظر زمان نیاز باشد که ما به گذشته برگردیم ولی در خیلی از پژوهش‌های ما در خیلی از مطالعات ما باید جدیدترین اطلاعات را به دست بیاوریم.

گزینه و شاخص چهارم ما علاوه بر سه مورد ذکر شده که پدیدآورنده، ناشر و روزآمدی بود، **تنظیم منطقی اطلاعات** است. ما در یک جستجوی اینترنتی اطلاعاتی که به دست می‌آوریم اگر از یک نظم منطقی برخوردار نباشند، یقیناً انبوهی از اطلاعات را خواهیم داشت که ما خودمان باشد به آن سمت برویم که نظمی به این اطلاعات بدهیم. یعنی ارتباط اطلاعات را با هم دیگر ارتباط اعم و اخص و وابسته را به دست بیاوریم.

شاخص پنجم ما علاوه بر تنظیم منطقی اطلاعات، جامعیت اطلاعات است یعنی من نوعی اگر جستجویی انجام داده ام برخی از اطلاعات جامع ولی برخی از اطلاعاتم ناقص باشد در آن پژوهشی که انجام می‌دهم یقیناً پژوهش من ناقص خواهد بود، همانند تصویری کاریکاتوری خواهد بود که بخشی از مطالعات من مانند سر یک انسان که اندازه‌ی طبیعی ولی دست‌هایش غیر طبیعی است یا بدن این تصویر ما غیر طبیعی باشد. پس اگر جامعیت اطلاعات ما در جستجویی که انجام می‌دهیم در استنادی که داریم منطقی نباشد و جامع نباشد یقیناً اطلاعات ما ناقص است.

گزینه و شاخص بعدی ما جامعیت زبان و شکل ظاهری است. برخی از اطلاعاتی که ما مورد استفاده قرار می‌دهیم، اطلاعاتی هستند که برای گروه‌های خاص نوشته شده، اطلاعاتی هستند که برای کودک و نوجوان نوشته شده، اطلاعاتی هستند که برای نگرش‌های خاص و به استناد منابع آن‌ها نوشته شده است، پس ما باید این دقت لازم را هم داشته باشیم.

گزینه بعدی ما علاوه بر جامعیت و زبان و شیوه نگارش باید و باید این باشد که ما بتوانیم شکل ظاهری اطلاعات را هم مد نظر قرار دهیم، یعنی اگر ما به تصویری می‌خواهیم استناد کنیم، اگر ما به نوشته‌ای می‌خواهیم استناد کنیم، از نظر گرافیکی از نظر فونت از نظر ارجاع به مطالب برایمان بسیار پر اهمیت است که به منابعی که مراجعه می‌کنیم، زیبایی و استانداردهای حروف چینی نگارش و طراحی و صفحه‌پردازی را نیز در فضای مجازی مراعات کرده باشند. در این جا فرمت‌های مختلف برای ما بسیار مهم است ما خیلی وقت‌ها فیلم‌ها و مستندات گوناگونی را در مورد مسلمانان به دست می‌آوریم. اگر دقت کنیم می‌بینیم که این فیلم‌ها مونتاژ شده، این فیلم‌ها به واسطه نرم‌افزارهای مختلف دستکاری شده، پس عدم دقت در شکل ظاهری و مستندات فرمت و چارچوبی که در فضای مجازی داریم، این عدم دقت منجر به دسترسی به اطلاعات کاذب شود. تا این جا تاکید ما بر این است که ما به عنوان آسیب اشاره می‌کنیم که در فضای مجازی باید برای خودمان شاخص و اعتبار ارزیابی داشته باشیم. اگر شاخص و اعتبار ارزیابی نداشته باشیم، یقیناً اطلاعاتی که به دست می‌آوریم تأثیر منفی روی نگرش ما خواهد گذاشت و این تأثیر منفی روی رفتار ما نیز تأثیرگذار خواهد بود. به عنوان یک فرد مسلمان، به عنوان کسی که باید صداقت و اعتماد به متون قابل قبول داشته باشیم، ضروری است که ملاک‌ها و شاخص‌های خودمان را حتماً مد نظر قرار دهیم.

در این راستا برخی از علومی را داریم که ویژه ارزیابی و سنجش اطلاعات داده‌ها و دیتاهای فضای مجازی و چه بسا مکتوب باشد. علم اطلاع‌سنجی یعنی ما مطالعه و ارزیابی ساختار و ویژگی‌های اطلاعات و جنبه‌های کمی آن را داریم. علم کتاب‌سنجی ارزیابی کتاب و کتابخانه را پیش رو داریم. کتاب یک وقت کتاب فیزیکی است، یک وقت الکترونیک است، یک وقت مجازی است. در کنار این اگر در نگاه کلان‌تر بخواهیم وارد شویم

علمی داریم با نام علم‌سنجی که در این‌جا مطالعه و ارزیابی علم و متون علمی و سیاست‌گذاری علمی را مدنظر قرار می‌دهد که میزان تولید علمی در برخی از آموزه‌ها را از طریق این علم ما به راحتی به دست می‌آوریم. حال علم‌سنجی ما می‌تواند در فضای مجازی یا در فضای فیزیکی باشد. در گذشته تکرار اطلاعات و توسعه اطلاعات با فاصله زمانی‌های بسیار بوده، ولی بنا بر نقلی فضای مجازی ما دیتا و داده‌های فضای مجازی ما بنابر نقلیهایی بین ۵۵ الی ۷۵ روز دو برابر می‌شود. یعنی در این انبوه اطلاعات درصدی از اطلاعات توصیف اطلاعاتی است که در فضای مجازی وجود دارد و درصدی از اطلاعات تکرار اطلاعاتی است که در فضای مجازی وجود دارد و درصدی دیگر از این اطلاعات بازنویسی و بازآفرینی این اطلاعاتی است که در فضای مجازی وجود دارد. اینجاست که علوم منتشره در فضای مجازی ما لحظه به لحظه در حال تکثیر و تکثر است. پس از طریق وب‌سنجی و علم وب سنجی است که می‌توانیم در ساختار و ویژگی‌های وب دقت نظر کرده و با استفاده از روش‌های آماری کمی که عموماً مبتنی بر کتاب‌سنجی و اطلاع‌سنجی هستند اطلاعات مورد نیاز در فضای وب را ارزیابی و شاخص‌گذاری کنیم. پس به همین راحتی ما می‌توانیم علاوه بر نکته‌های مشخص شده به شاخص‌های اندازه‌گیری وب، گردآوری اطلاعاتی که در وب وجود دارد، پیوندهای وب و اطلاعات علمی که در فضای مجازی وجود دارد آن‌چه که مورد نظر ما هست را به دست آورده، مورد ارزیابی و نقد قرار داده و پس از شاخص‌گذاری و نقد و بررسی آنچه را که برای ما مفید است و آن‌چه را که از نظر علمی و از نظر تجربی برای ما مفید است، را انتخاب کرده و مورد استفاده قرار دهیم.

این نکته را در نظر بگیریم که ISI در فضای مجازی شاخص و اعتباری است برای ارزیابی علوم مختلف از جنبه‌های گوناگون در مورد اطلاعات علمی، ولی در مورد ارزیابی برخی از پیوندهایی که بانک‌های اطلاعاتی، سایت‌ها و وبلاگ‌ها با جاهای مختلف دارند، چه پیوندهای بیرونی، پیوندهایی که از درون به بیرون **outlink** دارند یا پیوندهای دریافتی که **inlink** است و گاهی وقت‌ها پیوندهایی که در فضای مجازی وجود دارد پیوندهای خود پیوندی هستند، یعنی سلف لینک هستند. این را در نظر بگیریم که گاهی وقت‌ها می‌تواند هم پیوندی باشد کال لینک باشد یا توتال لینک مجموع پیوندها باشد. این پیوندها و در کنار آن دایرکتوری و راهنماهایی که وجود دارد می‌تواند ما را به مسیرهای جدید راهنمایی و هدایت کند.

### آسیب‌ها و مخاطرات فضای مجازی

حال در این نگاه ما باید دقت نظر را بیشتر به سمت آسیب‌ها و مخاطرات فضای مجازی ببریم. فضای مجازی با توجه به ویژگی جهانی و فرامرزی بودن، با توجه به دستیابی آسان به اطلاعات، با توجه به جذابیت و تنوعی که دارد و هم‌چنین با توجه به آزادی اطلاعات و ارتباطات می‌تواند برای ما بسیار مفید و یا بسیار مضر باشد.



آسیب‌هایی که می‌توان از نظر گذراند را به دو بخش تقسیم می‌کنیم، یک بخش آسیب‌های فرهنگی و یک بخش آسیب‌های روانی.

آسیب‌های فرهنگی، کم رنگ شدن ارزش‌های مترقی است ارزش‌هایی که در نگاه دینی در جوامع مسلمانان وجود دارد، در فضای مجازی روز به روز کم رنگ تر می‌شود. چرا؟

۱. به دلیل تعدد تکرار و سطوح مختلف درج این ارزش‌ها

۲. به دلیل تخریب‌ها و حجمه‌هایی که نسبت به تحریف و تخریب این ارزش‌ها صورت می‌گیرد.

۳. هم چنین فرهنگ‌های کم حضوری که در جامعه ظهور و بروز دارد در فضای مجازی رو به تضعیف گذاشته و روز به روز کم رنگ تر می‌شوند.

از آن جایی که ما وقتی دامنه مطالعاتمان محدود و یک نگاه درون دینی را داریم، با یک فضای کلان‌تر و مجازی رو به رو می‌شویم، اعتقادات ما روز به روز می‌تواند تضعیف یابد و هم‌چنین شبهات فکری می‌تواند در این فضای مجازی روز به روز توسعه پیدا کند و ما را تا جایی پیش می‌برد که به دلیل اشباع کاذب و تکرار اطلاعات به سمت سطحی‌نگری برویم. ایجاد سردرگمی گسترش اباعه‌گری عملی، به خطر افتادن حقوق مادی و معنوی مؤلفان و هم‌چنین گسترش محصولات فرهنگی فرهنگ‌های منحط به ویژه فرهنگ غربی که از طریق فیلم‌ها، انیمیشن‌ها، گیم و بازی‌های رایانه‌ای و طراحی و ترسیم‌های متحرکی که وجود دارد.

این محصولات فرهنگی به دلیل جاذبه‌های ظاهری و جاذبه‌های هنری که ایجاد کرده‌اند چه بسا ذهن و نگرش ما را تغییر دهد. پس باید آسیب‌ها و مخاطرات را بیش از این بدانیم ولی تاکیدمان فعلاً بر همین مجموعه‌هاست که در کنار آن اگر دقت لازم را نداشته باشیم آسیب‌های روانی را هم رو به رو هستیم مانند افسردگی و انزوایابی. خیلی وقت‌ها فرزندانمان، جوانانمان فقط پشت رایانه نشسته و در فضای مجازی غور می‌کنند و تعامل و ارتباط بیرونی کم‌رنگ شده و نمی‌توانند در فضای واقعی عرض اندام داشته باشند. گاهی وقت‌ها به دلیل گم نام بودن و نامرئی بودن کاربران و حضور زیاد در این فضای مجازی شخص یک هویت غیر مجازی برای خودش ترسیم می‌کند و آن هویت اصلی خودش را فراموش می‌کند. در نتیجه به بحران هویت و اخلال در شکل‌گیری شخصیت منجر می‌شود. در این جا عناصر هویتی ما شخص فرهنگ و جامعه است ما دقت لازم را باید داشته باشیم که از آسیب‌های فضای مجازی، گاهی آسیب فردی است و من نوعی به دلیل اعتیاد اینترنتی و استفاده بسیار زیاد از فضای مجازی و عدم دقت در ترسیم درست اطلاعات دریافتی به سمتی می‌روم که هویت شخصی خودم را از دست داده‌ام.

گاهی به دلیل تکرار این افراد هویت فرهنگ جامعه من تغییر کرده و جامعه من دیگر جامعه‌ای است که با جامعه سابق و سنتی فاصله‌های بسیار دارد. اعتیاد مجازی یکی دیگر از آسیب‌هایی است که ما باید دقت لازم را

داشته باشیم و در کنار آن انحرافات اخلاقی به ویژه انحرافات اخلاقی جنسی است که در این جا پرونوگرافی‌ها یا هرزه‌نگاری‌ها، هم‌چنین اروتیک آرت، هنر پلید شهوانی دو تا از محورهایی است که شدیداً جوانان ما را مورد هجومه قرار داده و به دلیل سهولت دسترسی و تبلیغ‌های آنی و آنی که صورت می‌گیرد بسیاری از افراد و جوانان ما به انحراف کشیده می‌شوند. علاوه بر این آسیب‌هایی که در فضای مجازی ذکر کردیم، برخی ویژگی‌ها کم رنگ شده، برخی انتظاراتی که ما داریم را آرام از دست داده و می‌شود گفت که آن هویت اصلی خودمان را از دست خواهیم داد.

بیاییم دو نگاه داشته باشیم به فضای مجازی، یک نگاه نگاه درست و استفاده درست یعنی دقیق ما شناخت از فضای مجازی پیدا کرده و خودمان را هم دقیق بشناسیم، بعد حضور در فضای مجازی پیدا کنیم. دیگر این که دقیق ببینیم معایب و مزایای فضای مجازی چیست. نشود خدای نکرده ناخواسته تحت تاثیر معایب و برخی از رذایلی که در فضای مجازی وجود دارد قرار بگیریم. یکی از نکته‌هایی که گاه گاهی طرح بحث می‌شود در ارتباط با فضای مجازی نگاه اثباتی و نگاه سلبی است. یعنی گاه گاهی که بیاییم تایید کنیم گاه گاهی که بیاییم رد کنیم. نمی‌گوییم ما مستقیم و تماماً فضای مجازی را قبول داریم و تایید می‌کنیم و نمی‌گوییم که تماماً رد می‌کنیم.

در ارتباط با همکیشان، هم صنفان، هم مسلکان، افرادی که نگاه مشترک دارند، قبلاً اشاره‌های متعدد داشتیم که از طریق شبکه‌های مجازی می‌توانیم ظهور و بروز و تعامل و ارتباط داشته باشیم. از طرف دیگر در راستای این ظهور و بروز ما، تبیین آموزه‌های دینی‌مان باشد و در راستای تعامل و آموزش آموزه‌های دینی باشد، نگاه ایجابی. اما در نگاه سلبی بیاییم جنبه جهادی موضوع را در نظر بگیریم و جنبه تهاجمی موضوع را در نظر بگیریم. دشمنان ما بهترین راهی که می‌توانند نفوذ در جوامع اسلامی داشته باشند می‌تواند جنبه‌های تهاجمی از طریق ارسال محتواهای کاذب، اخبار کاذب، از طریق ایجاد دو دلی و دو به هم زنی بین جوامع مسلمان و از طریق حمله‌های فیزیکی باشد.

در این جا می‌توانیم اشاره‌ای به بحث تروریسم سایبر داشته باشیم که در مقابل تروریسم سایبر ما جهاد مجازی را طرح می‌کنیم. به تعبیری می‌توانیم بگوییم که در جهاد مجازی یا جهاد سایبر یا سایبرنتیک که دو نوع، یک نوع تدافعی، یک نوع تهاجمی است. دشمن عموماً از جنبه تهاجمی استفاده کرده و ما مجبور به تدافعی شده‌ایم. در این جا نباید انفعالی عمل کنیم، بلکه باید دائماً شناخت این فضا را داشته باشیم و با ظهور و حضور پررنگ خودمان در فضای مجازی عرض اندام کنیم. جهاد سایبرنتیک را داریم که در دو جنبه تدافعی و تهاجمی است و جهاد شبکه‌ای که این هم جنبه تدافعی و جنبه تهاجمی دارد. عرض کردم تروریسم سایبر در این مسیر نقش فراوانی دارد که ما با شناخت درست می‌توانیم محافظت از خود، خانواده، جامعه و ملت و هویت خودمان

داشته باشیم. تهدیدهایی که عموماً صورت گرفته در نگاه فیزیکی به واسطه ویروس‌های رایانه‌ای است. یعنی ما ویروس‌های رایانه‌ای یا به تعبیری بحران‌سازی‌های سایبری که از این طریق شکل می‌گیرد را می‌توانیم برشماریم یکی از آن‌ها برنامه‌های خود همانندسازی است به این شکل که با هدف آلوده کردن سیستم‌های دیگر نوشته می‌شود. یک نوع ویروس‌های رایانه‌ای که ما داریم، به شکل‌های دیگر در دستگاه رایانه و موبایل ما قابل توسعه و تکثیر هستند. عنکبوت‌های موتورهای جستجو خودشان بحران‌سازهای رایانه‌ای هستند، پالس‌های الکترومغناطیسی دارند و این‌ها می‌توانند به دیسک سخت یا رایانه ما ضربه بزنند.

یکی از دوستان و همکاران بنده تعریف می‌کرد که به سایت سازمان سیا "سی آی ای" وارد شدم جستجوهای انجام دادم، اطلاعاتی در اختیارم قرار گرفت. مراحلی که جلوتر رفتم پیام‌هایی برایم ظاهر شد که شما حق دسترسی به این اطلاعات را ندارید اگر جلوتر بروید و جستجوها را عمیق‌تر کنید به دستگاه شما آسیب وارد خواهد شد. این دوست من اشاره می‌کردند که بنده به این پیام‌های تهدیدآمیز توجه نکردم و وارد مراحل بعدی جستجو شدم و جستجو را، حلقه جستجو را تنگ‌تر و تنگ‌تر کردم تا جایی که پیامی چندین بار تکرار شد که رایانه شما را از کار خواهیم انداخت. یک وقت متوجه شدم که پاور دستگاه رایانه من با یک صدایی حالت انفجار پیدا کرد و تمام دستگاه داخل کیس من سوخت. این یک نوع اختطاری است که ما باید مواظب باشیم. عنکبوت‌های موتورهای جستجوگر به راحتی می‌توانند به رایانه‌های ما ضربه بزنند و به راحتی هم می‌توانند از طریق برخی از نرم افزارهای مخرب اطلاعات ما را تخلیه کنند.

اسب‌های تراوا نوعی برنامه‌های به ظاهر سودمند یا مفیداند اما پس از مدتی کدهای خطرناک می‌دهند و دستگاه ما را از کار می‌اندازند. نوعی ویروس داشتیم در گذشته با عنوان خرگوش که این‌ها و رایانه ما را تحت تسلط خودشان در آورده و دستورهایی به رایانه می‌دهند تا وظایف بی‌فایده‌ای را به صورت بی‌پایان انجام دهد، یعنی تمام توان رایانه ما را گرفته و مشغول محاسبات و وظایف غیرمفیدی می‌شوند که رایانه ما را از کار می‌اندازد. کرم‌ها در یک رایانه جا می‌گیرند و به صورت مرتب فضای رایانه را اشغال می‌کنند. این هم یک نوع از فایل‌های مخربی است که می‌تواند از طریق مهاجمین، از طریق مخالفین، از طریق کسانی که تمایل دارند به رایانه ما آسیب وارد کنند، وارد رایانه ما شود. بمب‌های منطقی؛ این‌ها عمداً زیان‌بار ساخته می‌شوند به این شکل که مانند ویروس‌ها تکثیر نمی‌شوند اما در یک دوره زمانی غیر فعال هستند. پس از گذشت زمان و رسیدن تاریخ مشخص منفجر می‌شوند که این‌ها ممکن است در این زمان ویروس‌ها یا کرم‌هایی را منتشر کنند یا به تعبیری آزاد کنند در رایانه ما که رایانه ما را تخریب می‌کند.

این‌ها نمونه‌هایی از مجموعه‌هایی بود که می‌توانست به دستگاه ما آسیب برساند اما در بعضی از کشورها در راستای جلوگیری از آسیب‌هایی که اشاره شد فیلتر کردن را پیش گرفته‌اند. برای نمونه مالزی در کشور مالزی

بخش‌هایی از داده‌ها و اطلاعات موجود در فضای مجازی که اغتشاش سیاسی را رقم بزند، هرزه‌نگاری اینترنتی باشد، مطالب دروغ و فتنه‌آمیز باشد، توهین به ادیان موجود در کشور یا توهین به پیامبر اسلام باشد، را فیلتر می‌کنند. در کشور ایران هم به همین شکل است. اکثر سایت‌هایی که اطلاعات سکسی و جنسی یا اطلاعات مخرب و حمله به ادیان دیگر را دارند فیلتر شده است. پس یکی از راه‌های مقابله در سطح کلان بحث فیلترینگ است. این را هم در نظر بگیریم که حملاتی که در سال ۲۰۱۰ در هر هفته صورت گرفت ۵۰ درصد بوده در سال ۲۰۱۲ صد و دو درصد و در سال ۲۰۱۱ هفتاد و دو درصد به نسبت سال ۲۰۰۹ افزایش داشته است. حال هزینه‌ای که تحمیل شده برای سازمان‌ها از طریق این تهاجم‌هایی که صورت گرفته در سال ۲۰۱۰ شش و نیم میلیون دلار در ۲۰۱۱ نزدیک به هشت و نیم میلیون دلار و در سال ۲۰۱۲ نزدیک به نه میلیون دلار هزینه بر سازمان‌ها تحمیل کرده، به واسطه ویروس‌ها و حملاتی که به صورت تخریبی دستگاه‌های مختلف با آن رو به رو بوده‌اند.

یکی از بخش‌هایی که برای ما بسیار مهم است، کنترل ایمیل و پست‌های الکترونیکی است. پسوردهایی که ما معمولاً در اختیار داریم شما در نظر بگیرید ۲۵ پسورد پر طرفدار جهان در سال ۲۰۱۲ نمی‌خواهم بگویم که این‌ها بهترین پسوردهاست اما از آنجایی است که جز پسوردهای پر طرفدار هستند این پسوردهای پر طرفدار خیلی راحت تخمین زده شده و به راحتی کشف می‌شوند. خود کلمه پسورد اعداد ۱ تا ۶ اعداد ۱ تا ۸ و abc123 و qwerty و دکمه‌های کیبورد ما که به ترتیب کنار هم قرار گرفته‌اند یا ۶ تا عدد ۱ یا عدد ۱ تا ۷ یا عدد ۱۲۳۱۲۳ یا کلمه ی juis یا ninja یا کلمه فوتبال یا کلمه ماستانک یا پسورد یک این‌ها عموماً پسوردهایی بوده که پر طرفدار بوده و در نتیجه به راحتی قابل تخمین زدن است.

ما این دقت را داشته باشیم که اگر می‌خواهیم پسوردی برای رایانه و دستگاه خودمان پسوردی برای پست الکترونیکی خودمان پسوردی برای ورود به سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که داریم انتخاب کنیم. حتی المقدور ترکیبی از حروف، اعداد و علائم باشد و تا جایی که امکان دارد این پسوردها را بیش از ۸ انتخاب کنیم و اگر بتوانیم در انتهای آن یک اسپیس، فضای خالی، قرار دهیم مفیدتر خواهد بود. چرا که اگر ما چنین کنیم چون برخی از پسوردها به واسطه روبات‌ها استخراج شده و علامت فاصله قابل نمایش نیست، برای کاربرانی که قصد حمله و تهاجم به رایانه ما دارند تشخیص آن فاصله مشکل است و امنیت بهتری را برای دستگاه ما به ارمغان می‌آورد. تا این جا موفق شدیم برخی از آسیب‌ها و تخریب‌های احتمالی که می‌تواند در فضای مجازی متوجه ما شود را طرح کنیم و این نکته را هم اشاره داشتیم که باید ما تماماً شاخص‌های ارزیابی را مد نظر قرار بدهیم. شاخص پدیدآور، شاخص ناشر، شاخص روزآمدی، شاخص جامعیت، شاخص تنظیم منطقی و شاخص شکل ظاهری و برخی از شاخص‌های دیگر هم وجود دارد که به تناسب نوع دیتا و داده می‌توان به این مجموعه آن‌ها را افزود.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمين.

بسم الله الرحمن الرحيم

در ادامه مباحث گذشته که اشاره‌ای به آسیب‌ها و چالش‌های پیش‌رو به واسطه ظهور و بروز در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی داشتیم، لازم دیدم اشاره‌ای هم به جاسوسی‌های مدرن و تاریخچه جاسوسی دیجیتال داشته باشم. چرا که اگر ما برای جهان اسلام یک هویت مجازی قائل باشیم که متشکل از افراد و جوامع مختلف مسلمانان در فضای مجازی باشد به واسطه ی برخی از این لوازم و تجهیزات جاسوسی به راحتی می توان رصد اخبار و جریانات و حتی آینده نگری محور های مرتبط با جهان اسلام را ترسیم کرد.

### تاریخچه جاسوسی برزیل

در قرن بیست و یک لوازم و تجهیزات جاسوسی روز به روز گسترده شده و علاوه بر استفاده‌های منفعت طلبانه و مثبت به سمت وسوی استفاده‌های تخریبی و منفی هم رفته هرچند که جهان پس از حملات یازدهم سپتامبر وارد مرحله جدیدی از جاسوسی و پایش شده است. هرچند که حملاتی که علیه جهان اسلام پس از یازدهم سپتامبر صورت گرفته بر کسی پوشیده نیست، اما این نکته را باید اشاره کنم که پایش‌های اینترنتی نقش اساسی در گردآوری اطلاعات و جاسوسی اطلاعات دارد. دهه ۶۰ میلادی دهه پیدایش اینترنت است.

اما در این روزی که ما با آن سروکار داریم می‌بینیم که بیشترین توسعه و گسترش در این زمینه صورت گرفته و بیشترین استفاده را به نحوی می‌توان گفت که مراکز کنترل اطلاعات و داده‌های اینترنتی به ویژه آژانس امنیت ملی آمریکا، ناسا دارد؛ چرا که ششونود دائم ارتباطات از راه دور در سراسر جهان اعم از موبایل، فکس، ایمیل و ارتباطات انفورماتیکی را به راحتی انجام داده است. سازمان امنیت ملی آمریکا به طور دائم از طریق حدود پنجاه ایستگاه ششونود در بیست کشور جهان در سطح پنج قاره را دریافت می‌کند و این پنجاه ایستگاه وظیفه دارند که ماهواره‌های مخابراتی را ششونود کنند. نمونه عینی آن به این شکل است که هر بار که شما مکالمه تلفنی با خارج از کشور برقرار می‌کنید و انعکاس صدای خودتان را در گوشی می‌شنوید که این علامت مشخصه استفاده از ماهواره در ارتباط با راه دور است. مطمئن باشید که این ایستگاه‌های زمینی، آژانس امنیت ملی آمریکا هستند که مشغول دریافت مکالمه شما هستند.

مورد بعدی از مراکز جاسوسی مرکز جاسوسی جهانی اشلون هست که این هم یک سیستم جاسوسی جهانی است که در سال ۱۹۴۷ در اختیار آژانس امنیت ملی آمریکا قرار گرفته و سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا انگلستان کانادا استرالیا و نیوزلند در آن نقش دارند. این گزارش‌هایی که توسط مرکز جاسوسی اشلون دریافت می‌شود حدود نود درصد ترافیک اینترنتی را بررسی می‌کند. شما به راحتی به واسطه برخی نرم افزارهای قوی می‌توانید به دست آورید که این اطلاعات ترافیکی در چه منطقه‌ای و در چه چارچوب و محورهایی دور می‌زند.

مرکز جاسوسی یوتا یکی دیگر از این مراکزی است که داده‌هایی به حجم یوتا بایتز یعنی یک میلیون میلیارد گیگا بایت را قادر است پردازش کند. خب براساس این تاسیسات دو میلیارد دلاری که رهگیری کشف تجزیه و تحلیل و ذخیره‌سازی حجم بالایی از ارتباطات جهانی را پیش رو دارد که محتوای مکالمات تلفنی، ایمیل‌های شخصی، پیام‌های متنی، تلفن‌های همراه و جستجوهای اینترنتی را دربردارد.

در کنار این، خود شبکه‌های اجتماعی که ما تا این لحظه بارها و بارها روی آن‌ها تمرکز داشته و بحث کردیم یکی از محورهای اصلی جاسوسی هستند که این کار را انجام می‌دهند مثلاً فیس‌بوکی که نزدیک به یک میلیارد کاربر از سراسر دنیا دارد، اطلاعات مختلفی را از کاربران دارد، آی‌پی‌های کاربران را دارد، از کجا با چه سیستم و نرم افزاری وصل شده، چه دیتا و اطلاعاتی را دارند، مبادله می‌کنند. این‌ها مشخص است وقتی در آن مراکز پردازش قوی قرار بگیرد به واسطه استفاده از نرم‌افزارهای تجزیه و تحلیل به راحتی می‌توانند اطلاعات مرتبط با ما را کشف کنند. البته اطلاعات فردی شاید سود چندانی نداشته باشد ولی اطلاعات جمعی و قشری به راحتی می‌تواند انبوهی از داده‌ها و جریانات یک قشر یا منطقه خاص را ترسیم کند.

پس بر این اساس می‌توان گفت جستجوی اطلاعات، پست الکترونیک، گفتگوی آنلاین، **فیدریدر** یا خواننده‌های خوراکی که ما با استفاده از قابلیت‌های گوگل داریم استفاده می‌کنیم و بهره می‌بریم یکی از محورهای خاص جاسوسی هستند. خود گوگل داکس ابزار سودمند آنلاینی است که فایل‌های ورد و اکسل را در فضای مجازی ذخیره می‌کند. اما تمامی این فایل‌ها در اختیار گردانندگان گوگل قرار دارد که به راحتی می‌توانند با تجزیه و تحلیل و بهره‌گیری از آن‌ها به مقاصد خاص خودشان برسند.

گوگل ارث؛ گوگل ترنسلیتر و خود گوگل اکانت رایگان در اختیار ما قرار می‌گیرد. چرا؟ آیا گوگل و گردانندگان گوگل برای این‌ها هزینه نکرده‌اند؟ یکی از افتخارات آن‌ها کاربران زیاد است. ولی در این راستا یکی از جنبه‌هایی که برای آن‌ها سود فراوانی دارد تبلیغات آن‌هاست. قبول ولی سود دیگر و استفاده دیگری که آن‌ها پیش رو دارند و بدون سرو صدا از آن بهره می‌گیرند جاسوسی از اطلاعات افراد است. بر این اساس می‌توانیم بگوییم که ما اگر از گوگل داریم استفاده می‌کنیم و حداقل برای سرچ و جستجوی گوگل یک گوگل آی‌پی رایانه ما را دارد. این که با توجه به شرایط و مکان رایانه و اطلاعات مرتبطی که در اینترنت نشان می‌دهد و این که با چه آی‌اس‌پی ما شرکت تامین کننده اطلاعاتی داریم استفاده می‌کنیم، در کنار آن این که از چه سیستم عاملی استفاده می‌کنیم، ویندوز یا اپل یا سایر سیستم عامل‌ها و مرورگری که با آن کار می‌کنیم، گوگل کروم، فایرفاکس، چه مرورگری است، اطلاعاتی از ما را به راحتی می‌گیرد و در کنار آن کلماتی که ما جستجوی می‌کنیم را ثبت و ضبط و ذخیره می‌کند. مخصوصاً اگر ما یک حساب کاربری جیمیل داشته باشیم، به راحتی به دست می‌آورد که چه کسانی به ما نامه فرستاده‌اند و چه کسانی از ما نامه دریافت کرده‌اند و محتوای همه

نامه‌های ما چیست. به واسطه گوگل گراف یا نالج گرافی که دارند و بهره‌گیری از برخی علوم به راحتی از طریق تعامل و ارتباطی که بین دستگاه‌ها و بین آی‌دی‌ها و آی‌پی‌ها وجود دارد به دست می‌آورند که چه تعامل و ارتباطی بین افراد هست. حتی وقتی ما جستجویی انجام می‌دهیم تقریباً دو سال سابقه جستجوی ما در کوکی ایمیل ما قرار دارد. یعنی من اگر چند بار در یک آدرس یک فضا کار جستجو را انجام می‌دهم این‌ها کتور می‌اندازد و به راحتی می‌توانند تشخیص دهند که این آی‌پی‌هایی که آمده‌اند چه ارتباطی با هم دیگر دارند. گفتگوهای آنلاین یا حتی که انجام می‌دهیم به واسطه خدماتی که گوگل ارائه می‌دهد به راحتی برای آن‌ها قابل دسترسی ذخیره و بازیابی است.

این نکته را هم در نظر بگیریم که سازمان سیا یک کمپانی **ریکورد فیوچر** شرکت نرم‌افزاری که در شهر کمبریج ایالت ماساچوست در آمریکا قرار دارد و فعالیت آن در حوزه اطلاعات وب و تحلیل‌های پیش‌بینانه است که در اختیار سازمان سیا قرار دارد. موتور تحلیلی موقتی که دارد پیش‌بینی و تحلیل را به متخصصین ارائه می‌دهد و آن‌ها می‌توانند آینده را به تعبیری تحلیل کنند و ببینند که به چه سمت و سویی می‌رود. پس می‌توان گفت که گوگل، جاسوس آژانس امنیت ملی آمریکاست.

از طرف دیگر اتومبیل‌های تصویر برداری خیابانی گوگل که در بیش از سی کشور جهان مشغول فیلم‌برداری از خیابان‌ها و خانه‌ها به خاطر گوگل ارث بوده‌اند در سال ۲۰۱۰ کشف شد و به واسطه برخی اعلام شد که این‌ها با استفاده از **wifi** و قابلیت ارتباطی که با شبکه‌های موجود در اطرافشان برقرار می‌کردند. آن دیتا و اطلاعاتی که کنترل‌های امنیتی را انجام نداند را شناسایی و دیتاهای آن‌ها را اخذ و برای گوگل ارسال می‌کرده این خودش شکست حریم خصوصی افراد و گردآوری انبوهی از اطلاعات است که خود نوعی جاسوسی است.

این سوال پیش می‌آید که گوگل ارث با توجه به قابلیت‌هایی که دارد نقشه و تصویر اماکن مختلف را برای شما ترسیم می‌کند. چرا شما به واسطه گوگل ارث نمی‌توانید نقشه اسرائیل را از نزدیک به شکل روشن و واضح ببینید. این به این دلیل است که در سال ۱۹۹۷ کنگره قانون تفویض اختیارات دفاع ملی را تصویب کرد و در این قانون بخشی را با عنوان ممنوعیت جمع‌آوری و انتشار تصاویر ماهواره‌ای مربوط به اسرائیل را تصویب کرد که از آن موقع به بعد گردانندگان گوگل و گوگل ارث و خدمات تابع اطلاعاتی از اسرائیل را به کسی ارائه نمی‌دهند.

لوازم الکترونیکی هوشمندی که ما در خانه‌ها داریم تبلیغاتی که امروزه ما با آن‌ها روبه‌رو هستیم که شما می‌توانید از راه دور یخچال، تلویزیون خودتان و غیره را کنترل کنید، خاموش و روشن کنید، منزل خودتان را از راه دور می‌توانید کنترل کنید، تلفن خودتان را از راه دور پاسخ بگویید، این لوازم الکترونیکی هوشمند هستند که کار جاسوسی را برای گردانندگان اصلی آن فراهم می‌کنند. می‌توان گفت که نوعی از ریزپردازنده‌هایی با نام



IRM پردازنده‌های جدیدی هستند که این پردازنده‌ها که داخل وسایل خانگی جاسازی می‌شوند، قابلیت اتصال به اینترنت را دارند و به راحتی می‌توانند اطلاعات مربوط به آن مجموعه‌ای که در آن حضور دارند را منتقل کنند. این محصولات بیشتر با نام اینترنت اشیا شناخته شده‌اند.

تلویزیون هوشمند مدتی است تبلیغ و به فروش می‌رسد. تلویزیون‌های پیشرفته پلاسما و ال ای دی که در سال ۲۰۱۲ تولیدی سامسونگ به بازار عرضه شد، مجهز به دوربین HD، دو میکروفون و نرم افزارهایی برای دنبال کردن و تشخیص چهره و صدا هستند. خریدارها از طریق این نرم افزارها می‌توانند ارتباط صوتی با تلویزیون هوشمند یا لوازمی که به شکل هوشمند فروش رفته برقرار کنند. این‌ها به راحتی اطلاعات مرتبط با این افراد را ذخیره و از طریق اینترنت به مقاصدی که از قبل تعریف شده، این اطلاعات را ارسال می‌کنند.

پروژه عینک گوگل یکی دیگر از پروژه‌ها یا به تعبیری مخوف‌ترین پروژه‌های جاسوسی جهان است. به خاطر این که این گلس گوگل به راحتی می‌تواند به واسطه ارتباط با مراکز خدماتی گوگل، گوگل ارث و پلاس و غیره و نقشه‌هایی که دارد به واسطه این ارتباط اطلاعاتی را در اختیار فرد استفاده کننده قرار بدهد و از آن طرف اطلاعاتی که در اطراف او می‌گذرد و او می‌بیند و فیلم‌برداری می‌کند را هم به راحتی می‌تواند برای مقاصدی که از پیش تعیین شده ثبت و ضبط و ارسال کند.

یکی از محورهای دیگر جاسوسی فضاهای ابری یا کلود استورج هستند این فضاهای ابری گوگل درایو یا دراپ باکس یا اسکای درایو یا نمونه‌های مختلفی که اشاره کردیم، خودشان به دلیل این که یک فضای رایگان در مرحله اول و در مرحله بعد فضاهایی با پرداخت هزینه در اختیار ما قرار می‌دهند که ما اطلاعات و داده‌های خودمان را داخل آن‌ها بارگذاری و ذخیره می‌کنیم. مشخص است که این‌ها به راحتی قابلیت دسترسی به آن اطلاعات را داشته و می‌توانند اطلاعات ذخیره شده را برای مقاصد خاص به مراکز و آدرهای خاص ارسال کنند.

در جلسه گذشته اشاره‌ای به برخی از ویروس‌ها داشتیم که جنبه تخریبی داشتند می‌توان گفت که ویروس‌های جاسوسی هم یکی از آن محورهایی هستند که به راحتی وارد رایانه ما شده و اطلاعات موجود در رایانه و شبکه‌های ما را برای مراکز و مقاصد خاص ارسال کنند. نمونه‌ای از آن را در ارتباط با بدافزاری که وارد برخی از رایانه‌های ایران شد، را شنیده‌اید.

ویروس شعله خطرناک‌ترین جاسوسی غرب علیه ایران بود. این ویروس به واسطه نرم افزار کسپر اسکای در روسیه کشف شد. قطعه فیلمی داخل آن وجود داشته که حجم خود ویروس ۵۰۰ کیلو بایت بیشتر نبوده اما خود فیلم بیست مگابایت حجم داشت. با بررسی و تحلیل‌هایی که صورت گرفت به راحتی به دست آوردند که این ویروس به واسطه ورود به رایانه‌ها و شبکه‌های مقاصد خاص به راحتی اطلاعات آن‌ها را گرفته و برای

استفاده جاسوسی به آدرس‌هایی که از قبل تعیین شده ارسال می‌کند. استاکس نت نمونه عینی آن بود که در دو سه سال گذشته اطلاعات فراوانی از آن در فضای مجازی وارد شد و خبرسازی‌های بسیاری هم انجام داد. این را در نظر بگیریم که لوازم و تجهیزات جاسوسی امروزه بسیار زیاد بوده و ما اگر حضور پیدا می‌کنیم باید دقت لازم را داشته باشیم. اگر در مجامعی هستیم که مجامع خصوصی بوده و تجمع خصوصی بوده و اطلاعات و مستندات داریم که از نظر ما حیاتی است و نباید دست اغیار به آن برسد. باید کنترل‌های لازم را داشته و با احتیاط بیشتری از این لوازم نام برده شده، فاصله بگیریم. در برخی از مراکز برای ورود به محل کار باید حتی موبایل‌ها را کنار بگذارند. حق ورود موبایل به آن منطقه را ندارند. پس اگر حق ورود موبایل به آن منطقه را ندارند به خاطر بی‌احترامی نسبت به کارمند نیست به خاطر اهمیت تولیدات و تجهیزاتی است که در آن جا وجود دارد و باید به دور از هرگونه شبهه و احتمال خطر باشد.

این را در نظر بگیریم که اگر در فضای مجازی وارد شده، جستجویی انجام می‌دهیم، جستجوی‌های ما کنترل شده باشد. پایان نامه‌ای دیدم که تاثیر جستجوهای جستجوگرهای اینترنتی بر اندیشه و نگرش افراد بود. یعنی آیا جستجویی که ما به واسطه یک جستجوگر در فضای مجازی انجام می‌دهیم می‌تواند تاثیری بر نگرش و رفتار ما داشته باشد؟ بله. این دقت لازم را داشته باشیم نکته قابل توجه در این مجموعه پس برای ما این شد که ما باید دقت لازم را در استفاده و بهره‌گیری از فضای مجازی داشته و در کنار آن استانداردهای امنیت و کنترل محتوا را هم در نظر بگیریم. این نکته را می‌رساند که ما علاوه بر مراعات جنبه‌های امنیتی باید شناخت دقیقی از مخاطب خود زبان و شیوه نگارشی که برای مخاطب باید داشته باشیم، جامعیت مباحثی که داریم طرح می‌کنیم و شکل ظاهری مباحثی که داریم طرح می‌کنیم، در نظر بگیریم. مخاطب ما، کاربر ما، آن کسی که داده‌ها و اطلاعات ما را در فضای مجازی می‌خواهد استفاده کند، اطلاعاتی شسته‌رفته، اطلاعاتی سنگین و وزین، اطلاعاتی به دور از هرگونه تحکم و تهاجم را پیش رو داشته باشد تا با خیال راحت بتواند آن‌ها را استفاده کند. لازمه این کار شناخت دقیق فضای مجازی، قابلیت‌ها، آسیب‌ها و تهدیدهای آن فضای مجازی است.

ما اگر شناخت دقیقی از فضای مجازی پیدا کردیم، دانستیم که برای حضور در این فضای مجازی چه مهارت‌ها و تجربه و تخصصی نیاز دارد و اگر دانستیم که استانداردهای عرض اندام در این فضای مجازی چیست و مخاطب خودمان را خوب توانستیم بشناسیم به راحتی می‌توانیم در این فضا حضور پیدا کرده، تعامل و ارتباط با مخاطبان خودمان چه درون مذهبی، چه درون دینی و چه برون دینی هم داشته باشیم.

پس لازمه این کار این است که مهارت‌های لازم را کسب کنیم که این مجموعه کلاس‌هایی که برگزار شده به عنوان پیش نیاز و مقدمات شناخت نقد و بررسی و ارزیابی و تحلیل این مهارت‌ها است. امیدواریم که بتوانیم در این راستا گام‌های موثری برداریم هرچند که یکی از آن بخش‌ها قابلیت‌های موتورهای جستجو است. در

قابلیت‌های موتورهای جستجو ما باید این توجه را داشته باشیم که بر اساس آن آسیب‌ها و مخاطراتی که فضای مجازی داشته که برخی از آن جنبه تهاجمی و برخی از آن جنبه منفی که ما با آن روبه رو هستیم، جنبه ندانم کاری‌های ماست که اطلاعات دیتاها و داده‌های غلط را به ما می‌دهد.

ما می‌توانیم به واسطه شناخت در موتورهای جستجویی که با آن‌ها روبه رو هستیم استفاده بهتری را پیش رو داشته باشیم. اما چه کنیم که در این راستا برخی از آن قابلیت‌هایی را دائم در اختیار داشته باشیم، بدون آن که هزینه آن چنانی بکنیم. اگر جنبه‌های امنیتی را مراعات کنیم، استفاده از فضاهای رایگان مجازی برای ما مفید است. به دلیل این که تمام مسلمانان یا به تعبیری بگوییم چه شیعه و چه اهل سنت توانایی ثبت دامین و اجاره‌هاست و فضا و آماده‌سازی حرفه‌ای اطلاعات و ارسال آن‌ها در فضای مجازی را ندارند، می‌توانیم از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنیم، می‌توانیم از فضاهای ابری رایگان استفاده کنیم، می‌توانیم از برخی قابلیت‌های دسترسی اینترنت به شکل رایگان هم استفاده کنیم.

حال چه کنیم که به نحو احسن از این‌ها بهره ببریم؟ می‌توانیم یکی از آن‌ها با توجه به تاکید ما بر رسانه‌های اجتماعی در فضای مجازی، می‌توانیم اپلیکیشن و افزونه‌های مختلفی که به ما کمک می‌کند سریع‌تر به آن آدرس‌های مورد نظر برسیم استفاده کنیم. یکی از آن اپلیکیشن‌ها به تعبیری چون که موبایل یا تبلتی که ما داریم فقط به عنوان یک وسیله ارتباطی نیست ما می‌توانیم به واسطه این وسیله ارتباطی به موسیقی به آهنگ حلال به صدای دلنشین و آواز دلنشین قرائت قرآن، به تماشای فیلم‌های مناسب، به خواندن کتاب و گشت‌وگذار در اینترنت پردازیم. چرا که این دستگاه‌ها امروزه روز به روز هوشمند و هوشمندتر شده و قابلیت‌های فراوانی را در اختیار ما قرار می‌دهند.

اپلیکیشن‌ها یا افزونه‌ها که می‌توانیم در موبایل یا در مرورگرهای خودمان نصب کنیم به ما کمک می‌کنند که دیتا و اطلاعات مورد نظر را سریع‌تر دسترسی پیدا کنیم. اگر شما بخواهید جمعی از هم‌کیشان، مسلمانان، شیعیان، دانشجویان جهان اسلام، اهل قلم جهان اسلام، زنان جهان اسلام، ناشران جهان اسلام و غیره را بشناسید با استفاده از اپلیکیشن فیس بوک می‌وانید ارتباط با این گروه‌ها را در فیس‌بوک برقرار کنید و اطلاعات جدید را خبر دار شوید.

اپلیکیشن "فور اسکپور" کمک می‌کند که به تصاویر و مکان‌های مختلف که به اشتراک گذاشته شده‌اند، دسترسی پیدا کنیم. شما در جایی که حضور دارید تمایل دارید تصاویری از مکه معظمه، مدینه منوره، عتبات عالیات، تصاویری از بنیه و اماکن تاریخی مختلف را پیش رو داشته باشید. به واسطه نرم افزار فور اسکپور می‌توانید به راحتی به مکان‌هایی که دیگران به اشتراک گذاشته‌اند، دسترسی پیدا کنید و اطلاعات تفصیلی را در

ارتباط با این مکان‌ها از دوستانتان و کسانی که در گروه‌های مرتبط با شما در فضای مجازی هستند پرس و جو کنید و هم چنین پاسخ‌های پرسش‌های آن‌ها را بدهید.

گوگل پلاس هم یک شبکه گسترده جهانی است که در قبل معرفی کردیم. شما اپلیکیشن گوگل پلاس را از طریق اکانت گوگل خودتان، روی موبایل، تبلت، آی‌پد، نوت‌بوک و جاهایی که دارید نصب کنید. به راحتی می‌توانید تعامل و ارتباط با گروه‌هایی که در مجموعه گوگل پلاس هستند، داشته باشید و از اخبار و اطلاعات و رصد جریاناتی که آن‌ها به اشتراک گذاشته‌اند، به راحتی استفاده کنید.

اگر بخواهید پیام‌رسانی داشته باشید که سرویس‌های پر استفاده داشته باشد، از اپلیکیشن ایمو می‌توانید استفاده بکنید. "آی‌ام‌او" می‌توانید در جستجوگرها سرچ بزنید اپلیکیشن ایمو به راحتی این‌ها را نصب می‌کند در موبایل یا تبلت‌هایی که دارید و به راحتی می‌توانید پیام‌رسان دلخواه خودتان را در اختیار داشته باشید. می‌توانید با کسانی که در فیس‌بوک، جی‌تالک، یاهو، ام‌اس‌ان، آی‌سی‌کیو، آی‌ام و مای‌اسپیس، استیم، جابر یا جاهای مختلف عضو هستند به صورت گفتگوی صوتی فردی یا گروهی بین افراد، ارتباط برقرار کنید. می‌توانید فایل‌های چندرسانه‌ای برای هم ارسال کنید و تاریخچه‌چت‌هایی که انجام دادید، داشته باشید. می‌توانید یک بحث علمی را مطرح می‌کنید، دو نفر با هم مناظره می‌خواهند داشته باشند در ارتباط با آموزه‌های دینی سوال و جواب باشد یا شبهه‌ای مطرح شده می‌خواهند پاسخ بگویند. به راحتی شما از طریق اپلیکیشن ایمو می‌توانید این فعالیت‌ها را انجام دهید.

در کنار آن اپلیکیشن اینستاگرام به شما کمک می‌کند که عکس‌های‌تان را به اشتراک بگذارید. عکس‌های دینی، اماکن متبرکه و تصاویر حتی فامیلی دوست و رفقای که دارید را می‌توانید به اشتراک بگذارید و خاطرات را زنده کنید و به تعبیری صلهرحم را می‌توانید در فضای مجازی به واسطه استفاده از این اپلیکیشن‌ها انجام دهید. اپلیکیشن بعدی اپلیکیشن لینک‌دین است که بیشتر از ۱۷۵ میلیون عضو در سراسر جهان دارد. این آمار برای گذشته است و جدیداً خیلی بیشتر شده است. لینک‌دین بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی، تخصصی و کاری دنیا است. فرصت‌های شغلی به راحتی در این جا ترسیم می‌شود و دنیای حرفه‌ای شما فرصتی را برای شما فراهم می‌کند که بتوانید به راحتی در نگاه فرصت‌های شغلی وارد مجموعه شده و از قابلیت‌هایی که شرکت در گروه‌های کاری و تخصصی دارند استفاده کنید.

اپلیکیشن توئیتر یکی دیگر از اپلیکیشن‌ها است. برای کسانی که در توئیتر عضو هستند می‌تواند مفید باشد و به واسطه این می‌توانید توئیت‌ها و ارسال‌هایی که در توئیتر داشتید را به راحتی چک کنید.

یک اپلیکیشن هم، اپلیکیشن پس‌هست، یک شبکه اجتماعی است که امکان اشتراک‌گذاری عکس و ارسال پیام را ویژه تلفن‌های همراه هوشمند، آیفون و اندروید فراهم کرده است. هرچند که این یک شبکه خصوصی است

و بیشتر در مواقعی که افرادی دور از فامیل و خانواده هستند می‌توانند از این شبکه بهره ببرند و اطلاعات چه عکس و پیامی که مورد نظرشان است را در تعامل و ارتباطاتی با آشنایان و بستگان ارسال کنند.

اپلیکیشن بعدی که باز هم اشتراک‌گذاری عکس‌های مورد علاقه را با اعضای گروه و دوستان و فامیل و بستگان دارد اپلیکیشن پینتر است. پینتر ست هم چند صد میلیون عضو دارد و سیستم‌های عامل اندروید، گوشی‌هایی که سیستم‌های عامل اندروید دارند و همچنین آی‌پد را پشتیبانی می‌کند و شما به راحتی می‌توانید عکس‌های مورد علاقه خودتان را برای گروه و اعضا به اشتراک بگذارید.

اپلیکیشن بعدی اپلیکیشن تابلر است. وبلاگ شما را به شبکه‌های اجتماعی و دوستان محبوبتان وصل می‌کند. شما وبلاگی‌تان را می‌توانید از طریق این اپلیکیشن به راحتی در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کنید.

اپلیکیشن واتس‌آپ ارسال پیام‌های متنی در سرتاسر وب است. یعنی شما پیام‌هایتان را می‌توانید برای دوستانتان بگذارید، می‌توانید به صورت آنلاین چت کنید. فایل‌های صوتی، تصویری را به راحتی می‌توانید منتقل کنید روی گوشی‌های هوشمند اندروید و نوکیا و بلک‌بری و آیفون به راحتی نصب می‌شود. هزینه‌ای هم در برخی جاها که نیاز بود، ندارد، یعنی رایگان می‌توانید از واتس‌آپ استفاده کنید.

اگر دنبال رستوران‌ها و مکان‌های جدید هستید از اپلیکیشن یلپ استفاده کنید. به این ترتیب که شما مکان زندگی خودتان را می‌دهید، مغازه‌ها و رستوران‌ها و مراکز خرید و فروش را به راحتی از طریق این می‌توانید پیش رو داشته باشید.

با وضعیت قابلیت‌هایی که فراهم است آیا ضرورت ندارد که من به عنوان یک فرد مسلمان، به عنوان یک مبلغ دینی، به عنوان یک فرد شیعی، عرض اندام کرده و مشغول تبلیغ دین خودم تبلیغ آموزه‌های دینی خودم باشم؟ وظیفه تبیین آموزه‌های دینی را در فضای مجازی برای مشتقان و علاقمندان به شناخت و اسلام‌پژوهان داشته باشم. با وجود این همه حجم‌هایی که صورت می‌گیرد، آیا ضرورت ندارد که من هم وارد شده عرض اندام کنم، پاسخگوی بعضی از این شبهات و حجم‌ها باشم؟ آیا من مسلمان، من شیعه تحصیل کرده ضرورت ندارد که در شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی حضور پیدا کرده و اعلام کنم که من این توانایی را دارم، قدرت تجزیه تحلیل دارم، شناخت روی آموزه‌های دینی دارم؟

کسانی که پرسشی دارند کسانی که سوالی دارند کسانی که دوست دارند آموزه‌های دینی یاد بگیرند، بیایم دور هم جمع شویم و مشغول آموزش و علم آموزی شویم. خودآموزی<sup>1</sup> در این جا مهم است. ما خودآموزی دائم را می‌توانیم به واسطه فضای مجازی داشته باشیم.

---

<sup>1</sup> . self-education

## معرفی برخی سایت‌های بارگذاری رایگان

در آخر این جلسه فقط من برخی از وبسایت‌هایی که آپلود یا بارگذاری رایگان برای ما فراهم می‌کنند را نام می‌برم. دوستانی که تمایل داشتند که مستندات و فایل‌های صوتی تصویری و چندرسانه‌ای خودشان را در این فضاها به صورت رایگان بارگذاری کنند بتوانند از آن استفاده کنند. "مگاشیرز دات کام"، "مول لود دات کام"، "سند اسپیس دات کام"، "سایبر آپ لود دات کام"، "آپلودینگ دات کام"، "یو سند ایت دات کام"، "ترنسفر بیگ فایلز دات کام"، "اسنگیز دات کام"، "بیگ آپلود دات کام"، "زد آپلود دات کام"، "اسپرید دش آی تی دات کام"، "رایپد آپلود دات کام"، "شیر بیگ فایل دات کام". می‌توانید از این سایت‌ها یا برخی از سایت‌های مشابه مثل "موموشیر دات کام"، "فری آپلودر دات کام"، "یو شیر ایت دات کام"، "فایل هاست دات رو"، "آپلود فرانت دات کام"، "رپید شیرینگ دات کام"، "آپلود هات دات کام"، "فایل اچ دی دات کام"، "او آر بی دش زد دات کام" استفاده کنید که این‌ها قابلیت‌های بارگذاری رایگان اطلاعات را برای ما فراهم می‌کند. برخی از این‌ها از نظر حجم اطلاعات محدودیت داشته فایل‌هایی با چند صد مگ می‌توانیم بارگذاری کنیم. برخی از این‌ها چند گیگ فضای رایگان در اختیار ما قرار داده‌اند. هرچند که در فضاهای ابری هم به صورت رایگان عموماً تا پنج گیگ را در اختیار قرار می‌دهند و به واسطه مشکلی که در بارگذاری فایل‌های سنگین در وبلاگ‌ها داریم می‌توانیم فایل‌های سنگین را در موارد این چنینی در این وبسایت‌های رایگانی که امکان بارگذاری می‌دهند قرار داده و لینک آن‌ها را در سایت‌ها و وبلاگ‌های خودمان قرار دهیم.

در جلسه آینده به بحث چگونگی نگارش ویژه فضای مجازی و مخاطبان خاص خواهیم پرداخت.

آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین



بسم الله الرحمن الرحيم و به نستعين

## چگونگی نگارش و حضور در فضای مجازی

در این جلسه در محور چگونگی نگارش و حضور در فضای مجازی بحث خواهیم کرد. در بحث کتابت با توجه به مخاطبین و شکل مکتوبی که داریم ضروری است که برخی از شاخصه‌های ارزیابی و اعتبارسنجی را مد نظر داشته باشیم تا خواننده و یا کاربر ما بتواند به نحو احسن از نوشته‌ها و مفاهیمی که ما داریم از طریق فضای مجازی به آنان منتقل می‌کنیم بهره مند گردد.

ما اگر بخواهیم در فضای مجازی حضور پیدا کنیم چند نکته را باید مدنظر قرار دهیم. ابتدا باید ببینیم که به چه منظور و به چه مقصدی ما وارد این فضای مجازی شدیم؛ یعنی این که مخاطب ما کیست ما برای چه قصدی دست به قلم برده و در فضای مجازی به نگارش می‌پردازیم، یا حتی به چه شکلی ما ظهور و بروز پیدا می‌کنیم. علاوه بر بحث نگارش آیا به شکل چندرسانه‌ای و به شکل صوت و تصویر با کاربر خود ارتباط برقرار می‌کنیم یا نوشته‌های ما یک سویه در اختیار کاربر قرار گرفته و فقط آن کاربر ماست که مفاهیم و آموزه‌هایی را که به شکل نگارشی تدوین کرده‌ایم، مطالعه می‌کند. انتخاب مخاطب باید بر اساس ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی که ما داریم لحاظ شود یعنی من اگر برای کودک و نوجوان یا برای جوانان یا برای قشر تحصیل کرده یا صنف خاصی در فضای مجازی قلم فرسایی می‌کنم باید ابتدا مشخص کنم که آن قشر و صنف کیست؟ چه ویژگی‌هایی دارد؟ و از من نوعی که در فضای مجازی حضور دارم چه انتظاراتی دارد؟ برای کودک و نوجوان نوشتن، برای بزرگسال نوشتن، برای صنف خاص یا برای عموم کاربران فضای مجازی و یا برای کاربرانی از یک منطقه خاص نوشتن، حساسیت‌ها و ویژگی‌های خاص خودش را دارد.

نکته بعدی من مبلغ مسلمان، من مبلغ شیعی، منی که احساس وظیفه کرده و می‌خواهم در فضای مجازی و گسترده حضور پیدا کنم باید سبک و سیاق نگارش و تدوین‌های خودم را هم ترسیم کنم. آن تابلو و صفحه‌ای که من خودم و صفحه مجازی خودم را معرفی می‌کنم باید گویای این باشد که من کیستم و برای چه کسی قلم می‌زنم و به چه سبک و سیاقی قلم می‌زنم. یک فرد شاعر است یا علاقمند به شعر و دستی در شعر دارد می‌خواهد اشعار دیگران را نقد کند، باید بنویسد که هدف من از این حضور نقد اشعار است. کسی می‌خواهد حضور پیدا کند باید مشخص کند که این حضور من برای چه منظوری است، یعنی شعر می‌نویسم، داستان می‌نویسم، طنز می‌نویسم، نقد می‌نویسم یا به شکل منبر در فضای مجازی می‌خواهم عرض اندام کنم و یا انجام وظیفه کنم. نوشته‌های من به شکل آنلاین و بر خط در دسترس کاربران قرار می‌گیرد یا نه به شکل آفلاین؟ آیا کاربر من کسی که به نوشته‌های من دسترسی دارد حق نوشتن نقد و نظر خودش را نسبت به نوشته‌های من دارد یا این فضا برای او فراهم شده است یا نه؟



جدای از انتخاب زبان و شیوه نگارش، شکل نگارش هم مهم است. در فضای مجازی امروزه ما می‌توانیم به صورت آنلاین و برخط مثل یک سخنرانی که در فضای معمول و چهره به چهره انجام می‌دهیم، به همین شکل در فضای مجازی حضور پیدا کرده و با کاربران ارتباط برقرار می‌کنم و یا نه، صحبتی را فیلمی را از قبل ضبط کرده و برای پخش به صورت تکرار در فضای مجازی قرار داده‌ام. اگر چنین باشد ما باید مشخص کنیم که آن فضا و بستری را که می‌خواهیم اطلاعات را بارگذاری کنیم و مخاطبان آن فضا و بستر چه کسانی هستند. آیا من به شکل وبلاگ باید مطالبم را ارائه دهم که یقیناً باید سراغ مراکز سرویس‌دهی و خدمات وبلاگی بروم که این فضای وبلاگی با فضای وبسایت‌ها تفاوت دارد. در فضای وبلاگی جنبه‌های تعاملی کمی آسان و کاربران خاص خودش را دارد ولی در فضای وب سایت این را در نظر بگیریم که برخی از محدودیت‌ها و برخی از قابلیت‌ها کم یا زیاد می‌شود.

اگر من می‌خواهم در تالار گفتگو در انجمن در فروم یا در محیط‌های مشابه حضور پیدا کنم نوشته من باید بر اساس قابلیت‌ها و شناخت محیط و شناخت کاربران خاصی باشد که در آن جا حضور و ظهور و بروز پیدا می‌کنند. آیا نوشته‌های من در پادکست و به تعبیری رادیوهای اینترنتی درج پیدا می‌کند که قابلیت صوت و تکست را دارد یا در فوتو بلاگ‌ها که قابلیت تصویر و تکست را دارد یا در ویکی‌هاست که قابلیت دانشنامه آزاد را دارد و من می‌توانم نوشته‌های دیگران را ویرایش و نوشته‌های خودم را هم اضافه کنم. پس انتخاب مراکز خدمات دهی و چگونگی قابلیت‌های آن‌ها یکی دیگر از بخش‌هایی است که باید ما به عنوان یک فرد مسلمانی که می‌خواهیم در فضای مجازی وارد شویم مشخص شده و بر اساس قابلیت‌های آن بستر و فضا و تکنولوژی که در اختیار ما قرار می‌دهد و کاربرانی که از آن فضا استفاده می‌کنند نوشته‌ها را مد نظر قرار داده و ویژگی‌ها و شاخص‌های خاص آن و استانداردهای آن را مراعات کنیم.

نکته دیگر در زبان و شیوه نگارش و سبک و سیاق است.

- مطالبی که من می‌خواهم ارائه دهم آیا مطالب تولیدی خودم می‌باشد؟
- مطالبی است که خودم تدوین کرده و ارائه می‌دهم یا مطالبی است که مستند کرده و بازنویسی می‌کنم. یعنی نوشته‌های دیگران را بر اساس تشخیص خودم ویرایش و زبان ارائه و شکل نگارش را تغییر داده و سبک و سیاق جدیدی عرضه می‌کنم یا این که نه من براساس نوشته‌های تقطیع شده از جاهای مختلف از آدرس‌های مختلف این نوشته‌ها را کنار هم قرار داده و به سبک و سیاق جدید عرضه می‌کنم که بیشتر نقل قول و استناد به نوشته‌های دیگران است.
- آیا نوشته‌های من نقد و بررسی است.

- آیا نوشته‌های من در قالب پرسش و پاسخ است یا در قالب پاسخ به شبهات هجمله‌هایی است که صورت گرفته است.

این اصول و سیاست‌هایی است که ابتدا باید ما در نظر بگیریم و این نکته را هم فراموش نکنیم که من از حیث نگارش تدوین و ارائه آموزه‌های مورد نظر خودم و آموزه‌های تولیدی خودم باید مشخص کنم که هدف آموزشی، پژوهشی، تبلیغ و ترویج دین دارم یا هدفی که دارم اطلاع رسانی و ارتباطات است؛ هرچند که در برخی جاها اهداف، اهداف تجاری است. شخصی کتابی تولید کرده، نرم افزاری تولید کرده، بسته فرهنگی تولید کرده، حالا می‌خواهد این بسته فرهنگی را به دست مخاطبانش برساند، به دست کاربرانش برساند، چه با پرداخت هزینه و چه به صورت رایگان.

این را هم باید در نظر بگیریم که نوشته‌های ما اگر در راستای تبیین دین و آموزه‌های دینی باشد متفاوت است با نوشته‌هایی که دنبال دفاع عقلانی از دین می‌باشند. نوشته‌های سیاسی، نوشته‌هایی که بیشتر جنبه خاطرات و سرگذشت‌نامه دارد و نوشته‌هایی که بیشتر برای پاسخ به شبهات می‌باشد با هم متفاوت اند.

نوشته‌هایی که در راستای تعامل با هم کیشان خودمان و درون مذهبی است، متفاوت است با نوشته‌هایی که مخاطبان و کاربران آن افرادی برون دینی هستند. یعنی من مسلمان‌ام می‌خواهم با ادیان و حینانی ارتباط برقرار کرده و پیروان آن ادیان را شناخته و با آن‌ها گفتگویی داشته و در برخی قضایا آموزه‌های دینی را تبلیغ کرده و در برخی قضایا از باب یک انسان و بشری که در این کره خاکی زندگی می‌کند می‌خواهم در برخی جنبه‌های علمی با آن‌ها تعامل داشته باشم.

این را مد نظر قرار دهیم که عموماً نوشته‌های ما باید ترکیبی از پاراگراف‌های مختلف باشد یعنی پاراگراف‌هایی که ما داریم، جمله‌هایی که داریم، یا نوشته‌های کوتاهی که اقتضای فضای مجازی را دارد باید به چه شکل باشد. ابتدا جمله کلیدی و اصلی را طرح کنیم آن هدف و مضمون و محتوای اصلی را طرح کرده بعد دلایلی در راستای اثبات آن مضمون و محتوای اصلی بیاوریم. یک پاراگراف، جمله اصلی، یک یا دو پاراگراف دلایل ما برای تأیید و تثبیت جمله اصلی و پس از آن یک یا دو پاراگراف ما شواهد و استنادهایی است به نمونه‌هایی که در جای دیگر در بیانات بزرگان اتفاق افتاده و به عنوان مستند و شاهد مثال می‌توانیم آن را ذکر کنیم. پس از ذکر شواهد و مثال‌ها ما باید دنبال این برویم که در یک پاراگراف کوتاه جمله اصلی و مفهوم را که در ابتدا طرح کردیم را با شکل و زبان و نگارش جدید طرح بحث کنیم و جنبه‌های کاربردی و اهداف خاص طرح آن مبحث را با کاربر و مخاطب خودمان در میان بگذاریم.

پس نوشته‌های ما عموماً چند پاراگرافی است. پاراگراف یا جمله اول پاراگراف یا جمله اصلی، پاراگراف یا جمله دوم و سوم ما دلایل ماست و پاراگراف یا جمله چهارم و پنجم ما شواهد ماست. پاراگراف و جمله ششم

ما بیان پاراگراف و جمله اصلی به شکل دیگر و پس از آن هم اهداف و کاربردهایی که می‌توانیم برای جمله اصلی مد نظر داشته باشیم.

حال این اگر در راستای تبیین آموزه‌ها باشد متفاوت است با مواردی که در راستای دفع شبهه و پاسخ به سوالات و پرسش‌های کاربران است. در این راستا دقت نظر داشته باشیم که

۱. در نوشته‌های خودمان جنبه‌های امنیتی را رعایت کنیم. من اگر به عنوان طلبه و روحانی در فضای مجازی حضور پیدا می‌کنم باید این را در نظر بگیرم که یک شأن و هویتی برای مبلغان دینی طلاب، روحانیون و برخی از اقشار مختلف در انظار باید لحاظ گردد. نکند خدای نکرده با نوع تصویری که از ذهن و نگرش خودم که تدوین کرده‌ام، با نوع حرکات و رفتاری که در فضای مجازی دارم، باعث تخریب همکیشان و هم‌صنفان خودم باشم.

۲. اسرار شخصی خودم را افشا نکنم. برخی از اسراری برای هر فرد وجود دارد که ضرورتی ندارد این شخص اسرار شخصی خودش را طرح بحث کند.

۳. گاهی، خیلی با مخاطبان خودمان صمیمی‌نشویم به این شکل که ما اگر وارد فضای مجازی شده و در گفتگوهای کاربران فروم و اتاق‌های مجازی حضور پیدا کنیم شماره تلفن خودمان را به مخاطبان ندهیم. قرار ملاقات حضوری با آن‌ها نگذاریم. چرا که در بعضی وقت‌ها این ملاقات حضوری و این اطلاعات شخصی ما برای ما دردسر ساز می‌شود

۴. در جنبه‌های اعتقادی اگر ظهور و بروزی می‌خواهیم داشته باشیم اگر در انجمنی اتاق گفتگویی می‌خواهیم حاضر شویم اگر سوالی مطرح شده اگر شبهه‌ای مطرح شده به صورت آنلاین یا آفلاین حتی المقدور پاسخ این سوال یا شبهه را به صورت جامع و کامل طرح کنیم و از طرف دیگر به سمت و سوی برویم که حساسیت نسبت به مقدسات و ارزش‌های دینی را هم مد نظر قرار داده و باعث کم شدن حساسیت افراد نسبت به این ارزش‌ها نشویم.

۵. از نظر اخلاقی نیز اخلاق اینترنتی و اخلاق فضای مجازی را یقیناً مراعات کنیم. اگر من به عنوان یک طلبه و روحانی یا به عنوان یک فرد متدین و دین‌دار یا یک فرد مسلمان در عرصه فضای مجازی ظهور و بروز پیدا می‌کنم باید توانمندی‌های علمی خودم را در نظر گرفته و هیچ وقت گزاره گویی نداشته باشم. علمی را که ندارم نگویم که دارم و اگر پاسخی را بلد نیستم بگویم پاسخ را بلد نیستم، مهلت بخواهم و پس از مراجعه به متون و منابع پاسخ کاربر مورد نظر را بدهم. اگر یک وقت در محیط‌هایی حاضر شدیم که خدای نکرده احتمال می‌دهیم که برخی از آسیب‌های عاطفی و حتی روانی که در گذشته اشاره کردیم دچار می‌شویم تبلیغ در اینترنت را رها کنیم انجمن‌ها و اتاق‌هایی که مد نظر هست را کنار بگذاریم و همچنین در برخی از مواقع ارتباط

با جنس مخالف را کاهش داده و حتی المقدور خیلی در فضای مجازی با جنس مخالف تعامل و ارتباط دوستی صمیمی نزدیک نداشته باشیم. کلماتی که در ارتباط با مخاطبان جنس مخالف ایجاد صمیمیت و حساسیت می‌نماید را به کار نبریم و از طرف دیگر در جنبه‌های تبلیغی پاسخ بدون تفکر نداشته باشیم. اگر اطمینان از صحت پاسخ نداریم پاسخ نگوییم. مطالب شبهه ناک را در فضای مجازی به ویژه شبهات اعتقادی را طرح نکنیم و اگر پاسخگوی پرسش‌هایی هستیم خودمان طراح شبهات نباشیم. تا جایی که امکان دارد جنبه‌های علمی خودمان را ارتقا دهیم در جایی که علم به یک موضوعی نداریم بگوییم که بنده آشنایی با این موضوع ندارم اگر در راستای تخصص تجربه ای که داریم مسائلی را رو به رو شدیم که خارج از تخصص و تجربه ماست در پاسخگویی در تعامل و ارتباط در مشارکت‌ها پرهیز کنیم. پاسخ‌های غیر مناسب با فهم مخاطب را ندهیم. برای درج مطالب و آموزه‌های مورد نظر و یا برای پاسخگویی و مشاوره حتی المقدور وقت بگذاریم. از قبل با آمادگی وارد شویم. بحث‌های بی اثر یا کم فایده را کنار گذاشته و با افرادی که معاند می‌باشند و غرض ورزی دارند وارد بحث و مذاکره نشویم. متلک گویی و جدل‌های بی ثمر را در فضای مجازی نداشته باشیم. مخاطب را در موقعیت لجاجت‌آمیز قرار ندهیم و همچنین از هر گونه بی احترامی و توهین نسبت به مخالفان و مخصوصاً نسبت به مقدس ادیان و پیروان ادیان پرهیز کنیم.

اگر با کسی هم رو به رو بودیم که عموماً در انجمن‌ها و فروم‌هایی که وهابیون و برخی از فرق ضاله حضور دارند، این موارد پیش می‌آید سعی کنیم حتی المقدور توهین به آنها نکرده و اگر آنها هم به ما توهین می‌کنند سعی کنیم که یک برخورد منطقی و عاقلانه داشته باشیم. از طرف دیگر برخی از حرف‌ها و مباحثی که در برخی از کتب وجود داشته و این مباحث، مباحث درستی نیست یا به تعبیری غلط مشهور می‌باشد توجه‌گر آنها نباشیم و از طرف دیگر گاهی وقت‌ها گناهایی که در فضای مجازی به وجود می‌آید را سهل نبینیم. گناه کوچک و بزرگ ندارد فضای مجازی بسترهای بسیاری را برای این گناه فراهم می‌کند برخوردهای سبک و منافی شئونات جایگاه و شخصیت خودمان را در فضای مجازی طرح نکنیم.

اما اگر ما در انجمن‌ها و فروم‌ها و فضاهایی وجود داریم در شبکه‌های مجازی که تعامل زنده و آنلاین با کاربر داریم ادبیات مخاطب را در پاسخگویی مد نظر قرار دهیم؛ ادبیاتی که در سطح کودک و نوجوان باشد، در سطح بزرگسال باشد، در سطح اقشار تحصیل کرده باشد و غیره. پاسخ به مقدار نیاز باشد نه کم نه زیاد. زیاده‌گویی نداشته باشیم. مستند و مستدل سخن بگوییم و از قضاوت عجولانه پرهیز کنیم. جواب و آموزه‌ها و مفاهیمی را که مد نظرمان می‌باشد را در فضای مجازی به صورت ساندویچی مختصر و خلاصه طرح کنیم ولی مکفی.

اگر ما برخورد محترمانه و مودبانه و با کمال آرامش با مخالفین و فحاشان و هتاکان و معاندان داشته باشیم یقیناً این برخورد ما روی آنها تاثیر گذار خواهد بود. در ذهن مخاطب سوال ایجاد نکنیم مگر این که بخواهیم پاسخ

سوال را بدهی و عکس العمل‌های زیبا به مطالب دیگر کاربران داشته باشیم. یعنی اگر کسی آمد در فضایی که ما اطلاعاتی را درج کرده ایم نوشته‌های را قرار داد اظهار نظری کرد، ما هم از او تقدیر و تشکر کرده و کلمات محبت آمیز را پیش رو داشته باشیم. پس اگر ما می‌خواهیم در فضای مجازی حضور فعال و مثمر ثمر پیدا کنیم باید برای مخاطب و آن بستر و فضایی که برای ما ایجاد شده وقت بگذاریم. در کنار آن باید برای مخاطبان و کاربران ایجاد اعتماد و ایجاد صمیمیت و رفاقت کنیم. عموماً افرادی که در لینک باکس‌های ما قرار می‌گیرند، افرادی که یادداشتی برای ما می‌گذارند، پیام‌های خوب و دوستانه ارسال کنیم و به صورت منظم در اینترنت حضور پیدا کنیم، اگر ما در وبلاگ حضور داریم تعریف نابه جا از وبلاگ‌ها به خاطر جذب مخاطب نداشته باشیم، لینک‌های منافی با شئون اسلامی و طلبگی را درج نکنیم، تبلیغ مطلب نوشته شده خود در وبلاگ دیگران را کمتر انجام داده و بیشتر بگذاریم که کاربران مشتاق نوشته‌های ما باشند و به نوشته‌های ما استناد کنند. در مطالب دیگران در وبلاگ‌ها و سایت‌های دیگران اگر وارد می‌شویم حتی المقدور نظری درباره نوشته‌های آن‌ها داشته باشیم. لیستی از وبلاگ‌های مناسب داشته باشیم که دائم به آن‌ها سرزنش کنیم. لیستی از سایت‌های مناسب داشته باشیم که دائم به آن‌ها سرزنش کنیم. و اگر وبلاگ و یا سایت داریم مشخص شود که به صورت هفتگی، روزانه یا ماهانه این وبلاگ یا سایت روزآمد می‌شود. هرچند که در تالارهای گفتگو باید بیشتر دنبال ارتباط با مخاطبان باشیم مطالب جالب و طرح سوال مناسب را در حضور مخاطبان مطرح کرده و به پاسخ آن‌ها پردازیم و آن‌ها را هم به مشارکت در پاسخ دهی دعوت کنیم. در بحث‌های جنجالی شرکت نکنیم و با مدیریت کلوب‌ها همکاری کرده و اگر توانایی این را داریم ما هم مدیریت برخی از این کلوب‌ها را به دست بگیریم در چت‌ها، (چت روم‌ها را از طریق یاهو مسنجر گوگل تاک و همچنین پال تاک و مواردی که در قبل معرفی کردیم) حضور مستمر پیدا کرده مشغول تبلیغ دین شویم. پاسخ گوییمان کوتاه و موثر باشد. ادامه بی‌ثمر در برخی از فضاها را حذف کرده و مستغنی نشان دادن خود از مخاطب به محض این که نخواست ادامه دهد خداحافظی کند. یعنی ما نخواهیم مخاطب را به زور نگهداریم. همچنین سعی کنیم که در جواب دادن به سوالاتی که در فضای چت ایجاد می‌شود چون ممکن است که قطعی به وجود آمده و شخص لاگ آف کند سعی کنیم پاسخ‌ها را سریع‌تر ارائه دهیم. چرا که اگر سوالی مطرح شد و شخص به جوابش نرسید این سوال در ذهن او ممکن است که تبدیل به شبهه شود. اگر موردی پیش آمد که شخصی سوال کرد و نتوانستیم به صورت مستقیم پاسخ سوال او را بدهیم حتی المقدور آی دی آن شخص را پیدا کرده و به شکل آفلاین پاسخ او را برایش ارسال کنیم.

پس بر این اساس ما می‌توانیم در فضاها مجازی ظهور مناسب و مثمر ثمر داشته باشیم حال ما فقط باید دقت کنیم که توی چه مسیری قرار گرفته و از چه قابلیت‌هایی می‌خواهیم استفاده کنیم. تعیین خط و مشی سیاست و

گرایش‌های موضوعی و تعریف مخاطب را برای سایت یا وبلاگ خودمان داشته باشیم. عنوان مناسبی برای سایت و وبلاگ خودمان انتخاب کنیم. تنظیمات وبلاگ و سایت خودمان معرفی نویسنده قابلیت‌های مورد نظر را در قسمت تنظیمات ترسیم کرده و به اطلاع کاربر برسانیم. از قالب‌های مناسب در فضای وبلاگمان استفاده کنیم. مطالب را به شکل صحیح و استاندارد بارگذاری کنیم. برخی از افزونه‌های مورد علاقه را به وبلاگمان اضافه کنیم مثل خبرنامه، نظر سنجی و برخی قابلیت‌هایی که ما می‌توانیم از برخی آدرس‌ها مشابه **وبگذر دات کام** مشابه **براونت دات کام** مشابه **سایت متر دات کام** و موارد دیگر این قابلیت‌ها را به وبلاگمان و به سایتیمان اضافه کرده و با قرار دادن کتور و شمارشگر در سایت بفهمیم که به چه میزان کاربر به سایتیمان مراجعه می‌کنند. وبلاگمان را در فهرست‌های موضوعی ثبت کنیم. اگر سایت داریم کلمات کلیدی و تگ‌ها و معرفی به موتورهای جستجو را فراموش نکنیم. تبادل لینک با وبلاگ و وبسایت‌ها را فراموش نکنیم. یادداشت‌های دیگران و کامنت‌ها را بررسی کرده و پاسخ مناسب آن‌ها را در وبلاگ قرار داده یا از طریق پست الکترونیک آنان به اطلاع آنان برسانیم و همچنین روزآمد سازی اطلاعات را در سایت مد نظر قرار دهیم.

حال ما "بلاگفا دات کام" "پارسی بلاگ دات کام"، "کام پرسن بلاگ دات کام"، "بلاگ اسکای دات کام"، "مسجد بلاگ دات کام"، "کام ورد پرس دات کام" نمونه‌های این چینی را زیاد داریم که حتی خود گوگل هم قابلیت وبلاگی دارد می‌توانیم از آن استفاده کنیم. فلیکر هم قابلیت وبلاگی دارد هرچند که بیشتر تاکیدش بر تصاویر می‌باشد ولی قابلیتی در این زمینه دارد که ما می‌توانیم به راحتی از آن استفاده کنیم.

### شاخص‌های ارزیابی وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها

نکته قابل توجه بحث **بازخوردگیری** است که می‌توانیم فرم‌های نظر سنجی را در سایت و وبلاگمان قرار داده و برای کسانی که عضو خبرنامه سایت و وبلاگ ما شده‌اند، این نظر سنجی‌ها را ارسال و نظر آن‌ها را پیش رو داشته باشیم. یعنی بازخورد گیری فراموش نشود که ببینیم این اطلاعاتی که ما بارگذاری کردیم به چه میزان برای کاربرانمان مناسب است. عموماً در ارزیابی وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها شاخص‌های متعددی وجود دارد که من برخی از آن‌ها را سریع شمارش کرده و مطالب این جلسه خودم را پایان می‌دهم.

- **اتصال دامنه به وبلاگ** امکان پذیر است کاربران زیادی را جذب می‌کند. گزینه ارتباط با ما شخصی که وارد وبلاگ ما شده اگر سوالی دارد اگر می‌خواهد با ما ارتباط برقرار کند از طریق گزینه ارتباط با ما، درباره ما که ما می‌توانیم از طریق این گزینه خودمان را بهتر و بهتر به کاربر و مخاطب معرفی کنیم.
- **قابلیت‌های سمعی بصری** که در وبلاگ‌ها و سایت‌ها وجود دارد را حتی المقدور به کار ببریم. باکس‌های تبلیغاتی مناسب را پخش احادیث در وبلاگ ما پخش نوشته‌های زیبا در وبلاگ ما پخش

- تصاویر مناسب در وبلاگ ما باکس‌های تبلیغاتی را مد نظر قرار داده و این گزینه‌ها را حتی المقدور از دست ندهیم.
- **فایل‌های قابل دانلود** یا کتابخانه را به وبلاگ یا وب‌سایتمان اضافه کنیم. نوشته‌های ارزشمندی که داریم فرمت‌های ورد پی دی اف و زیپ آن را برای دانلود و دریافت کاربران قرار دهیم.
  - **کلمات کلیدی یا برچسب** را در وبلاگ فراموش نکنیم.
  - **صورتک** یا شکلک‌های مناسب را در نوشته‌هایمان به کار ببریم که تنوعی برای مخاطب و کاربر ما داشته و زیبایی خاصی به نوشته‌های ما می‌دهد.
  - در برخی وقت‌ها **موزیک ملایم** پخش یک قطعه مداحی، یک تکه قرائت قرآن، پخش بخشی از دکلمه برای مخاطب ما می‌تواند مفید و جاذب باشد.
  - **شمارش‌گر وبلاگ** به ما کمک می‌کند که به دست بیاوریم چه مقدار کاربران بازدید از سایت ما داشته‌اند.
  - **امکان جستجو** یکی دیگر از گزینه‌هایی است که برای وبلاگ و وب‌سایت ما ضروری است.
  - انتخاب قالب مناسب ایجاد لینک پیام خوش آمدگویی و خداحافظی و هم چنین اضافه کردن گزینه پیغام رسان یاهو در وبلاگ می‌تواند کمک کند که در اتاق‌های گفتگو و مسنجرها ما برخی از کاربران را ملاقات کرده و به صورت زنده با آن‌ها مذاکره داشته باشیم. برخی از گزینه‌هایی که امکان تعامل با مخاطب و ارتباط با شبکه‌های اجتماعی را اضافه می‌کند برای سایت و وبلاگ ما مناسب است می‌توانیم شبیه گوگل پلاس فرند فید فیس بوک توئیتر و موارد مختلف را در زیر نوشته‌هایمان اضافه کنیم که کاربران ما به واسطه کلیک بر روی این‌ها این اطلاعات را به گزینه‌های مورد نظرش اضافه کند.
  - تناسب اهداف و محتوای وبلاگ را در نظر بگیریم. برخی از متون را در زمان‌های خاص برای نمایش پیش رو داشته باشیم.
  - حتماً از وبلاگ و وب‌سایت‌مان پشتیبان‌گیری کنیم.
  - در فهرست‌های موضوعی وبلاگ‌ها حتماً وبلاگ‌مان را ثبت کنیم.
  - از خبرخوان و آراس اس‌ها استفاده کنیم.
  - حتی المقدور خبرنامه‌ای برای وبلاگ‌مان داشته باشیم.
  - رتبه وبلاگ و سایت‌مان را در سطح کشوری و بین‌الملل حتی المقدور بسنجیم ارزیابی کنیم.
  - لوگو مناسبی برای وبلاگ طراحی کنیم.
  - شرح وبلاگ و تناسب با اهداف ایجاد را هم در سایت و وبلاگ‌مان قرار دهیم.

- لینک دادن به یادداشتهای خاص و همچنین بحث مدیریت موضوعات وبلاگ دو تا از بخش‌هایی است که برایمان بسیار مهم و قابل اهمیت است که ما اگر بتوانیم وبلاگمان را به موتورهای جستجو معرفی کنیم کاربران بیشتری را جذب خواهیم کرد.
  - وبلاگ‌های گروهی هم قابل توجه هستند که می‌توانیم در نوشته خودمان دوستان و همکاران و کسانی که هم صنف و هم کیش ما هستند را دعوت کرده و وبلاگ گروهی داشته باشیم.
- تا این جا موفق شدیم که نیم نگاهی به سبک نگارش و چگونگی ازدیاد نمایش دیتا و اطلاعاتمان را برای کاربران و مخاطبان داشته باشیم.
- آخر دعوانا عن الحمد لله رب العالمین.