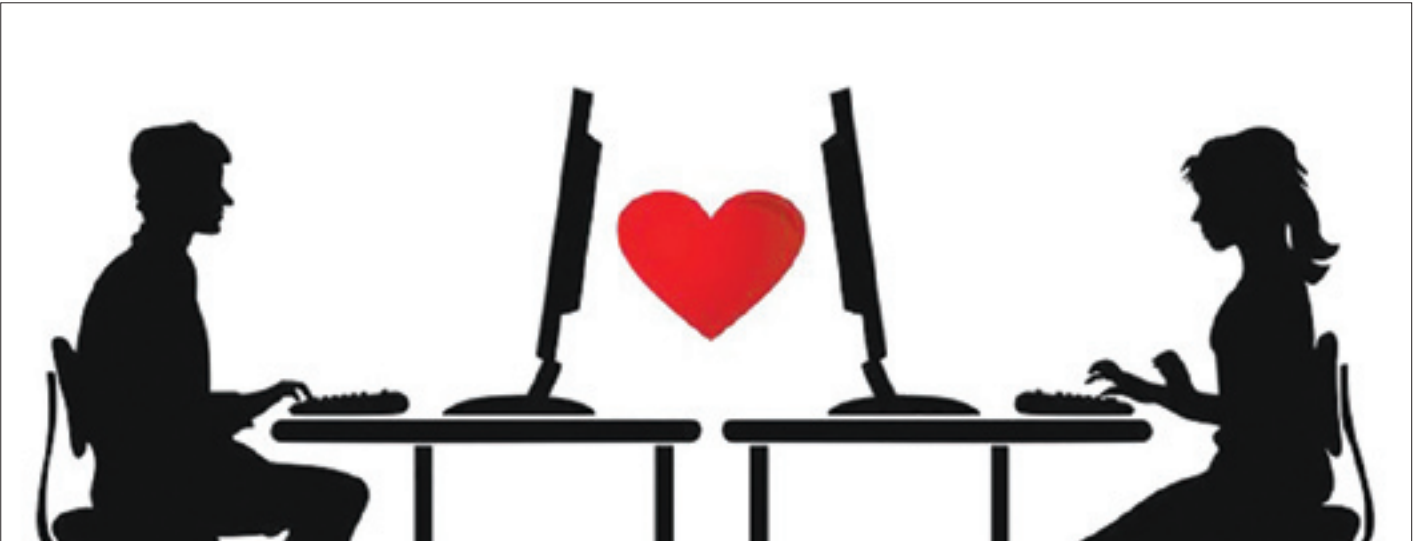


روابط دختر و پسر در فضای مجازی؛ مخاطرات، چالش ها و فرصت ها

آشنایی اینترنتی؛ عشق مجازی!



■ **از بین رفتن مرجعیت فکری والدین**
-در ارتباطات مجازی به خصوص بین دختر و پسر به دلیل آزادی حضور و از بین رفتن مرجعیت فکری والدین، کثرت ارتباطات دختر و پسر به وجود آمده و به خاطر اینکه سطح دسترسی به صورت دائم اتفاق می‌فد این ارتباطات عمق بیشتری پیدا می‌کند. اگر شاخص سنت و مذهب ملاک را قرار بدهیم دختر و پسر باید تحت ساختار با هم ارتباطات داشته باشند تا آسیب‌ها کاهش پیدا کنند، زیرا دختر و پسر به خاطر کشش جنسی و عاطفی که نسبت به هم پیدا می‌کنند مهر تأیید و مطلوبیت بر ارتباطات می‌زنند و آسیب‌ها را نادیده می‌گیرند. ■ **مطلب منتشر شده دیگر خصوصی نیست**
- ارتباطات فضای مجازی توانمندی‌هایی به جوانان ما داده و جوانی که در گروه‌های حضوری فاقد اعتماد به نفس بوده است اکنون نظر کارشناسی می‌دهد، اما چالش‌های این فضا در برابر توانمندی‌ها بیشتر است، زیرا توانمندی‌ها را فضای حقیقی هم می‌توان آموخت. -وقتی امورات شخصی خود را بر سوز می‌دهیم باید علاوه به اثرات مخرب آن بر خود، به اثرات آن نسبت به دیگران هم فکر کنیم، زیرا اگر فردی نسبت به زندگی لاکچری، نوع ارتباطات زوجین و... حسادت کند، مسئول هستیم نسبت به پنداشت‌ها و برداشت‌های دیگران مسئول هستیم، نمی‌توان گفت که من عکس خود را پست کردم و به بقیه ربطی ندارد، زیرا پست باز نمایای است و حریم شخصی محسوب نمی‌شود.

است و همه افراد در یک گروه همپای باسوادترین فرد گروه اظهار نظر می‌کند و مرجعیت فکری هیچ گروهی را نیز قبول ندارند و این شرایط همه را تبدیل به عالمان کاذب فضای مجازی کرده است. تنهایی در اوج انبوه -فضای مجازی از قید و بندهایی آزاد شده است، اما قید و بندهایی پیدا کرده که از ملاحظات ارتباط حضوری خالی شده است، ارتباطات خانم‌ها در جامعه مسلمان ایرانی به صورت سنتی همراه با مقوله‌هایی مانند حیا و عفت بوده است، اما اکنون این فضا حیا را دچار خدشه کرده است و دخترانی که تاکنون قدرت ابراز ارتباط و هیجانات ارتباطی را نداشتند در فضای مجازی فرصت ظهور و بروز پیدا کردند که نیاز به اجازه اذن خروج و... از والدین ندارد و نیازهای ارتباطی آنها را پاسخ می‌دهد. -فضای مجازی یک انبوه تنها تولید کرده در حالی که تعدادمان زیاد است و می‌توانیم به سرعت کنار هم قرار گیریم، اما همه احساس تنهایی می‌کنیم، نمی‌توان فضای مجازی را متوقف کرد، اما می‌توان سسطره ارتباطات حقیقی را با ارتباطات مجازی داشت؛ مثلاً اگر یک پیام از تلفن زدن ما را بی‌نیاز می‌کند زنگ زدن را کنار نگذاریم. ■ **حریم خصوصی بدون حریم خصوصی!**
- امکان تعریف حریم خصوصی در فضای مجازی وجود ندارد، زیرا مفهوم حریم خصوصی با مالکیت رقم خورده است و زمانی که شما اکانتی دارید در حالی که رمز، آیدی و بستر آن در دسترس دیگری است، مالکیت شما کجاست؟

۹۰ درصد آن بی‌برکت و فاقد نتیجه مبارک است، ۸۰ درصد ارتباطات منجر به دوستی‌هایی با هدف ارتباط جنسی می‌شود و این به معنای بودن افراد نیست بلکه فضای مجازی دارای کارویژه‌ای است که ارتباطات را به سمت خود می‌کشاند. ■ **ساخت انسان منفعل و تنبل**
- فضای مجازی ابتدا مبتنی بر متن بود، اما اکنون به سمت راحت‌ترین حالت یعنی صوت محوری رفته است که باعث تنبل کردن افراد نیز می‌شود، خاصیت دنیای مدرن استعمار مجازی است و از دوران استعمار نظامی عبور کرده‌ایم و این یعنی کافی است که نسل جوان ارتباطات خود را منحصر به فضای مجازی کند تا تبدیل به یک انسان منفعل، تنبل و کسل شود.

■ **عالمان کاذب فضای مجازی!**

- در گذشته شکاف آگاهی وجود داشت، اما در حال حاضر این شکاف وجود ندارد و یک متخصص و فردی در یک روستای مرزی هم‌زمان به یک داده دسترسی پیدا می‌کند که این امر سبب شکاف تحلیلی شده است، زیرا همه افراد به یک اندازه قدرت فهم و تحلیل داده‌ها و اطلاعات را ندارند و این شکاف بر ارتباطات اجتماعی نیز تأثیر می‌گذارد.

- با افول مراجع فکر و فرهنگی مواجه هستیم، امروزه به خاطر کثرت داده، افراد با یک خود عالم پنداری مواجه شده‌اند که سبب می‌شود به سمت مطالعه نروند و فعل پرسیدن نیز به صفر رسیده

حضور خود را حفظ کند و ارتباطات دوستانه و خویشاوندی بیشترین لطمه را خورده است. - ارتباطات فضای مجازی فاقد هاله ارتباطات مدرنیته دارای ویژگی‌هایی مانند عقلایت ایزاری، فرد گرایی و... است که فضای مجازی هم تحت تسلط همان ویژگی‌ها، کارویژه‌های کار خود را انجام می‌دهد.

■ **هویت‌های مجازی**

- فضای مجازی ویژگی‌های متعددی دارد که این ویژگی‌ها با مدرنیته عین شده است، این فضا قرار مکانی و فرا زمانی است و شاهد درهم آمیختن زمان و مکان در آن هستیم. همچنین هر کسی که اکانتی در اینستاگرام دارد از لحاظ امکانات و جایگاه با دیگری برابر است و این فضا اعطاف پذیری هویتی دارد و با هویت‌های پنهان، آشکار، متعدد و... می‌توان ظاهر شد.

■ **جایگزین نداشتنه‌های حقیقی**

- دریافت‌های جایگزین از ویژگی‌های دیگر فضای مجازی است، در فضای مجازی می‌توانید چیزهایی را دریافت کنید که امکان دریافت آن فضای حضوری نیست، همچنین اختلاط از دیگر ویژگی‌های فضای مجازی است و طبقه‌های اجتماعی‌ای که در جامعه محسوس هستند در فضای مجازی با هم مختلط می‌شوند. ■ **کاهش کیفی ارتباطات**

- حدود ۸۰ درصد نسل جوان (۱۸ تا ۳۰ ساله) از فضای مجازی استفاده می‌کنند و به همین علت ارتباطات نسل جوان مهم و گاهی نگران کننده می‌شود. در حال حاضر ارتباطات شغلی توانسته است ارتباطات



فقط ۱۰ درصد ارتباطات مجازی دو جنس مختلف به از دواج ختم می‌شود و این یعنی ۹۰ درصد آن بی‌برکت و فاقد نتیجه مبارک است، ۸۰ درصد ارتباطات منجر به دوستی‌هایی با هدف ارتباط جنسی می‌شود و این به معنای بد بودن افراد نیست بلکه فضای مجازی دارای کارویژه‌ای است که ارتباطات را به سمت خود می‌کشاند

حرف اول



باور نکن! باز نشر نکن!

در فضای مجازی می‌چرخید، مطلب و خبر های مختلف می‌بینید، بسیاری از آنها در تعداد بالا باز نشر شده و لایک خورده‌اند و همین تعداد بالای لایک و باز نشر و آمار بالای دیده شدن، برای شما اعتماد می‌آفریند و به دیده شدن بیشتر آن کمک می‌کند. اما تعداد لایک و باز نشر بالا نشانه صحت مطلب نیست، پس چگونه از صحت یک مطلب و جعلی نبودن آن مطمئن شویم؟

اول؛ منبع خبر را نگاه کنیم. به نقل از کجا آن خبر نقل شده است؛ اگر خبر از رسانه‌ای معتبر نقل شده بود، با نویسنده و راوی آن ذکر شده و معتبر هستند، یعنی می‌توان به آن اعتماد کرد.

دوم؛ یکی دیگر از راه‌های تشخیص جعلی یا حقیقی بودن اخبار، توجه به متن خبر و شیوه نگارش و تنظیم است. اخبار رسمی و مطالب رسانه‌های رسمی، ادبیات رسمی دارند و محاوره‌ای نیستند. غلط‌های املایی و جمله‌بندی‌های نادرست ندارند. از الفاظ تند و بی‌ادبانه استفاده نمی‌کنند.

سوم؛ مطلب و خبر باید یک گزاره منطقی و عاقلانه باشد. آنچه را که می‌خوانید، با آنچه پیش از این درباره آن موضوع می‌دانستید، بسنجید. این کار علاوه بر کمک به درک درستی و نادرستی خبر مربوطه، قوه تحلیلی ذهن تان را هم قوت می‌بخشد. چهارم؛ اگر خبر هیچ منبع یا راوی معتبری ندارد، موضوع را در اینترنت جست‌وجو کنید. از کسی که مطلع است، پرسید و حتی به آدرس رسانه نقل شده دقت کنید که جعلی نباشد.

خبر ها و مطلب جدید هیجان برانگیز هستند و حتی هیجان برانگیز نوشته می‌شوند تا علاوه بر جلب توجه مخاطب، او را ترغیب کند تا خبر را با دیگران به اشتراک بگذارد. در برابر این وسوسه شدن برای باز نشر مطلب مقاومت کنید. بسیاری از انسان‌ها قصد ندارند دروغ بگویند، اما چون هر چه را می‌شنوند، بدون اطلاع از صحت آن، برای دیگران (و نه یک نفر و دو نفر، بلکه در گروه‌های مجازی چند ده نفره) باز نشر می‌کنند، دروغگو محسوب می‌شوند. پیامبر بزرگوار اسلام (ص) می‌فرمایند: «کفی بالمرء کذباً آن یحدث لکل ما سمع؛ در دروغو بودن فرد همین بس که هر چه را شنید، نقل کند.»

از نگاه آمار

بررسی کلان داده جست‌وجوی گوگل در سرزمین‌های اشغالی

صهیونیست‌ها از کدام گروه مقاومت بیشتر می‌ترسند؟

در این گزارش به بررسی و تحلیل آمارهای جست‌وجوی گوگل ترندز درباره نام گروه‌های مقاومت بین شهروندان رژیم صهیونیستی پرداخته‌ایم.

مرکز پژوهشی «بتا» با بررسی آمار ی سرچ گوگل ترندز به مقایسه سرچ نام گروه‌های مقاومت اسلامی در سرزمین‌های اشغالی در مدت زمان یک سال اخیر پرداخته است. منطقاً به نظر می‌رسد جست‌وجوی نام یک گروه مقاومت در جامعه رژیم صهیونیستی را از روی علاقه ندانسته بلکه از روی ترس، نگرانی و تمایل به آگاهی جهت کاهش اضطراب بدانیم (گروه‌های مقاومت، یک گروه موسیقی یا سری جدید! یفون نیستند که از روی علاقه سرچ شوند). لذا بررسی این نمودار می‌تواند اطلاعات تقریبی خوبی از نگرانی‌های امنیتی بدنه جامعه (نه دولت) رژیم صهیونیستی بدهد. گروه‌های مقاومت بررسی شده در این نمودار حماس، حزب‌الله، سپاه و جوئی‌های یمن هستند. حماس بیشترین آمار سرچ را بین شهروندان رژیم صهیونیستی دارد که ظاهراً با توجه به نبرد موشکی کنونی بین حماس و رژیم صهیونیستی، شهروندان این رژیم حق داشته‌اند از این خطر قدرتمند در بیخ گوششان بترسند. (هر جست و جویی توسط یک اسرائیلی که حداقل یکی از سه عبارت فوق را دارا باشد، حساب شده است).

گروه مقاومت دوم حزب‌الله لبنان است که تنها اندکی با حماس در این رتبه‌بندی تفاوت دارد. البته همانطور که مشاهده می‌شود رکورد بیشترین سرچ در روز نیز به حزب الله بر می‌گردد.

سومین گروه مقاومت، سپاه است که با عبارت ITGC بررسی شده، سپاه خیلی کمتر از دو گروه فوق مورد جست‌وجوی کاربران قرار گرفته است.

چهارمین گروه مقاومت بررسی شده در نمودار فوق، انصارالله یمن است. واقعیت این است که سرچ در مورد انصارالله آنگونه که در نمودار فوق به نمایش در آمده نمی‌تواند صفر باشد، بلکه این نمودار در مقایسه با حماس و حزب‌الله و سپاه آمار جست‌وجوی این گروه را بسیار کم معرفی می‌کند. همانطور که انتظار می‌رود از نظر اسرائیلی‌ها انصارالله جای نگرانی برای اسرائیل ندارد (هر چند ممکن است در واقع اینگونه نباشد).

در نتیجه تمام این بررسی‌ها، به نظر می‌رسد جامعه اسرائیل و شهروندانش «ترس نزدیک» برایشان مهم‌تر و اضطراب‌زاتر از «ترس قدرتمند» است. به این معنی که با اینکه سپاه بسیار قدرتمندتر از حزب‌الله و حماس است و اساساً قابل مقایسه با این دو گروه نیست، اسرائیلی‌ها بیشتر حزب‌الله و حماس را که در نزدیکی‌شان است جست‌وجو می‌کنند. این ترس قطعاً بر دولت اسرائیل هم تأثیر گذار است. برای مثال کار را برای مجاب کردن شهروندانش به عدم مهاجرت معکوس سخت کرده و مجاب کردن آنها را در توانایی تأمین امنیت شهروندان مورد تشکیک قرار داده است.

خبر

هشدار تازه آلمان به فیس بوک

مقامات آلمانی به فیس بوک مالک واتس‌اپ هشدار دادند از پردازش و ذخیره داده‌های شخصی کاربران آلمانی این اپلیکیشن و سوءاستفاده از آنها دست بردارد.

شبکه خبری سی‌ان‌بی‌سی گزارش داده که کمیسیون حفاظت از داده‌ها و آزادی اطلاعات هامبورگ اعلام کرد اقداماتی قضایی انجام داده که جلوی پردازش داده‌های خصوصی کاربران واتس‌اپ را در آلمان توسط فیس‌بوک می‌گیرد. فیس بوک با رد این درخواست اعلام کرده که در برابر آن فرجام خواهی خواهد کرد. مارک زاکربرگ مدیرعامل فیس بوک درصدد یافتن راه‌هایی تازه به منظور استفاده از واتس‌اپ برای درآمزیایی است. حدود ۶۰ میلیون نفر در آلمان از این اپلیکیشن کپ و تبادل داده استفاده می‌کنند. فیس بوک در سال ۲۰۱۹ واتس‌اپ را با پرداخت ۱۹ میلیارد دلار خریداری کرد. واتس‌اپ چندی قبل از کاربران خود در سراسر جهان خواست تا با مفاد توافقنامه کاربری جدید این اپلیکیشن موافقت کنند که بر اساس آن واتس‌اپ حق به اشتراک گذاری داده‌های خصوصی کاربران با فیس بوک یا پیدا می‌کرد. این امر با اعتراض شدید میلیاردها کاربر واتس‌اپ در سراسر جهان مواجه و موجب شد این اپلیکیشن فعلاً از خواسته خود عقب‌نشینی کند.

واکنش خشمگینانه فیس بوک به افشاگری سیگنال

همین اساس پیام‌های تبلیغاتی مرتبط با علایق و سلیقه هر فرد را نمایش می‌دهد.

سیگنال این تبلیغات را با استفاده از خدمات نمایش آگهی در اینستاگرام برای کاربران خود نمایش داده بود و البته فیس بوک بلافاصله بعد از کسب اطلاع از این اقدام سیگنال دسترسی کارکنان آن به پلتفرم ارسال تبلیغات در اینستاگرام را مسدود کرد. سیگنال در واکنش اعلام کرد هدف از این کار نمایش حجم بالای اطلاعات شخصی جمع آوری شده توسط فیس بوک از هر کاربر است و البته این اطلاعات توسط آن شرکت به فروش می‌رسد. شفافیت در مورد نحوه استفاده تبلیغات از داده‌های مردم کاری است که توسط فیس بوک ممنوع شده است.

سیگنال را از این رویداد، اقدام سیگنال را شیرین کاری توصیف کرد و افزود این شرکت هرگز به دنبال نمایش واقعی تبلیغات یادشده نبود و به‌رغم اقدام مذکور حساب کاربری آنها تعطیل نشده است. در ادامه فیس بوک هدف سیگنال را از این کار کسب شهرت و محبوبیت دانسته است. در مقابل سیگنال در حساب توییتری خود فیس بوک را به دروغ‌گویی متهم کرده و افزوده که برای اجرای آگهی‌های مد نظر خود تلاش کرده است ولی این آگهی‌ها به سرعت رد شده‌اند و فیس بوک حساب تبلیغاتی سیگنال را نیز از کار انداخته است. این شرکت حتی تصویری از حساب مسدود شده خود منتشر کرده است.

پشت پرده

فیس‌بوک به افشاگری بر نامه سیگنال در این مورد که چگونه اینستاگرام با سرقت اطلاعات شخصی کاربران از این داده‌ها برای شخصی سازی تبلیغات استفاده می‌کند، واکنشی عصبی نشان داد.

به نقل از زد تی نت، هفته گذشته بر نامه پیام‌رسان سیگنال تلاش کرد برخی آگهی‌های اینستاگرام را به گونه‌ای برای کاربرانش نمایش دهد که آنها درک کنند این شبکه اجتماعی متعلق به فیس بوک تا چه حد اطلاعات خصوصی آنها را سرقت می‌کند.

در کنار این پیام‌های تبلیغاتی عباراتی درج شده بود دال بر اینکه « شما این پیام تبلیغاتی را مشاهده می‌کنید، زیرا معلم/ فارغ‌التحصیل رشته تاریخ / خواننده و ... هستید، مجرد یا متأهل یا مطلقه هستید، در برلین، لندن یا مسکو زندگی می‌کنید، تازه پچدار شده‌اید/ نقل مکان کرده‌اید/ حالمه هستید/ به بوکس علاقه دارید/ به تازگی دو چرخه خریده‌اید و ...

در واقع سیگنال از این طریق به کاربران خود هشدار می‌داد که اینستاگرام تا چه حد از جزئیات زندگی آنها اطلاع دارد و بر

نکته

خبر نگاری یا خبر سازی؟

کشور را هم نمی‌دهد. اما توجه به سه نکته می‌تواند روشن کند چرا چنین دروغی منتشر شده است. اولاً ترکیه انتقام خبرهای رسانه‌های ایران علیه ترکیه را می‌گیرد، خبرهایی که اعلام می‌کرد ترکیه در جریان جنگ آذربایجان و ارمنستان که سال گذشته رخ داد، ضمن حمایت همه‌جانبه از آذربایجان، تروریست‌های افراطی را از سوریه به آذربایجان منتقل کرد تا برای اهداف ترکیه بجنگند. از سویی ترکیه در مورد جنگ داخلی در لیبی هم همین اقدام را در اعزام تروریست از سوریه به لیبی انجام داد و حالا رسانه‌های ترکیه می‌کوشند آنچه را که دولت خودشان انجام داده، به ایران نسبت بدهند. دوم آنکه، همزمان با مذاکرات ایران و عربستان برای از سرگیری روابط دیپلماتیک، در ترکیه تلاش می‌کند میانه دو رقیب منطقه‌ای خود را برهم بزند. سوم آنکه فضا سازی مناسب علیه ایران را برای برهم زدن فضای مذاکرات وین انجام دهد. دهنی که این تحلیل‌ها را بداند و منبع خبر را هم ببیند، می‌داند این خبر را نباید باور کند.

ایران هم البته زیر کانه وارد شد و بدون اهمیت دادن به خبر، صرفاً از طریق اکانت توییتر سفارت ایران در آنکارا این خبر را تکذیب کرد و نشانه بی‌اطلاعی منتشر کنندگان دانست. با این حال، آناتولی توانست تنور گزارش‌های ضدایرانی را برای چند روزی در رسانه‌های غربی و ضدایرانی فارسی زبان گرم نگه دارد.