



حجت‌الاسلام میثم غلامی، سرپرست پژوهشگاه فضای مجازی:

دوران کرونا الگویی جامع از کاربرد فضای مجازی در حرکت‌های جهادی و مردمی بود

نیره ساری
فضای مجازی امروزه به یکی از مهم‌ترین بسترهای اطلاع‌رسانی و همبستگی اجتماعی تبدیل شده است، اما در کنار فرصت‌های بی‌نظیرش، تهدیدها و چالش‌هایی نیز پیش‌روی فعالان جهادی قرار داده است. حجت‌الاسلام میثم غلامی، سرپرست پژوهشگاه فضای مجازی در این گفت‌وگو، ضمن بررسی مزایا و تهدیدهای فضای مجازی، بر اهمیت قانونگذاری و رعایت نکات فرهنگی و اخلاقی در تولید محتوا تأکید و راهکارهای عملی برای استفاده بهتر از این فضا را مطرح می‌کند. گفت‌وگو با حجت‌الاسلام غلامی را در ادامه می‌خوانید.

آیا اساساً فضای مجازی می‌تواند ظرفیتی مؤثر برای تقویت حرکت‌های جهادی و امداد مردمی فراهم کند؟
فضای مجازی به خودی‌خود یک ابزار است، اینکه این ابزار در خدمت فعالیت‌های جهادی و امدادی قرار بگیرد یا نه، بستگی به نوع بهره‌برداری از آن دارد. برای نمونه، یکی از دوره‌هایی که اثر

فضای مجازی در این زمینه کاملاً مشهود و قابل بررسی شد، دوران همه‌گیری کرونا بود. در آن دوره، به دلایل بهداشتی، ارتباطات انسانی به‌شدت کاهش پیدا کرد، اما نیاز به ارتباط، همکاری و مشارکت، از بین رفته بود بلکه فقط شکل آن تغییر کرد و به فضای مجازی منتقل شد. این را هم آمارها تأیید می‌کنند. مثلاً در دوران کرونا، حجم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های پیام‌رسان به‌طور قابل توجهی افزایش یافت. مردم به سمت گروه‌های مجازی، کانال‌ها، اینستاگرام، توییتر و حتی شبکه‌های داخلی رفتند تا خلأ ارتباط انسانی را جبران کنند. حال سؤال این است که این تغییر، به نفع فعالیت‌های جهادی بود یا مانع آن شد؟ فضای مجازی در آن برهه به‌صورت مشهود به تقویت حرکت‌های امدادی و جهادی کمک کرد. ما شاهد پوشش‌های گسترده جمع‌آوری کمک، ساماندهی داوطلبان برای ضدعفونی معابر، ارسال بسته‌های معیشتی و حتی آموزش‌های مجازی برای گروه‌های محروم بودیم. در واقع، کرونا مثل یک کاتالیزور عمل کرد، بسیاری از افرادی که تا پیش از آن، نسبت به استفاده از بستر مجازی در حوزه فعالیت‌های جهادی تردید داشتند، با واقعیت تازه‌ای روبرو و به ناچار وارد این فضا شدند. این ورود ناگهانی، اما گسترده، باعث شد آموزش‌های مجازی،

اطلاع‌رسانی هدفمند، شبکه‌سازی اجتماعی و حتی خدمات‌رسانی، با سرعت و مقیاسی جدید شکل بگیرد، در نتیجه نه‌تنها می‌توان گفت فضای مجازی ظرفیت دارد، بلکه اگر درست مدیریت شود، می‌تواند تسریع‌کننده و تقویت‌کننده جدی حرکت‌های مردمی و جهادی باشد.

چه ظرفیت‌هایی در بستر فضای مجازی ایجاد شد و چگونه شکل گرفتند؟

در دوران کرونا، نیازهایی به‌وجود آمد که به شکل طبیعی باعث فعال‌شدن ظرفیت‌های جدید در بستر فضای مجازی شد. برای مثال، معلمان در مناطق محروم برای تهیه گوشی یا تبلت جهت آموزش دانش‌آموزانشان، از مردم درخواست کمک می‌کردند و این فرایند کاملاً در فضای مجازی اتفاق می‌افتاد. همین‌طور شاهد افزایش فعالیت‌های خیریه در شبکه‌های اجتماعی بودیم و بستر جدیدی برای جذب مشارکت‌های مردمی شکل گرفت که پیش از آن تا این حد رونق نداشت. نمونه مهم دیگر، آزادی زندانیان به دلایل مالی بود؛ موجی که برخی هنرمندان ایجاد کردند، به جمع‌آوری چندده‌میلیارد تومان در فضای مجازی منجر شد، بدون نیاز به حضور فیزیکی

تداوم فرهنگ جهاد و تعاون از دیروز تا امروز

همیاری و تعاون در خون مردم ایران است

«جهاد سازندگی» از اوایل انقلاب یکی از زیباترین جلوه‌های همبستگی مردمی بود. جوانان دانشجو و روستاییان، دوشادوش هم در روستاها پل، جاده و زمین‌های کشاورزی را می‌ساختند و هم‌زمان با پشتیبانی از جبهه‌ها بار بزرگی از آبادانی کشور را به دوش می‌کشیدند. این تجربه تاریخی نشان داد توسعه تنها با پول و امکانات دولتی محقق نمی‌شود،

بلکه مهم‌تر از همه، آبادانی با ایمان و همت مردم به ثمر می‌رسد. بعد از جنگ، کشور نیاز به بازسازی و بازآفرینی داشت. در آن دوران، تعاونی‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه هم به صورت خانوادگی و هم به صورت محلی راهی برای اشتغال، کار آفرینی و حمایت از اقشار متوسط و کم‌درآمد بود. بسیاری از خانواده‌ها با پس‌اندازهای کوچک، به همت تعاونی‌های مسکن توانستند برای خود خانه‌ای تهیه کنند یا کسب و کاری راه بیندازند. فرهنگ قرض‌الحسنه در خانواده‌ها، نمونه‌ای درخشان از همکاری‌های عمیق شد که هم معیشت را سامان می‌داد و هم اعتماد متقابل را در جامعه تقویت می‌کرد. در دهه‌های اخیر، این همبستگی شکل تازه‌ای به خود گرفته است. در ایام کرونا در حالی که بحران کرونا بسیاری از سرپرستان خانواده‌ها را خانه‌نشین کرده بود،

■ روایت‌هایی از همبستگی و همدلی

با این مقدمه، روایت‌هایی را بازگو می‌کنیم که طعم شیرین همدلی و مشارکت را چشیده‌اند؛ کسانی که در میان سختی‌ها، دست‌های یاریگر همنوعان‌شان را احسان کردند و بعداشیرینی این همراهی، برای‌شان خاطره‌ای ماندگار شد.

مرد جوان روستایی می‌گوید: «در زمان نوجوانی‌ام جاده روستای‌مان خاکی بود که به کمک جهادگران آسفالت شد. هیچ وقت اولین ماشینیه که از روی آسفالت رد شد را یاد نمی‌روم. راننده از خوشحالی بوق می‌زد و بعد یک جعبه شیرینی را که خریده بود، پخش کرد. ساخت‌پل کوچک کنار رودخانه هم خیلی مشکلاتمان را حل کرد. انجام این دو کار، باعث شد روحیه همکاری بین مردم روستا بالا برود. روی خود من هم تأثیر عمیق داشت و باعث شده بود هر کاری از دستم برنیاید برای حل مشکلات دور و اطراف‌ایتم انجام دهم».

مرد کشاورز هم در همان روستای می‌گفت: «سبیل خانه و زمینم را خراب کرده بود و باز دست دادن زمین‌های کشاورزی فکر می‌کردم کل زندگی‌ام را باختام. نمی‌دانستم چطور باید خرج و روزی زن و بچه‌ام را درآورم. کاری بلد نبودم و فکر رفتن به شهر و کارگر شدن عذابم می‌داد. چند روز بعد از سبیل شنیدم قرار است چند

مدیرمسئول: محمد جواد اخوان
سردبیر: غلامرضا صادقیان
دبیر ویژه‌نامه: حسین گل‌محمدی
همکاران تحریریه: نیره ساری، مرضیه بامیری
نیره محمودی، محبوبه قربانی
چاپ: همشهری

کاشانه



در دوران کرونا، نیازهایی به‌وجود آمد که به‌شکل طبیعی باعث فعال‌شدن ظرفیت‌های جدید در بستر فضای مجازی شد. برای مثال، معلمان در مناطق محروم برای تهیه گوشی یا تبلت جهت آموزش دانش‌آموزان‌شان، از مردم درخواست کمک می‌کردند و این فرایند کاملاً در فضای مجازی اتفاق می‌افتاد. همین‌طور شاهد افزایش فعالیت‌های خیریه در شبکه‌های اجتماعی بودیم و بستر جدیدی برای جذب مشارکت‌های مردمی شکل گرفت که پیش از آن تا این حد پررنگ نبود

دارد که این پول‌ها درست هزینه شود؟ چه مرجمعی وجود دارد که جلوی سوءاستفاده‌ها را بگیرد؟ متأسفانه در حال حاضر هیچ قانونی برای کنترل این نوع فعالیت‌ها وجود ندارد و هر کسی می‌تواند بدون نظارت، پول جمع کند. همچنین در مواقع بحران، افراد با گروه‌ها بدون هیچ مجوز و چارچوب قانونی شروع به راه‌اندازی کمپین‌های جمع‌آوری کمک می‌کنند که این موضوع می‌تواند بحران‌های بیشتری ایجاد کند. نبود قوانین شفاف و الزام‌آور، باعث شده فضای مجازی تبدیل به بستری شود برای فعالیت‌هایی که ممکن است به جای کمک، به مردم آسیب برساند یا موجب بی‌اعتمادی شود. در بسیاری از کشورهای دیگر، قوانین سختگیرانه‌ای برای مقابله با اخبار جعلی، فیک‌نیوز و سوءاستفاده‌های مالی وضع شده است و نهادهای مربوط به شدت بر اجرای این قوانین نظارت دارند. ما نیز به چنین قانونگذاری جدی و شفاف در حوزه فضای مجازی نیازمندیم تا فعالیت‌ها سامان پیدا کنند و سوءاستفاده‌ها به حداقل برسند.

از نظر شما، چه نکات فرهنگی و اخلاقی باید در تولید محتوا برای حرکت‌های جهادی در فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد؟ آیا باید به‌طور مطلق از چهره‌سازی پرهیز کرد و تأکید صرف بر روح جمعی و احساس مسئولیت عمومی داشت؟

این موضوع به هیچ‌وجه ساده نیست و نمی‌توان یک پاسخ کلی و قطعی به آن داد. نکته مهم این است که همیشه نباید به صورت مطلق گفت «چهره‌سازی نکنیم» یا «چهره‌سازی مشکل‌ساز است». در خیلی از موارد، خود فرد یا گروه جهادی با ظاهر شدن و شناخته شدن می‌تواند حس اعتماد و ارتباط عمیق‌تری با مخاطب ایجاد کند. مثلاً فردی مثل اسماعیل آذری را در نظر بگیرید که با همه پیچیدگی‌های سیاسی و ملاحظاتی که ممکن است وجود داشته باشد، در منطقه‌ای بسیار سخت و پیچیده مثل کهگیلویه فعالیت کرده و توانسته است محرومیت را کاهش دهد. یکی از واقعیت‌های فضای مجازی و ارتباط با مردم این است که گاهی وقتی یک فرد شناخته شده یا چهره مطرح می‌شود، کمک‌های بیشتری جذب می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد چهره‌سازی عنوان مثال، سازمان‌هایی مثل «محک» که در حوزه کودکان سرطانی فعالیت می‌کنند، بخشی از موفقیت خود را مدیون برندینگ قوی و حضور چهره‌های شناخته‌شده در فضای عمومی هستند که حسن نیت و اثر کارشان را اثبات کرده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد چهره‌سازی به خودی‌خود نه بد است و نه همیشه مضر، پس نکته کلیدی این است که باید به اثرگذاری واقعی و ماندگار توجه کرد و هم‌زمان، رعایت اخلاق و فرهنگ را در تولید محتوا جدی گرفت. نه صرفاً پرهیز مطلق از چهره‌سازی و نه ترویج صرف آن، بلکه توازن معقول که هم اعتماد عمومی را جلب کند و هم ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی حفظ شود.



همدلی می‌کردند. همین حضور صمیمانه، برای خانواده‌ها قوت قلبی بود و اندکی از سنگینی رنج را سبک می‌کرد. فضای مجازی هم مثل یک قرارگاه جهادی شد تا نیازهای فوری افراد گان هماهنگ شود. یکی نوشت شیرخشک برای یک نوزاد پیدا نمی‌شود، کمتر از یک ساعت دیها نغز اعلام آمادگی کردند و دو کارتن شیرخشک نوزاد مهیا شد. دیگری نوشت فلان خانواده داروی خاصی می‌خواهد، چند پزشک داوطلب شدند و پیگیری شدند تا تهیه شود. گروهی از پرستاران گرد هم آمدند تا شب، جذاذ، شیفت‌های کاری خود، راهی محل اسکان آوارگان شوند. اگر کسی نیاز به سرم داشت، برایش وصل می‌کردند، اگر زخمی بانسمان لازم داشت، رسیدگی می‌کردند و اگر دارویی مورد نیاز بود، تهیه می‌شد. خلاصه آنکه جهادی پای کار ایستادند تا زخم‌های تن و دل آوارگان اندکی آرام گیرد.

این روایت‌ها نشان می‌دهد همیاری و تعاون در خون مردم ایران است. فرهنگ جهادی و تعاون در ایران یک پیشینه بلند تاریخی دارد و ادامه دار است. از جهاد سازندگی تا امروز که در بحران‌های سخت، مردم با تمام توان پای کار می‌ایند. سرمایه اصلی که اعتماد و همبستگی است؛ گنجینه‌ای که می‌تواند بزرگ‌ترین پشتوانه ملی در آینده باشد.

با رسانه‌های رسمی. از طرفی، برخی اپلیکیشن‌ها در همین دوره یا پس از آن توسعه یافتند که کارشان تسهیل جمع‌سپاری مالی یا کمک‌رسانی هدفمند بود. در واقع کرونا مثل یک فضای آزمایشگاهی عمل کرد؛ جایی که بدون برنامه‌ریزی رسمی، ایده‌ها و بسترهای مشارکت‌محور در فضای مجازی امتحان شدند و جواب دادند. اینها حالا می‌توانند الگویی برای دوران پساکرونا هم باشند؛ ظرفیت‌هایی که دیگر تنها پاسخ به یک بحران نبودند، بلکه تبدیل به فرصت‌های ماندگار شدند.

فضای مجازی چگونه می‌تواند تسهیل‌کننده مواردی که مطرح شد، باشد؟ فرصت‌های آن چیست؟

یکی از اتفاقات مهم در فضای مجازی، اطلاع‌رسانی سریع و گسترده است. این موضوع به راحتی در بسترهای دیگر فیزیکی امکانپذیر نیست. مثلاً فرض کنید در بستر عادی و غیرمجازی بخواهید کاری را اطلاع‌رسانی کنید، این کار زمان‌بر و هزینه‌بر است. هزینه‌های بالا برای تبلیغات مثل بلبورد در سطح شهر فقط تعداد محدودی از افراد را درگیر می‌کند، اما پیام‌ها در فضای مجازی می‌توانند میلیون‌ها بار باز نشر شوند و به تعداد بسیار بیشتری برسند. نکته بعدی گستردگی فضای مجازی است که نوعی عدالت را ایجاد می‌کند. مثلاً انگار همه مرایا و اخبار در تهران متمرکز است، ولی بعد از ظهور فضای مجازی، افراد بسیاری ترجیح داده‌اند به شهرهای اطراف تهران یا شهرهای شمالی بروند. آنها می‌توانند در شهرهای دیگر زندگی خوبی داشته باشند و همچنان ارتباطات کاری خود را حفظ کنند. این گستردگی باعث می‌شود افراد در دورافتاده‌ترین مناطق هم بتوانند به شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی متصل شوند و عدالت در دسترسی برقرار شود. فضای مجازی همچنین نقش مهمی در اعتمادسازی دارد، به خصوص در حوزه خیریه و کمک‌های جهادی. مثلاً قبلاً وقتی کسی می‌خواست پولی را به فردی مثل میثم غلامی بدهد تا در بشاگرد یا قلعه گنج خرج کند، باید اعتماد زیادی می‌کرد، اما الان با انتشار فیش‌های پرداختی، عکس پروژه‌ها و گزارش دقیق کارهای انجام شده، مردم می‌توانند نتیجه کمک‌های خود را مشاهده کنند. این امر باعث می‌شود افراد با اعتماد بیشتری وارد این فضا شوند و انتخاب کنند که به چه نوع کمک‌هایی علاقه‌مند هستند، مثلاً کمک به تهیه لوازم تحریر برای کودکان مناطق محروم یا سایر حوزه‌ها. این امکان مشاهده نتیجه کار، اعتماد به همراه دارد و کمک‌کننده دیگر فقط به حرف اکتفا نمی‌کند. مزیت مهم دیگر فضای مجازی جلوگیری از موازی کاری است. با اطلاع‌رسانی گسترده و عمومی، از انجام فعالیت‌های تکراری و موازی جلوگیری می‌شود. مثلاً وقتی همه اطلاع دارند که فلان مؤسسه یا خیریه به حال کمک به کودکان سرطانی یا بیماران خاص است، کمک‌کنندگان می‌توانند به جای تکرار، به زمینه‌های دیگر یا مناطق محروم‌تر توجه کنند و منابع را به صورت هدفمند تخصیص دهند. یکی دیگر از نکات کلیدی، حذف واسطه‌هاست. در فضاهای غیرمجازی قبلی، واسطه‌ها وجود داشتند که ممکن بود هزینه‌هایی به همراه داشته باشند یا درصدی از منابع را صرف خود کنند. در فضای مجازی این واسطه‌ها تا حد زیادی حذف می‌شوند و کمک‌ها و منابع مستقیم به دست نیازمندان می‌رسد. و در نهایت، بحث شفافیت است. در فضای مجازی افراد می‌توانند فعالیت‌ها را رصد کنند و مطمئن باشند که پول و منابع به درستی مصرف می‌شوند و نتیجه ملموسی دارند.

فضای مجازی علاوه بر فرصت‌هایی زیادی که دارد، چه تهدیدها و چالش‌هایی هم به همراه دارد؟ برای مدیریت این تهدیدها چه نیازهایی وجود دارد؟

یکی از مشکلات اصلی، نبود قانونگذاری مشخص و جامع در این حوزه است. به عنوان مثال، دیشب داشتم یک کانال پرالفور در تلگرام را نگاه می‌کردم که چند پست متوالی گذاشته بود، در حالی که می‌دانم هزینه هر پست تبلیغاتی در چنین کانال‌هایی ممکن است ۱۰۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان باشد. این کانال، عکس نوزادی را منتشر کرده بود و با صورت محو شده و درخواست کمک مالی کرده بود و شماره کارت خیرخواهانه‌ای است، اما سؤال مهم این است که چه تضمینی وجود

روستاست و شهرهای کوچک و کم جمعیت و محروم می‌رود، در حالی که رّه همان همدلی و تلاش‌های خالصانه در همین شهرهای بزرگی که در آن زندگی می‌کنیم، دیده می‌شود. یک نمونه آن را در روزهای سخت کرونا دیدیم؛ روزهایی که جهادگران و نیروهای مردمی ماسک و بسته‌های معیشتی تهیه و معابر را ضدعفونی می‌کردند، حتی بر بالین بیماران گروناپی حاضر می‌شدند و از آنها مراقبت می‌کردند. همه اینها نشان از همبستگی اجتماعی داشت. این تلاش‌ها از روستاها تا شهرها نشان می‌دهد روحیه جهادی مرز نمی‌شناسد و هر جا و هر زمان لازم باشد حاضر است.

■ صندوق‌های خانگی

حتماً ضرب‌المثل معروف قطرهه قطره جمع گردد، وانگهی دریا شود» را شنیده‌اید. هنگام نگارش این روایت‌ها، یاد صندوق‌های قرض‌الحسنه خانگی افتادم؛ صندوق‌هایی ساده و بی‌ادعا که در خانه و محله‌ها تشکیل می‌شود اما برکت و اثرشان کمتر از نهادهای بزرگ‌تر نیست؛ صندوق‌هایی که بارها و بارها گره‌گشای زندگی مردم شده؛ کمک برای خرید جهیزه به عروس، یاریگری برای خانه‌دار شدن مستأجران، پشتیبانی برای درمان بیماران صعب‌العلاج و دستگیری از بدهکاران. زن میانساله که سال‌هاست یکی از این صندوق‌ها را در جمع دوستان و اقوامش راه‌انداخته است، می‌گوید: «سال‌هاست با خواهر و برادر و