



جمهوری اسلامی ایران
مرکز ملی فضای مجازی
دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی



ویژه نامه

سلسله نشست های آموزشی هفته پژوهش در سال ۱۴۰۱

■ دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی ■

三
國
志



جمهوری اسلامی ایران
مرکز ملی فضای مجازی
دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی

ویژه نامه

سلسله نشست های آموزشی
هفته پژوهش در سال ۱۴۰۱

سر دبیر: روح الله شمسی کوشکی

اعضای هیئت تحریریه: مریم آخوندیان - مجتبی نیازی - رضا خلیلی

مستدعی است انتقادات، پیشنهادات و اخبار خود را به یکی از

روش های ذیل ارسال فرمایید:

تماس: ۰۲۵۳۲۹۴۲۳۱۲

نشانی: قم، خیابان شهید صدوقی، خیابان فردوسی، بعد از تقاطع

شهید حسن پور، ساختمان نعیم، کد پستی: ۳۷۱۳۱۶۶۷۰۵

  @oisc_majazi

دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی


فهرست

- گزارش نشست: «نقش ذات انگاری و ابزار انگاری فضای مجازی در حکمرانی» ۶
- ارائه دهنده: آیت الله قائم مقامی ۶
- گزارش نشست: « فضای مجازی خیر و شر» ۱۴
- ارائه دهنده: استاد امینی نژاد ۱۴
- گزارش نشست: « حکمرانی حکمی فضای مجازی» ۲۴
- ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر خسرو پناه ۲۴
- گزارش نشست: « حکمرانی اسلامی فضای مجازی» ۳۱
- ارائه دهنده: آیت الله رفعتی نائینی ۳۱
- گزارش نشست: « هوش مصنوعی و اجتهاد» ۳۸
- ارائه دهنده: آیت الله مبلعی ۳۸
- گزارش نشست: « جایگاه حکمرانی فضای مجازی در عرصه فقه نظام» ۴۶
- ارائه دهنده: حجت الاسلام دکتر رضاییان ۴۶
- گزارش نشست: « اصول حکمرانی سکویی» ۴۹
- ارائه دهنده: حجت الاسلام مهدی زاده ۴۹
- گزارش نشست: « معرفت شناسی فضای سایبر» ۶۰
- ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر انبیا بی ۶۰
- گزارش نشست: « فرصت های بین المللی حکمرانی فضای مجازی» ۶۸
- ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر چگینی ۶۸
- معرفی آثار دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی ۷۶
- (رونمایی شده در هفته پژوهش سال ۱۴۰۱)
- عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی بلاک چین در جهان ۷۷
- عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی شبکه های اجتماعی در ایران ۷۸
- عنوان: تجری و انقیاد در چهارچوب فقه نظام با تأکید بر مسائل فضای مجازی ۷۹
- عنوان: الزامات قوت در فضای مجازی از دیدگاه اسلام ۸۰
- عنوان: گزارش کتاب هشتگ اسلام ۸۱
- عنوان: سیاست توسعه عزت در فقه فضای مجازی ۸۲
- عنوان: وضعیت شناسی مطالعات اسلامی زنان و خانواده در فضای مجازی ۸۳
- عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی فضای مجازی در ایران ۸۴
- عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی بازی های رایانه ای ۸۵

سخن نخست

رویدادهای فناوریانه به ویژه در حوزه فضای مجازی، برآمده از تفکری است که آن را ایجاد و هدایت کرده است. اگرچه شناخت صحیح و دقیق فضای مجازی در تمامی ابعاد سیاسی، اقتصادی، امنیتی و... به منظور سیاست‌گذاری و اتخاذ رویکرد مناسب در مواجهه با این پدیده اهمیت دارد، لیکن بیش از همه پرداختن به بنیان‌های نظری فناوری اطلاعات و ارتباطات یا جهان بینی حاکم بر آن، از آن نظر که ریشه تمدنی عصر فضای مجازی را شکل می‌دهد و با سبک زندگی کاربران ارتباط مستقیم دارد، حایز اهمیت است. اندیشه و فرهنگ آمیخته با فضای مجازی در جامعه بسط می‌یابد و بر او غلبه می‌کند و می‌تواند هویت آن جامعه را متحول، متکامل یا متزلزل کند.

از این رو، اگرچه تمامی مراکز سیاست‌گذاری و اجرایی، و نیز نهادهای آموزشی و پژوهشی باید ضمن تعامل با یکدیگر، عهده‌دار تحقق فضای مجازی مبتنی بر مبانی و سبک زندگی اسلامی باشند، در این میان، حوزه علمیه اولویت بیشتری نسبت به دیگر نهادها دارند. همان‌طور که در عصر صنعتی، حوزه علمیه خود را پاسخ‌گوی نظام‌های تغییر یافته و تحولات ایجاد شده در حوزه‌های اقتصادی (مسائل بانکی، بورس، بیمه و...)، سیاسی، فرهنگی، پزشکی و... از منظر اسلام می‌دانست، در عصر فضای مجازی نیز بررسی‌های فقهی و دینی حوزه‌های تحولی بر عهده حوزه علمیه است. تحولات عصری حوزه سیاست و مدیریت (تغییر مفهوم و شیوه‌های حکمرانی، مدیریت مبتنی بر هوش مصنوعی)، حوزه اقتصاد (دارایی‌های معنوی، ظهور بلاک چین و ارزهای رمزنگاری شده، قراردادهای هوشمند و...)، حوزه امنیت (بیدایش تهاجم نرم - نرم و نرم - سخت و...)،



حوزه دین و فرهنگ (تغییر در مفهوم و نوع دین داری، مفهوم هویت، اوقات فراغت، حریم خصوصی و...)، حوزه آموزش (بازی وارسازی و آموزش پلتفرمی) و دیگر حوزه‌ها، ضرورت بسط و تقویت حوزه نظری دین و فضای مجازی را بیش از پیش متعین می‌سازد.

برهمن اساس، «دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی» به منظور تقویت سیاست‌گذاری مبتنی بر فقه و مبانی اسلام، توسعه و هدایت ظرفیت‌های پژوهشی حوزه‌های علمیه، در راستای اولویت‌های فضای مجازی کشور در قم تأسیس گردید. این دفتر که با هدف ترسیم سبک زندگی دینی در فضای مجازی، ارائه الگوی مطلوب روندهای سیاست‌گذاری مبتنی بر فقه در فضای مجازی، پاسخ‌گویی به نیازهای پژوهشی مرکز ملی فضای مجازی در حوزه مطالعات اسلامی، ایجاد هم‌افزایی مراکز حوزوی و همچنین کاربست پژوهش‌های دینی در نظام سیاست‌گذاری کشور تشکیل شده است، در حوزه‌های مختلف آموزشی، پژوهشی، تقنین و سیاست‌گذاری، بین‌الملل و... فعالیت می‌کند.

خبرنامه پیش‌رو، تنها به منظور اطلاع‌رسانی از مجموع اخبار و اطلاعات به دست آمده از منابع مختلف خبری در حوزه مطالعات اسلامی فضای مجازی تهیه شده است. بدیهی است مطالب مندرج، به هیچ وجه مواضع دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی فضای مجازی نخواهد بود.

امید است زحمات دوستان این مجموعه، مورد رضایت و عنایت خداوند متعال و حضرت صاحب‌الزمان مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف قرار گیرد. ان شاء الله!

گزارش نشست: نقش ذات انگاری و ابزار انگاری فضای مجازی در حکمرانی

ارائه دهنده: آیت الله قائم مقامی

۱۴۰۱/۹/۲۱

وضعیت غرب براساس نظر متفکرین غربی

راسل یکی از متفکرین غربی و علی الظاهر متدین و حتی معتقد به خدا هم نیست، ولی بسیار اخلاق‌گرا و اخلاق‌مند است و به اخلاق اعتقاد دارد. تعلق خاطر عمیق به دنیای جدید دارد و به دنیای مدرن وابستگی دارد و نقطه مقابل دیدگاه قرون وسطایی است. او صاحب کتاب تاریخ فلسفه غرب است که حدود ۶۰ سال پیش در مورد غرب مباحثی را بیان کرد.

در اول کتاب خود یک اعتراف عجیبی کرده است. غرب را به سه مرحله تقسیم می‌کند؛ مرحله اول؛ مرحله قدیم (باستانی) که مربوط به روم و یونان قدیم بوده است. مرحله دوم؛ مرحله حاکمیت کلیسا است که حدود هزار سال طول می‌کشد، از قرن چهارم تا چهاردهم، دوره قرون وسطی و حاکمیت کلیسا. مرحله سوم؛ از قرن چهاردهم، پانزدهم به این طرف، از رنسانس تا الان که دوره جدید یا دوره مدرن می‌گویند.



رسانه پیام است را ما می‌پذیریم اما با این تفاوت که آن‌ها به طور تلویحی گفتند، پیام آن، پیام غرب و سازندگان آن است، اما ما می‌گوییم پیام حق را حامل است.

عامل نظم در هر یک از این دوره‌ها به شرح زیر بوده است:

دوره اول: زور؛ یعنی قدرت نظامی و قدرت سخت، خشونت.

دوره دوم: کلیسا؛ تمام محتوا و مبانی آن عامل نظم دوره دوم بود.

دوره سوم (که ششصد سال از آن گذشته): مجدداً به سمت زور می‌رود.

ویژگی دنیای مدرن این بوده است که نقش کلیسا کم می شود و علم نقش پیدا می کند. اگرچه به قول ایشان شاخصه دنیای مدرن علم است ولی دنیای مدرن برای ایجاد نظم به طرف زور می رود. این علامت ویرانی و هرج و مرج است؛ چون با زور، نظم ایجاد نمی شود و او می پذیرد که علم مطرح شده در دنیای مدرن، نمی تواند عامل نظم باشد چون این علم فقط تبدیل به تکنولوژی و فن شده است و تکنولوژی قادر به آنچه که حتی در قرون وسطی اعمال می شد، نیست. چون بدون فکر نمی شود نظم، حاکمیت، مدیریت و تمدن داشت. اگرچه او مسیحی نیست و مخالف کلیسا است اما علم تنها را عامل نظم نمی داند، بلکه دوره دوم که کلیسا بود عامل نظم بخش و انتظام دهنده، فکر بود. علم نهایت فن و تکنولوژی می شود که هرچه جلوتر می رویم، بُعد فنی بودن علم بیشتر می شود تا چیزی که هم اکنون در اختیار ما است.

اجمالاً غرب در انتهای دوران مدرن خودش، فاقد فکر شده است (حتی در حد فکری که خود غربی ها بپذیرند).

همچنین راسل می گوید: اگر قرار باشد ما (غرب) بمانیم، باید غرب به سمت مبنای دوره اول و دوم برود، شرع خدا را لازم دارد، فکر لازم دارد که بتواند باقی بماند. بنابراین توضیحات، پدیده ای که الآن و در دوره مدرن با آن رو به رو هستیم پدیده صد در صد تکنولوژیک است که الآن به حد رسانه اعجاب آور اینترنت و دیگر پدیده های مربوط به اینترنت رسیده است.

این تکنولوژی با این عظمت، در نسبت با حق و باطل چه وضع و موضعی دارد؟

سه دیدگاه در این باره مطرح می شود:

دیدگاه اول: این ابزار نسبت به حق و باطل خنثی است. فقط صرف ابزار محض است و قابلیت استفاده حق و باطل را دارد. در واقع دیدگاه ابزارانگاره است.

دیدگاه دوم: این ابزار، فقط ابزار نیست بلکه نسبت به یک محتوایی سنخیت خاص دارد. سنخیت ذاتی این ابزار با فرهنگ کسانی است که آن را ایجاد کردند (مثلاً غرب). دیدگاه دوم قائل به ذات‌انگاری است.

شخصی به نام مایک مک‌لوهان (از متفکرین مربوط به رسانه در غرب) حدود پنجاه سال پیش جمله "رسانه خودش پیام است" (media is the message) را گفت. یعنی رسانه خودش به نحوی است که پیام دارد و قابلیت حمل هر پیامی را ندارد، خودش اقتضاء و ذاتی دارد.

دیدگاه سوم: (عکس دیدگاه دوم) معتقد است رسانه ذاتی دارد یعنی اقتضاء ذاتی و میل ذاتی دارد که ذات آن فرهنگ غرب نیست. در واقع در این دیدگاه رسانه را ابزار نمی‌بینیم و ذاتش حق در نظر گرفته می‌شود.

تحلیل این سه دیدگاه در مورد وضعیت فعلی:

دیدگاه اول که می‌گوید: رسانه بی‌تفاوت است، برای ما قابل استفاده نیست و نمی‌شود. در این فضا ما با کسانی که این‌ها را ایجاد کردند، روبه‌رو هستیم و تمام زیرساخت‌ها و سخت‌افزارها در اختیار آن‌ها است، لذا اینکه بگوییم حق و باطل می‌تواند در آن یکسان به کار برده شود، همخوانی ندارد.

برای **دیدگاه دوم**، مویدات و قرائنی وجود دارد که ظاهراً اینطور است. نه فقط اینترنت بلکه کلاً ابزار تکنولوژیکی که در فرهنگ وارد می‌شود، از جمله هنرهایی مثل سینما، فیلم، موسیقی و سایر هنرها که تکنولوژیک هستند، می‌بینیم که چگونه رسانه در خدمت باطل است. مثال دیگر، واقعه‌ی فتنه و آشوب اخیر است که رسانه چگونه صدا و هیاهو به وجود آورد و با ضریب دادن به یک واقعه، جریان ضد انقلاب (جریان باطل) را از عرصه مجاز به عرصه واقعیت عینی تا حدودی انتقال داد.



رسانه حجابی دارد، ذاتش بر حق است اما در عین حال حجابی هم بین آن حق وجود دارد و این حجاب باید خرق و پاره شود.

آنچنان ضربی داد که بعضا نیروهای مومنین و انقلابی و مسئولین در نظام، مادون ولایت تحت تاثیر قرار گرفتند و بعضاً منفعل و مرعوب شدند و کمی عقب نشینی کردند و جریان شیطان‌پیشروی کرد. دیدگاه دوم دیدگاه یأس انگارانه محض است. اما **دیدگاه سوم** که بنده شخصا به آن اعتقاد و گرایش دارم - براساس شناختی که از غرب دارم، و شناختی که از رسانه دارم - این را بیان می‌دارد که ذات این رسانه به گونه‌ای است که متمایل به حق است. کانه که برای حق وضع شده. از باطل در اینجا استفاده عرّضی و عارضی می‌شود و غیر ذاتی است. در این دیدگاه، رسانه را ابزار نمی‌دانیم؛ سخن مک لوهان که گفته بود رسانه پیام است را ما می‌پذیریم اما با این تفاوت که آن‌ها به طور تلویحی گفتند، پیام آن، پیام غرب و سازندگان آن است، اما ما می‌گوییم پیام حق را حامل است. چون کفر ماهیتی متناقض دارد. به دست خودش علیه خودش عمل می‌کند. با زور (که راسل هم اذعان داشت) می‌خواهند حصر ایجاد کنند ولی نمی‌شود.

ذات رسانه اباء دارد از اینکه اطلاعات و معلومات، علم، فهم، معرفت، حقیقت در حصر بماند، باز می‌شود. هنگامی که باز می‌شود، به گوش بشر می‌رسد. حق و حقیقت، دین و علم به گوش بشر می‌رسد. و ایجاد اندیشه خواهد کرد. کاربران بسیاری در جهان هستند که برخوردار از جوهر انسانیت و اندیشه هستند. از لحاظ فلسفی و الهیاتی هیچ چیزی غیر از خداوند جلّ جلاله ذات ندارد، همه موجودات پدیده (phenomenon) و جلوه هستند. ذاتی نیست، ذات؛ خداست. مراد از ذات در اینجا این است که این رسانه اینترنت و ما تبع آن همچون فضای مجازی، بیشتر به چه چیزی گرایش دارد (حق یا باطل)؟ که می‌گوییم می‌خواهد بیشتر حق را بگوید.

بحث حکمرانی و مدیریت اینجا مطرح می‌شود که چه کنیم که در این رسانه ذاتاً حق به طور عملیاتی مدیریت و حاکمیت اسلام را بر آن بینیم؟
بحثی مطرح می‌شود که مرحوم شهید آوینی رحمته الله علیه در بحث مواجهه با تکنولوژی‌های فرهنگی، رسانه‌ای، هنری و... مطرح فرمودند که: می‌شود ولی سخت است، مسئله را ساده نگیرید، مال شماست، ولی سخت است.

تعبیر شهید آوینی این است که می‌گوید: رسانه (که الآن طبعاً اینترنت هم شامل می‌شود) حجابی دارد، ذاتش بر حق است اما در عین حال حجابی هم بین آن حق وجود دارد و این حجاب باید خرق و پاره شود. ایشان می‌گوید در یک صورت می‌توانید خرق حجاب کنید؛ فقط در صورتی که ارتباط ویژه با ولایت داشته باشید و اهل ولایت باشید. یعنی فقط پدیده ولایت که ارتباط مستقیم با خداوند و جاذبه الهی و حضور خداوند در صحنه هست، این پرده و حجاب را کنار بزنند و آنچه که مال شما هست را به شما برگرداند یعنی ابزار در اختیار عقل و حکمرانی و حکومت قرار بگیرد و مدیریت توسط مومنین انجام شود.



باید حجاب باطل در رسانه و فضای مجازی را خرق کرد و این فقط در صورتی که ارتباط ویژه با ولایت داشته باشید و اهل ولایت باشید. مراد از ولایت، جاذبه الهی و ایمان عمیق و مشاهدات و استغراق در حالاتی است که تازگی داشته باشد در وجود شما. چنین شخصی می تواند بر عرصه رسانه حاکم شود و البته خواهد شد.

به همین جهت است که توصیه می شود هرکسی که می خواهد در این وادی وارد شود اول ولایت خودش را قوی کند و در جاذبه خداوند قرار گرفته باشد چون ولایت یعنی تحت جاذبه الهی قرار گرفتن. مراد از ولایت، ولایت خداوند است، ولایت خداوند که اولاد پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، متجلی می شود و بعد در ائمه اطهار علیهم السلام و بعد در اولیاء تابع ائمه - مثل ولایت فقیه که یک جلوه از ولایت است -؛ کلا جریان مشروط سازی حقایق است. یعنی در عرصه ولایت، ما در ساحت شهود حقائق سیر می کنیم. ولایت یا به قول امروزی ها کاریزما، با کاریزمای خداوند می توانید با کاریزمای شیطان مقابله کنید. رسانه تا قبل از اینکه در آن تصرف شود، صد در صد در خدمت کاریزمای شیطان قرار می گیرد، کاریزمای باطل را ارائه می دهد. اگر شما تحت کاریزمای خداوند نباشید، مجذوب نباشید، در حوزه شهود نباشید،



و عقل الهی و نورانی نداشته باشید، تحت تاثیر قرار خواهید گرفت. پس مراد از ولایت، جاذبه الهی و ایمان عمیق و مشاهدات و استغراق در حالاتی است که تازگی داشته باشد در وجود شما. چون ولایت، عرصه تازگی‌ها است، نوبه نو. این چنین شخصی می‌تواند بر عرصه رسانه حاکم شود و البته خواهد شد.

نکته: باید بحث کرد که مثلا در این حالت حتما باید زیرساخت‌ها از اول درست بشود یا نه؟؛ جای بحث دارد. بنده معتقدم بدون بازنگری مجدد زیرساخت‌ها شاید بشود، به شرط‌ها و شروط‌ها، چون هرکاری بکنید، یک چیز جدیدتر خواهند ساخت، اینترنت ملی ایجاد کنید، اینترنت ماهواره‌ای تولید می‌کنند. تکنولوژی دست آن‌هاست، برای ما فتح تکنولوژی مطرح است و باید فتح کنیم. یعنی حجاب را خرق کنیم به وسیله ولایت و در خدمت عقل قرار دهیم.

دین و انقلاب اسلامی، معدن فکر است به معنای دقیق کلمه. اشکال نشود که غربی‌ها هم حرف می‌زنند، صحبت می‌کنند، مطلب دارند، بله دارند ولی به قول خود راسل فکر نیست، آشفته‌گویی و پریشان‌گویی و سردرگمی است. فکریک ماهیت صد در صد الهی دارد.

گزارش نشست: « فضای مجازی خیر و شر»

ارائه دهنده: استاد امینی نژاد

۱۴۰۱/۹/۲۳

نحوه وجود فضای مجازی از منظر حکمت اسلامی و حکمت صدرایی فضای مجازی را از منظر حکمی می توان چنین معنا کرد: جهان الکترونیکی برساخته بشر.

از منظر حکمت اسلامی ما با ۳ عالم رو به رو هستیم؛

۱. عالم واقع که در اختیار ما نیست. این جهان واقع در ساحت شناختی (مثلاً انسان) بازتاب پیدا می کند.

۲. عالم علم. عالم واقع یک فضا است و هر یک از ما بازتابی از عالم واقع در ساحت شناختمان داریم، آن هم یک جهانی با ویژگی های متنوع و متعدد است.

براساس نفس شناسی فلسفی، ابتدای امر وقتی بچه به دنیا می‌آید (این عالم، کوچک است وَ اللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئاً (نحل/ ۷۸))، یعنی هنوز جهان علم شکل نگرفته است. ابتدا از ادراکات حسی، فهمی، خیالی، عقلی شروع می‌کند، مبسوط و گسترده می‌شود و کم‌کم یک جهان می‌شود که انسان در درون آن جهان زندگی می‌کند و از طریق آن با جهان واقع ارتباط دارد.

۳. عالم اعتبار. منظور از اعتبار اجمالاً، ساخت است. جهان برساخته انسان برپایه جهان علم است که بازتابی از جهان واقع است. یک بخش از فضای ذهن به حسب لایه‌های مختلف ادراکات حسی، خیالی، وهمی و عقلی و بالاتر از عقلی، این‌ها بازتاب‌دهنده مستقیم واقع هستند. و جنسشان، حکایت کردن امور است. لذا علامت این فضا، صدق و کذب‌پذیری است. بخش دیگر ذهن ما، مربوط به جهان اعتبار است. یعنی براساس قسمت ادراکی، چیزهایی را می‌سازد و خلق می‌کند. هویت این بخش، انشایی است، یعنی چیزی را تولید می‌کند، گزارش نمی‌دهد. دلیل تولید، رسیدن به اهداف مطلوب خودش است. زمینه‌ساز فعالیت‌های عملی (عملیات‌های بیرونی) انسان از ذهن و از بخش اعتباری آن شروع می‌شود. ساحت اعتبار، به پشتوانه ساحت ادراکی این کار را انجام می‌دهد و حوزه ادراک هم به پشتوانه واقع شکل می‌گیرد. بحث‌های مفصلی مانند بحث‌های اعتباریات علامه در این قسمت مطرح می‌شود.

اعتبار (درفضای ذهن)



شناخت (درفضای ذهن)



واقع


برای روشن شدن بحث باید گفت: ذهن ما متشکل از بخش انفعالی و فعال است. انفعال از واقع برای بازتاب دادن واقع. یعنی تحت تاثیر و فشار واقع، ساحت شناختی مان را شکل می‌دهیم، نه اینکه از نزد خودمان بسازیم و بعد

بر واقع تحمیل کنیم. صدق و کذب در این بخش معنا دارد. (ساحت شناختی ما در اینجا، مرز جدایی معرفت شناسی اسلامی و معرفت شناسی غربی است). بخش فعال؛ همان چیزی است که اعتبار، ساختن و امثالهم، ذیل عقل عملی فعالیتش را شروع می کند و کارهایی را برای رسیدن به اهداف خودش انجام می دهد. این اولین جهان اعتباری مجازی است. وقتی مسئله ذهن مطرح می شود، با دو بخشی که دارد (بخش شناختی و اعتباری)، در بخش شناختی تمام آنچه که هست به قدر وسع خودش به آن ها یک نوع موجودیت خاصی می دهد که به آن موجودیت ادراکی می گوئیم. از همین جا داریم به موجودات مجازی راه پیدا می کنیم، یعنی انسانی که در خارج است، انسانی است که در ذهن ما است (در حوزه شناخت). اینجا آهسته آهسته، پای موجوداتی باز می شود که در عین یک نوع ارتباط با خارج، عین آن حقیقت خارجی نیستند. انسانی که تصور می کنید، گرچه یک ارتباط عینیتی با انسان خارجی دارد ولی خود انسان خارجی نیست. انسان خارجی تحت اختیار خودش است اما این انسان تحت اختیار ما است، ما الان می توانیم تصورش کنیم و می توانیم تصور نکنیم.

در بخش فعال ذهن ما، هویت مجازی بودن موجودات بسیار شدید می شود. می توانیم جهان های دلخواه خودمان را بسازیم. اینکه می گویند: وصف العیش نصف العیش؛ یعنی انسان تحت تاثیر دنیای واقع به اضافه دنیای شناخت، به اختیار خود خیال پردازی می کند و می سازد.

در جهان برساخته ی ما (جهان انشایی) حقایق اخباری منتقل می شود. مثلاً اگر برای انتقال است، اطلاعات سوار بر انشائات ما می شود.

فضای مجازی از منظر حکمت اسلامی در واقع جهان الکترونیکی برساخته انسانی و بستری است برای انتقال اطلاعات. نکته مهمی که در اینجا وجود دارد اینست که؛ درست است که فضای مجازی در ابتدا یک حالت تشکیکی داشت و



اوایل فضای مجازی خیلی ابتدایی بود ولی آهسته آهسته صورت‌های مختلف پیدا کرده و تعاملی شده، دو طرفه شده. دوطرفه بودن فضای مجازی خیلی مهم است. فضای مجازی یعنی حقیقی نیست، ما آن را ساختیم. فضای مجازی به معنای عام داریم که از لایه دوم ذهن شروع می‌شود، زبان هست، کتابت و انواع هنر است تا می‌رسد به آنچه از فضای مجازی که الان با آن روبه‌رو هستیم.

شبیه‌سازی واقع در فضای مجازی اعتباری

در فضای مجازی، علاوه بر انتقال اطلاعات، با شبیه‌سازی واقع نیز روبه‌رو هستیم. و این فضای مجازی خاص، در شبیه‌سازی واقع، فوق‌العاده است و ظرفیت بسیار بالایی دارد. یعنی نسبت به فضاهای مجازی پیشین مانند زبان، کتابت و حتی مثل فیلم و سریال و ... قابل مقایسه نیست. الان مسئله در فضای مجازی به گونه‌ای شکل گرفته است که انسان می‌تواند لحظاتی یا ساعاتی به طور کامل در این فضا زندگی کند، مانند بحث متاورس یا برخی بازی‌های رایانه‌ای فعال. آنچنان فرد را غرق در درون خودش می‌کند که به طور کلی فضا کاملاً واقعی می‌نماید.

مطلوب‌سازی واقع در فضای مجازی اعتباری

در فضای مجازی خاص، مطلوب‌سازی واقعه نیز وجود دارد؛ جهانی را که من بخواهم می‌سازم. بحث اختیار و آزادی در این فضا مطرح است، البته در ادامه، اختیار و آزادی را می‌گیرد اما در ابتدا، آزاد هستید. موانعی که در جهان واقعی وجود دارد، در آنجا برطرف می‌شود و مطلوب‌سازی با تنوع انجام می‌شود. هرکس مطلوب خودش را می‌تواند بسازد. فضای مجازی، چنانچه امتداد دنیای ادراک ما هست (از دنیای واقع)، امتداد دنیای خلاقیت و اعتبار ما

هم هست و کمک کننده به بخش فعال ذهن برای تخیل است. یعنی دیگران خیال پردازی کرده اند و آن را از طریق سیستم هایی به ما منتقل می کنند و ما براساس بخش دوم ذهنمان با آن ها همراه می شویم. در آن فضا غرق می شویم و هرطور که بخواهیم مطلوب سازی واقعه می کنیم. لذا این امکاناتی که دست انسان می دهد، خیلی مهم است.

فضای مجازی خاص، شبیه ترین جهان اعتباری به جهان واقعی است به گونه ای که انسان ها به راحتی می توانند با آن ارتباط برقرار کنند و به شدت انسان را به سمت خودش جذب می کند. این فضا چند خصوصیت دارد که بحث جذب را ایجاد کرده است؛

۱. تعاملی بودن. یعنی یک طرفه نیست. می تواند بین ۲ نفر و بیشتر باشد.
۲. فاصله ها را به شدت کم کرده بلکه از میان برداشته است. البته در جهان واقع، فاصله ایجاد کرده اما بحث روی جهان مجازی است.
۳. ممنوعیت های بیرونی تا حدود زیادی وجود ندارد. اگر با عالم واقع مقایسه کنیم که در دسرهای آن خیلی کمتر است. در عین حال که ممکن است فضای مجازی خاص، ساختارها و موانع خاص خودش را داشته باشد ولی از یک منظر بسیاری از این موانع برداشته شده و ما با مقوله آزادی و تجلی شدید اختیار انسانی رو به رو هستیم که جاذبه ها را بسیار بالا برده.
۴. تسهیل کننده شدید قوه خیال انسانی در راستای علاقه های انسانی. شما قبلاً تخیل می کردید و از آن لذت می بردید، الان به گونه ای برای شما امتداد می دهد که می توانید ساعت ها در این تخیل باشید با حفظ عناصر مختلف تخیل. این مهم است، چون در تخیل، انسان، قبلی را از دست می دهد اما اینجا همه را دارد.
۵. سرخوردگی هایی که انسان در جهان واقعی دارد، اینجا می تواند برطرف کند. مثلاً اگر در جهان واقع ترسو است، در این جهان می تواند شجاع باشد. مثلاً پرش های زیاد یا سرعت های بسیار داشته باشد.

بحثی در الهیات فضای مجازی:

سیر حرکت بشر را اگر دقت کنید، میل به زندگی تجردی (از بُعد فلسفی) بیشتر می‌شود. میل به زندگی بدون ابزارآلات مادی بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر، میل به زندگی مثالی برزخی‌اش اشتداد پیدا می‌کند. و این نکته بسیار مهم در حوزه نفس‌شناسی و در حوزه الهیات است.

فضای مجازی این میل انسان‌ها را نشان می‌دهد و آن را برآورده می‌کند. مثلاً در بازی‌های رایانه‌ای چه سرمایه‌هایی گذاشته می‌شود؟ و کسی که به این حوزه ورود می‌کند، می‌گوید: آنجا جهانی است که هیچ جاشبیه آن پیدا نمی‌شود! این به نوعی میل به حیات تجردی بدون به‌کاربردن ابزارآلات مادی است. فلذا صدرالمتألهین می‌فرماید که انسان‌ها در دوران تکاملی، ذاتاً دوست دارند از بدن جدا شوند. فضای مجازی نشان داد که چقدر این نظر واقعی است. این فضا، برساخته خود ما است اما ما در آن زندگی می‌کنیم.



به نظر من فضای مجازی به جهت ذات خودش، خیر است. چون دارد ما را به سمت تجرد و وحدت می‌برد. ولی همین چیزی که در ذات خودش خیر است می‌تواند جولانگاه ادراکات حسی خیالی و همی‌قرار بگیرد

نکته: فضای مجازی فعلی اغلب در فضای ساخت جهان اعتباری برپایه حس، خیال و وهم است. ما هنوز به جهان اعتباری عقلی نرسیدیم. چون اگر به آنجا برسیم، علی القاعده باید نیازی به تصویرپردازی نباشد. و آنجا ظاهراً لذت‌ها به اوج خودش خواهد رسید و اصلاً قابل قیاس با جهان اعتباری و فضای مجازی فعلی نیست و این براساس سیری که بشر کرده و داده‌هایی که دارد، هنوز محتمل است. مثلاً دردنیای رمان، می‌توانید رمان‌هایی بخوانید که دنیا برایتان جهنم شود، همچنین می‌توانید رمان‌هایی بخوانید که دنیا برایتان بهشت شود. یعنی لذت یا دردهای سطح عقلی بدون صورت یا اگر با صورت است، همراه با غلبه‌ی فضای عقلی باشد. یعنی کلی و با صرافت و بساطت باشد. مثلاً در عرفان بودایی که عرفان‌های شرقی است، براساس برخی از مراقبت‌ها و مراقبه‌ها و ... افراد را به یک حالت تخلیه مطلق کثرت می‌رسانند. در آنجا افراد بهره‌مند از لذت‌های فوق‌العاده‌ای می‌شوند که آن لذت‌ها در دل کثرت قابل دریافت نیست. حذف تکثر و رسیدن به یک نقطه بساطت و وحدت بسیار لذت‌بخش است. محال نمی‌دانم که فضای مجازی به این سمت وسو برود. بدون توجه و ارتباط با خیر و شر و مفید و ... بودن یا نبودن، احتمال می‌دهم به چنین سمت و سویی برود.

جهان‌های اعتباری؛ خیر یا شر؟

آیا تمام این جهان‌های اعتباری برساخته انسان‌ها، ما را به سمت خیر می‌برد یا به سمت شر؟

من از منظر حکمی این مسئله را توضیح می‌دهم و دامنه‌اش متفرعاتی می‌شود که در مسائل مختلف از اخلاق، فقه و قانون دامنه دار است.

اصل مسئله اینجاست: تلاقی دوساحت شناختی انسان؛ ساحت شناختی وهمی و ساحت شناختی عقلی. تمام مسئله خیر و شر در عالم انسانی در اینجاست که می‌خورد.

وهم به معنای بار منفی که در عرف دارد، نیست و یک اصطلاح فلسفی است.
وهم به معنای ادراک معانی جزئییه است.
خیال به معنای ادراک سور جزئییه است.



ما احساس می‌کنیم که بستر فضای مجازی به حسب ذات خودش،
بشر را برای حکومت جهانی امام معصوم آماده می‌کند و کثرت را در دل
وحدت متعالی حفظ می‌کند. وحدت متعالی، وحدت توحیدی است.
فضای مجازی فعلی به نحو غالب، محل تاخت و تاز سور جزئی و معانی جزئییه
است بدون رهبری عقل وحدت‌گرا. و این شرزا است و شر است. چون در دلی که
غلبه با قوه خیالی و وهمی نرسیده به مرتبه عقل و یا بریده از عقل است، اتفاقات
عجیبی می‌افتد و این دل صرفاً کثرت بن خواهد شد. در حالی که اندیشه ما بر
توحید استوار است. توحید یعنی بندشدن سر همه کثرات به یک حقیقت ولی
نگاه وهمی سرش را بالا نمی‌آورد که کل را ببیند. وهم در اصل مایه خطا نیست
بلکه مایه دریافت جزئیات است. اما چون اصلاً سرش را بالا نیاورده که در یک افق
اعلی مسائل را ببیند، همین فضای کوچک را مشاهده می‌کند و احساساتش هم
در همین فضای کوچک رقم می‌خورد و تمام مسئله و هدفش کوچک می‌شود و

به کل توجه ندارد، لذا به خطا می رسد. برای مثال زمانی از دل، ادراکات وهمی استکبار بیرون می آید که از تحقیر دیگران لذت می برد، به کل نگاه نمی کند، به افق وحدت نگاه نمی کند.

فضای مجازی فعلی به نحو غالب تحت سیطره ادراکات حسی خیالی وهمی است و غربی ها هم دارند به این وجه فضای مجازی دامن می زنند، مشتری اش زیاد است. چون طبق نفس شناسی فلسفی، انسان جسمانیة الحدوث است، از دل طبیعت برخاسته، اولین آشنایی هایش همین طبیعت، کثرت و لذت است. فلذا سطوح اولیه شناخت و احساسات عمومی انسانی، شناخت حسی خیالی وهمی است. ولذا این ها جاذبه فوق العاده دارد.

حضرت امام رحمته الله علیه حقیقت تمدن غرب را تمدن وهمی می داند. الان غلبه تمدنی غرب، سیطره این لایه های انسانی بردیگرو جوه انسان است. انبیاء آمده اند که در عین حفظ آن ها به نحو متناسب ما را رشد دهند. به نحو متناسب یعنی ما باید حس، خیال، وهم و... را داشته باشیم ولی روبه وحدت باشد. جنس وجودی فضای مجازی از یک منظر خیلی برتر از بحث های دیگر است. قدرت وجودی آن بالاتر است. در اینکه ما را به سمت حیات تجردی می برد. برای کثرت اعتبار قائل باشیم، ولی کثرت روبه وحدت. کثرت مقبل به وحدت. اگر می خواهیم فضای مجازی ما تبدیل به خیر شود، آن وقتی موفق می شویم که بتوانیم عقل ها را ناظر به کثرت وهم کنیم و وهم ها را به طرف عقل ببریم. فضائل انسانی، فضائل است چون در راستای توحید است و ما را به وحدت می رسانند (فَالْهَمَّهَا فَجُورُهَا وَ تَقْوَاهَا (شمس/ ۸)). رذائل، رذائل هستند از این جهت که ما را متکثر می کنند، (أَأَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ (یوسف/ ۳۹)).

این جهان (فضای مجازی خاص) خیر است یا شر؟

به نظر من به جهت ذات خودش، خیر است. چون دارد ما را به سمت تجرد و وحدت می برد. ولی همین چیزی که در ذات خودش خیر است می تواند جولانگاه ادراکات حسی خیالی و همی، چه بخش ادراکی و چه بخش تخیلی و ساختی اش قرار بگیرد و انسان را از وحدت ها باز بدارد و مایه عقب افتادگی بشر شود و انسان را به طرف زندگی مملو از عذاب که نهایتش جهنم است، پیش ببرد.

ولی این ظرفیت در آن وجود دارد و برخی نیز می گویند که مقدمات شکل گیری حکومت جهانی است. یعنی یک وحدت دارد و به سمت آن وحدت می رود. اتفاقاً آن ها هم مسئله را فهمیده اند؛ بحث جهان واحد، دهکده جهانی و... بانگاه در همین ساحت هم بحث خیر و شر مشخص است؛ می توانیم به سمتی ببریم که فضای تمدن غرب می خواهد و می توانیم به سمتی ببریم که انسان الهی طلب می کند. گرچه این بحث که می فرماید عاقبت از آن متقین است، علتش به همین بحث برمی گردد و بنیان های تمدن غرب نمی تواند جهان واحد بسازد چون ریشه اش بر جهان تخیلی، و همی و تکثر است. تمدن و جهان غرب ذاتاً محکوم به از هم پاشیدن است. یعنی فلسفياً محکوم به از هم پاشیدن است. و باید فکر کنیم که چه چیز این ها را نگه داشته و چه چیز موجب بقای آن ها می شود و تا کجا ادامه پیدا می کند.

ما احساس می کنیم که بستر فضای مجازی به حسب ذات خودش، بشر را برای حکومت جهانی امام معصوم آماده می کند و کثرت را در دل وحدت متعالی حفظ می کند. وحدت متعالی، وحدت توحیدی است. توحید؛ این حقیقت واحد، بر بستر ولایت، تمام زندگی ما را تامین می کند، فلذا عقل ها رشد می کنند. یعنی کثرت در کار است، همه لذت ها، بلکه لذت هایی که ما تصویری از آن نداشته باشیم، همه هست اما کثرت رو به وحدت تا به نقطه مقدس که وحدت متعالی است برسد. ولی خدا همه را به این سمت هدایت و متمایل می کند.

گزارش نشست: «حکمرانی حکمی فضای مجازی» ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر خسرو پناه

۱۴۰۱/۹/۲۰

امروزه نباید به فضای مجازی به عنوان یک تکنولوژی سخت و یا فقط تکنولوژی نرم نگریست، فضای مجازی اکنون خودش یک حکمرانی است. یعنی در واقع فضای مجازی در جهان بشری حکمرانی می‌کند. لذا تعبیر فضای مجازی یا فضای سایبری را از حد استفاده از اینترنت و شبکه دیجیتالی و فناوری دیجیتالی باید قدری فراتر دید.

فضای مجازی یک تکنولوژی نرم اجتماعی است که هویت انسانی را حکمرانی می‌کند. منظور از هویت انسانی، شش ساحت انسان است:

۱. دانش، ۲. بینش، ۳. انگیزش، ۴. نگرش، ۵. منش یا ارزش، ۶. کنش.

و این حکمرانی به این صورت است که عده‌ای با هوش طبیعی اما هوش طبیعی ماتریالیستی اومانیزمی سکولاریستی ساجکتیویستی، هوش مصنوعی را تولید می‌کنند و هوش مصنوعی و هوش ماشینی، حکمرانی هر می استعمارگری خودش را نسبت به هویت انسانی انجام می‌دهد. در گذشته یک مدل استعمارگری از طریق حمله‌های نظامی یا اقتصادی بود. مدل دوم این بود که افرادی را در کشورهای خودشان آموزش دادند و منورالعقول و منورالفکر درست کردند و عملیات استعمار در کشور خودشان شدند. الآن هیچ کدام از این دو مدل جواب نمی‌دهد البته اگر در مدل سوم (که توضیح داده خواهد شد) موفق شوند ممکن است بعد از آن وارد یک مدل استعمارگری نظامی هم بشوند ولی دیگر آغاز با استعمارگری نظامی نیست، آغاز با استعمارگری نرم است. به این صورت که عده‌ای با هوش طبیعی خودشان که مبانی ماتریالیسم (اصالت ماده)، اومانیزم (اصالت انسان این جهانی)، سکولاریزم (اصالت دنیا) و ساجکتیویزم (اصالت عقل منهای وحی) با این مبانی چهارگانه هوش طبیعی آمدند و یک چیزی را خلق کردند به نام هوش ماشینی، هوش مصنوعی وقتی گفته می‌شود هوش طبیعی یعنی کاملاً نگاه مادی است.

بحثی در حکمرانی سکولار فضای مجازی

حکمرانی سکولار فضای مجازی یک واقعیتی است که الآن وجود دارد. ممکن است در این حکمرانی، جامعه مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO) هم باشند. تشکل‌های مستقل از دولت هم باشند، مشارکت هم باشد، حتی مدل حکمرانی شبکه‌ای هم داشته باشند. اما مشارکتی که یک هوش مصنوعی و ماشینی (که پشت آن هوش طبیعی با ۴ مبنای ذکر شده است)، هوش‌های طبیعی را هدایت می‌کند. حرف این نیست که هیچ استفاده مثبتی از این فضای مجازی نمی‌شود، بلکه حرف این است که کاربری غالب فضای مجازی، حکمرانی سکولار فضای مجازی است.



حکمرانی سکولار فضای مجازی، انسان با هوش مستعد را تبدیل به یک انسان در جریان لامپانیزم فرهنگی می‌کند و خود این انسان از این لامپانیزم فرهنگی خود لذت می‌برد. اما حکمرانی حکمی فضای مجازی، انسان عاقل، فهیم و اولوالباب تربیت می‌کند.

بحثی در حکمرانی فضای مجازی

منظور از حکمرانی، حکومت داری نیست. *governance* مقصود است و نه *government*. الحکومه، مقصود است نه الحکومه. یعنی سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و خدمات عمومی در ساحت فضای مجازی. نمی‌خواهم حکمرانی فضای مجازی را در عرض حکمرانی فرهنگ، حکمرانی اقتصادی و... قرار دهم بلکه در طول آن‌ها قرار می‌دهم؛ یعنی فضای مجازی یک بستر حکمرانی در همه ساحت‌های حکمرانی است که در حوزه اقتصاد؛ هیومنیزم و سکیولاریزم، ساجکتیویزم و ماتریالیزم، تحقق پیدا کند. همین عناصر یا اصول و مبانی چهارگانه، در حوزه حکمرانی سلامت یا حکمرانی فرهنگی هم وجود دارد.

حکمرانی حکمی فضای مجازی

در مورد نوع مواجهه با فضای مجازی دو دیدگاه غالب در کشور وجود دارد و دیدگاه سوم، همان دیدگاه مطلوب ماست که از آن به حکمرانی حکمی فضای مجازی تعبیر می‌کنیم.

۱. یک ایده این است که ما باید بساط فضای مجازی را جمع کنیم، هر قدر که بتوانیم محدود کنیم و مردم کمتر استفاده کنند بهتر است.

۲. ایده دیگر این است که چاره‌ای نداریم، محکوم این تکنولوژی و گرفتاریک جبر فضای مجازی هستیم، همین مسیر را باید جلو برویم. دقیقاً این دو نقطه مقابل هم در کشور وجود دارد.

۳. در مورد ایده دیگر از حکمرانی حکمی فضای مجازی استفاده می‌کنیم. یعنی حکمرانی فضای مجازی را مبتنی بر حکمت کنیم. در این جلسه می‌خواهم تئوری قضیه را مطرح کنم و راه کارهای عملیاتی بحث دیگری است.

به نظر من حکمرانی حکمی فضای مجازی در مقابل این جنگ مجازی می‌تواند یک جهاد مجازی باشد، یعنی این کارایی را دارد. هوشی که در فضای مجازی حکمرانی می‌کند، آفرینش انسان است لذا ما این هوش مصنوعی را مبتنی بر حکمت ایجاد کنیم (هوش حکمی).

حکمت، یک مفهوم اسلامی و قرآنی است. معادلی در زبان‌های دیگر تا آنجا که من اطلاع دارم، ندارد.

حکمت عبارت است از علم نافع مبتنی بر خرد ناب. «خرد ناب» را قرآن تعبیر به «لُبٌّ» می‌کند که جمع آن الباب می‌شود. اولوالالباب یعنی صاحبان خرد ناب. «بُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ» (بقره/۲۶۹) که طبق این آیه، خداوند حکمت را که نتیجه اش خیر کثیر است را به اولوالالباب می‌دهد.

خرد ناب جمع عقل نظری، عقل عملی، عقل معاش و عقل معاد است. در قرآن کریم، سمع و بصر جایگاه ادراکات حسی را دارد و سپس به عقل می‌رسیم و عقل هم سه وجه دارد:

۱. عقل نظری که درک هست و نیست‌ها می‌کند.
۲. عقل عملی که درک باید و نبایدها می‌کند.
۳. عقل معاش که عقل تدبیرگر و برنامه‌ریز است.
۴. عقل معاد که عقل آخرت‌اندیش است.



اگر ما حکمرانی حکمی فضای مجازی را در نظر بگیریم، یعنی بگوییم سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و خدمات عمومی با رویکرد فضای مجازی، چه فضای مجازی مقوله حکمرانی باشد و چه رویکرد حکمرانی باشد، سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری و خدمات عمومی، مبتنی بر حکمت، در ساحت فضای مجازی یا با رویکرد فضای مجازی. این می‌شود، حکمرانی حکمی فضای مجازی.

مشکل حکمرانی فضای مجازی در دنیای مدرن این نیست که عقل معاش ندارد چون اتفاقاً عقل تدبیرگر که اصطلاحاً به آن rationality می‌گویند را دارد،

اصلاً کلیدی‌ترین واژه دنیای مدرن، rationality است که از زمان دکارت مسئله اصلی او بوده تا کانت و تا الآن که هابرماس است. عقل نظری را هم دارند (reason) عقل استدلال‌گر، عقل منطقی، عقل استدلال‌گر، عقل ریاضی، عقل عملی را هم استفاده می‌کنند. تمام نظام‌های حقوقی بر پایه عقل عملی است. باید و نبایدها است. پس مشکل آن‌ها در فقدان عقل معاد است. اصلاً secularism راکه به جدایی دین از سیاست معنا می‌کنند، تعریف غلطی است. secularism یعنی جدایی دنیا از آخرت، یعنی اصالت این دنیا.

مشکل دنیای مدرن این است که عقل معاد را کنار گذاشتند، وقتی عقل معاد کنار رفت، این عقل معاش، دیگر علیه عقل معاد خواهد بود اما در حکمت، می‌گوید: اولاً علم نافع، وَ قَفُوا اسْمَاءَهُمْ عَلَى الْعِلْمِ النَّافِعِ، علم نافع، ثانیاً، علم نافع را باید بر عقل (عقل نظری، عقل عملی، عقل معاش و عقل معاد) مبتنی کنید. اگر علم نافع مبتنی بر این چهار عقل شد یعنی مبتنی بر خرد ناب و حکمت می‌شود.

سمع ← بصر ← عقل چهارگانه ← حکمت ← فؤاد ← صدر ← قلب

یعنی سمع و بصر بعد عقل، بعد لب و سپس فؤاد (أَفئدة) و بعد از آن صدر و قلب و اگر به مرحله قلب رسید الهاماتی به انسان می‌رسد (غیر از وحی دینی که آن مرحله بالاتری است). ولی این حکمت برای همه است، همه می‌توانند به آن برسند. لذا اگرما حکمرانی حکمی فضای مجازی را در نظر بگیریم، یعنی بگوییم سیاست گذاری، تنظیم‌گری و خدمات عمومی با رویکرد فضای مجازی، چه فضای مجازی مقوله حکمرانی باشد و چه رویکرد حکمرانی باشد، سیاست گذاری و تنظیم‌گری و خدمات عمومی، مبتنی بر حکمت، در ساحت فضای مجازی یا با رویکرد فضای مجازی؛ این می‌شود: حکمرانی حکمی فضای مجازی.

نمی‌خواهم بگویم، هوش مصنوعی حکمی و غیر حکمی خلاف هم هستند و هیچ وجه اشتراکی ندارند بلکه بخش عمده آن وابسته به نوع نگاهی است که کاربر پیدا می‌کند.

حکمرانی سکولار فضای مجازی، انسان با هوش مستعد را تبدیل به یک انسان در جریان لامپانیزم فرهنگی می‌کند و از این لامپانیزم فرهنگی خود لذت می‌برد. اما حکمرانی حکمی فضای مجازی، انسان عاقل، فهیم و اولوالباب تربیت می‌کند. پس دو مدل حکمرانی فضای مجازی وجود دارد. توجه کنیم که چگونه فضای مجازی رابه سمت ببریم که کاربر بفهمد، کدام مدل حکمرانی فضای مجازی عروسک خیمه شب بازی درست می‌کند، و کدام مدل انسان حکیم تربیت می‌کند؟.

یکی از ضعف‌های جدی شورای عالی فضای مجازی این است که تصویری از پیوند حکمت و فضای مجازی ندارد. بحث من فراتر از بحث حقوقی و فقهی است، حتی بحث من فراتر از اینترنت ملی است. اصلاً اینترنت ملی هم راه بیندازیم و امکان استفاده از اینترنت با سرعت بالا هم بدهیم؛ اگر جمع‌کنی از مردم ایران از این فضا استفاده نکنند و در همان فضای ماسونی بمانند؛ هزینه سنگینی انجام دادیم ولی کارایی عقلانی، حداقلی خواهد بود. ولی وقتی فضای مجازی و حکمرانی فضای مجازی با حکمت پیوند خورد، یعنی رشد عقلانی.

شایسته است که بر روی این تئوری حکمرانی حکمی فضای مجازی تأملی شود بعد اگر اصل این ایده پذیرفته شد؛ این که سیاست‌گذاری در این حکمرانی حکمی چگونه باشد؟ تنظیم‌گری چگونه باشد؟ ساختارها چگونه باید باشد؟ اینها بحث‌های دیگری است که در این نوع حکمرانی باید به آن پرداخته شود.



گزارش نشست: «حکمرانی اسلامی فضای مجازی» ارائه دهنده: آیت الله رفعتی نائینی

۱۴۰۱/۹/۲۲

مقدمه‌ای در مولفه‌های حکمرانی در فضای فیزیکی و فضای مجازی یکی از مهمترین مسائل جهان آینده، بحث حکمرانی فضای مجازی است. چون در آینده بسیار نزدیک، حتی جنگ‌ها هم براساس حکمرانی فضای مجازی صورت خواهد گرفت. ملاحظه کردید در رابطه با ترور شخصیت بزرگ هسته‌ای ما؛ شهید فخری زاده، از هوش مصنوعی استفاده شد. این حکمرانی مجازی اینجا خودش را نشان داد. یعنی همین الان وارد آن شدیم. مسائل اقتصادی از طریق حکمرانی فضای مجازی در آینده شکل می‌گیرد. الان بخشی از بازار متأثر از حکمرانی فضای مجازی است ولی در آینده چه بسا کل اقتصاد

را دربر بگیرد. لذا نمی‌توانیم چشمانمان را روی بحث حکمرانی فضای مجازی بیندیم و به روند حکمرانی فیزیکی را ادامه بدهیم. هر کشوری که برای حکمرانی مجازی برنامه‌ریزی نکند، مغلوب حکمرانی مجازی استکبار خواهد بود.

مولفه‌های حکمرانی در فضای فیزیکی و واقعی به شرح زیر است:

۱. وجود منطقه جغرافیایی؛ ایران، عراق، ترکیه، امریکا و... هر کدام یک منطقه

جغرافیایی دارد که حکمرانی آن منطقه بر آن محدوده‌ی جغرافیایی است.

۲. نیروی انسانی (کارگزار)؛ فرماندار، استاندار، پلیس، شهردار و... ابزار حکمرانی هستند. حکمرانی اگر نیروی انسانی و کارگزار نداشته باشد، نمی‌تواند حکمرانی کند.

۳. قوانین و مقررات (تقنین)؛ حاکم وقتی می‌خواهد حکم کند، بر چه اساس حکم

کند؟ بر اساس قوانین. برخی از این قوانین، بالادستی است، مانند قانون اساسی.

و به همین ترتیب تا می‌رسد به مقررات، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های اجرایی.

۴. انسان‌هایی که اهل آن منطقه جغرافیایی هستند (مردم)؛ اگر مردمی وجود

نداشته باشند، بر چه کسی حکمرانی صورت می‌گیرد؟

در یک جمله حکمرانی اسلامی یعنی «حکومت اسلامی قوانین را به وسیله

نیروی انسانی کارگزار در یک منطقه‌ی جغرافیایی بر مردم آن منطقه اجرا کند».

اصلی‌ترین مولفه‌های حکمرانی موارد ذکر شده است و در فضای سایبری نیز

می‌توانیم این مولفه‌ها را به اقتضای فضا و خصوصیاتش داشته باشیم:

۱. شبکه فضای مجازی که منظور همان زیرساخت است. در واقع داشتن

زیرساخت، مانند داشتن منطقه‌ی جغرافیایی است. هر کشوری که سرور-

داده‌ها به آنجا بایگانی می‌شود- را در اختیار دارد، می‌تواند مدیریت و

حکمرانی کند.

۲. نیروی انسانی (کارگزار). چه نیروی انسانی واقعی (انسان) و چه نرم افزار یا

هوش مصنوعی که توسط انسان ساخته می‌شود و بجای انسان عمل می‌کند.

۳. قوانین و مقررات. برای حکمرانی اسلامی فضای مجازی. قوانین و مقرراتی نیاز داریم- همان گونه که در فضای فیزیکی و در تمامی جوامع اسلامی و غیراسلامی به قانون و مقررات احتیاج است-. در این مولفه نقش فقه بسیار پررنگ است. ۴. کاربر (مردم). از این مولفه کم نداریم. که متأسفانه از بچه دبستانی شروع شده که کاربر فضای مجازی است. برای کاربران، فضای مجازی در کنار زیست فیزیکی، به زیست دوم تبدیل شده است.

این مقدمات بیان شد تا تاکید شود که این فضا، فضای ارتباطات نیست و نباید نگاه محدود به این فضا داشت، بلکه این فضا، فضای حکمرانی است. اگر ما مدعی هستیم براساس مبانی فقهی، حکمرانی اسلامی داریم (در فضای فیزیکی)، در فضای مجازی هم این ادعا صادق است.



در حکمرانی اسلامی فضای مجازی، بر همه تکلیف کفایی است که سواد رسانه را یاد بگیرند و کسی که بلد است بر او تعلیم جاهل واجب است (از باب ادله تعلیم جاهل)

دلیل فقهی برای اثبات حکمرانی اسلامی فضای مجازی

مهمترین دلیل در این زمینه قاعده نفی سبیل است. ما اگر خودمان حکمرانی اسلامی فضای مجازی نداشته باشیم، استکبار و کفار بر ما حکمرانی می‌کنند. قاعده نفی سبیل و آیه «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا» (نساء/۱۴۱) می‌فرماید که حکمرانی آن‌ها را نباید بپذیرید. قوانینی که آن‌ها وضع می‌کنند، استقلال شما را خدشه دار می‌کند و برخلاف قوانین شرع شماست. در بخش محتوا و قوانین؛ آن‌ها بما انزل الله حکم نمی‌کنند «وَمَنْ لَمْ يَحْكَمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْكَافِرُونَ» (مائده/۴۴) چون بر اساس ما انزل الله حکم نمی‌کنند، آن‌ها بر اساس هوای نفسشان، بر اساس مخالفتشان با خدا حکم می‌کنند و ما نمی‌توانیم زیر بار این حاکمیت و حکمرانی استکباری فضای مجازی برویم.



یکی از مهمترین مسائل جهان آینده بسیار نزدیک، بحث حکمرانی فضای مجازی است. در آینده بسیار نزدیک، حتی جنگ‌ها هم بر اساس حکمرانی فضای مجازی صورت خواهد گرفت.

در ادامه چند دلیل و نقد آن دلایل را پیرامون نظر برخی که استفاده از اینترنت و فضای مجازی را جایز نمی‌دانند، بررسی می‌کنیم:

دلیل اول: نه تنها حکمرانی اسلامی در فضای مجازی نداریم، اصلاً استفاده از فضای مجازی و اینترنت به دلیل ماهیتشان، مشروع نیست (همچون جادو عمل می‌کند). دلیلشان این است که ماهیت این فضا واقعی نیست و جادویی است و حرام است. چنانچه در ابتدا بیان شد، ترجمه فضای سایبری به فضای مجازی (که برخی مقابل با واقعی و حقیقت در نظر می‌گیرند) ممکن است چنین تلقی را ایجاد کند.

پاسخ دلیل اول: این افراد اگر به زیرساخت و سخت‌افزار فضای مجازی اندکی آشنا شوند، می‌فهمند که ماهیتش ماهیت کفرآمیز نیست. ماهیتش جادو نیست.

دلیل دوم: فضای مجازی تیغ دو لبه است، لذا به صلاح نیست از آن استفاده کنیم چون مدیریت و حکمرانی فضای مجازی دست ما نیست و همه اطلاعات ما در اختیار دشمن قرار می‌گیرد. پس نباید در این پلتفرم‌ها وارد شد.

پاسخ دلیل دوم: البته این مطلب درستی است و حکمرانی فضای مجازی در دست ما نیست. در اختیار آمریکا و غول‌ها و شرکت‌های بزرگ گام (گوگل)، اپل، فیسبوک، آمازون، مایکروسافت، متا) است. بله، حقیقتی است و دردست آن‌هاست اما ما بهره‌برداری می‌کنیم، مثل اینکه او تولیدکننده تانک است، تانک را می‌گیریم و با او مقابله می‌کنیم.

ادامه‌ی دلیل دوم: خیر، مثل تانک نیست، تانک را وقتی شما می‌خرید، شما مدیریت می‌کنید، او مدیریت نمی‌کند. ولی فضای مجازی را او مدیریت می‌کند و حکمرانی با اوست.

پاسخ این استدلال: بله، ما باید حکمرانی بر فضای مجازی داشته باشیم و به همین خاطر حکمرانی اسلامی فضای مجازی را مطرح می‌کنیم، و نباید فضای مجازی در اختیار تام دشمن باشد که امروزه جنگ ترکیبی را علیه ما مدیریت کند. **ما باید اولاً:** خودمان حکمرانی داشته باشیم و ثانیاً: تا وقتی که خودمان شبکه ملی اطلاعات را پایه‌گذاری و تاسیس نکردیم، نمی‌توانیم بگوییم استفاده از فضای مجازی حرام است. چون در فقه احکام تابع مصالح و مفاسد است. اگر چیزی مفسده‌اش بیشتر از مصلحتش باشد، حرام می‌شود. *يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا* (بقره/۲۱۹) از تو در مورد شراب و قمار می‌پرسند، بگو ضررشان بیشتر از نفعشان است. این مقدمه‌ای بود برای اینکه بعدتر که زمینه فراهم شد، شراب و قمار را حرام معرفی بفرماید. احکام تابع مصالح و مفاسد است.

دلیل سوم: ما استفاده از این فضا را بلد نیستیم و چون بلد نیستیم، طعمه آن می‌شویم.

پاسخ استدلال سوم: اتفاقاً این استدلال و این مطلب بیان می‌دارد که ما باید در فضای مجازی فعالیت کنیم و حکمرانی اسلامی فضای مجازی را پایه‌گذاری کنیم. در بحث فقه فضای مجازی اثبات کردیم که تحصیل سواد رسانه واجب است. لذا در حکمرانی اسلامی فضای مجازی، بر همه تکلیف کفایی است که سواد رسانه را یاد بگیرند و کسی که بلد است بر او تعلیم جاهل واجب است (از باب ادله تعلیم جاهل). و کسی که این علم را ندارد، جاهل مقصراست، نه جاهل قاصر و در قرآن و روایات این عدم تلاش برای رفع کاستی مذمت شده است اما اینکه عده‌ای سواد و علمش را ندارند، دلیل بر حرمت فعالیت در فضای مجازی برای همه کاربران نمی‌شود.



دلیل فقهی فیلترکردن پلتفرم‌هایی که مفسده آن‌ها بیش از مصلحت آن‌ها است

دلیل فیلترکردن پلتفرم‌های مفسده‌زا، دلیل با حرمت خواندن کتب ضاله مرتبط است؛ نه تنها در مورد پلتفرم، بلکه در مورد کاربر سایت، شبکه، کانال و ... هم می‌توان حکم حرمت اشاعه محتوای ضاله را جاری کرد. مرحوم امام در کتاب مکاسب محرمه، وجوب قاعده‌ی دفع منکر را بیان فرمودند. "نهی از منکر" ، به معنای رفع منکر، دفع منکر به معنای جلوگیری از ایجاد بستر منکر است. ادله‌ی قاعده‌ی دفع منکر در قواعد فقهی؛ آیه «وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانَ» (مائده/۲) است. آن کسی که در این امور تعاون می‌کند، بستر این گناه و اثم را ایجاد می‌کند مرتکب فعل حرام شده است.

لذا طبق حکمرانی اسلامی فضای مجازی باید فضاهایی که می‌بینیم شبکه‌های ضاله یا مضله است، آن‌ها را ببندیم، فیلتر کنیم. فیلترینگ مبنای فقهی قوی دارد.

گزارش نشست: «هوش مصنوعی و اجتهاد» ارائه دهنده: آیت الله مبلغی

۱۴۰۱/۹/۰

مقدمه

بحث اجتهاد و هوش مصنوعی، بسیار مهم است بالاخص که کار مطالعاتی آن در ابتدای امر خود قرار دارد. بکارگیری جدی و گسترده هوش مصنوعی در اجتهاد با سه ملاحظه کلی باید صورت پذیرد:

- ۱- مدیریت هوش مصنوعی توسط هوش انسانی
- ۲- فعالیت اجتهادی پرتکرار هوش انسان
- ۳- استنتاج نهایی توسط هوش انسانی.

- در واقع ما هوش مصنوعی را در یک سطح گسترده‌ی جدی، مهم، لایه به لایه و مرحله به مرحله در اجتهاد به‌کار می‌گیریم ولی بالحاظ هوش انسانی در سه بخش:
۱. مدیریت هوش مصنوعی می‌بایست توسط هوش انسانی به صورت مداوم اعمال شود (منهای این مدیریت اجتهاد شکل نمی‌گیرد)
 ۲. هوش انسانی در مواردی می‌بایست ورود کند که اصلا جایی و راهی و امکانی برای هوش مصنوعی نیست. و این فعالیت اجتهادی هوش انسانی مختص به یک یا دو موضع یا مقطع نیست بلکه به شکل پرتکراری می‌بایست رخ دهد.
 ۳. نتیجه نهایی که پرونده آن بحث اجتهادی با آن بسته می‌شود را باید به دست هوش انسانی بدهیم و این‌ها هرکدام یک دلیلی دارد.



هوش انسانی یک مختصاتی دارد و توانایی‌ها و ظرفیت‌هایی دارد که به هیچ وجهی از جوه این توانایی‌ها را نمی‌توان در هوش مصنوعی یافت. ممکن است برخی از این توانایی‌ها قابل ایجاد و انشاء در هوش مصنوعی باشند اما برخی از ویژگی‌ها هم وجود دارند که فقط مخصوص انسان هستند.

جایگاه هوش مصنوعی و هوش انسانی در اجتهاد

مدیریت هوش مصنوعی باید مدام ذیل هوش انسانی باشد، هوش انسانی باید در مواردی ورود پیدا کند که اصلاً جایی برای هوش مصنوعی نیست و این فعالیت اجتهادی هوش انسانی مختص یکی دو موضع نیست و باید پرتکرار رخ دهد و پرونده هوش مصنوعی را باید به دست انسان بدهیم. ما دو نوع اجتهاد داریم:

۱) اجتهاد پژوهشی باز دارای امتداد و در حال جریان.

مقصود این است که حوزه‌های علمیه می‌توانند یک مطالعات اجتهادی داشته باشند و این اجتهاد آن‌ها اساساً در این پژوهش به یک خروجی مشخص در قالب افتاء یا در قالب قانون‌گذاری، معطوف نیست.

اجلامی دانیم که بکارگیری هوش مصنوعی در این نوع اجتهاد پژوهشی امکان فعال شدن و گسترش یافتن و بکار گرفته شدن در چنین اجتهاد پژوهشی بسیار زیاد می‌باشد و آنجا اگر قید و قیودی هم دارد آن قید و قیودش به اندازه‌ای نیست که در این قسم دوم مطرح است.

۲) اجتهاد منتهی به نتیجه (یا فتوا یا قانون‌گذاری).

شخصی می‌خواهد یک پرونده‌ی اجتهادی را شکل بدهد و نهایتاً برای مقلدان یا جامعه فتوایی صادر کند یا می‌خواهد حکمی را ارائه کند تا در قانونگذاری مبنای قرار گیرد. بحث این است که آیا این نوع پژوهش را می‌توان به دست هوش مصنوعی داد؟.

در واقع این اجتهاد غیر از آن اجتهاد پژوهشی در جهت توسعه علم است که البته ما آن اجتهاد اول را نداریم و چون نداریم پشتیبانی نمی‌شود. این اجتهاد معطوف به فتوا یا معطوف به قانونگذاری است و بحث ما و محل بحث ما این اجتهاد دوم است که آیا در رابطه با یک موضوع را می‌توانید به دست یک هوش مصنوعی دهید که از دل آن یک فتوا یا حکمی بدست بیاید که آن را مبنای قانونگذاری قرار بدهیم یا خیر؟.

نکته مهم دیگر؛ ویژگی‌های انکارناپذیر، بدیل ناپذیر و غیرقابل اغماض هوش انسانی در اجتهاد است. به عبارت دیگر؛ ویژگی‌های بدیل ناپذیر هوش انسانی در اجتهاد.

هوش انسانی یک مختصاتی دارد و توانایی‌ها و ظرفیت‌هایی دارد که به هیچ وجه این توانایی‌ها را نمی‌توان در هوش مصنوعی یافت. ممکن است برخی از این توانایی‌ها قابل ایجاد و انشاء در هوش مصنوعی باشند اما برخی از ویژگی‌ها هم وجود دارند که فقط مخصوص انسان هستند و فقط انسان است که می‌تواند این ویژگی را دارا باشد. و لذا اساساً فرض اعطاء کل پرونده‌ی اجتهاد بدست هوش مصنوعی من الأول إلى الآخر یک امر غیرقابل قبول و غیرقابل پذیرش است و این براساس وجود این ویژگی‌هایی که مخصوص هوش انسانی است.



هوش مصنوعی در تجمیع ادله شرعی بیشترین قدرت را از خودش نشان می‌دهد و انسان و هوش انسانی نمی‌تواند در این حجم تجمیع کند اما در عین حال، در همین محور، بخش‌هایی است که هوش مصنوعی نمی‌تواند سمت آن برود و آن‌ها را تجمیع کند مثلاً ارتکازات عقلایی و قرائن لئیه.

این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. **نقش تمثیلی:** مقصود از نقش تمثیلی یعنی برخی فرایندها و فعالیت‌ها در اجتهاد مطرح است که انسان می‌باید در آن‌ها جانشین عقلا و عرف شود تا بتواند آن حکم عقلایی یا عرفی را محل استفاده در اجتهاد قرار بدهد. اجتهاد بر روی ریل اعتبارات عقلایی حرکت می‌کند، به گونه‌ای که اگر اعتبارات عقلایی از اجتهاد گرفته شود اجتهاد غیرمفیدی خواهد شد؛ به دلیل اینکه اجتهاد به دنبال احکام شریعت اسلامی است، شریعت اسلامی ماهیت اعتباری دارد و چون ماهیت اعتباری دارد. اعتبار ظرفی است که این تشریح آنجا شکل گرفته است.

اگر این دو مقدمه را اضافه نمایید که اساساً اجتهاد بر روی ریل اعتبارات حرکت می‌کند و انسان است که می‌تواند به مثابه جزئی از عقلاء، اعتبارات عقلایی را درک نماید، آن‌گاه نتیجه می‌گیریم که این درک فهم عقلایی، ارتکاز عقلایی، اعتبار عقلایی از مختصات هوش انسانی است. نقش تمثیلی در ارتباط با عرف هم وجود دارد. اما نقش عرف در اجتهاد، به اندازه نقش عقلاء نیست. برای شناخت ارتکاز و همچنین اعمال ارتکاز موجود، نیاز به هوش انسانی است.

محیط‌سازی هم یک امر نوسانی است. محیط‌سازی امر تجمیعی نیست که بتوان به ماشین داد تا ماشین تجمیع کند. بله استفاده می‌کنیم اما وقتی می‌خواهید محیط را فراهم کنید در اثناء عمل استظهار، به مانند تمثیل نیاز به هوش انسانی دارد.

۲. **مدخلیت هوش انسانی در رسیدن به قطع:** هوش انسان برای شکل‌گیری فرایند منتهی به قطع یا ظن معتبر مدخلیت دارد. می‌دانید که نهایت کاری که یک فرایند اجتهادی می‌کند این است که به قطع می‌رسیم و در موارد اکثر به گمان معتبر می‌رسیم.

در اجتهاد هم مطالعات تحلیلی وجود دارد و هم مطالعات فراتحلیلی. هم مطالعات ترکیبی وجود دارد و هم مطالعات فراترکیبی. مطالعات فراترکیبی در انسان رخ می‌دهد چون دامنه‌ی این ترکیب و دامنه این تحلیل بسیار گسترده است.

پس دومین ویژگی این است که محل شکل‌گیری فرایند منتهی به قطع یا گمان معتبر، انسان است و انسان فقیه می‌تواند این گمان‌های معتبر را به دست بیاورد و سپس در یک جایی، در یک عمل فراتحلیل، این گمان‌ها را به هم مرتبط کند و به یک نتیجه نهایی برسد. یا گاهی می‌تواند مطالعات کیفی را به دست بیاورد و در یک مقطعی مطالعه فراترکیب داشته باشد تا به یک نتیجه برسد. بنابراین این ویژگی در انسان است، حتی اگر بگویید بخش‌هایی از این را ماشین می‌تواند انجام دهد. چون کلکسیون این‌ها به صورت تضمین شده فقط با حضور انسان شکل می‌گیرد، نمی‌توانید حکم به اعتبار نتیجه و خروجی ماشین داشته باشید.

۳. هوش انسان محل تراکم ایده‌ها و اندیشه‌های مؤثر در تفسیر: اگر بپذیرد که اجتهاد بردو بال تطبیق و تفسیر حرکت می‌کند. برخی شاید بگویند که خوب است تفسیر را به ماشین بسپاریم تا از افکار پیشینی به دور باشد و به طور خنثی عمل کند تا بعضاً خطا پیش نیاید. اما اساساً تفسیر نمی‌تواند از یک نقطه‌های عزیمت به دور باشد، نمی‌تواند متشکل از افکار و اندیشه‌های منسلخ و جدا از هم باشد و الا تفسیر معنا ندارد. برای تصحیح خطاهای احتمالی اندیشه‌های پیشین، باید به سمت تعدیل اندیشه‌های پیشینی حرکت کرد، نه حذف اندیشه‌ها و مبانی.

لذا انسان محل تراکم ایده و اندیشه‌های مؤثر در تفسیر است. ماشین ممکن است برای تطبیق قواعد، خوب باشد اما بیان شده که برخی از این تطبیقات با مشکلاتی مواجه هستند و انسان می‌بایست در جایگاه تمثیل بنشیند تا قرائن لَبّی را کشف کند.

۴. **هوش انسانی و معیارپردازی:** معیارپردازی هم به این معنا است که فقیه مجتهد با هوش انسانی خودش در اثناء اجتهاد دو کار می‌کند، یکی این که تلاش می‌کند حکم را به دست آورد، کار دوم این است که معیارهای جدید - ولو به زبان ابتدایی - را خلق می‌کند. ماشین نمی‌تواند ایده‌پردازی کند درست است که می‌شود نتایج ماشین را به یک فقیه داد تا با لحاظ خروجی‌های آن، معیار بسازد و به اعتبار آن اطلاعات، معیاری ارائه دهد، ولی معیارپردازی یک چیز جدید است که باید به دست هوش انسانی سپرده شود.

۵. **هوش انسانی و توانایی خطاگیری تاریخی:** منظور از خطاگیری تاریخی این است که گاهی تاریخ در نوع حرکت یک طرز فکر تاثیر گذاشته است و آن را منحرف کرده است. ماشین نمی‌تواند خطاهای تاریخی را دریافت کند، چون هوش مصنوعی روی هر آنچه که در تاریخ است، اطلاعات خودش را بنا می‌کند و قدرت فهم خطاها را ندارد. و این هوش انسانی است که به ابداع و ابتکار خودش می‌تواند خطاهای انسانی، فقهی و اجتهادی را دریابد.

کارویژه‌های هوش مصنوعی در اجتهاد


کارویژه‌های هوش مصنوعی چند چیز است:

۱. تجمیع

۲. تنظیم

۳. تنسيق

محور اول؛ تجمیع: هوش مصنوعی در تجمیع، بیشترین قدرت را از خودش نشان می‌دهد و انسان و هوش انسانی نمی‌تواند این همه تجمیع کند و لذا اگر کسی بگوید هوش مصنوعی، شرط لازم برای اجتهاد است و یکی از مقدمات اجتهاد محسوب می‌شود، گراف نگفته است بلکه حق گفته است اما در عین



حال، در همین محور، بخش‌هایی وجود دارد که هوش مصنوعی نمی‌تواند سمت آن برود و آن‌ها را تجمیع کند مثلاً ارتکازات عقلایی و قرائن لَبَّیْه.

محور دوم؛ تنظیم: یعنی هوش مصنوعی این اطلاعاتی که تجمیع کرده است را تنظیم می‌کند. بخشی از اشکالاتی که در اجتهاد وجود دارد این است که تنظیم درستی نسبت به اطلاعات نداریم.

تنظیم خیلی مهم است و هوش مصنوعی می‌تواند در این زمینه کمک کند. یعنی اطلاعاتی را که تجمیع کرده، همه را تنظیم کند. اما چون تنظیم تابع تجمیع است، بخش‌هایی که هوش مصنوعی قادر به تجمیع آن‌ها نیست در تنظیم نمی‌آید.

محور سوم؛ تنسيق: تنسيق غير از تنظيم است. یعنی آن مجموعه اطلاعات را کنار هم نهادن و به نتیجه منتهی کردن. تنسيق عملی است که در پی آن یک نتیجه نهایی گرفته می‌شود. چون هماهنگ‌سازی است.

تنسيق صرفاً و صرفاً از سوی هوش مصنوعی رخ نمی‌دهد بلکه باید با مدیریت هوش انسانی، تنسيق هوش مصنوعی به کار گرفته شود ولی تنسيق نهایی به دست خود انسان است.

گزارش نشست: «جایگاه حکمرانی فضای مجازی در عرصه فقه نظام»

ارائه دهنده: حجت الاسلام دکتر رضاییان

۱۴۰۱/۹/۱۹

سنخ شناسی فقه نظام و حکمرانی فضای مجازی

فقه نظامات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک مجموعه منسجم، مرتبط و شبکه‌ای درغایت مشترک است.

جنسی از حیات را در فضای مجازی داریم که فرد کاملاً در یک فضای متفاوت زیست می‌کند و هویت شخصی او به طور کامل متفاوت از هویت بیرونی است و کسانی که با او فعالیت دارند، ممکن است در واقعیت شخصیت او را باور نکنند. اراده مادر این هویت سازی در فضای مجازی با اراده در فضای حقیقی، اثر متفاوتی

دارد و بر این اساس ما در تکلیف بازخواست می‌شویم؛ به همین جهت تمام چیزهایی که در فقه فردی درباره تکلیف و ثواب و عقاب مطرح شده، در فضای مجازی اولاً فقه فضای مجازی به عنوان موضوع جایگاه پیدا می‌کند و ثانیاً آثار آن نیز قابل تحلیل و بررسی است.



فضای تحقق بیرونی از دو رکن: سیاست‌ها و قانون گذاری‌ها و نیز ساحت اجرا شکل می‌گیرد که ما در فضای حکمرانی از عرصه شناخت معیاری که باید طی شود، سخن می‌گوییم. حیث اجرا در حکمرانی پررنگ است و حیث شناخت حکم در آن نیست؛ اما حاکمیت می‌تواند از هر دو جنس قانون گذاری و سیاست‌های کلی ردا داشته باشد.

رهیافتی به حکمرانی فضای مجازی

فضای مجازی را چه از جنس ارتباطی بدانیم و چه از جنس حیات، سؤالی که پیش می‌آید این است که آیا در هر دو صورت نیاز به حکمرانی دارد؟ اگر فضای مجازی از سنخ ارتباطی باشد، یکی از شوون فعل مکلف محسوب می‌شود و حکم شرعی را می‌طلبد و وقتی فعل مکلف در بستر اجتماع بروز و ظهور

پیدا کرد، تحت احکام فقه حکمرانی و نظام قرار می‌گیرد و نیازمند قانون است. اگر ما در جامعه واقعی حکومت داریم، چرا نباید در جامعه مجازی حکومت نداشته باشیم؟ آنجا نیز جمعی وجود دارد و آن جمع برای رسیدن به هدفی نیازمند حکومت است.



فقه نظامات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک مجموعه منسجم، مرتبط و شبکه‌ای در غایت مشترک است.. جنسی از حیات را در فضای مجازی داریم که فرد کاملاً در یک فضای متفاوت زیست می‌کند و هویت شخصی او به طور کامل متفاوت از هویت بیرونی است.

تفاوت حکمرانی و حاکمیت در فقه نظام

اگر فضای مجازی از سنخ ارتباطی باشد، یکی از شؤون فعل مکلف محسوب می‌شود و حکم شرعی را می‌طلبد و وقتی فعل مکلف در بستر اجتماع بروز و ظهور پیدا کرد، تحت احکام فقه حکمرانی و نظام قرار می‌گیرد و نیازمند قانون است.



گزارش نشست: «اصول حکمرانی سکویی»

ارائه دهنده: حجت الاسلام مهدی زاده

۱۴۰۱/۹/۲۲

مقدمه

یکی از موضوعات مهمی که باید در ایام اخیر به آن توجه شود، تمایز بین مفهوم پلتفرم و تولید محتوا از یک سو، و پلتفرم با حکمرانی در حال ایجاد در جهانی که در آن هستیم، از سویی دیگر است.

اولین بار توسط «لوفر» بحث فضای اجتماعی مطرح شد و تحقیقات او در ابتدا به مطالعات شهر متمرکز بود اما شاگرد او کاسترز متوجه شد آنچه که از طریق تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات در حال آغاز است، این هم در حال شکل دادن به یک فضا است.

تعریف فضای اجتماعی (یکی از موضوعات مورد توجه در اوایل قرن بیستم): فضایی که در آن زندگی می‌کنیم، مشحون از ایده‌ها و اندیشه‌ها و رویاهای بنیادینی است که ما به نحوی آن‌ها را قبول داریم.

در چنین فضایی، گویی که روی کوه یخ زندگی می‌کنیم و فضای زندگی اجتماعی ما اینجا است، یک ایده‌ها و اندیشه‌ها و رویاهای بنیادینی وجود دارد که تبدیل به فضا شده است. و واسطه بین آن رویاها و اندیشه‌ها هم همیشه علوم، ساختارها و تکنولوژی‌های کاربردی هستند.

واضح است که در پایین‌ترین سطح و لایه، بحث‌های بنیادین حکمی، فلسفی و الهیاتی را داریم تا نظریاتی مثل نظریه تعریف انسان، تعریف آگاهی و علم و معرفت. در هر فضای اجتماعی، کنش‌ها، تکنولوژی‌ها و ساختارها بریک نظریه‌ی پایه‌ای تبدیل به کاربری‌های تسهیل‌کننده زندگی ما می‌شوند.

پیش از فضای مجازی، ما همیشه در فضای کالبدی زندگی می‌کردیم و تکنولوژی‌های جدید، فضاهای جدید برای ما ایجاد کرده اند.

مفهوم فضای اجتماعی در قالب شهر در دنیای مدرن

فضای انسانی شهر اینگونه طبقه بندی می‌شود:

۱. آدم‌های دون پایه؛ که به آن دردنیای امروز «مصرف‌کننده» می‌گویند. مثل بینوایان، کودکان، مثل خانواده‌ای که یک نفر کار می‌کند و بقیه از دست رنج او مصرف می‌کنند تا زمانی که این‌ها هم یک انسان مولد شوند.
۲. انسان‌های تراز و شاخص؛ که آن انسان ارزش خدمت کردن دارد و شریف است.
۳. انسانی که مسئولیت سیاسی در شهر دارد؛ دولت مرد محسوب می‌شود. دولتمرد کسی است که خداوندگار است. اگر یک خانه را در نظر بگیریم، خداوندگار منزل است اگر یک شهر را در نظر بگیریم خداوندگار شهر است.

در فضای علوم انسانی رابط و پیوندهای انسان (با غیرانسان، با انسان، انسان با موجودی مثل خدا و...) به دو نوع تعریف شده است:

۱. رابطه‌های عمودی (یک طرفه)؛ پیوندهایی که یک طرف از طرفین وابستگی به طرف دوم ندارد. یعنی او اعطاء کننده است و دیگری پذیرنده است.

۲. رابطه‌های افقی؛ رابطه‌هایی که دو طرف با هم دیگر وابسته داشته باشند.

سه تحلیل در نسبت بین رابطه‌های عمودی و افقی:

۱. **تحلیل اول:** یک جامعه‌ای شکل می‌گیرد که روابط افقی را قبول ندارد. در واقع هیچ رابطه دو طرفه واقعی وجود ندارد و برای تشریح روابط باید از روابط عمودی استفاده کرد. در این جامعه از بالا به پایین تسلط و ترس تزریق می‌شود، امکانات را از پایین جمع می‌کند. کسی که یک غنایی دارد، آن را در این پیوند اعمال می‌کند که در قبالتش در آن نقطه به شما تسلط پیدا می‌کند. انبیاء این نوع رفتار را طاغوت بیان فرمودند و بشر را هدایت کردند، اما بعضاً بودند که این را نمی‌پذیرفتند. غرب به این نوع رابطه، سنت می‌گوید.

تحلیل دوم: رابطه دو سویه افقی؛ که در واقع یک وابستگی دو سویه رخ داده و رابطه را افقی کرده است که معمولاً مربوط به تنظیم‌گری می‌شود، ماموریت ریگلاتوری است.

پس تحلیل دوم این است که انسان‌ها سوداگر هستند، سوداگری هم یعنی تمایلی به محبت کردن به هم دیگر ندارند تمایلی به تسلط برد دیگری هم ندارند، بلکه نگاه بازاری است. این تحلیل خیلی مهم است. در جامعه بازار انسان‌ها به دو گروه عرضه کننده و تقاضاکننده تقسیم می‌شوند. دولت مرد رابطه بین عرضه کننده و تقاضاکننده را تضمین می‌کند یعنی مراقب است رابطه این دو عرضه و تقاضا بماند، یک طرف به انحصارطلبی کشیده نشود.

دولت مرد، جلوی انحصارها و دمپینگ‌ها را می‌گیرد. لذا ماموریت اصلی دولت مرد حفظ تعادل است، از نوع تعادل بازاری. رابطه باید عرضه و تقاضا (demand and supply) بماند، در این رابطه باید تقسیم کار و رقابت وجود داشته باشد.

تحلیل سوم: جوامع کوچک تعاونی؛ جامعه‌ای است که در اروپا به آن فکر شد و صد سالی هم سرگرم شد ولی بعد تضعیف شد. سوسیالیست‌های اولیه به دنبال جایگزین کردن رابطه دوستی و همسایگی بجای رابطه تضاد رقابتی افقی، پیشنهاد برداشتن مالکیت و در نتیجه حکومت را داشتند. این مدل نگرفت و به آن‌ها نیز لقب سوسیالیست‌های تخیلی داده شد.

فرضیه آخر: روابط افقی را قبول داشته باشیم ولی روابط عمودی هم قبول داشته باشیم. اما انسان بهینه ما، انسان سوداگر نباشد، بلکه انسان خیرخواه باشد. در هردو رابطه انسان بهینه بگیریم و انسان طبیعی بدانیم. یعنی طبیعت و فطرت و سازه انسان سازگراست با این است که انسان را خیرخواه بگیریم. وقتی به فضای روایی مراجعه می‌کنیم، رابطه عمودی استیلاء نیست. رابطه افقی هم بازار نیست بلکه اخوت است که باب مفصلی از روایات و اخلاق ما حول این موضوع می‌گردد.

حکمرانی در جوامع استیلائی

در جامعه استیلائی حکمران و دولت مرد خودش انسان تراز است. در واقع او شریف است و بقیه اصلا انسان نیستند، انسان شریف، انسان هست، رعایا و بردگان اساسا انسان نیستند، حیوان ناطق نیستند، حیوان سیاسی نیستند. حکمرانان جوامع استیلائی خودش تقسیم می‌شود به:

۱. خداوندگاران شهر و خداوندگاران منزل؛ که کتاب‌های حکمت عملی قدیم توضیح می‌دهند؛ جامعه‌ای که این نظام ارزشی از خود و هستی را باور کرده است؛ چگونه مدیریت می‌شود؟

۲. انسان‌های بازاری؛ دردنیای جدید، حکمران، انسان طبیعی (به معنای درست) نیست، بلکه انسانی است که در عرصه‌های مدنی زندگی می‌کند، در جامعه و در فضای کلی بازار زندگی می‌کند انسان طبیعی همان است. انسانی که ارزش خدمت کردن دارد و بقیه خادم او هستند؛ انسانی است که در بازار تولید می‌کند، آن انسانی است که ارزش افزوده و سودی تولید می‌کند.

در برخی کتاب‌ها چهار کاری که بازار نمی‌تواند انجام دهد را ماموریت حکمران می‌دانند، که عبارت‌اند از:

۱. امنیت.

۲. قضاوت.

۳. نظارت؛ که منظور نظارت بر عرصه‌های عمومی است که سود را باید برای نفع عمومی تولید کرد نه برای نفع دولت‌مرد نه سرمایه‌گذار بلکه به نفع چیزی که قوام کل جامعه برای آن است و همه از آن استفاده کنند.

۴. تنظیم‌گری؛ بدین معنا که اگر دولت هیچ ماموریتی نداشته باشد، ریگلاتوری بازار را باید به عهده داشته باشد.

ریگلاتوری یعنی مراقبت از اینکه رابطه بین من و شما بازار بماند، نابازار نشود، هر نوع نابازاری اعم از استیلاء، نابازار اخوت و محبت را مراقبت کند. فعلی که دولت در تنظیم‌گری انجام می‌دهد غیر از فروش کالا است.

آنچه که با این نظریه شکل گرفت همین nation state و دولت-ملتی که ما در قرن نوزده و بیست با آن زندگی کردیم و همین مدل را در انقلاب اسلامی، در خدمت اسلام استفاده کردیم. به تعبیری در قانون اساسی سال ۵۷ یک جامعه بازار خاص را به استخدام فرهنگ خودمان درآوردیم.

در این جامعه، خود دولت درون بازار است، مردم از طریق رای دولت‌ها را می‌خرند بعد می‌آییم تقسیم‌کار، تولید قانون و... را انجام می‌دهیم. همچنین در این سیکل

همه کارهای تنظیم‌گری، امنیت، قضاوت و نظارت برعهده دولت است. این مدل، جایی است که همه‌ی ما ذیل این مدل تنظیم‌گری داریم زندگی می‌کنیم.

چالش‌های جوامع بازاری در قرن بیستم و زمینه‌های شکل‌گیری فضای مجازی کنونی

۱. آشکار شدن رکودی بودن نهاد جامعه-بازار است. در صورتی که یک جامعه هیچ وقت نباید بایستد. این اتفاق، بعد از جنگ‌های جهانی و بعد انتقال قدرت به سرمایه داری انحصاری آمریکا رخ داد.

در سرمایه داری آمریکا، اتفاق بزرگی افتاد؛ آن هم اینکه بالای هرم قدرت را بجای سیاست‌مدار، به خود سرمایه دار-که بزرگترین فعالان بازار هستند و اتفاقاً با انحصارشان شکننده بازار هستند- داد. لذا به سرمایه داری آمریکا سرمایه داری انحصاری می‌گویند. پس رکودی بودن جامعه بازار معلوم شد.

۲. اتفاقی بود که در نظریه فروید افتاد. انسان مدرن همه حرفش در قرن هجدهم این بود که من یک موجود آزادی هستم که هر چیزی را که عقلم تحلیل کند؛ می‌توانم بالاخره خلقش کنم و این معنای سوژگی بود. تحلیل فروید این بود که شما سوژه محض نیستید، یک ناخودآگاهی دارید که تحت تاثیر بیرون است و خود متوجه نیستید.

خواهرزاده‌ی فروید (ادوارد برنایز) برای این باور بود که؛ می‌توان از نظر فروید چنین نتیجه گرفت که؛ از این به بعد پیام‌های کنترلی را به جای خودآگاه، به خود ناخودآگاه بفرستیم و در ناخودآگاه کنترل را اعمال کنیم.

۳. تکنولوژی‌های هوشمند اطلاعات و ارتباطات. این تکنولوژی‌ها به این نشانه بود که افعال تنظیم‌گری را ماشین می‌تواند انجام دهد، نیاز نداریم که این کار را

به یک دولت مرد بسپاریم. برای مثال در زمینه حمل و نقل، تاکسی‌های اینترنتی رقیب دستگاه تنظیم‌گری است. نتیجه آنکه؛ ترکیب این چالش‌ها با یکدیگر در قرن بیستم، زمینه ساز پیدایش فضایی شد که ما امروز آن را به اسم فضای مجازی اجتماعی می‌شناسیم.



آن بخش از تنظیم‌گری که در جامعه بازاری اتفاق می‌افتاد، اکنون و در جامعه پلتفرمی توسط ابزارهای تنظیم‌گری ICT انجام می‌شود.

جامعه پلتفرمی

با توجه به آنچه که ذکر شد؛ اکنون سؤال اساسی این است که؛ ما در این فضای اجتماعی مجازی چگونه زندگی می‌کنیم؟ پاسخ این است که آن بخش از تنظیم‌گری که در جامعه بازاری اتفاق می‌افتاد، اکنون و در جامعه پلتفرمی توسط ابزارهای تنظیم‌گری ICT انجام می‌شود. در قرن بیستم، در فضای کالبدی وقتی می‌خواستند ما را کنترل کنند، ابرشهرها را گسترش داده و ما را از شهرهای کوچکتر به ابرشهرها کشاندند چون در این

ابرها ما مدام مجبور به مصرف هستیم. شکل گیری کلان شهرها ابزار اصلی کنترل انسان ها بود.

در فضای شبکه ای جدید دوباره این ابزار کنترلی امکان و جایگاهی پیدا کرده است. در این فضا، user (کاربر)، همان مفهوم demand را مدل سازی می کند. و تولیدکننده (supply) در این فضای جدید، تولیدکننده محتوا است.

حال اگر بخواهیم چیزی را در جامعه مجازی عرضه کنیم، قبل از آنکه به مخاطب برای فروش اعلام کنیم، یک خروجی دیتا از آن می گیریم و کسی هم که می خواهد خرید کند یک بار بسته خود را تبدیل به بسته دیتا می کند.

لذا یک فضایی باید شکل بگیرد که این دو بسترا به هم برساند، آن فضا، فضای پلتفرم است. پلتفرم باید این کار را به شکل بازاری انجام دهد؛ مراقبت کند که نه به نفع کاربر و نه به نفع تولیدکننده محتوا، فضا یکسویه نشود.

عنصر دیگری وجود دارد که عنصر نهایی است و آن، حکمرانی است. این عنصر را ما برای فضا می خواهیم. یک تاکسی اینترنتی یا یک شبکه اجتماعی تنها جایی نیست که در آن زندگی می کنیم، تعدادی از این موارد وجود دارد که نسبت آن ها با هم، فضا را می سازد. یک حکمرانی وجود دارد که این فضا را دوباره مثل شهر معماری می کند و می سازد و برنامه ریزی می کند و از آن مهم تر، این را برای توسعه حمایت می کند. یعنی این باید به سوی آینده هم حرکت کند.

تعریف پلتفرم

«پلتفرم» در لغت یعنی سکو. الآن معنای پلتفرم سکو نیست. اول قرار بود که اینطور باشد ولی بعد معلوم شد خیلی فراتر است و برای امری دیگر استفاده می شود. اکنون آنچه که به آن پلتفرم اطلاق می شود در اصل تکنولوژی های جدید قدرت هستند که ارزش افزوده در بازار را به شکل دیگری ایجاد می کنند. به این شکل که

در قرن بیستم جامعه، بازار بود. پس یک طرف عرضه وجود داشت، یک طرف تقاضا. یک کسی بود که برای شما تعامل بازاری تولید می‌کرد، آن کس دولت بود. دولت مرد تنظیم‌گری می‌کرد یعنی تعامل بین طرف عرضه و تقاضا را تولید می‌کرد و مراقب بود این تعامل از رابطه بازار خارج نشود. این تعامل از جنس بازار را الآن ICT انجام می‌دهد. این تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات دارد انجام می‌دهد.



آنچه در مدیریت پلتفرم‌ها مهم است، این است که صاحب پلتفرم با تولیدکننده محتوا مذاکره کند، نه به صورت عمومی و با کاربر. ذائقه در دست تولیدکننده محتوا است و مدیر پلتفرم باید مراقب تعادل محتوا باشد.

دو نکته و خلأ در حکمرانی کنونی فضای مجازی در ایران

نکته اول: حکمران بجای تمرکز روی مسئولیت حکمرانی، گویی تولید محتوا را هم وظیفه‌ی خود می‌انگارد. حکمران ما اجازه می‌دهد تا کسی اینترنتی ایجاد شود ولی اجازه نمی‌دهد همان تا کسی اینترنتی کار انجام دهد! یعنی نمی‌تواند بفهمد که ماموریت تصمیم‌گیری خود را واگذار می‌کند! باید روی ماموریت

خودش در حکمرانی متمرکز شود. علت این مشکل این است که؛ چون حکمران ما در دهه های قبل به تبع تفکر سوسیالیستی که خیلی بر ما حاکم بود، خودش را تولیدکننده محتوا هم می دانسته و هشتاد و پنج درصد اقتصاد ما دولتی بوده است؛ اینجا هم دولت، مردم را کاربر و کارگر می دیده و خودش را تولیدکننده محتوا، پلتفرم و حکمران می داند. دولتی که هنوز نتوانسته دست از تصدی گری در حوزه تولید محتوا بردارد، دارد مرحله پلتفرم خود را می فروشد و واگذار می کند. **نکته دوم:** آنچه در مدیریت پلتفرم ها مهم است، این است که صاحب پلتفرم با تولیدکننده محتوا مذاکره کند، نه به صورت عمومی و با کاربر. ذائقه در دست تولیدکننده محتوا است و مدیر پلتفرم باید مراقب تعادل محتوا باشد. لذا دولت برای ایجاد تعادل باید از طریق روابط تنظیم گری وارد عمل شده و با پلتفرم یا تولیدکننده محتوا وارد مذاکره شود، نه به طور مستقیم با کاربر وارد جهت دهی و توصیه شود.

چند نکته در مورد حکمرانی پلتفرمی

با توجه به نکات فوق، حکمرانی پلتفرمی به این معنا؛ یعنی اینکه حکمرانی مرحله تنظیم گری به پلتفرم ها واگذار می شود و فقط لایه توسعه احتمالاً برای کسی می ماند که می خواهد حکمرانی کند.

به صورت طبیعی یک جامعه ی بازار و جامعه ای که به نحوی افقی است، باید جامعه اش شبکه ای تر باشد، یعنی همه گره ها و همه کنشگرها و بازی گرها سهمی از شبکه بودن شبکه با آن ها است.

۱. در مورد آینده حکمرانی پلتفرمی؛ پیش بینی می شود که به سمت شهرهای پایدار هوشمند برود؛ یعنی فضای کالبدی سمت و سوی شهرهای هوشمند و ترکیبش با متاورس را می گیرد- البته هنوز متاورس هم نیامده است-.



۲. به شدت تعداد ابرشهرها و کلان شهرها رو به کاهش است. و زیست شهرهای کوچک و طبیعی و آرام بار دیگر درد دستور کار جهانی قرار می‌گیرد.
۳. مفاهیم و ماموریتی مثل تربیت دیگر از یک نهاد به اسم «آموزش و پرورش» یا به اسم «مدرسه» گرفته می‌شود. خصوصاً ماموریت تربیت، چون این ماموریت هر قدر به ناخودآگاه انجام شود ظاهراً بهتر است، لذا ماموریت تربیت به عهده داستان‌ها و پیام‌های ناخودآگاه آن و عملاً محصولات چند رسانه‌ای واگذار می‌شود.

گزارش نشست: « معرفت شناسی فضای سایبر » ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر انبیایی

۱۴۰۱/۹/۲۰

مقدمه

بحث پیش رو، نه نظریه است و نه فرضیه بلکه صرفاً یک ایده است. طرحی است برای آغاز یک حرکت. هدف اصلی این است که یک زیر شاخه علمی برای معرفت شناسی آغاز شود و برای این هدف، از ساختار سنتی معرفت شناسی باید فاصله بگیریم تا بتوانیم این بحث را شروع کنیم.

ساختار سنتی معرفت شناسی چیست؟

معرفت شناسی (epistemology) در ذیل نظریه دانش (Theory of knowledge) مطرح می شود. دانش (knowledge) راهم باوری که مطابق با واقع باشد (justify true belief) تعریف می کنند.



نقطه شروع دغدغه اصلی در حرکت معرفت‌شناسانه این است که معرفت و باور من مطابق با واقع است یا خیر؟.

ما از طریق بحث معرفت‌شناسی توانستیم نتیجه بگیریم، علم حضوری، بدیهات و وجدانیات ما و احیاناً بخشی از نظریات ما، مطابق با واقع هستند.

اما آیا نسبت به مجزبات، تجربیات، مشاهدات، محسوسات می‌توانیم بگوییم صد درصد مطابق با واقع هستند؟

معرفت‌شناسان می‌گویند: نمی‌توانید در اینجا بگویید صد درصد مطابق با واقع است. اینجا معرفت‌شناسی را توسعه می‌دهیم، دغدغه اول معرفت‌شناسی این باشد که مطابقت با واقع، دغدغه دوم این باشد که به دنبال اعتبار باشد.

اعتبار یعنی مشاهدات ما مطابقت صد درصد با واقع ندارد اما آیا اعتبار هم ندارد؟ لذا توسعه در علم انجام می‌شود. سپس به دنبال قضایای یقینی معتبر هستیم. بسیاری از مشاهدات و محسوسات و مجربات ما، وارد این حوزه می‌شود. این قسمت از معرفت‌شناسی است که کاربرد خارجی بیشتری خواهد داشت.

در مرحله بعدی، معرفت‌شناسی باید وارد حوزه مظنونات شود. از نظر واژه هم مشکل نداریم، کلمه معرفت در زبان عربی (بحث، بحث واژه‌ای نیست) به هر حال به ظن و گمان هم اطلاق می‌شود. اگر معرفت‌شناسی، *عِلْمٌ يُبْحَثُ عَنْ عَوَاضِلِ الْمَعْرِفَةِ الْذَاتِيَّةِ* باشد، این معرفت می‌تواند معرفت ظنی هم باشد. چرا درباره معرفت‌های ظنی صحبت نشود؟

نکته دیگر؛ مقوله روند تشکیل آگاهی است؟. چطور می‌شود که آگاهی شکل می‌گیرد، چه اتفاقی می‌افتد که من به آگاهی می‌رسم؟ این باید دقیقاً در معرفت‌شناسی بحث شود.

در روانشناسی ادراک بانگاه معرفت‌شناسانه بحث می‌شود که در زمان استدلال چه اتفاقی می‌افتد؟ حرکت از مجهول به سمت معلومات است و بعد جستجو کردن در

بین معلومات و برگشت به سمت آن مجهول، آیا این اتفاق می افتد؟. پس روند معرفت سازی هم باید محل بحث قرارگیرد. چه اتفاقی می افتد که مواد اولیه به دو نفر می دهیم و هر دو نفر یک کانال و یک مجموعه و یک بولتن را نگاه می کنند اما دو نتیجه مختلف گرفته می شود؟.



سوگیری شناختی یکی از عناوین جذابی هست که خیلی کمتر کار کردیم. چه افرادی که می خواهند جنگ روانی کار کنند و چه افرادی که می خواهند کار رسانه انجام دهند، باید با سوگیری های شناختی آشنا باشند.

جایگاه معرفت شناسی فضای سایبر

ما یک معرفت شناسی مطلق داریم و یک معرفت شناسی خاص. بحث معرفت شناسی مطلق، مربوط به یک حوزه خاص نیست اما گاهی معرفت شناسی، معرفت شناسی خاص است و این معرفت شناسی خاص را با نام فلسفه های مضاف می شناسیم. مثلاً فلسفه علم، معرفت شناسی گزاره های

علمی و فلسفه دین، معرفت‌شناسی گزاره‌های دینی است. اگر ما معرفت‌شناسی را در حوزه خاص ببریم اثر آن بسیار ملموس‌تر و عملیاتی‌تر خواهد شد. اکنون اگر معرفت‌شناسی معرفت‌هایی که در فضای مجازی برای ما شکل می‌گیرد را محل بحث قرار دهیم، سوآلی که مطرح می‌شود این است که؛ این معرفت‌ها چقدر با واقع مطابقت دارد؟ این معرفت‌ها به چه شکل ایجاد می‌شوند؟ الگوی ایجاد معرفت در فضای مجازی چیست؟ آیا این الگو قابل تغییر است یا خیر؟ در فضای مجازی، کاربری که فعالیت دارد دغدغه او چیست؟ دغدغه‌اش گزارش از واقع است یا دغدغه ایجاد یک حس یا انتقال یک حس است؟

۱. مسئله و مثال اول؛ شبکه‌های اجتماعی

در شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم حجم زیادی از پست‌ها و استوری‌هایی که گذاشته می‌شود، نقل قول‌هایی است که اصلاً مستند نیستند و اصلاً برای آن‌ها این موضوع، اهمیت ندارد. فقط دنبال انتقال محتوای خودشان هستند و این محتواها حقیقتاً معرفت ایجاد می‌کنند. یعنی یک باور در شخص تشکیل می‌شود، وقتی شخصی می‌خواند واقعاً برای او باور ایجاد می‌شود ولی گوینده اصلاً این را مد نظرش نبوده است.

۲. مسئله و مثال دوم؛ پایگاه‌های خبری

در عرصه خبر، بین نهادهای خبر دهنده، یک رقابتی وجود دارد و از قدیم وجود داشته است که کدام نهاد و کدام بنگاه می‌تواند سریع‌تر خبر را منتقل کند؟ اگر بخواهید در فضای مجازی کار کنید اعم از فضای مجازی یا روزنامه یا تلویزیون، عنصر سرعت بسیار مهم است.

این مشکل قبلاً هم وجود داشته است و در نتیجه یک تعارض سنتی بین صحت و سرعت خبر ایجاد شده است و ناچار به ایجاد توازنی بین صحت و سرعت هستیم. در هفته نامه و روزنامه، فرصت برای همه رقبا برای صحت‌سنجی وجود دارد. اما اگر در فضای مجازی که اخبار در لحظه منتشر می‌شود، کانال خبری

داشته باشید مجبور هستید که این توازن را تغییر دهید، در واقع توازنی به نفع سرعت. پس معرفت بخشی خبر در فضای مجازی با معرفت شناسی در فضای حقیقی متفاوت است.

۳. مسئله سوم؛ قرائن و رسیدن به یقین

در فضای حقیقی جمع شدن قرائن به سادگی اتفاق نمی افتد اما در فضای مجازی کثرت قرائن را داریم. کثرت قرائن این است که یک اتفاقی افتاده است، صفحه ای را باز می کنیم، نفر اول یک روایت دارد، نفرهای بعدی هم همان روایت را گفته است، در مدت حدود بیست دقیقه چهل-پنجاه خبر مختلف را با یک روایت می شنویم و همه می گویند این اتفاق به این دلیل بوده است و ما ناخواسته به یقین می رسیم. در فضای مجازی معمول افراد در اتاقک پژواک قرار می گیرند. چون کاربر مشاهده می کند که محیط اطراف هم فکر هستند، نفرات بعدی هم همین گونه هستند، واقعاً به این یقین می رسیم.

اتاقک پژواک شکل می گیرد و ما به یقین می رسیم. اما در فضای حقیقی معمولاً اتاقک پژواک، به این سرعت شکل نمی گیرد.

۴. مسئله چهارم؛ سوگیری های شناختی

سوگیری شناختی یکی از عناوین جذابی هست که خیلی کمتر کار کردیم، چه افرادی که می خواهند در حوزه جنگ روانی کار کنند و چه افرادی که می خواهند کار رسانه انجام دهند، باید با سوگیری های شناختی آشنا باشند.

سوگیری شناختی چیست؟

سوگیری شناختی، هر انحراف از مسیر استدلالی است که به صورت رویه در بیاید. تقریباً ۲۷۰ مورد سوگیری شناختی داریم این سوگیری ها، هم در فضای حقیقی وجود دارد و هم در فضای مجازی، اما در فضای مجازی یک رنگ و لعاب دیگری می گیرد و تاثیرشان خیلی جدی تر می شود.



معرفت شناسی سایبری اگر بخواهد ایجاد شود، دو جزء مختلف دارد، یک قسمت باید کار توصیفی است و در قسمت دیگر، کار هنجاری (دستوری) است. در بخش دستوری باید به دنبال انتشار الگویی باشیم که با ذات فضای مجازی سازگار باشد.

عامل اصلی سوگیری‌های شناختی را چهار مورد شمرده‌اند:

۱. وجود اطلاعات فراوان، که باعث می‌شود برخی از این اطلاعات را خود انسان فیلتر کند.
۲. محدودیت‌های حافظه انسان که نمی‌تواند تمام اطلاعات را نگهدارد.
۳. نیاز به سریع عمل کردن که غیر از فضای مجازی در زندگی روزمره هم هست و انسان باید سریع عمل کند و سریع به نتیجه برسد.
۴. عدم درک کامل الگوهای جهان خارج که انسان مجبور می‌شود برخی الگوهای ذهنی بسازد. مانند بحث مدل‌ها در فیزیک.

بین این چهار مورد در ادامه، اولین مورد را در فضای مجازی تطبیق می دهیم تا نتیجه آن را بررسی کنیم:

وجود اطلاعات فراوان که باعث می شود انسان برخی از اطلاعات را فیلتر کند. در فضای حقیقی معمولاً حجم اطلاعات به اندازه ای است که کمتر نیاز پیدا می کنیم که اطلاعات را فیلتر کنیم اما در فضای مجازی انسان درمباران اطلاعات و داده های مختلف قرار گرفته است و مجبور هست که بخشی را حذف کند.

به یکی از سوگیری های شناختی؛ اثر شترمرغ گفته می شود (Ostrich Effect)، این سوگیری می گوید خود انسان اطلاعاتی که مورد علاقه اش نیست را از زندگی خود حذف می کند. در فضای مجازی چند کانالی که مطابق با ذائقه اش هست را دنبال می کند.

قرآن وقتی می خواهد پیام بفرستد، یک کلمه در مواضع خودش کوتاه نمی آید؛ «هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ» (حشر، ۲۳) همین خداست و هیچ خدای دیگری نیست، می خواهید خوشتان بیاید یا بدتان بیاید. اما کاری می کند که به خاطر آن، مخاطب خوشش بیاید و این را نگاه کند. از قالب هنری استفاده می کند، مخاطب از محتوای خبر بدش می آید ولی آنقدر این قالب زیبا هست برای دیدن قالب هم که شده شخص می آید می شنود. مثل مشرکینی که شب ها پشت منزل پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می رفتند و می خواستند صدای قرآن خواندن پیغمبر را بشنوند.

مثال دیگر از سوگیری های شناختی، لنگر انداختن است؛ یعنی اولین اطلاعاتی که به ما می رسد، ملاک تصمیم گیری ما می شود. در فضای مجازی اطلاعات به ما می رسد، اولین اطلاعاتی که به ما می رسد، اولین روایت لنگر می اندازد. بعد از آن، اخباری که به ما می رسد، به سادگی تسلیم خواهیم شد و آنها را قبول نخواهیم کرد.

راه کار ایجاد معرفت شناسی سایبری چیست؟

این معرفت شناسی سایبری اگر بخواهد ایجاد شود، دو جزء مختلف دارد؛ یک قسمت باید کار توصیفی انجام دهد و در قسمت دیگر، کار توصیفی نیست بلکه هنجاری، دستوری است.

برای رسیدن به معرفت شناسی سایبری، به تنقیح این بخش دستوری معرفت شناسی نیاز است. این بخش هم در علوم دیگر خود به خود به صورت ارتكازی به این می پردازند ولی باید اینجا منقح شود، منطق آن پیدا شود و بر اساس منطقی که کشف شد، دستورالعمل آن پیدا شود.

چند مثال دستوری:

ما باید یک الگوی انتشار خبر درست کنیم که با ذات فضای مجازی سازگار باشد. در ذات فضای مجازی سه رکن وجود دارد (جامع و مانع هم نیستند)؛ در فضای مجازی سرعت، کثرت و لذت، این سه عنصر باید وجود داشته باشند. اگر یک کانال یا سایت می خواهیم ایجاد کنیم، این سه عنصر و ویژگی باید وجود داشته باشد.

آخرین پیشنهادی که در اینجا وجود دارد این است که نیاز به یک تفکر نقدی مختص فضای مجازی داریم که گاهی اسم آن را سواد فضای مجازی می گذاریم (نه لزوماً سواد رسانه) و کاربران بدانند وقتی وارد این فضا می شوند نوع گزارشات در این فضا این گونه است.

گزارش نشست: «فرصت های بین المللی حکمرانی فضای مجازی»

ارائه دهنده: حجت الاسلام والمسلمین دکتر چگینی

۱۴۰۱/۹/۲۱

تعریف مشهور حکمرانی در عرصه بین الملل

تعریف مشهور «حکمرانی» عبارت است از: «فرایند تعاملات از طریق وضع قوانین، هنجارها، قدرت یا زبان یک جامعه سازمان یافته بر روی یک سیستم اجتماعی». این سیستم اجتماعی می تواند خانواده، قبیله، سازمان، قلمرو و در موضوع ما می تواند اینترنت باشد.

در فضای بین الملل بیش از بیست عنوان حکمرانی وجود دارد که از جمله آن:

- حکمرانی عمومی (public governance)
- حکمرانی شخصی (privet governance)



- حکمرانی جهانی (global governance)
 - حکمرانی غیرانتفاعی (nonprofit governance)
 - حکمرانی شرکتی (corporate governance)
- و اقسام دیگر حکمرانی، مانند: حکمرانی پروژه‌ای، حکمرانی محیط زیستی و سرزمینی و....
- یکی از این عناوین؛ (internet governance) یعنی حکمرانی اینترنت است و این حکمرانی اینترنت و فضای مجازی موضوع بحث ما است.

تعریف حکمرانی فضای مجازی

«سیستمی از قوانین، خط‌مشی‌ها و شیوه‌هایی است که نحوه مدیریت و نظارت یک دولت، یا یک مجموعه بر امور مربوط به اینترنت را روشن می‌کنند».

نکته مهم این است که طراحان اولیه شبکه جهانی اینترنت در هدف‌گذاری ابتدایی خود یکی از اهداف خود را چنین تعریف کردند که هیچ شخصی، دولتی، سازمانی، بنا نیست بر اینترنت مدیریت داشته باشد.

یعنی تفاوت شبکه جهانی اینترنت با پلتفرم‌های گذشته خود، مثل: تلویزیون و مدیا‌های دیگری که وجود داشت این بود که آنها از ابتدا مدیریت پذیر بودند و از ابتدا با هدف مدیریت و کنترل شدن ایجاد شدند، در حالی که ایجاد کنندگان اینترنت در همان ابتدای کار گفتند که ما فضایی ساختمیم که بنا نیست توسط کسی مدیریت شود اما همه ما می‌دانیم این اتفاق هرگز نیافتاده است.

در ابتدای به وجود آمدن اینترنت یعنی ۱۹۹۰، اینترنت تا حدود زیادی مدیریت نمی‌شد؛ چون دولت‌ها به ارزش حکمرانی اینترنت پی نبرده بودند و البته به دلایل مختلف، از جمله: دسترسی تعداد کمی از مردم به آن، اثرگذاری اینترنت زیاد دیده نمی‌شد.

در سال ۲۰۰۳ ناگهان دولت‌ها به اثرگذاری اینترنت در فضای عمومی ملت‌ها و مردم پی بردند و برای اولین بار ایده حکمرانی اینترنت مطرح شد و در این سال، برای این اولین بار بود که اساساً مفهوم حکمرانی بین‌المللی اینترنت شکل گرفت.

در سال ۲۰۰۵ نشست دوم جامعه اطلاعاتی جهان در ژنو سوئیس و پیرامون حکمرانی بین‌المللی اینترنت برگزار شد و بیش از ۱۰۰ کشور به دنبال قواعد پایه‌ای در این زمینه بودند.

نقطه قابل توجه این است که عموم معاهدات و مصوباتی که در سازمان‌های بین‌المللی وجود دارد، عمدتاً توسط کشورهای ذی نفوذ تهیه می‌شود که در مورد مطالعه ما، آمریکا است. یعنی به‌گواه شرکت‌کنندگان در همین دو نشست، عمده مطالب کاملاً توسط آمریکا آماده شده بود و در این زمینه آمریکا روی سه محور برای حکمرانی بین‌المللی فضای مجازی و اینترنت دست می‌گذارد:

۱. عدم وجود سرزمین آزاد و بی‌قانون؛ در اینترنت و فضای مجازی باید حاکمیت قانون وجود داشته باشد تا شرکت‌های خصوصی و بخش‌های مختلف و مردم همانطور که در جامعه حضور دارند در فضای مجازی هم بتوانند حضور داشته باشند.

۲. رعایت حق کپی‌رایت؛ باید حقوق تولیدکنندگان محتوا حفظ شود. فضا به گونه‌ای نباشد که هر شخصی که بخواهد کپی کند و تولیدکننده محتوا متضرر شود. (این مورد را از همان ابتدا جزء قوانین بین‌المللی قرار دادند)

۳. امنیت فضای مجازی؛ برای این امنیت، دایره بزرگی قرار دادند اگرچه آمریکا در آنجا وارد مصادیق نشد و صرفاً گفت نباید از اینترنت برای کارهای ضد امنیتی استفاده شود. مصادیق ضد امنیتی که در آن نشست به آن اشاره شد شامل هک، دزدی، خشونت و تروریست و... بود. اما مصادیق هریک از این موارد ذکر نشد.

همین اصل که به ظاهر اصل زیبا و به جایی است، تا همین امروز بهانه ای بوده برای اعمال فشار آمریکا به کشورهای مختلف در فضای مجازی و بالاترین نمونه ای که ملت ما با آن درگیر بود قضیه سردار شهید حاج قاسم سلیمانی بود که هنوز با آن درگیر هستیم، آمریکا لیبیل اقدام ضد امنیتی و تروریستی می زند و هرکاری هم می کند و بنا نیست به کسی هم توضیح دهد که این کار چه ارتباطی به امنیت او دارد؟.



وقتی تمام زیر ساخت های اینترنت به دست آمریکا بوده، طبیعتاً قوانینی که کنگره آمریکا وضع می کرده است، خواه نا خواه تبدیل به قوانین اینترنت جهانی می شده است.

سه عرصه مهم حکمرانی فضای مجازی در غرب

- ۱) حکمرانی دولتی، ۲) حکمرانی شرکتی، ۳) حکمرانی عمومی.
- یعنی برنامه ریزی کرد که بتواند در این سه عرصه به یک حکمرانی دست یابد. هر قدر جلوتر می آییم، می بینیم سرمایه گذاری و توجه غرب بیشتر می شود.

۱. حکمرانی دولتی

در عرصه حکمرانی دولتی مهم ترین کار، وضع قوانین بود. که این کار را کنگره آمریکا انجام داد. ظاهر قانون هم این است که صرفاً شامل قلمرو آمریکا می شود

چون قوانین، قوانین بین المللی نیستند بلکه قوانین داخلی و قوانین کنگره آمریکا است ولی وقتی در آن مقطع تمام زیرساخت های اینترنت به دست آمریکا بوده، طبیعتاً قوانینی که کنگره آمریکا وضع می کرده است، خواه نا خواه تبدیل به قوانین اینترنت می شده است.

حتی ترامپ چند بار اظهار داشت که باید بخش ۲۳۰ لغو شود. بخش ۲۳۰ بخشی از قانون منشور ارتباطات آمریکا است که در آن، پلتفرم های اجتماعی را از جهت حقوقی و قضایی مصون می کند. این شد حکمرانی دولتی که در فضای بین المللی غرب پیش گرفت؛ یعنی غرب به پارلمان خودش، به نهاد قانون گذاری که در داخل آمریکا بود، این اجازه را داد که برای اینترنت بشریت قانون وضع کند. با چه اجازه ای؟ با اجازه دولت آمریکا و عملاً قوانینی که در حال حاضر توسط پارلمان اتحادیه اروپا و کنگره آمریکا درباره اینترنت وضع می شود عملاً به عنوان قوانین حکمرانی بین المللی نت به شمار می آید. اتحادیه اروپا به راحتی می تواند قانون وضع کند و تا حدی جزئی می تواند وضع کند که مدل شارژر گوشی ها را هم می تواند تعیین کند!

۲. حکمرانی شرکتی

اوایل قرن بیست و یکم big tech شکل گرفت. یعنی شرکت های بزرگ مثل یاهو، در آن زمان شکل گرفتند و بعدها گوگل و مرور قدرشان بیشتر شد. این شرکت ها به این نتیجه رسیدند که بین خودشان ائتلاف تشکیل دهند و برای حکمرانی اینترنت ضوابط و مقررات تعیین کنند. اهداف این کار عبارت بودند از:

۱. قدرتشان به قدری زیاد شود که از دولت ها (دولت امریکا) چیزی کم نداشته باشند و بنابراین، به آنها اجازه ندهند که برایشان تصمیم بگیرند.

۲. ما (شرکت‌های بزرگ) در راستای منافع خودمان مقررات وضع کنیم. در حالی که اگر کنگره قانون وضع کند باید هزینه کنیم، لابی کنیم و... که در راستای منافع ما قانون وضع کنند.

۳) بتوانند قوانین را راحت تغییر دهند.

از سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ به بعد ناگهان برخی نهاد‌های هماهنگ‌کننده شرکت‌های big tech در آمریکا به صورت قارچ‌وار شکل می‌گیرند. عملاً آن شرکت هیچ حقی برای قانون‌گذاری ندارد ولی وقتی تعداد زیادی شرکت بزرگ آمریکایی چیزی را به عنوان قانون بپذیرند، عملاً تبدیل می‌شود به قانون سرزمین، چه دولت بپذیرد و چه نپذیرد. نهادی وجود دارد به نام **Global Alliance for Responsible Media**. این نهاد تابستان ۲۰۱۹ میلادی تاسیس شده است. در ابتدا ۱۵ کشور عضو آن بودند و به مرور و تا به امروز ۱۲۲ کشور عضو آن هستند. قابل توجه است که این شرکت‌ها که کنار هم جمع می‌شوند عمدتاً یک حوزه خیلی بخصوصی انتخاب می‌کنند که اول مصوبات این‌ها قانون نانوشته آمریکا می‌شود و بعد هم به قانون جهان یعنی در فضای بین‌المللی تبدیل می‌شود و از هند و اندونزی و فیلیپین و آمریکای لاتین همه تبعیت می‌کنند.

۳. حکمرانی عمومی

دولت‌های غربی، مثل: آمریکا با استفاده از فضا‌های عمومی که وجود دارد، اعمال اراده و نفوذ می‌کنند. به این معنا که الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی مطابق با میل و خواسته این دولت‌ها عمل کنند. الگوریتم‌هایی را وضع می‌کنند که آنچه که خودشان می‌خواهد ترند شود و آنچه که خودشان می‌خواهند بیشتر در این فضا دیده شود و یا صدای مخالفین خود در موردی که قانونی است حذف نمی‌کنند ولی کاری می‌کنند که دیده نشود. این چیزی است که خیلی‌ها می‌گفتند و برای آن اسناد و حقایق زیادی وجود داشت؛ مانند shadowban در توئیتر.



طراحان اولیه شبکه جهانی اینترنت در هدف گذاری ابتدایی خود یکی از اهداف خود را چنین تعریف کردند که هیچ شخصی، دولتی، سازمانی، بنا نیست بر اینترنت مدیریت داشته باشد.

اقدامات ممکن پیش رو برای جمهوری اسلامی

ایران برای حکمرانی بین المللی فضای مجازی

با توجه به این نقشه راه و چگونگی حکمرانی غرب بر فضای بین المللی اینترنت و فضای مجازی چنانچه بخواهیم وارد این فضا شویم، راهکارها و پیشنهادات زیر مطرح است:

دربخش دیپلماسی و حکمرانی دولتی دوکاری توان انجام داد:

۱. استفاده از ظرفیت های موجود؛ یعنی سازمان های بین المللی که وجود دارند را جدی بگیریم. در نشست های بین المللی که برگزار می شود، به عنوان ناظر شرکت نکنیم بلکه رأی جمع کنیم یا ائتلاف حقوقی و سیاسی تشکیل دهیم یا از ارائه پیشنهادهای قابل اجماع عمومی، دریغ نکنیم. از جمله: باید

حق دسترسی آزادانه‌ی همه افراد بشریت به اینترنت به رسمیت شناخته شود و جزء قوانین بین‌المللی قرار بگیرد.

۲. برای اینترنت، صرفاً باید نهادهای بین‌المللی قاعده‌گذاری کنند و نباید قوانین داخلی شرکت‌ها به عنوان قوانین اینترنت که اسمش شبکه جهانی است، وضع شود و بر آن تحمیل شود. این پیشنهاد منحصر به ایران نیست حتی در سالیان اخیر در داخل اتحادیه اروپا موجی راه افتاده است که چرا یک کارمند در توییتر تشخیص بدهد فلان شخص در یک کشوری حق اظهار رای دارد.

در دیپلماسی و حکمرانی شرکتی؛

در این زمینه اگر کاری که غرب کرده بود را به خاطر بیاوریم، احتمالاً به این نتیجه می‌رسیم که مسیر مقابل ما، بسیار سخت است و شرکت‌های ما در حال حاضر شاید قدرت قابل مقایسه با قدرت و زور شرکت‌های بزرگ آمریکایی را ندارند اما در هر صورت این مسیر، مسیری است که باید وارد آن شد و همچنین قدرت را هم گسترش داد.

اینکه هیچ حکمرانی شرکتی را مد نظر قرار ندهیم قطعاً سیاست اشتباهی است. کنسرسیوم‌هایی بین شرکت‌های اسلامی تشکیل شود و به هیچ وجه هم نباید قدرت خودمان را دست کم بگیریم. چطور مسلمانان در دنیا برندی را راه انداختند به نام برند حلال، که امروزه ارزش این برند بالای چند ده میلیارد دلار تخمین زده می‌شود؟ چرا نرویم سراغ اینکه شرکت‌های ما وارد شوند و برندهایی مانند حلال در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مانند آن و امثال چنین کارهایی را انجام دهند؟.

معرفی آثار دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی

(رونمایی شده در هفته پژوهش سال ۱۴۰۱)

عنوان: وضعیت‌شناسی پژوهش‌های اسلامی بلاک چین در جهان

نویسنده: علی مهربانی

این اثر دهمین اثر از مجموعه آثار وضعیت‌شناسی و هشتمین اثر از مجموعه آثار حوزه رمزارزها و بلاک چین دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی می باشد.

نویسنده دغدغه خود از تولید اثر را این‌گونه بیان می‌کند:

پژوهش‌هایی در خصوص بلاک‌چین از منظر اسلام به زبان‌های انگلیسی و عربی صورت پذیرفته که بسیاری از آنها برای مخاطب فارس زبان ناشناخته است. اثر حاضر، مقدمه منبع‌شناختی مناسبی درباره منابع علمی تولیدشده در خصوص بلاک‌چین از منظر اسلامی است. در این اثر کوشیده‌ایم تمام کتاب‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌ها به شیوه‌ای نظام‌مند تقدیم نگاه تیزبینانه پژوهشگران این حوزه شود و نقطه آغازی برای تمام محققان و علاقه‌مندان گرامی برای پژوهش و تولید آثار فاخر علمی به زبان فارسی باشد

عناوین فصل‌ها:

- یافته‌های مربوط به مجموع پژوهش‌ها
- گزارش پژوهش‌های اسلامی
- ضمیمه اول: جدول پژوهش‌های اسلامی بلاک چین خارج از ایران
- ضمیمه دوم: جدول پژوهش‌های غیراسلامی بلاک چین خارج از ایران



عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی شبکه های اجتماعی در ایران

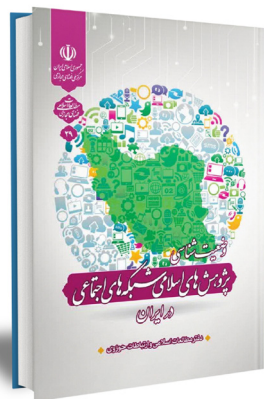
نویسندگان: مجید موحدیان - علی مهربانی - علیرضا صدوق

این کتاب، نهمین اثر از مجموعه آثار حوزه وضعیت شناسی و دومین اثر از مجموعه آثار حوزه شبکه های اجتماعی دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی می باشد.

نویسندگان دغدغه خود از تألیف این اثر را این طور بیان می کنند:
اثر حاضر، مقدمه منبع شناختی مناسبی درباره منابع علمی تولید شده در خصوص شبکه های اجتماعی از منظر اسلامی است. در این اثر کوشیده ایم که تمام کتاب ها، مقاله ها و پایان نامه ها به شیوه های نظام مند ارائه شود و نقطه آغازی برای پژوهشگران برای پژوهش و ترجمه برخی از آثار تولید شده باشد و علم به این پیشینه پژوهشی، اندیشمندان را در پی بردن به شکاف های پژوهشی قبلی یاری می کند و چراغ راه تحقیقات آینده می شود.

عناوین فصل ها:

- یافته های مربوط به مجموع پژوهش ها
- شاخص های محتوایی
- آثار پژوهشی تخصصی
- آثار پژوهشی نیمه تخصصی
- آثار پژوهشی مبتنی بر علوم اجتماعی
- جدول پژوهش های اسلامی شبکه های اجتماعی در ایران



عنوان: تجری و انقیاد در چهارچوب فقه نظام با تأکید بر مسائل فضای مجازی

نویسنده: ابوالحسن حسنی

نگارنده اثر خود را این طور معرفی می‌کند:
اثر حاضر در پی آن است تا تجری و انقیاد را افزون بر احکام فردی، در مختصات نظام، اجتماع و ساختارهای اجتماعی بررسی کند؛ البته تمرکز ویژه اثر بر لحاظ مقتضیات خرد و کلان فضای مجازی و تطبیقات در این حوزه است، اما تحقق این مقاصد به بساطت مباحث مطرح شده در اصول نیست. به همین علت، در اثر حاضر صفحات بسیاری به کندوکاو ظرفیت‌های گوناگون فقهی تجری و انقیاد در لایه‌های مختلف صورت مسئله، اقسام و اشکال و نیز ادله و مبادی تصدیقی اختصاص داده شده است تا از همه ظرفیت‌های فقهی آن در گشودن گره‌های مسئله در ابعاد فضای وسیع و متنوع مجازی بهره‌برده شود. رویکرد فقه نظام با پیش‌بینی اقدامات در برابر متجریان و منقادان، می‌تواند گام مؤثری در جهت‌گیری کاربردی مسائل فقه در خصوص نیازهای جاری جامعه و حکومت باشد.

در مقاله پیشرو پس از بررسی حکم تکلیفی تجری و انقیاد، با تبیین کیفیت تحقق تجری و انقیاد در فضای مجازی، به اقسام و اقتضات هر قسم از تجری و انقیاد اشاره و در نهایت به سیاست‌های خرد و کلان فقه در برابر افراد متجری و منقاد پرداخته خواهد شد



عنوان: الزامات قوت در فضای مجازی از دیدگاه اسلام

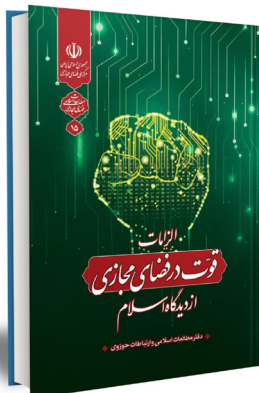
نویسندگان: ابوالحسن حسینی - رضا حاج حسینی

این کتاب، سومین اثر از مجموعه آثار حوزه حکمرانی اسلامی فضای مجازی دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی، می باشد. نویسندگان؛ اثر خود را این گونه معرفی می کنند:

فضای مجازی باتوجه به ظرفیت هایی که دارد، می تواند هم منبع تهدید باشد و هم ابزار قوت. باتوجه به نفوذ این فناوری در زندگی انسان امروز، هرکس بتواند در این فضا قوی تر ظاهر شود، در دنیای واقعی نیز قوت بیشتری خواهد داشت؛ اما این قوت چه معنایی دارد؟ چه مؤلفه های دارد؟ و با چه اسبابی به دست می آید؟ اینها پرسش هایی است که این مقاله به آنها پرداخته است و نویسندگان تلاش کرده اند با رویکردی عقلانی و حیانی به آن پاسخ دهند. موضوع قوت از نگاه عقلانی و حیانی، تغییر شخصیت هاست، نه تحمیل اراده، و باتوجه به هدفی که این رویکرد دارد، این تغییر باید با اراده و آگاهی انسان ها همراه باشد. باتوجه به ویژگی های فضای مجازی، این قوت در فضای مجازی با مجموعه ای از الزامات همراه است و اسباب ویژه خود را نیز لازم دارد

عناوین فصل ها:

- مفهوم شناسی قوت
- ماهیت قوت در فضای مجازی
- الزامات قوت اسلامی در فضای مجازی



عنوان: گزارش کتاب هشتگ اسلام

نویسنده: علی مهربانی

گزارش دهندگان کتاب هشتگ اسلام را این طور معرفی می‌کنند: هشتگ اسلام حاصل تجزیه و تحلیل روند تکامل جهان دیجیتالی مسلمانان است. هدف از این کتاب ترسیم نقشه درست از رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اینترنتی است که در برخی موارد به شکل‌گیری جنبش‌های نوپدید دینی و انتشار علوم اسلامی معاصر منجر شده است. این کتاب روند تغییرات شگرف در سبک گفت‌وگوهای دینی مسلمانان و پیشرفت‌های دیجیتالی جهت تحقق برنامه‌های معنوی، عرفانی و حقوقی آنان را بررسی می‌کند. با توجه به اینکه دکترگری بونت در این حوزه فعالیت‌های پژوهشی گسترده‌ای انجام داده است، در این مسیر پایه‌گذار روش جدیدی است که می‌تواند سنگ بنای مطالعات اسلام و اینترنت باشد؛ لذا این کتاب می‌تواند مرجعی جهت روش‌شناسی مطالعات اسلامی فضای مجازی در غرب باشد و از این رهگذر پژوهشگران مسلمان با بنیان‌های نظری متفاوت و رویکرد مطالعات میدانی و تاریخی پژوهشگران غربی حوزه مطالعات اسلامی فضای مجازی آشنا شوند.

عناوین فصل‌ها:

- چشم‌اندازهای جهان دیجیتال مسلمانان
- تغییر فضاهای دیجیتال؛ اسلام، فناوری و رسانه‌های اجتماعی
- وضعیت به روزسانی
- دستگاه فتوا؛ هدایت‌گر جهان دیجیتال مسلمانان
- جهاد دیجیتالی؛ هشتگ‌ها در میدان نبرد



عنوان: سیاست توسعه عزت در فقه مجازی

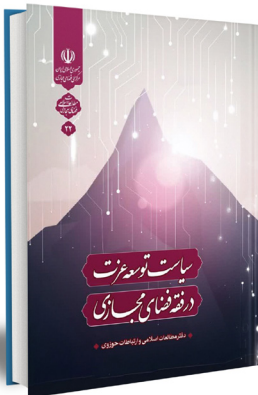
نویسندگان: ابوالحسن حسینی

این کتاب، چهارمین اثر از آثار حوزه حکمرانی اسلامی فضای مجازی و سومین اثر از آثار حوزه سیاست های کلان شرعی دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی است.

نویسنده دغدغه خود را از تألیف این اثر این گونه بیان می کند: «عزت» از مقولات بسیار اساسی در حیات انسانی است که انسان بالفطره خواهان آن است و به همین دلیل، در دین اسلام که دینی فطری است، جایگاهی اساسی دارد. مسئله این پژوهش، تبیین عزت مداری به مثابه یک سیاست کلان شرعی در حیات مؤمنانه و نشان دادن نحوه کاریست آن در فقه، با مطالعه موردی در فضای مجازی است. روش این پژوهش، تفقه در خطابات مقاصدی و مبانی کلامی فقه است. به همین دلیل، مبانی خداشناسی و انسان شناختی عزت مداری در تحلیل این سیاست از مبانی قریب به شمار می آیند. مفاد سیاست عزت مداری این است که مؤمن باید مقدمات و ابزار لازم را برای تأمین عزت فراهم آورد و با فراهم کردن آنها، عزت را به دست آورد و آن را حفظ کند؛ بلکه باید آن را توسعه و نمایش دهد

عناوین فصل ها:

- مفهوم شناسی
- عزت از منظر کلامی
- تبیین سیاست عزت مداری
- تبیین سیاست عزت مداری با
- لحاظ اقتضائات حوزه فضای مجازی
- فروع سیاست توسعه عزت



عنوان: وضعیت شناسی مطالعات اسلامی زنان و خانواده در فضای مجازی

نویسنده: فاطمه کریمی دردشتی

این اثر دوازدهمین اثر از مجموعه آثار وضعیت شناسی و دومین اثر از مجموعه آثار حوزه زنان و خانواده در فضای مجازی دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی است.

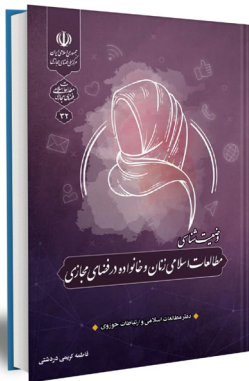
نویسنده اثر ضرورت تحقیق خود را چنین بیان می‌کند:

در سده اخیر، ارتباطات در فضای مجازی گسترش یافته است. در کشور ما نیز این گستردگی مشهود و انکارناپذیر است و روندی صعود دارد؛ به گونه‌ای که فضای مجازی، جزئی لاینفک از جامعه ما شمرده می‌شود. نکته قابل توجه، شیوه حضور زنان در فضای مجازی و انتخاب نوع فعالیت در این بستر است. فعال یا منفعل بودن، و نیز میزان اثرگذاری بر آن یا اثرپذیری از آن در سبک زندگی و ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، برای آسیب شناسی و ارائه راهبرد و راهکار، به تحقیق و پژوهش نیاز دارد. برخی از پژوهشگران باتوجه به اهمیت و ضرورت این موضوع و تغییر و تحولات پیش رو، بر آن شدند تا با رویکرد دینی به فضای مجازی و مباحث سیاسی، اجتماعی، اخلاقی، روان شناسی، حقوقی، و فقهی بپردازند.

پژوهش حاضر از دو منظر مهم می‌نماید:

۱. منبعی جامع و کامل برای پژوهشگران در حوزه زنان، خانواده و فضای مجازی است؛ زیرا تمامی مقالات، پایان نامه‌ها و کتاب‌ها بر اساس معیارهای مد نظر پژوهش ارائه شده است.

۲. خلأ و شکاف‌های پژوهشی، به ویژه ظرفیت‌های موجود در موضوعات وضعیت شناسی، سیاسی و سیاست‌گذاری، اجتماعی، اخلاقی، روان شناسی، حقوقی و فقهی شناسایی شده است.



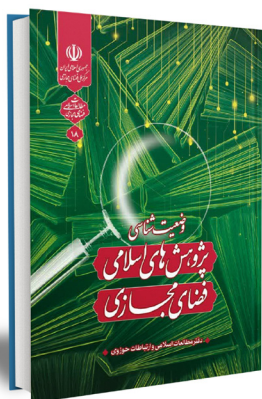
عنوان: وضعیت شناسی پژوهش های اسلامی فضای مجازی در ایران

نویسنده: علیرضا صدوق

این کتاب، پنجمین اثر از مجموعه آثار وضعیت شناسی دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی است. نویسنده، اثر و دغدغه خود از تألیف آن را چنین بیان می کند: هدف، گردآوری آثاری است که تا به حال محققان حوزوی و دانشگاهی در این حوزه به رشته تحریر درآورده اند. روشن است که تا وقتی پیشینه پژوهش های اسلامی فضای مجازی به درستی بررسی نشود، از سرعت رشد و تعمیق آثار پژوهشی جدید کاسته خواهد شد. در همین راستا، در این پژوهش، تمامی آثار مرتبط با فضای مجازی البته با رویکرد اسلامی را گرد آورده ایم و کوشیده ایم با ارائه گزارشی جامع از آن، افزون بر معاونت و همراهی پژوهشگران در پرداختن به موضوعات این حوزه، مدیران و سیاست گذاران پژوهشی را نیز در مسیر اتخاذ تصمیمات دقیق تریاری کنیم

عناوین فصل ها:

- مرور پژوهش های انجام شده در ایران
- گزارش مقالات
- گزارش پایان نامه ها
- گزارش کتاب ها
- ضمیمه ها



عنوان: وضعیت شناسی پژوهش‌های اسلامی بازی‌های رایانه‌ای

نویسندگان: علیرضا صدوق - عسگری درخشان دوست - وحید ارغوانی فلاح - مه‌دی حیدری - محمود عبداللهی - علی مهربانی

این کتاب، هفتمین اثر از مجموعه آثار وضعیت شناسی و سومین اثر از مجموعه آثار حوزه بازی‌های رایانه‌ای دفتر مطالعات اسلامی و ارتباطات حوزوی مرکز ملی فضای مجازی است.

نویسندگان اثر با اشاره به گسترش بازی‌های رایانه‌ای می‌گویند:

بازی رایانه‌ای، پدیده‌های است که افزون بر بهره‌مندی از ویژگی‌های دیگر رسانه‌های رایج زمان، ظرفیت‌های منحصر به فردی نیز دارد و از این نظر به عنوان یکی از کاراترین و توانمندترین رسانه‌ها در فرایند اثرگذاری بر مخاطبان، مورد توجه قرار گرفته است. برخورداری از ظرفیت تعامل فعال مخاطب در انجام فعالیت‌های مدنظر و در یافت پیام، در کنار ظرفیت‌های رسانه‌های صوت و تصویر قانون‌پذیری و هدف‌پذیری و کارکردپذیری بودن در قالبی سرگرم‌کننده، موجب شد تا افراد مختلف را از صنف‌های مختلف برای استفاده از این رسانه متوجه خود کند، و برنامه‌ریزان رسانه‌ای را بر آن دارد تا بسته‌ها و لوازم مورد نیاز این رسانه جدید را در سراسر دنیا فراهم آورند

نویسندگان دغدغه تألیف اثر را چنین بیان می‌کنند:

پژوهش حاضر در راستای رصد پژوهش‌های انجام‌شده در عرصه بازی‌های رایانه‌ای است و برای دسترسی آسان پژوهشگران به پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه‌های مختلف بازی‌های رایانه‌ای بر اساس مؤلفه‌های مختلف دسته‌بندی شده است. این پژوهش به درخواست «دفتر مطالعات اسلامی مرکز ملی فضای مجازی» و از سوی «مؤسسه دانش بازی‌های رایانه‌ای» انجام گرفته است

عناوین فصل ها:

- موانع و محدودیت ها
- یافته های مربوط به مجموع پژوهش های کشور ایران
- یافته های مربوط به پژوهش های اسلامی
- گزارش یافته های مربوط به پژوهش های اسلامی
- ضمیمه ها

