



زندگی در تسخیر فضای مجازی / برای سامان‌دهی، مشکل اراده داریم

معاون فرهنگی قوه قضائیه ضمن تشریح ابعاد تأثیرپذیری زندگی مردم از فضای مجازی، مشکل اصلی در مواجهه با این فضا را نه مطالعات نظری، که اراده در اجرای دانسته‌ها توصیف کرد.

معاون فرهنگی قوه قضائیه ضمن تشریح ابعاد تأثیرپذیری زندگی مردم از فضای مجازی، مشکل اصلی در مواجهه با این فضا را نه مطالعات نظری، که اراده در اجرای دانسته‌ها توصیف کرد.

به گزارش خبرنگار مهر، مرکز مطالعات فضای مجازی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی که مراحل اولیه راه‌اندازی خود را طی می‌کند، در نشست با حضور صاحب‌نظران این حوزه، مسائل فضای مجازی را به بحث و بررسی گذاشت.

خبرگزاری مهر در قالب سلسله مطالبی اهم نکات طرح شده از سوی صاحب‌نظران و کارشناسان حاضر در این نشست با موضوع «الزامات و نکات مطالعات فضای مجازی» مرور خواهد کرد.

حجت‌الاسلام هادی صادقی، معاون فرهنگی قوه قضائیه از کارشناسان حاضر در این نشست، با تأکید بر اینکه «فضای مجازی امروز تبدیل به فضای نخست گروهی از مردم جامعه شده‌است» گفت: عده‌ای که هنوز به این فضا ورود نکرده‌اند گویی در حال انقراض‌اند! این فضا زندگی مردم را به تسخیر خود درآورده و بعید نیست در آینده شاهد شرایطی باشیم که مثلاً برای حس لذت‌شنا، نیازی به رفتن به استخر نباشد و بتوانیم از پشت کامپیوتر چنین لذتی را به صورت مجازی تجربه کنیم. به همین دلیل هم مطالعه بر روی این پدیده لازم و ضروری است.

وی افزود: دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌هایی در این حوزه‌های مشغول به کار هستند اما از آنجا که فضای مجازی بسیار گسترده‌تر از مباحث معرفت‌شناسی و دین‌پژوهی است و به همین دلیل برای پرداختن صحیح به این حوزه باید مطالعات و تحقیقات بسیار دقیق و همه‌جانبه‌ای نسبت به آنچه تا به امروز اتفاق افتاده است داشته باشیم.

حجت‌الاسلام صادقی در زمینه ارائه راهکار هم گفت: مشکل اصلی ما در این زمینه نه فقط مطالعات نظری و راهبردی که به عمل درآوردن دانسته‌ها و بدیهیات است. یعنی حل بسیاری از مسائل و مشکلات امروز حتی نیاز به مطالعه و پژوهش هم ندارد، مشکل اراده داریم.

وی ادامه داد: اراده‌های سیاسی است که در فضاهای مختلف تأثیرگذار است و مشکل کشور هم بیش از هر چیز از این جنس است نه از جنس ندانستن‌ها. ما به دانسته‌های مان هم نمی‌توانیم عمل کنیم.

ظرفیت فکری موجه‌مان در فضای مجازی بسیار اندک است

دکتر محمد مهدی‌نژاد نوری، استاد دانشگاه و معاون پژوهشی اسبق وزارت علوم هم دیگر کارشناس حاضر در این نشست مشورتی بود که در سخنانی گفت: از آنجایی که ما نمی‌خواهیم پیرو جریان غالب دنیا در حوزه فضای مجازی باشیم، باید حرف‌هایی اساسی هم داشته باشیم و این حرف‌های اساسی مبتنی است بر کار علمی و تفکر. آنچه تا به امروز به عنوان ظرفیت فکری وارد این میدان کرده‌ایم، بسیار اندک است و از این منظر ورود مراکز تازه‌نفس به این حوزه مبارک است.

دکتر مهدی‌نژاد افزود: بخش خصوصی یک معادله بسیار ساده دارد و بر مبنای آن اگر انتخابی مورد قبول قرار نگیرد ورشکستگی اتفاق می‌افتد و به همین دلیل خیلی هم نیاز به امر و نهی ندارد و اگر هم مطلبی از این جنس مطرح می‌شود، صرفاً در جهت حفظ منافع خودشان است. در بخش خصوصی دیگر خبری از بودجه سالیانه نیست که اگر خرابکاری هم کردیم همچنان برقرار باشد و به همین دلیل نقش انتخاب‌های آگاهانه و درست، بسیار بسیار کلیدی است. بر همین مبنا هم برای فعالیت در بخش خصوصی حتماً باید شناخت کاملی از محیط پیرامون

داشته باشیم. برای ورود به حوزه مطالعات فضای مجازی هم به این شناخت نیاز داریم و باید با دقت به دنبال فضاهای خالی باشیم.

وی ادامه داد: ما امروز باید افراد برجسته و ای را در حوزه پژوهش‌های آینده فضای مجازی تربیت کنیم که همین‌ها در آینده نزدیک تبدیل به کارآفرینان این عرصه شوند. به خصوص که تربیت این افراد ناظر به آینده است و به محض آمادگی برای ورود رسمی به میدان، می‌توانند در جامعه موثر و کارآمد باشند.

این استاد دانشگاه در آسیب‌شناسی فعالیت‌ها فکری در حوزه فضای مجازی افزود: ضعف مهم دیگری که ما در حوزه‌های پژوهشی از این دست با آن مواجهیم این است که به محض طرح موضوعات با پسوند «مبتنی بر مبانی اسلامی»؛ دست و دلمان به لرزه می‌افتد! چراکه فهم ما از مسائل دینی و اسلامی در حد و اندازه خودمان است و لازم است برای این بخش‌ها از حضور افرادی بهره ببریم که برداشت‌ها و تفاسیرشان در این حوزه قابلیت ارجاع و اعتبار داشته باشد. مراکزی همچون پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی از این نظر ظرفیت بسیار خوبی برای پشتیبانی از این مباحث دارند که اکثریت مراکز دانشگاهی و پژوهشی به ویژه در بخش‌های دولتی از آن محروم هستند.

دکتر مهدی‌نژاد در پایان تأکید کرد: یکی از نکات مهم در بحث فضای مجازی متناسب‌سازی یافته‌ها برای عرضه در همین بستر فضای مجازی است. کتاب و مجله هرچقدر هم خوب باشد قابلیت عرضه و مصرف در فضای مجازی ندارد و غالباً کاربران این فضا به دنبال متن‌های کوتاه و آماده هستند و ما باید برای این ذائقه تولید محتوا داشته باشیم.