Islamic Sciences and culture Academy
Islam and Social Studies
EISSN: 2676-7783
PISSN: 2345-5586

Design of Social Networks as the Architecture of Civilizational Ethics: Elucidating Anthropological Foundations from the Perspective of Islamic Teachings*

Maliheh Sheikhizadeh[1] **Mohammad Ali Mobini**[2]

Level – four Seminary Student in Quranic Sciences and Teachings, Hazrat Zahra Higher Education Specialized Institute, Meybod, Iran **(Corresponding Author)**.
shikhizade59@gmail.com

Associate Professor, Department of Ethics Philosophy, Research Institute of Islamic Philosophy and Theology, Research Institute for Islamic Culture and Thought (ISCA), Qom, Iran.
mobini@isca.ac.ir

Abstract

The role of social networks in the contemporary world cannot be reduced merely to the level of a message delivery tool. In fact, through their technical architecture, algorithmic logic, and interaction mechanisms, social networks play an active role in reconfiguring human relations and shaping lifestyles. From this perspective, the study of ethics in cyberspace should not remain limited to the level of user ethics, and extending the ethical approach to the design and architecture level of platforms is a civilizational necessity. The main problem of the present research is how to provide a framework, based on Islamic teachings, for rethinking the foundations of social network design as an ethical architecture. Using a descriptive-analytical method and criticizing the instrumentalist approach in the philosophy of technology, this study defines civilization as a macro-system of human relations and, accordingly, examines the implications of platform design. The investigation

* **Cite this article:** Firozmehr, M. M. (2026). Design of Social Networks as the Architecture of Civilizational Ethics: Elucidating Anthropological Foundations from the Perspective of Islamic Teachings. *Islam and Social Studies*, *14*(2), pp. 55-82.
https://doi.org/10.22081/JISS.2026.75714.2266

▣ **Article Type:** Research Article; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy
▣ **Received:** 2025/12/31 ● **Revised:** 2026/03/04 ● **Accepted:** 2026/05/01 ●**Online Publication:** 2026/06/22

© 2026
authors retain the copyright and full publishing rights

of Islamic anthropological foundations reveals that five anthropological principles—namely, "human dignity," "the spiritual dimension of human existence," "purposefulness and perfection-seeking," "comprehensive accountability," and "divine Fitrah"—possess determining effects on the ethical design of social networks within the horizon of Islamic civilization due to their capacity to explain the fundamental and relatively comprehensive dimensions of human existence. Based on this framework, the architecture of platforms must move toward a "purifying" (Tazkiyah-oriented) design, such that it prepares the ground for the transcendence of human spiritual life within the civilizational context.

Keywords

Social Networks, Platform Design, Ethical Architecture, Civilizational Ethics, Philosophy of Technology, Anthropological Foundations, Islamic Teachings.

اسلام و مطالعات اجتماعی
EISSN: ۲۶۷۶-۷۷۸۳
PISSN: ۲۳۴۵-۵۵۸۶

طراحی شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه معماری اخلاق تمدنی: تبیین مبانی انسان‌شناختی از منظر آموزه‌های اسلامی*

ملیحه شیخی‌زاده[۱] محمدعلی مبینی[۲]

۱. طلبه سطح چهار علوم و معارف قرآنی، موسسه آموزش عالی تخصصی حضرت زهرا÷، میبد، ایران (نویسنده مسئول).
shikhizade59@gmail.com

۲. دانشیار، گروه فلسفه اخلاق، پژوهشکده فلسفه و کلام اسلامی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.
mobini@isca.ac.ir

چکیده

نقش شبکه‌های اجتماعی در جهان معاصر را نمی‌توان تنها به سطح ابزار انتقال پیام کاهش داد. در حقیقت شبکه‌های اجتماعی از طریق معماری فنی، منطق الگوریتمی و سازوکارهای تعامل، در بازتنظیم مناسبات انسانی و شکل‌دهی به سبک زندگی نقش فعال ایفا می‌کنند. از این منظر، مطالعه اخلاق در فضای مجازی نباید به سطح اخلاق کاربری محدود بماند و تسری رویکرد اخلاقی به سطح طراحی و معماری سکوها یک ضرورت تمدنی است. مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که چگونه می‌توان بر پایه آموزه‌های اسلامی، چارچوبی برای بازاندیشی مبانی طراحی شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه یک معماری اخلاقی فراهم آورد. این پژوهش با روش توصیفی ـ تحلیلی و با نقد رویکرد ابزارانگارانه در فلسفه فناوری، تمدن را به‌مثابه نظام کلان مناسبات انسانی تعریف کرده و بر این اساس، دلالت‌های طراحی سکوها را بررسی می‌کند. بررسی مبانی انسان‌شناختی اسلامی نشان می‌دهد پنج مبنای انسان‌شناختیِ «کرامت انسانی»، «ساحت روحانی وجود انسان»، «هدف‌مندی و کمال‌جویی»، «مسئولیت‌پذیری همه‌جانبه» و «فطرت الهی» به دلیل برخورداری از ظرفیت تبیین ابعاد بنیادین و نسبتا جامع از وجود انسان، دارای آثار تعیین‌کننده‌ایی درطراحی اخلاقی شبکه‌های اجتماعی در افق تمدن

* شیخی‌زاده، ملیحه؛ مبینی، محمدعلی. (۱۴۰۵). طراحی شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه معماری اخلاق تمدنی: تبیین مبانی انسان‌شناختی از منظر آموزه‌های اسلامی. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۴(۲)، صص ۵۵-۸۲.
https://doi.org/10.22081/JISS.2026.75714.2266

نوع مقاله: پژوهشی؛ **ناشر:** پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۰ ● **تاریخ اصلاح:** ۱۴۰۴/۱۲/۱۳ ● **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۵/۰۲/۱۱ ● **تاریخ انتشار آنلاین:** ۱۴۰۵/۰۴/۰۱

۱۴۰۵ © «نویسندگان دارندهٔ حق‌مؤلف مقالهٔ خود بدون محدودیت هستند»

اسلامی می‌باشد. بر مبنای این چارچوب، معماری سکوها باید به سمت طراحی «تزکیه‌گر» حرکت کند؛ به‌گونه‌ای که زمینه را برای تعالی حیات معنوی انسان در بستر تمدنی فراهم سازد.

کلیدواژه‌ها

شبکه‌های اجتماعی، طراحی سکوها، معماری اخلاقی، اخلاق تمدنی، فلسفه فناوری، مبانی انسان‌شناختی، آموزه‌های اسلامی.

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی در جهان معاصر، تنها ابزارهایی برای انتقال پیام یا تسهیل ارتباطات فردی نیستند؛ بلکه با نوع معماری، منطق الگوریتمی و سازوکارهای تعامل‌ساز خود، در شکل‌دهی به الگوهای ادراک، رفتار، ارتباط و سبک زندگی افراد نقش فعال ایفا می‌کنند؛ ازاین‌رو، فهم عملکرد این سکوها تنها در سطح رسانه یا ابزار ارتباطی کفایت نمی‌کند و باید آن‌ها را در نسبت با نظام مناسبات انسانی، جهت‌گیری‌های ارزشی و پیامدهای اخلاقی و تمدنی تحلیل کرد. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان محل وقوع کنش‌های اخلاقی، بخشی از معماری اخلاقی زیست‌جهان معاصرند؛ از همین‌رو، نوع معماری آن‌ها نمی‌تواند بیرون از مبانی اخلاقی قرار گیرد.

این واقعیت، مسئله اخلاق در شبکه‌های اجتماعی را از سطح توصیه‌های فردی فراتر می‌برد. بخش مهمی از مباحث رایج در این حوزه، اخلاق در فضای مجازی را ناظر به رفتار کاربران، آداب حضور در فضای مجازی، رعایت حریم دیگران، صداقت، پرهیز از خشونت کلامی و مسئولیت‌پذیری فردی بررسی کرده است. این سطح از بحث، هرچند ضروری است، کافی نیست؛ زیرا کاربر در خلأ کنش نمی‌کند، بلکه درون ساختارهایی قرار دارد که از پیش طراحی شده‌اند و از طریق الگوریتم‌ها، اولویت‌بندی محتوا، الگوهای تشویقی، شیوه‌های تعامل و سازوکارهای بازنمایی، بر نوع کنش، کیفیت ارتباط و حتی افق ترجیحات او اثر می‌گذارند؛ بنابراین، ضرورت دارد در طراحی شبکه‌های اجتماعی به مبانی انسان‌شناختی نهفته در معماری سکوها توجه شود.

انسان در آموزه‌های اسلامی موجودی صاحب کرامت، برخوردار از بعد روحانی، دارای اختیار و مسئولیت اخلاقی در شبکه‌ای از روابط حق‌مدار با خدا، خود، دیگران و جامعه است؛ ازاین‌رو، هر ساختار اجتماعی یا فناورانه‌ای که در بازتنظیم این روابط دخالت می‌کند، ناگزیر باید از منظر اخلاق اسلامی مورد بازاندیشی قرار گیرد. بر این مبنا، شبکه‌های اجتماعی نیز نه فقط از حیث کارکرد ارتباطی، بلکه از آن جهت که در صورت‌بندی روابط، هویت‌ها، الگوهای توجه، سبک‌های زیست و کنش اجتماعی مداخله می‌کنند، نیازمند بازاندیشی در سطح طراحی و معماری‌اند.

از سوی دیگر، تمدن تنها به معنای پیشرفت مادی یا انباشت نهادهای اجتماعی نیست، بلکه می‌توان آن را به‌مثابه نظام کلان مناسبات انسانی فهم کرد؛ نظامی که بر پایه باورها و ارزش‌ها شکل می‌گیرد، در قالب ساختارها و نظام‌ها عینیت می‌یابد و در سبک زندگی و هویت جمعی ظهور پیدا می‌کند (بابائی و جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۷، ص ۵۱؛ بابائی، ۱۳۹۹، صص ۱۵۶-۱۵۷). در این تلقی، فناوری‌های ارتباطی جدید، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، بیرون از قلمرو تمدن قرار ندارند و از زیرساخت‌های نوین تنظیم مناسبات انسانی به‌شمار می‌آیند؛ همچنین در تبیینی که از تمدن نوین اسلامی بر نسبت میان ساختارها و سبک زندگی تأکید می‌شود، ابزارها و نهادها از یک‌سو و صورت زیست اجتماعی از سوی دیگر رابطه‌ای دوسویه دارند (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳)؛ بنابراین، طراحی شبکه‌های اجتماعی باید با توجه به نقش آن‌ها در بازتولید یا بازآرایی مناسبات انسانی تحلیل شود.

در حوزه فلسفه فناوری نیز رویکردهای جدید نشان داده‌اند که فناوری را نمی‌توان ابزاری کاملاً خنثی تلقی کرد. نگاه ابزارانگارانه، پیامدهای فناوری را عمدتاً به نحوه استفاده کاربران فرو می‌کاهد (عبدالکریمی، ۱۳۸۷؛ امیدعلی و حسینی، ۱۳۹۱)؛ اما در فناوری‌های پیچیده و تعاملی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، ساختار و طراحی خود فناوری در جهت‌دهی به رفتارها و روابط انسانی سهم جدی دارد. از این منظر، شبکه‌های اجتماعی واجد بار ارزشی‌اند و نمی‌توان آن‌ها را فضایی بی‌طرف برای حضور کاربران دانست. همین نکته، امکان طرح این پرسش را فراهم می‌آورد که چه نوع مبانی انسان‌شناختی در طراحی این سکوها مفروض گرفته می‌شود و آیا می‌توان بر پایه آموزه‌های اسلامی، چارچوبی بدیل برای معماری آن‌ها عرضه کرد.

مروری بر ادبیات پژوهش نشان می‌دهد مطالعات مرتبط را می‌توان، از حیث مسئله و سطح تحلیل، در دو دسته اصلی جای داد. دسته نخست، پژوهش‌هایی است که اخلاق فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را از منظر اسلامی بررسی کرده‌اند؛ از جمله مقاله «بررسی و تحلیل اصول عام اخلاقی فضای مجازی از منظر اخلاق اسلامی» (نقدی‌پور و سبحان، ۱۴۰۱)، مقاله «واکاوی راهبردهای بازتولید گفتمان اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی دینی» (صدرزاده و نیک‌فرجام، ۱۴۰۳) و اثر پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم علیه‌السلام با عنوان «اخلاق در شبکه‌های اجتماعی»؛ وجه مشترک این آثار، تمرکز بر تبیین ارزش‌ها، اصول و

الزامات اخلاقی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و در مـواردی، بررسـی چگـونگی شکل‌گیری یا بازتولید رفتار و گفتمان اخلاقی در میان کاربران است. اهمیت این مطالعـات در آن است که مجموعه‌ای از مبانی و هنجارهای اخلاقی اسلامی را برای مواجهه با فضـای شبکه‌های اجتماعی فراهم کرده‌اند؛ بااین‌حال، سطح تحلیـل آنهـا به‌طورعمـده معطـوف بـه کاربر، رفتار و مناسبات ارتباطی اسـت و کمتـر بـه ایـن پرسـش پرداخته‌انـد کـه ایـن مبـانی اخلاقی چگونه می‌توانند در خودِ ساختار و معماری سکو، چگونگی سازمان‌دهی تعاملات، جریان اطلاعات، بـازخورد، تنظـیم روابـط و دیگـر عناصـر شـکل‌دهنده بـه تجربـه کـاربر، بازتاب یابند.

دسته دوم، پژوهش‌هایی است که به تبیین مفاهیم و آموزه‌های اسـلامی از منظـر تمـدنی پرداخته‌اند؛ مانند مقاله «واکاوی فهم تمدنی از زندگی اخلاقی در قرآن» (آبیـار، ۱۴۰۰)، مقالـه «نگـرش تمـدنی بـه حکمـت در اخـلاق سیاسـی» (سـیدباقری و مهاجرنیـا، ۱۴۰۱) و برخـی آثـار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی در حوزه تفسیر تمدنی قرآن؛ ایـن مطالعـات بـا عبـور از نگاه صرفاً فردی و توصیه‌ای، مفاهیم اخلاقی و دینی را در سطح کلان‌ترِ مناسبات اجتماعی و تمدنی تحلیل کرده و ظرفیت آنها را بـرای شـکل‌دهی بـه نظـم و روابـط اجتمـاعی نشـان داده‌اند. مسئله غالب این آثار، تبیین مفهومی و تمدنی آموزه‌های اسلامی است.

ازاین‌رو، اگرچه دسته نخست به «اخلاق در شبکه‌های اجتماعی» و دسته دوم به «اخـلاق و مفاهیم اسلامی در افق تمدنی» پرداخته‌اند، پیوند نظری میان این دو سطح یعنی چگـونگی اثرگذاری مبانی انسان‌شناختی و اخلاقی اسلام بـر سـاختار و معمـاری شـبکه‌های اجتمـاعی همچنان کمتر به‌صورت مستقل و منسجم تبیین شده است. بر ایـن اسـاس، پـژوهش حاضـر درصدد است چارچوبی نظری بـرای صـورت‌بندی مبـانی انسان‌شـناختی اسـلام، اقتضـائات اخلاقی و مؤلفه‌های معماری سکو در افق تمدن اسلامی فراهم آورد.

۱. مفهوم‌شناسی و چارچوب نظری

پـژوهش حاضـر در راسـتای تحلیـل طراحـی شـبکه‌های اجتمـاعی از منظـر اخـلاق تمـدنی اسلامی، نیازمند صورت‌بندی دقیق چارچوب نظـری خـویش اسـت. مقصـود از «مبـانی» در این مقاله، پیش‌فرض‌های بنیادینی است کـه یـک نظـام فکـری یـا عملـی بـر آن‌هـا اسـتوار

می‌شود. واژه مبنا، چنان‌که در کاربرد لغوی نیز آمده، ناظر به بنیاد و پایه‌ای است که امر دیگر بر آن بنا می‌شود؛ چنان‌که در منابع لغوی عربی و فارسی، این واژه با معنای بنا، بنیاد و اساس پیوند یافته است (فراهیدی، ۱۴۱۰ق، ج۸، ص ۳۸۲؛ دهخدا، ۱۳۵۹، ج۱۳، ص ۲۰۱۱۹). براین‌اساس، منظور از مبانی اخلاقی در این پژوهش، پیش‌فرض‌های بنیادینِ انسان‌شناختی‌ای است که در جهت فهم و بازاندیشی معماری شبکه‌های اجتماعی از منظر آموزه‌های اسلامی به کار می‌روند.

۱-۱. مفهوم‌شناسی

۱-۱-۱. اخلاق

«اخلاق» در لغت، جمع «خُلْق» یا «خُلُق» و ناظر به سرشت، سجیه و منش درونی انسان است. لغت‌شناسان میان «خُلق» و «خَلق» نسبت برقرار کرده‌اند؛ بدین معنا که «خَلق» به صورت ظاهری و جسمانی انسان و «خُلق» به ساحت باطنی و معنوی او اشاره دارد (زبیدی، ۱۴۱۴ق، ج۶، ص ۳۳۷؛ ابن‌منظور، ۱۴۱۷ق، ج۴، ص ۱۹۴؛ جوهری، ۱۴۰۷ق، ج۴، ص ۱۴۷۱).

اخلاق در این مقاله به معنای ملکات فردی یا توصیه‌های رفتاری شخصی به کاربران شبکه‌های اجتماعی نیست. اخلاق کاربری، به رفتار فرد درون شبکه اجتماعی توجه دارد؛ اما اخلاق طراحی، مبانی ارزشی و انسان‌شناختی نهفته در معماری سکوها را مدنظر قرار می‌دهد و به مجموعه‌ای از اصول اخلاقی مانند: فطرت‌محوری، کرامت‌محوری، کمال‌جویی ... در معماری شبکه‌های اجتماعی اطلاق می‌شود که می‌تواند در سامان‌دهی روابط انسانی، نهادها، ساختارهای اجتماعی و حتی طراحی فناوری‌ها نقش‌آفرینی کند.

۱-۱-۲. شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، در تعریف رایج، خدماتی مبتنی بر وب و اینترنت‌اند که به کاربران امکان می‌دهند برای خود نمایه‌ای عمومی یا نیمه‌عمومی ایجاد کنند، با دیگران ارتباط برقرار سازند، شبکه‌ای از پیوندها تشکیل دهند و محتواهای گوناگون را تولید، بازنشر و مبادله کنند (Boyd & Ellison, 2007, pp. 210–230). برخی پژوهشگران نیز شبکه‌های اجتماعی را نوعی خدمات برخط دانسته‌اند که کاربران از طریق آن‌ها قادرند انواع متنوعی

از محتوا را خلق و با دیگران به اشتراک بگذارند (Bolton et al., 2013, pp. 245–267).

در این مقاله، شبکه اجتماعی تنها بستری برای ارتباط کاربران تلقی نمی‌شود؛ بلکه به‌مثابه سکویی طراحی‌شده فهم می‌شود که از طریق معماری فنی، سیاست‌های داده‌ای، منطق الگوریتمی و سازوکارهای تعامل، الگوهای خاصی از کنش اجتماعی را امکان‌پذیر یا تقویت می‌کند. این تلقی با محور مقاله ـ یعنی طراحی شبکه‌های اجتماعی ـ هماهنگ است.

۱-۱-۳. تمدن

مفهوم تمدن در کاربردهای لغوی و تاریخی خود با مدنیت، حضارت، نظم اجتماعی و سبک زندگی پیوند دارد. برخی پژوهشگران ریشه «تمدن» را از ماده «م د ن» به معنای شهر دانسته‌اند و برخی دیگر «مدینه» را برگرفته از ریشه «د ی ن» دانسته‌اند که در آن معنای فرمان‌پذیری و سامان اجتماعی نهفته است (ابن‌منظور، ۱۴۱۷ق، ج۱۳، ص ۴۰۲؛ ابن‌فارس، ۱۴۰۴ق، صص ۳۴۲ و ۹۰۸). در زبان عربی نیز واژه تمدن با مفهوم «حضارت» نسبت دارد؛ مفهومی که در برابر «بداوت» قرار می‌گیرد و به شهرنشینی و استقرار اجتماعی اشاره دارد (ابن‌فارس، ۱۴۰۴ق، صص ۷۵ و ۲۳۵). ابن‌خلدون نیز با به‌کارگیری تعبیرهای «عمران بدوی» و «عمران حضری»، تمدن را در نسبت با صورت‌های مختلف عمران و زیست جمعی تحلیل می‌کند (ابن‌خلدون، ۱۳۵۲، ج۱، ص ۵۳، ۱۴۹ و ۵۰۹).

در زبان‌های اروپایی معادل‌هایی مانند civilization و civilisation از ریشه لاتینی civilis گرفته شده‌اند و با شهرنشینی، آیین شهری و سازمان‌یافتگی زندگی جمعی پیوند دارند. در این تلقی، تمدن مجموعه‌ای از نهادها و روابط است که صورت منظم‌تری از زندگی اجتماعی را پدید می‌آورد (دورانت، ۱۳۶۵، ص ۲۵۶). در فرهنگ فارسی نیز تمدن به شهرنشین شدن، خوگرفتن به آداب و اخلاق شهری و همکاری افراد جامعه در امور اجتماعی، اقتصادی، دینی و سیاسی معنا شده است (معین، ۱۳۴۲، ص ۱۱۳۹).

بااین‌حال، در این پژوهش، تمدن صرفاً در معنای لغوی یا تاریخی آن مورد نظر نیست؛ بلکه به‌مثابه «نظام کلان مناسبات انسانی» فهم می‌شود؛ تعریفی که در ادامه مبنای چارچوب نظری مقاله قرار می‌گیرد.

۲-۱. چارچوب نظری

۱-۲-۱. تمدن به‌مثابه نظام کلان مناسبات انسانی

در ادبیات تمدنی، می‌توان چند رویکرد را بازشناخت. رویکرد «مدنی‌انگار» تمدن را در نسبت با مدنیت و سبک زندگی فهم می‌کند (سپهری، ۱۳۸۵، صص ۲۳-۲۴؛ مبلغی، ۱۴۰۴، صص ۲۴۷-۲۴۸). رویکرد «نظام‌انگار» تمدن را نظامی ساختارمند می‌داند که دارای نهادها و ساختارهای اجتماعی خاص است (بابائی و جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۷، ص ۵۱). رویکرد «انسانی‌انگار» نیز تمدن را در نسبت با رشد و تعالی انسان تحلیل می‌کند (پورامین، ۱۳۸۹، ص ۵۷؛ مالک بن نبی، ۱۴۲۳ق، ص ۵۰).

در تبیین تمدن بر اساس نسبت میان «ساختارها و ابزارها» از یک سو و «سبک زندگی» از سوی دیگر، تمدن از ترکیب دو بعد اساسی بازتعریف می‌شود: بعد ابزاری (برنامه‌ها، ساختارها، نهادها و زیرساخت‌ها) و بعد زیسته که در سبک زندگی ظهور می‌یابد (خامنه‌ای، ۱۳۹۱). براین‌اساس، میان زیرساخت‌ها و سبک زندگی رابطه‌ای دوسویه برقرار است.

در امتداد این رویکرد، تمدن کلان‌ترین نظام مناسبات انسانی تلقی می‌شود که همه ساحات اجتماعی را متأثر می‌کند (بابائی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۶). باورها و ارزش‌ها ارکان اصلی تمدن‌اند و نظامات اجتماعی بدنه‌ای هستند که سبک زندگی و هویت تمدنی از طریق آن شکل می‌گیرد (بابائی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۷).

بر این مبنا، شبکه‌های اجتماعی را باید یکی از صورت‌های نوین سازمان‌دهی مناسبات انسانی دانست؛ زیرا از طریق معماری ارتباطی، قواعد دیده‌شدن و سازوکارهای تعامل، در شکل‌دهی روابط انسانی و سبک زندگی نقش دارند؛ بنابراین، طراحی شبکه‌های اجتماعی صرفاً مسئله‌ای فنی یا رسانه‌ای نیست، بلکه مسئله‌ای تمدنی و اخلاقی است.

۱-۲-۱. فلسفه فناوری

فلسفه فناوری تأملی درباره ماهیت، حقیقت و نسبت فناوری با انسان و جامعه است (عبدالکریمی، ۱۳۸۷، صص ۷۸-۸۸). در این حوزه، چهار رویکرد عمده مطرح شده است: ابزارانگاری، جبرگرایی، ذات‌انگاری و ارزش‌انگاری (امیدعلی و حسینی، ۱۳۹۱، صص ۲۵-۳۷).

بر اساس دیدگاه ابزارانگاری، فناوری ابزاری خنثی است و به خودی خود واجد جهت‌گیری اخلاقی، فرهنگی یا اجتماعی نیست. در این تلقی، فناوری اهداف انسان را تغییر نمی‌دهد و پیامدهای مثبت یا منفی آن تابع نحوه استفاده کاربران است؛ بنابراین، ارزش‌ها و هنجارها نه به خود فناوری، بلکه به بهره‌برداران آن نسبت داده می‌شود (خوشنویس، ۱۳۸۷، ص ۶). این نگاه در تحلیل شبکه‌های اجتماعی ناکارامد است. کاربر در شبکه اجتماعی در خلأ تصمیم نمی‌گیرد؛ بلکه درون محیطی طراحی‌شده قرار دارد که گزینه‌ها، پاداش‌ها، محدودیت‌ها، محرک‌ها و مسیرهای رفتاری خاصی را پیش روی او می‌گذارد. سازوکارهایی مانند پسندیدن، بازنشر، دنبال‌کردن، اعلان‌های لحظه‌ای، الگوریتم‌های اولویت‌دهی محتوا، نظام توصیه‌گر، طراحی خوراک محتوا و پاداش‌دهی به ماندگاری کاربر نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی منفعل نیستند. آن‌ها رفتار را فقط ممکن نمی‌کنند؛ بلکه آن را شکل می‌دهند، تقویت می‌کنند و گاه به سمت خاصی می‌رانند.

رویکرد دوم، جبرگرایی فناورانه است. در این دیدگاه، فناوری واجد هویتی مستقل فرض می‌شود که با منطق درونی خود گسترش می‌یابد و جامعه را به‌صورت قهری تحت تأثیر قرار می‌دهد (مهدی‌زاده و توکل، ۱۳۸۶). در برخی تقریرهای این رویکرد، فناوری را دارای هویتی مستقل و مؤثر در تغییرات اجتماعی می‌دانند (عاملی، ۱۳۹۶، ص ۴۹).

رویکرد سوم، ذات‌انگاری است. در این نگاه، فناوری دارای نوعی نیروی فرهنگی و بار ارزشی مستقل تلقی می‌شود. به‌عبارتی از نظر این رویکرد فناوری پدیده‌ای است که با اقتضائات خاص خود، نظام فرهنگی و اجتماعی جدیدی پدید می‌آورد. در برخی تقریرهای این دیدگاه، فناوری واجد جهت‌گیری خاصی دانسته می‌شود که می‌تواند بر جامعه و حتی بر انسان سیطره یابد (عاملی، ۱۳۹۶، ص ۵۰). اهمیت این رویکرد در آن است که به غیرخنثی‌بودن فناوری توجه می‌دهد و نشان می‌دهد ابزارهای فنی می‌توانند حامل جهت‌گیری فرهنگی و اجتماعی باشند. بااین‌حال، اگر ذات‌انگاری به صورت سخت‌گیرانه فهم شود، ممکن است به این نتیجه برسد که فناوری‌ها اقتضائاتی ثابت و تغییرناپذیر دارند و امکان بازطراحی اخلاقی و فرهنگی آن‌ها محدود است.

رویکرد چهارم، ارزش‌انگاری است. این رویکرد از یک سو، خنثی‌بودن فناوری را

نمی‌پذیرد و از سوی دیگر، آن را امری جبری و تغییرناپذیر نمی‌داند. بر اساس این دیدگاه، فناوری و نحوه بهره‌برداری از آن در نسبت با انسان، جامعه، ارزش‌ها و شرایط تاریخی شکل می‌گیرد. انسان در ساخت و تحول فناوری نقش دارد، هرچند در این مسیر با محدودیت‌های فنی، مادی و ساختاری نیز روبه‌روست؛ بنابراین، در چارچوب محدودیت‌های موجود، این انسان و نظام ارزشی اوست که تعیین می‌کند فناوری چه طرح، چه کارکرد و چه جهت‌گیری‌ای داشته باشد (شریف‌زاده و مقدم‌حیدری، ۱۳۹۴، ص ۳۱). از این منظر، فناوری نباید مستقل از اقتضائات فرهنگی و اخلاقی جامعه عرضه شود؛ بلکه باید در نسبت با نیازها، ارزش‌ها و غایات انسانی طراحی و تنظیم گردد. این رویکرد، نسبت به رویکردهای دیگر مترقی‌تر بوده و انسان را کمتر دچار انفعال می‌کند.

بررسی رویکردهای گوناگون در فلسفه فناوری مشخص می‌سازد، نظریه پردازان فلسفه فناوری عوامل مؤثر بر نحوه بکارگیری فناوری را به صورت کامل در نظر نگرفته‌اند. عوامل متعددی در فرهنگ آفرینی توسط یک فناوری تأثیر دارد. در حوزه فناوری رسانه عواملی مانند مدیریت و کنترل فناوری، ساختار فناوری، فرایند و نحوه توزیع فناوری، قوانین و مقررات استفاده از فناوری و کاربر در ایجاد فرهنگ توسط فناوری دخالت دارد (کهوند، ۱۳۹۸). براین‌اساس، شبکه‌های اجتماعی محصول تصمیم‌های طراحی، اهداف اقتصادی، سیاست‌های حاکم بر سکوها، الگوهای حکمرانی، فرهنگ کاربران و نظام‌های ارزشی پشتیبان‌اند؛ بنابراین، اگر طراحی موجود شبکه‌های اجتماعی حامل نوعی ارزش‌گذاری درباره انسان است، پرسش از مبانی اخلاقی ناظر به طراحی آن‌ها پرسشی موجه و ضروری خواهد بود.

از همین‌جا پیوند فلسفه فناوری با مسئله اخلاق تمدنی آشکار می‌شود. اگر فناوری‌ها، از جمله شبکه‌های اجتماعی، در نسبت با ارزش‌ها و اهداف سازندگان و سیاست‌گذاران خود شکل می‌گیرند، باید پرسید طراحی آن‌ها بر اساس چه مبنای انسان‌شناختی، اخلاقی و چه غایتی سامان یافته است.

۳-۲-۱. شبکه‌های اجتماعی به مثابه معماری اخلاقی تمدنی

بر پایه مباحث پیشین، می‌توان طراحی شبکه‌های اجتماعی را به‌مثابه نوعی معماری

اخلاقی تمدنی فهم کرد. این تعبیر از دو جهت اهمیت دارد. نخست، از جهت «معماری اخلاقی»؛ زیرا شبکه اجتماعی محیطی طراحی‌شده است تا برخی رفتارها را آسان‌تر، برخی را دشوارتر، برخی را پاداش‌پذیرتر و برخی را نامرئی‌تر می‌کند. دوم، از جهت «تمدنی»؛ زیرا این معماری در مقیاس گسترده بر مناسبات انسانی، سبک زندگی، هویت‌یابی، مصرف فرهنگی، توجه جمعی و صورت‌بندی روابط اجتماعی اثر می‌گذارد.

شبکه‌های اجتماعی از روش ساختارها و سازوکارهای فنی خود، کیفیت ارتباط، نحوه دیده‌شدن، الگوی کنش متقابل، منطق تولید و مصرف محتوا و حتی صورت‌بندی برخی ترجیحات انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. تصمیم‌هایی مانند: طراحی الگوریتم‌ها، قواعد نمایش محتوا، نظام پاداش‌دهی، امکان پسندیدن، بازنشر، دنبال‌کردن، محدود یا گسترده‌کردن دسترسی، نحوه بازنمایی هویت و روش رتبه‌بندی محتوا، نوعی پاسخ ضمنی به این پرسش است که چه چیزی باید دیده شود، چه رفتاری باید تقویت شود، چه نوع ارتباطی ارزشمند تلقی شود و کاربر در چه جایگاهی فهم شود.

براین‌اساس، طراحان و ارائه‌دهندگان خدمات شبکه‌های اجتماعی، آگاهانه یا ناآگاهانه، بر پایه نوعی فلسفه اخلاقی، نظام ترجیحات و انسان‌شناسی ضمنی دست به طراحی می‌زنند. ساختار هر سکو می‌تواند نوع خاصی از محتوا، روش خاصی از ارتباط، الگوی خاصی از کنش و حتی سبک خاصی از حضور اجتماعی را تقویت کند. تفاوت میان سکوها نیز از همین‌جا ناشی می‌شود: برخی سکوها بیش از همه برای سرگرمی و مصرف سریع محتوا مناسب‌اند، برخی برای کنش جمعی و بسیج اجتماعی، برخی برای بازنمایی سبک زندگی و نمایش هویت، و برخی برای گفت‌وگو، آموزش یا شبکه‌سازی تخصصی؛ این تفاوت‌ها تصادفی نیست؛ بلکه به معماری سکوها، منطق اقتصادی، سیاست‌های نمایش محتوا و نظام پاداش‌دهی آن بازمی‌گردد.

از سوی دیگر، اگر تمدن را نظام کلان مناسبات انسانی بدانیم، شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان بیرون از مسئله تمدن قرار داد. تمدن، نظامی پویا، تحول‌پذیر و قابل تسری است که الگوهای زیستی و مناسبات انسانی را در مقیاس گسترده شکل می‌دهد. کارکرد تمدن نیز ایجاد ارتباطی انسانی و عادلانه میان انسان‌ها برای شکل‌گیری تمدنی معقول، انسانی و اخلاقی است (بابائی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۸). بر این مبنا، هر ساختاری که در مقیاس وسیع بر روابط

انسانی اثر بگذارد، در قلمرو تحلیل تمدنی قرار می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی امروز دقیقاً چنین جایگاهی دارند. آن‌ها بخش مهمی از تعاملات روزمره، هویت‌یابی اجتماعی، مواجهه با اطلاعات، شکل‌گیری افکار عمومی، مصرف فرهنگی و تجربه زیسته انسان معاصر را سامان می‌دهند.

تمدن دارای دو غایت سلبی و ایجابی مقاومت در برابر آشوب‌ها، کاستی‌ها و بحران‌های کلان اجتماعی و تأمین نیازهای کلان مادی و معنوی جامعه معرفی می‌شود. تمدن زمانی حقیقتاً تمدن خواهد بود که صورت‌بندی مناسبات انسانی در خدمت رفع کاستی‌های کلان و تأمین نیازهای مادی و معنوی انسان قرار گیرد (بابائی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۹). این تحلیل، دلالتی مستقیم در نقش تأثیرگذار طراحی شبکه‌های اجتماعی در معماری اخلاقی تمدنی دارد. اگر این سکوها به‌گونه‌ای طراحی شوند که روابط انسانی را سطحی، مصرف‌زده، خودنمایانه، تحریک‌پذیر، قطبی‌شده یا وابسته به دیده‌شدن دائمی کنند، آن‌گاه نه‌تنها به تحقق کارکرد تمدنی کمک نمی‌کنند، بلکه بخشی از بحران مناسبات انسانی می‌شوند. در مقابل، اگر طراحی آن‌ها در خدمت کرامت انسانی، رشد معرفتی و ارتقای سبک زندگی باشد، می‌توانند در جهت کارکردهای ایجابی تمدن قرار گیرند.

از این منظر، شبکه‌های اجتماعی واجد حیثیت اخلاقی‌اند، زیرا طراحی آن‌ها در شکل‌گیری رفتارها و روابط انسانی دخالت دارد؛ و واجد حیثیت تمدنی‌اند، زیرا این دخالت در مقیاس گسترده و در سطح سبک زندگی، هویت جمعی و مناسبات اجتماعی رخ می‌دهد؛ بنابراین، مسئله اصلی این است که معماری سکوها چه نوع انسان و جامعه‌ای را مفروض می‌گیرد و چه نوع رابطه‌ای را تقویت می‌کند.

بر پایه ترکیب دو مبنای نظری پیش‌گفته، یعنی «تمدن به‌مثابه نظام کلان مناسبات انسانی» و «فناوری به‌مثابه پدیده‌ای ساختارمند و با قابلیت طراحی»، می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی نوعی معماری اخلاقی تمدنی‌اند. آن‌ها معماری‌اند، زیرا از طریق ساختارها، قواعد و سازوکارهای فنی محیط کنش را شکل می‌دهند؛ اخلاقی‌اند، زیرا در ترجیح‌دادن برخی رفتارها، روابط و ارزش‌ها نقش دارند؛ و تمدنی‌اند، زیرا در مقیاس گسترده مناسبات انسانی، سبک زندگی، هویت و فرهنگ عمومی را بازتنظیم می‌کنند.

براین‌اساس، بی‌توجهی به مبانی اخلاقی در طراحی شبکه‌های اجتماعی، در عمل به

معنای واگذاری یکی از مهم‌ترین میدان‌های شکل‌دهی به مناسبات انسانی به ارزش‌هایی است که ممکن است سنجیده و سازگار با کرامت و تعالی انسان نباشند؛ ازاین‌رو، مبانی انسان‌شناختی در آموزه‌های اسلامی می‌توانند مبنای بازاندیشی معماری این سکوها قرار گیرند.

۲. کرامت انسانی، مبنای حرمت ذاتی و اکتسابی

کرامت انسانی به حرمت و ارزش ذاتی همه انسان‌ها اشاره دارد که ریشه در خلقت ویژه انسان توسط خداوند دارد. قرآن کریم در آیه «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ» (اسراء، ۷۰) بر این کرامت تکوینی تأکید می‌کند. این آیه نشان می‌دهد کرامت انسانی، موهبتی الهی و ذاتی همه انسان‌هاست. در اندیشه اسلامی، کرامت انسانی دارای دو ساحت است؛

الف) کرامت ذاتی و تکوینی: این کرامت، ریشه در «خلافت الهی» انسان دارد. قرآن می‌فرماید: «إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً» (بقره، ۳۰). انسان به عنوان «خلیفةالله»، نماینده و جانشین خداوند بر روی زمین است. خلافت الهی به این معناست که انسان می‌تواند افعالی انجام دهد که صفات و افعال الهی در آن تجلی کند؛ از این رو، جایگاه انسان در هستی، جایگاهی است که هیچ موجود دیگری از آن برخوردار نیست (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ج۳، ص۵۳)؛ همچنین انسان از «فطرت الهی» برخوردار است: «فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا» (روم، ۳۰). این فطرت، انسان را به سوی خدا و کمالات الهی سوق می‌دهد و زمینه‌ساز کرامت اکتسابی است.

این کرامتِ ذاتی، همگانی، غیرقابل سلب و ثابت است. هیچ انسانی نمی‌تواند کرامت ذاتیِ خود یا دیگری را از دست بدهد یا سلب کند. بر این اساس، هرگونه طراحی شبکه‌های اجتماعی که بر پایه «ارزش‌گذاریِ تبعیض‌آمیز» مانند الگوریتم‌های امتیازدهی به کاربران بر اساس میزان تعامل یا کالاانگاری از انسان در کاهش حرمت کاربر به داده و ترافیک استوار باشد، در تعارض با اصل کرامت ذاتی قرار می‌گیرد.

ب) کرامت اکتسابی: افزون بر کرامت ذاتی، اسلام برای انسان «کرامت اکتسابی» نیز قائل است؛ کرامتی که انسان با ایمان، تقوا، علم و عمل صالح به دست می‌آورد. قرآن می‌فرماید: «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ» (حجرات، ۱۳) این کرامتِ اکتسابی، متغیّر و دارای

مراتب است و به عنوان مبنای ارزش‌گذاریِ حقیقی انسان‌ها در نظام تشریع خداوند عمل می‌کند.

از منظر «اخلاق تمدنی» طراحی شبکه‌های اجتماعی نه تنها باید به کرامت ذاتی کاربران احترام بگذارد، بلکه زمینه تحقق کرامت اکتسابی را نیز فراهم سازد. به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی باید به گونه‌ای طراحی شوند که کاربران را به سوی تقوا، علم‌آموزی، صداقت و نیکوکاری سوق دهند و از هرگونه الگوریتمی که کاربران را به سوی رذایل و تضعیف کرامت اکتسابی سوق می‌دهد مانند تشویق به دروغ، نمایش‌گری، شایعه‌پراکنی و خشونت پرهیز کنند. بر این اساس، طراحی شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها باید به آسیب‌زدایی از کرامت کاربران بسنده کند بلکه باید زمینه‌سازی برای شکوفایی کرامت اکتسابی و تقویت کرامت از طریق فرصت‌های تعالی را نیز در دستور کار قرار دهد.

به بیان دیگر توجه به کرامت انسانی به‌عنوان یکی از مبانی اخلاقی ضرورتی تمدنی برای جلوگیری از تحریف مناسبات انسانی در زمان کنونی به شمار می‌رود. طراحی شبکه‌های اجتماعی بر مبنای اخلاق تمدنی، شبکه‌های اجتماعی را از تهدیدی برای تمدن اسلامی به رکنی از ارکان تحقق و شکوفایی آن تبدیل خواهد کرد.

۳. ساحت روحانی وجود انسان؛ مبنای غایت معنوی حیات

قرآن کریم تصویری عمیق و چندلایه از انسان ارائه می‌دهد که در آن، حقیقت آدمی منحصر به کالبد مادی او نیست. خداوند در آیات متعدد، فرایند آفرینش انسان را در دو مرحله اساسی تکوین مادی و مرحله نفخ روح الهی بیان می‌کند. آیه «ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ» به روشنی نشان می‌دهد وجود انسان، حاصل پیوند دو ساحت متفاوت ساختار مادی جسم و روح الهی می‌باشد. خداوند پس از آفرینش آدم، فرشتگان را به سجده در برابر او امر کرد (بقره، ۳۴)؛ سجده‌ای که به سبب روح الهی و شأن خلیفه‌اللهی انسان بود؛ ازاین‌رو، اصالت با روح است و بدن، ابزار و ظرفی برای تحقق اهداف روحانی و الهی انسان در این جهان مادی به شمار می‌رود.

بر اساس این مبنا هدف نهایی زندگی انسان‌ها قرب الهی و رسیدن به سعادت ابدی است (مصباح یزدی، ۱۳۸۴، صص ۴۱-۴۴). این مبنا، شاخص‌های موفقیت و پیشرفت تمدنی را از

انحصار رشد اقتصادی و فناورانه خارج می‌کند و شاخص‌های معنوی و اخلاقی را در اولویت قرار می‌دهد.

بر این اساس، هر ساختاری که انسان را تنها در سطح لذت، تحریک، سرگرمی یا واکنش آنی سازمان دهد، تصویری ناقص و کاهش‌یافته از او ارائه کرده است و هر معماری که توجه انسان را پراکنده، تحریک‌شده و وابسته به پاداش‌های بیرونی نگه دارد، امکان تذکر، خودآگاهی و رشد معنوی او را تضعیف می‌کند. شبکه‌های اجتماعی فعلی با استفاده از اصول روانشناسی رفتاری مانند مکانیسم‌های متغیر پاداش، جستجوی بی‌پایان، پیام‌های مهندسی‌شده، بعد روحانی کاربر را نادیده گرفته و زمینه رشد و تکامل آن را فراهم نمی‌سازد.

ازاین‌رو طراحی اخلاقی باید ابزارهای خودتنظیمی، هشدارهای آگاهانه و اولویت‌دادن به تعاملات هدف‌مند به جای تعاملات سطحی و پرشمار را فراهم سازد. به‌عبارتی شبکه اجتماعی تراز تمدن اسلامی باید تزکیه‌گر باشد.

۴. هدف‌مندی و کمال‌جویی انسان؛ مبنای کنشگریِ هدف‌مند

بر اساس مبانی انسان‌شناختی برگرفته از اندیشهٔ اسلامی، انسان موجودی ذاتاً هدف‌مند است و همهٔ افعال اختیاری خود را در جهت تحقق اهدافی مشخص سامان می‌دهد (مصباح یزدی، ۱۳۹۱«الف»، ج۱، ص ۲۸). حتی رفتارهایی که در ظاهر بی‌هدف به نظر می‌رسند، از مقاصدی مانند «سرگرمی» خالی نیستند؛ ازاین‌رو، تفاوت اصلی میان انسان‌ها در اصل هدف‌مندی نیست، بلکه در گزینش نوع اهداف و مراتب آن‌هاست (مصباح یزدی، ۱۳۸۰، ج۱، صص ۵۰-۵۱).

از منظر یادشده، انسان همواره در جستجوی کمال است؛ هرچند انسان‌ها در تشخیص مصادیق کمال با یکدیگر اختلاف دارند و گاه ممکن است امری را که ضد کمال است، به غلط کمال بپندارند (مصباح یزدی، ۱۳۹۱ «ب»، ص ۳۳۳). این کمال‌جویی نامتناهی و سیری‌ناپذیر است (شاه‌آبادی، ۱۳۶۰، صص ۳۵-۳۷ و ۴۸-۵۵؛ مصباح یزدی، ۱۳۷۰، ص ۱۶۴). بر این اساس، هدف و کمال نهایی انسان، قرب به خداوند متعال معرفی شده است (مصباح یزدی، ۱۳۸۴، صص ۴۱-۴۴). در آیات و روایات نیز با تعبیرهای گوناگون به این حقیقت اشاره شده است (واقعه، ۱۰-۱۱؛ الصحیفة السجادیة، مناجاة المُریدین).

طراحی فعلی شبکه‌های اجتماعی با معماری جستجوهای بی‌پایان، اعلان‌های مهندسی‌شده و الگوریتم‌های پیش‌بینی‌کننده، کاربر را به موجودی واکنش‌محور و منفعل بدل می‌سازد. معماری اخلاقیِ مبتنی بر هدف‌مندی باید کاربر را به کنشگری هدف‌مند بدل سازد.

از طرفی، بخش بزرگی از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر هدف‌مندی کاربر، از طریق اهداف پنهان معماری سکوها مانند بیشینه‌سازی زمان ماندگاری، انباشت تأیید اجتماعی، وابستگی به پاداش متغیر اعمال می‌شود. طراحی مبتنی بر پذیرش کمال‌جویی انسان باید شفافیت هدف‌گذاری را نهادینه کند. کاربر بداند هر ویژگی مانند ابراز علاقه، بازنشر و الگوریتم توصیه‌گر به طور ضمنی چه غایتی را دنبال می‌کند و این غایت با کمال نهایی او چه نسبتی دارد. این آگاهی شرط لازم برای مقاومت در برابر دستکاری هدف‌گذاری کاربران است.

همچنین طراحی شبکه اجتماعی نباید اهداف کاذب و جذاب را به جای کمال حقیقی در کاربران خود نهادینه کند، بدین صورت که مکانیسم‌های پاداش‌دهی، جلب توجه و پیام‌های مهندسی‌شده، موجب شود کاربر اموری مانند شهرت زودگذر، لذت آنی یا خشونت قبیله‌ای را کمال بپندارد.

کمال‌جویی نامتناهی انسان‌ها در درون نظامات انسانی معنا و نمود تمدنی می‌یابد. طراحی شبکه اجتماعی باید کنشگری کاربر را در افق تمدنی به کمال پیوند دهد. این بدین معناست که سکو باید امکان مواجهه با الگوهای زیسته‌ی کمال‌آفرین مانند تجارب معنوی جمعی، مشارکت در امور خیر، همبستگی اجتماعی را فراهم آورد و شاخص‌هایی مانند همکاری در حل مسئله جمعی، یادگیری بین‌نسلی و تقویت همدلی را در اولویت قرار دهد. به بیان دیگر، معماری سکو باید کمال فردی را در بستر تکامل تمدنی معنادار سازد و کاربر را به این فهم برساند که بخش بزرگی از کمال‌جویی او در نسبت با جامعه‌ای تکامل‌یافته و معنوی محقق می‌شود. هدف‌مندی و کمال‌جویی انسان به عنوان مبنای اخلاق تمدنی، شبکه‌های اجتماعی را به سمتی سوق می‌دهد که با بازگرداندن کنشگری هدف‌مند، جلوگیری از جایگزینی کمالات کاذب بستری برای پیوند کمال فردی با افق تمدنی فراهم آورند.

۵. مسئولیت‌پذیری همه‌جانبه؛ مبنای نظارت و پاسخ‌گویی

در حالی که بر اساس برخی رویکردهای اومانیستی تأکید بر خودآیینی و حقوق فردی ممکن است بر ابعاد تکلیفی و مسئولیت‌های متقابل اجتماعی غلبه یابد (رجبی، ۱۳۸۰، ص ۵۹). از منظر آموزه‌های اسلامی، انسان موجودی مسئول است (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۷۲، ص ۳۸). این مسئولیت هم در برابر خداوند متعال، هم نسبت به خویشتن خویش و هم در قبال سایر موجودات عالم تحقق می‌یابد. بر خلاف دیدگاه قرائت‌هایی از فردگرایی لیبرال، لیبرتاریانیسم و برخی صورت‌های نسبی‌گرایی اخلاقی، خودگرایی اخلاقی و پراگماتیسم است که فرهنگ لاابالی‌گری و بی‌تفاوتی را در قالب اصولی مانند فردگرایی و نسبی‌گرایی ترویج می‌کنند، انسان مسلمان از کنار رفتارهای دیگران بی‌تفاوت نمی‌گذرد و در حد توان خود به «امر به معروف و نهی از منکر» می‌پردازد (مصباح یزدی، ۱۳۹۱«ج»، صص ۲۳۳-۲۳۴). این مسئولیت در مورد کسانی که پیوند نزدیک‌تری با فرد دارند، شدت بیشتری می‌یابد (تحریم، ۶). هر فردی حتی نسبت به خود نیز وظایفی دارد که در صورت نادیده‌گرفتن آن‌ها، باید در برابر خداوند پاسخ‌گو باشد. افزون‌براین، قلمرو مسئولیت انسان تنها به خود و جامعهٔ انسانی محدود نمی‌شود، بلکه سایر موجودات عالم طبیعت اعم از جاندار و بی‌جان نیز در حوزهٔ مسئولیت او قرار دارند (مصباح یزدی، ۱۳۹۱ «د»، صص ۹۹-۱۰۱). قرآن کریم همچنین بر مسئولیت انسان در قبال همهٔ نعمت‌های الهی تأکید ورزیده است (تکاثر، ۸).

بدیهی است که مسئولیت انسان تنها در حوزهٔ افعال اختیاری معنا می‌یابد و تحقق افعال اختیاری وابسته به وجود دو شرط اساسی قدرت و آگاهی است. بااین‌حال، فراهم ساختن مقدمات انجام فعل نیز گاه بر عهدهٔ افراد مسئول است؛ برای نمونه، افراد موظف‌اند بینش خود را در زمینهٔ وظایفشان افزایش دهند و موانع موجود را از پیشِ پای خود بردارند (مصباح یزدی، ۱۳۸۸، صص ۳۸-۳۹). این نگاه جامع به مسئولیت به‌عنوان یکی از مبانی علوم انسانی در تحلیل کنش‌های فردی و اجتماعی و حقوق و تکالیف متقابل انسان‌ها و رابطهٔ آنان با طبیعت و خداوند مورد استفاده قرار می‌گیرد.

طراحی فعلی شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌هایی مانند ناشناس‌بودن کاربران، حذف

بازخوردهای طبیعی مسئولیت‌پذیرانه، نبود نمایش عواقب بلندمدت رفتارهای کلامی و تشویق به قضاوت‌های آنی و بدون تأمل، کاربر را به موجودی مسئولیت‌گریز بدل می‌سازد. کاربر به راحتی توهین می‌کند، شایعه پخش می‌کند و بدون ترس از پاسخ‌گویی اجتماعی، از کنار آسیب‌های رفتار خود می‌گذرد. معماری سکو نه تنها مسئولیت او را یادآوری نمی‌کند، بلکه با پنهان‌سازی هویت و حذف بسترهای پاسخ‌خواهی، فرهنگ بی‌مسئولیتی را نهادینه می‌سازد.

بخش بزرگی از تأثیر شبکه‌های اجتماعی در مسئولیت‌گریزی کاربر، از طریق اهداف پنهان سکوها اعمال می‌شود. بیشینه‌سازی تعامل به هر قیمتی موجب می‌شود کاربر به‌منظور جلب توجه مرزهای مسئولیت اخلاقی را نادیده بگیرد. طراحی الگوریتم‌های بدون شفافیت در قبال پیامدهای رفتاری، کاربر را از درک تأثیر رفتار او بر دیگران و جامعه بازمی‌دارد.

طراحی مبتنی بر پذیرش مسئولیت‌پذیری باید شفافیت در لوازم اخلاقی معماری را نهادینه کند. کاربر باید بداند هر ویژگی سکو مانند اشتراک‌گذاری خودکار، بازنشر بی‌هویت، امکان ویرایش یا حذف پیام چه نسبت و تأثیری بر مسئولیت او در قبال دیگران دارد. الگوریتم‌های توصیه‌گر، چگونه محتواهایی را که مستلزم مسئولیت بیشتر مانند اخبار تأیید نشده، شایعات، توهین‌های پنهان است در اولویت قرار می‌دهند. داده‌های تولیدشده توسط او مانند موقعیت، رفتار، ترجیحات در چه مسیرهایی برای تأثیرگذاری بر دیگران مانند هدف‌مندسازی تبلیغات برای دستکاری رأی یا احساسات جمعی به کار گرفته می‌شود. این آگاهی سبب مقاومت در برابر طراحی‌های مسئولیت‌گریزانه و انجام آگاهانه تکالیف اخلاقی است.

طراحی شبکه اجتماعی مبتنی بر مبانی اخلاقی از نهادینه‌سازی مسئولیت‌های کاذب به جای مسئولیت حقیقی جلوگیری می‌کند. در معماری فعلی شبکه‌های اجتماعی مسئولیت‌های کاذبی مانند نمایش تمام وقایع و حوادث پیرامونی، واکنش کور و نادرست به حوادث اجتماعی، افراط در حمایت از اهداف نادرست گروهی تقویت می‌شوند.

طراحی شبکه اجتماعی در افق تمدنی باید امکان مواجهه با الگوهای مسئولیت‌آفرین جمعی مانند همکاری در پروژه‌های عام‌المنفعه، نظارت همگانی بر عملکرد نهادها، پاسخ‌خواهی از مسئولان اجتماعی و مشارکت در حل مسائل اجتماعی را فراهم آورد.

شاخص‌هایی مانند پاسخ‌گویی در قبال گفتار، شفافیت در ادعاها، کمک به دیگران و گزارش تخلفات اجتماعی را در اولویت نمایش و تشویق قرار دهد. معماری سکو باید به کاربر این درک را منتقل کند که بخش بزرگی از مسئولیت او در نسبت با جامعه در افق تمدنی تعریف می‌شود و انسان با پذیرش مسئولیت در قبال دیگران و مشارکت در ساخت تمدنی اخلاقی می‌تواند به قرب الهی نایل آید.

بدین‌ترتیب، شبکه‌های اجتماعی از ابزار مسئولیت‌گریزی به زیرساخت تمدنی مسئولیت‌پذیری تبدیل می‌شوند؛ جایی که کاربر نه تنها در قبال گفتار و رفتار خود پاسخ‌گو است، بلکه زمینه‌ساز تحقق عدالت و معنویت در مقیاس جمعی نیز می‌گردد. این همان معنای «شبکه اجتماعی تراز تمدن اسلامی» است.

۶. فطرت الهی؛ مبنای بازگشت به سرشتِ توحیدی

همهٔ انسان‌ها، فارغ از تفاوت‌های نژادی، فرهنگی و جغرافیایی، از سرشتی مشترک و فطرتی الهی برخوردارند. یکی از مهم‌ترین شواهد وجود این سرشت واحد، اتفاق نظر همگان در احکام اولیهٔ عقل نظری و عقل عملی مانند ضرورت عدالت‌ورزی است. افزون‌براین، همهٔ انسان‌ها از تمایلات فراحیوانی نظیر حقیقت‌جویی، فضیلت‌خواهی و کمال‌طلبی بهره می‌برند (رجبی، ۱۳۸۰، صص ۱۲۴-۱۲۶).

مؤید دیگر این سرشت مشترک الهی آموزه‌های قرآنی و روایی دربارهٔ فطری‌بودن شناخت و گرایش به خداوند است. قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: «فِطْرَتَ اللهِ الَّتِی فَطَرَ النَّاسَ عَلَیْهَا لَا تَبْدِیلَ لِخَلْقِ اللهِ؛ همان سرشتی که خدا مردم را بر آن سرشته است و آفرینش الهی تغییرناپذیر است» (روم، ۳۰). برخی روایات، این آیه را ناظر به فطری‌بودن توحید دانسته‌اند؛ چنان که امام صادق علیه‌السلام در تفسیر آن فرمود: «خداوند همگان را بر فطرت توحید آفرید» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص ۱۲).

دیگر مستند مهم برای وجود سرشت الهی انسان، آیهٔ «وَإِذْ أَخَذَ رَبُّکَ مِنْ بَنِی آدَمَ مِنْ ظُهُورِهِمْ ذُرِّیَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَی أَنْفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّکُمْ قَالُوا بَلَی...» معروف به آیه میثاق است (اعراف، ۱۷۲). امام صادق علیه‌السلام در تفسیر این آیه می‌فرماید: «این معرفت در دل‌های آنان قرار داده شد، سپس آن را فراموش کردند، اما روزی آن را به یاد می‌آورند؛

و اگر این میثاق نبود، هیچ کس نمی‌دانست خالق و روزی‌دهنده‌اش کیست» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۳، ص ۲۸۰). از این روایت برمی‌آید که شناخت فطری خداوند از نوع علم حضوری و بی‌واسطه است، نه شناختی حصولی و مبتنی بر مفاهیم اکتسابی (مصباح یزدی، ۱۳۸۶، صص ۴۷-۵۶).

از منظر اخلاق تمدنی، این مبنا بدان معناست که هر ساختار اجتماعی از جمله شبکه‌های اجتماعی باید به گونه‌ای طراحی شود که فطرت الهی را در کاربران تقویت و شکوفا سازد، نه آنکه آن را با لایه‌هایی از غفلت و ارزش‌های کاذب بپوشاند. شبکه‌های اجتماعی اگر بر خلاف فطرت طراحی شوند، مانع ظهور سرشت الهی می‌گردند.

شبکه‌های اجتماعی غالب امروزی با طراحی مبتنی بر جلب توجه بی‌پایان، تحریک لحظه‌ای، سیستم پاداش‌دهی و محتوای سطحی، فضایی خلاف فطرت الهی ایجاد می‌کنند. این فضا تمایلات فطری مانند حقیقت‌جویی، فضیلت‌خواهی، کمال‌طلبی را به تمایلات ابزاری و سرگرمی کاهش می‌دهند.

طراحی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فطرت الهی به جای تضعیف حقیقت‌جویی و فضیلت‌خواهی، تقویت‌کننده تمایلات اصیل فطری خواهند بود و به جای تشدید غفلت، ابزارهای تذکر و خودآگاهی را در اختیار کاربر می‌گذارند. این نوع طراحی در شبکه‌های اجتماعی، آن‌ها را از تهدیدی برای هویت دینی و اخلاقی انسان به رکنی از ارکان تمدن اسلامی تبدیل می‌کند؛ زیرا در این طراحی، انسان به آنچه در نهادش به ودایع نهاده شده بازگردانده می‌شود و شبکه به آینهٔ فطرت تبدیل می‌گردد.

نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه معماری فنی، منطق الگوریتمی، قواعد دیده‌شدن، سازوکارهای تعامل، نظام پاداش‌دهی و شیوه‌های بازنمایی هویت، در شکل‌دهی به رفتارها، روابط، سبک زندگی و مناسبات انسانی نقش فعال دارند. این پژوهش با بهره‌گیری از آموزه‌های اخلاق اسلامی، مطالعات تمدنی و فلسفه فناوری کوشید چارچوبی نظری برای طراحی شبکه‌های اجتماعی عرضه کند. تلقی تمدن به‌مثابه نظام کلان مناسبات انسانی، نشان‌دهنده این موضوع است که شبکه‌های اجتماعی به دلیل

اثرگذاری گسترده بر ارتباطات، هویت‌یابی، مصرف فرهنگی، توجه جمعی و سبک زندگی، در قلمرو تحلیل تمدنی قرار می‌گیرند. از منظر فلسفه فناوری، با نقد نگاه ابزارانگارانه به فناوری روشن شد که فناوری‌ها، به‌ویژه سکوهای تعاملی، فاقد جهت‌گیری ارزشی نیستند و طراحی آن‌ها همواره حامل پیش‌فرض‌هایی درباره انسان، جامعه، ارتباط و غایت کنش انسانی است. یافته اصلی مقاله آن است که طراحی شبکه‌های اجتماعی را می‌توان به‌مثابه نوعی معماری اخلاقی تمدنی فهم کرد. معماری‌اند، زیرا محیط کنش و مسیرهای رفتار را از طریق قواعد و سازوکارهای طراحی‌شده شکل می‌دهند؛ اخلاقی‌اند، زیرا برخی ارزش‌ها، روابط و رفتارها را بر برخی دیگر ترجیح می‌دهند؛ و تمدنی‌اند، زیرا این اثرگذاری در مقیاس گسترده و در سطح مناسبات انسانی، سبک زندگی و هویت جمعی رخ می‌دهد.

طراحی شبکه‌های اجتماعی در افق تمدن اسلامی بر پنج مبنای انسان‌شناختیِ به‌هم‌پیوسته کرامت انسانی، ساحت روحانی وجود انسان با غایت قرب الهی، هدف‌مندی و کمال‌جویی نامتناهی، مسئولیت انسان در برابر خدا، خود و دیگران و فطرت الهی انسان استوار می‌شود. این مبانی، معماری سکوها را از وضعیت فعلی که کاربر را به موجودی واکنش‌محور، منفعل، مسئولیت‌گریز و محصور در لذت‌های آنی و تأییدهای سطحی تبدیل می‌کند، به سمت طراحی «تزکیه‌گر» سوق می‌دهد. شبکه اجتماعی تراز تمدن اسلامی با احترام به کرامت ذاتی و فراهم‌سازی بستر شکوفایی کرامت اکتسابی، کاربر را از کالاانگاری و دستکاری رفتاری نجات می‌دهد. با اولویت‌دهی به تعاملات هدف‌مند و معنادار به جای جستجوی بی‌پایان و پاداش متغیر، کنشگری هدف‌مند و خودآگاهی معنوی را تقویت می‌کند. با شفاف‌سازی اهداف پنهان الگوریتم‌ها و نظام‌های پاداش، از نهادینه‌شدن کمالات کاذب جلوگیری می‌نماید. با بسترسازی در جهت مسئولیت‌پذیری جمعی و پیوند مسئولیت فردی با افق تمدنی، کاربر را به درک این حقیقت می‌رساند که قرب الهی و سعادت ابدی جز در نسبت با جامعه‌ای عادلانه، معنوی و اخلاقی محقق نمی‌شود و زمینه تقویت و شکوفایی سرشت و فطرت الهی را در کاربران فراهم می‌آورد. بدین‌ترتیب، شبکه‌های اجتماعی از تهدیدی برای مناسبات انسانی به «رکنی از ارکان تحقق و شکوفایی تمدن نوین اسلامی» تبدیل می‌شوند.

پیشنهاد و راهکار رسانه‌ای

مقاله حاضر در پی طراحی عملیاتی یک شبکه اجتماعی اسلامی یا تدوین شاخص‌های اجرایی تفصیلی نبوده است. دستاورد آن، بیشتر در سطح صورت‌بندی نظری و گشودن افق تحلیل است. از این جهت، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی این چارچوب را به شاخص‌های عملیاتی در طراحی سکوها، الگوهای حکمرانی داده، طراحی تجربه کاربری اخلاقی، سیاست‌های شفافیت الگوریتمی و سنجش پیامدهای تمدنی شبکه‌های اجتماعی تبدیل کنند. بااین‌حال، نتیجه بنیادین این پژوهش روشن است، اگر شبکه‌های اجتماعی در تنظیم مناسبات انسانی نقش دارند، نمی‌توان طراحی آن‌ها را بیرون از اخلاق و تمدن فهم کرد. بی‌توجهی به این امر، واگذاری یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های زیست انسانی زمان کنونی به ارزش‌هایی است که الزاماً با کرامت، معنویت و هویت انسانی سازگار نیستند.

فهرست منابع

* قرآن کریم. (۱۳۷۸). (مترجم: ناصر مکارم شیرازی). دارالقرآن الکریم.

ابن خلدون، عبدالرحمن. (۱۳۵۲). مقدمه ابن خلدون (مترجم: محمدپروین گنابادی، ج۱). تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.

ابن فارس، ابوالحسین احمد. (۱۴۰۴ق). معجم مقاییس اللغة. بیروت: دار الفکر.

ابن منظور، ابی‌الفضل جمال‌الدین محمد بن مکرم. (۱۴۱۷ق). لسان العرب (ج۴). بیروت: دار صادر.

امیدعلی، میثم؛ حسینی، حسن. (۱۳۹۱). مروری انتقادی بر مهمترین نظریه‌های فناوری رسانه. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۲(۴)، صص ۲۵-۳۷.

آبیار، زهرا. (۱۴۰۰). واکاوی فهم تمدنی از «زندگی اخلاقی» در قرآن (با تکیه بر اندیشه جوادی آملی). قرآن، فرهنگ و تمدن، ۲(۴)، صص ۳۱-۸.

بابائی، حبیب‌الله؛ خراسانی، رضا ؛ رهدار، احمد و کرمی‌قهی، محمدتقی. (۱۳۸۷). جستاری نظری در باب تمدن. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

بابائی، حبیب‌الله. (۱۳۹۹). تنوع و تمدن در اندیشه اسلامی. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

پورامین، محمدباقر. (۱۳۸۹). تمدن اسلامی. تهران: کانون اندیشه جوان.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۰). تفسیر تسنیم (ج۳). قم: اسراء.

جوهری، اسماعیل بن حماد. (۱۴۰۷ق). الصحاح (ج۴). بیروت: دار العلم للملایین.

خوشنویس، یاسر. (۱۳۸۷). الگوی اسلامی ایرانی توسعه علم و فناوری، شاخصه‌های مفهومی و پرسش‌های پیش رو. سومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی. تهران: انجمن مدیریت تکنولوژي ایران.

دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۵۹). لغت‌نامه دهخدا (ج۱۳). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

دورانت، ویلیام جیمز. (۱۳۶۵). درآمدی بر تاریخ تمدن. تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.

رجبی، محمود. (۱۳۸۰). انسانشناسی. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی﵀.

زبیدی، سیدمحمدمرتضی. (۱۴۱۴ق). تاج العروس من جواهر القاموس (ج۶). بیروت: دار الفکر.

سپهری، محمد. (۱۳۸۵). تمدن اسلامی در عصر امویان. تهران: نورالثقلین.

سیدباقری، سیدکاظم؛ مهاجرنیا، محسن. (۱۴۰۱). نگرش تمدنی به حکمت در اخلاق سیاسی با تأکید بر دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای. مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، ۵(۱۰)، صص ۳۳۳-۳۷۲.

شاه آبادی، محمدعلی. (۱۳۶۰). رشحات البحار: الانسان و الفطره (مترجم و شارح: محمد شاه‌آبادی). تهران: نهضت زنان اسلام.

شریف‌زاده، رحمان؛ مقدم حیدری، غلامحسین. (۱۳۹۴). فلسفه علم: خروج از دوگانه تکنولوژی خودمختار و تکنولوژی به مثابه وسیله صرف بر اساس دیدگاه برونو لاتور. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

صدرزاده ا.، ؛ نیک‌فرجام ع. (۱۴۰۳). واکاوی راهبردهای بازتولید گفتمان اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی دینی. شریعت، فلسفه و اخلاق، ۲(۴)، صص ۱-۹.

عبدالکریمی، بیژن. (۱۳۸۷). فلسفه تکنولوژی چیست؟ بازتاب اندیشه، ۹(۱۰۶)، صص ۸۷-۸۸.

عاملی، سیدسعیدرضا. (۱۳۹۶). فلسفه فضای مجازی. تهران: امیرکبیر.

فراهیدی، خلیل بن احمد. (۱۴۱۰ق). کتاب العین (ج۸). قم: هجرت.

کهونـد، محمـد. (۱۳۹۸). فرهنگ فناوری اطلاعات و ارتباطات. قم: مبلغان، ۲۱(۲۴۸)، صص ۱۴۵-۱۴۹.

کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی (ج۲و۳). تهران: دار الکتب الإسلامیة.

مالک بن نبی. (۱۴۲۳ق). مشکلی الافکار فی العالم الاسلامی. بیروت: دارالفکر.

مبلغی، احمد. (۱۴۰۴). درآمدی بر تفسیر تمدنی قرآن (دفتر اول). قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

مجلسی، محمدباقر. (۱۴۰۳ق). بحارالانوار الجامعه لدرر اخبار الأئمة الاطهار (ج۷۲). بیروت: مؤسسة الوفاء.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۷۰). دروس فلسفه اخلاق. تهران: اطلاعات.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۰). نظریه حقوقی اسلامی (محققان: محمدمهدی نادری قمی و محمد مهدی کریمی‌نیا، ج۱). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۴). به سوی خودسازی (نگارش: کریم سبحانی). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۶). خداشناسی، جهانشناسی، انسان‌شناسی. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۸). نقش تقلید در زندگی انسان (محقق: کریم سبحانی). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۱«الف»). اخلاق در قرآن (ج۱). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۱«ب»). نقد و بررسی مکاتب اخلاقی (محقق: احمد حسین شریفی). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۱«ج»). طوفان فتنه و کشتی بصیرت (تدوین و نگارش: غلام‌علی عزیزی‌کیا). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشیامام خمینی.

مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۱«د»). به پیشواز خورشید غرب (تدوین و نگارش: مرتضی موسی‌پور). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

معین، محمد. (۱۳۴۲). فرهنگ معین. تهران: امیرکبیر.

خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۱/۰۷/۲۳). بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی. قابل دسترس در: https://B2n.ir/qy7234

مهدی‌زاده، محمدرضا؛ توکل، محمد. (۱۳۸۶). مطالعات علم و فناوری: مروری بر زمینه‌های جامعه‌شناسی فناوری. برنامه‌ریزی و بودجه، ۱۲(۱۰۵)، صص ۸۵-۱۲۴.

نقدی‌پور، سبحان ؛ اسلامی باباحیدری، فرزانه . (۱۴۰۱). بررسی و تحلیل اصول عام اخلاقی فضای مجازی از منظر اخلاق اسلامی. مطالعات اخلاق کاربردی، ۱۸(۷۰)، صص ۱۶۳-۱۹۶. https://doi.org/10.22081/jare.2023.64406.1766

Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), pp. 245–267.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), pp. 210–230.