

# مستأجری در فضای مجازی از نمای نزدیک

وقتی عضو رسانه‌های اجتماعی می‌شویم، صفحه‌هایی را در اختیار می‌گیریم، همه‌ی حواسمان پی‌نشر و بازنشر، جذب دنبال‌کننده، گرفتن لایک و کامنت بیشتر، ... است و کمتر به دیگر جنبه‌های این حضور و واقعیت‌های آن توجه داریم. درحالی‌که هرگونه حضور در فضای مجازی باید آگاهانه و هوشیارانه باشد. در شماره گذشته همین مجله به نکته‌هایی در مورد تفاوت مستأجری در فضای واقعی و مجازی اشاره شد. در این شماره نیز به ادامه‌ی آن می‌پردازیم.

 <p>مستأجری در فضای مجازی</p>	 <p>در فضای واقعی</p>
<p>در فضای مجازی، اگر مطالبی را منتشر کنیم که به مذاق مالک رسانه‌ی اجتماعی (به‌نوعی صاحب‌خانه) خوش نیاید، به بهانه‌ی انطباق نداشتن با قوانین آن رسانه، ممکن است ما را موقتاً یا برای همیشه از آن خانه بیرون کند.</p>	<p>۶ اگر هر حرفی داخل حریم خانه بزنیم، یا هر عکس یا پوستری را به دیوار خانه بچسبانیم، صاحب‌خانه به ما تذکر نمی‌دهد یا ما را به‌خاطر آن حرف و یا عکس بیرون نمی‌کند.</p>
<p>در رسانه‌ی اجتماعی، فضای امن معنا ندارد و صاحب‌خانه بدون اطلاع مستأجر، به خود اجازه‌ی استفاده از انواع اطلاعات، داده‌ها و محتواهای فرد را می‌دهد. چون بیشتر این سوءاستفاده‌ها غیر آشکار است، به استناد چه مدارکی و به کجا می‌توان شکایت کرد؟</p>	<p>۷ در فضای واقعی، صاحب‌خانه اجازه‌ی ورود به حریم شخصی مستأجر و هرگونه شنود یا سرقت اطلاعات و مدارک، یا سوءاستفاده از دارایی‌ها و ... او را ندارد و در صورت رخ دادن چنین اتفاقی نیز مستأجر می‌تواند از صاحب‌خانه‌اش شکایت کند.</p>
<p>کاربر از صفحه‌ی خود در رسانه‌های اجتماعی با هدف‌های متفاوتی می‌تواند بهره‌گیر، مگر اینکه این استفاده، مغایر با حوزه و حیطه‌ی فعالیت یا قوانین آن رسانه‌ی اجتماعی خاص باشد که قاعدتاً با تذکر، هشدار یا محدودیت دسترسی و ... با آن برخورد می‌شود.</p>	<p>۸ خانه‌ی کاربری شخصی دارد و از آن در مسیر کارهای تجاری، سیاسی و ... استفاده نمی‌شود. در صورت کاربری تجاری و غیره، صاحب‌خانه می‌تواند از مستأجر خود شکایت کند.</p>
<p>در رسانه‌های اجتماعی معمولاً فضای ارتباطی و تعاملی با افراد از حداقل محدودیت‌ها برخوردار و عموماً بی‌مرز است. اتفاقاً صاحب‌خانه با توجه به برخی منافع همچون دسترسی به اطلاعات و داده‌های ارتباطی و تعامل‌های بین افراد، از آن استقبال هم خواهد کرد.</p>	<p>۹ در فضای واقعی محدودیت فضایی و جغرافیایی برای دورهمی‌ها، ارتباطات و تعاملات جمعی در ابعاد وسیع و تعداد کثیر وجود دارد و با وجود گنجایش و فضای احتمالی فرضی نیز صاحب‌خانه با چنین حرکت‌هایی مخالفت خواهد کرد.</p>
<p>اگر در فضای مجازی دچار هر نوع خطایی شویم با توجه به عمومی بودن فضا (حتی با وجود تعریف خصوصی)، باید به آن‌ها که ما را دنبال می‌کنند یا مالک رسانه‌ی اجتماعی مربوطه یا هر مرکز و مرجع ناظری پاسخ‌گو باشیم و هزینه آن را نیز بپردازیم.</p>	<p>۱۰ چنانچه در حریم خانه دچار خطایی شویم (البته به شرط آنکه در حد وقوع جرم و تخلف نباشد)، عموماً این خطا در همان چارچوب باقی می‌ماند، صاحب‌خانه و دیگران مطلع نمی‌شوند و نیازی هم به پاسخ‌گویی در حریم شخصی نیست.</p>

<p>در فضای مجازی ظاهر داستان این است که ما با هر هویتی ولو غیر واقعی قوانین عضویت در رسانه اجتماعی را می‌پذیریم و در خانه‌ای مجازی مستقر می‌شویم ولی در نهایت با داده‌هایی که در اختیار صاحب‌خانه می‌گذاریم، او در عمل به اطلاعات هویتی ما دست می‌یابد و از آن بهره‌لازم را می‌برد.</p>	<p>۱۱ در فضای واقعی باید با هویت واقعی‌مان به بستن قرارداد خانه اقدام کنیم و به استناد مستندات هویتی که ارائه می‌کنیم، امکان اجاره‌خانه را بیابیم.</p>
<p>وقتی می‌خواهیم قدم در وادی مستأجری در فضای مجازی بگذاریم، کمتر به ابعاد حقوقی مسئله و قوانین و قواعد حاکم بر آن توجه می‌کنیم و عموماً حضور و فعالیت در این محیط‌ها، نشر و باز نشر محتوا و نظرات بیشتر است و تازه با بروز مشکل به یاد قوانین حقوقی مربوطه می‌افتیم.</p>	<p>۱۲ در فضای واقعی وقتی می‌خواهیم خانه‌ای را اجاره کنیم، می‌کوشیم به همه ابعاد حقوقی آن پی ببریم که مشکلی در جریان معامله بر ایمان پیش نیاید.</p>

## دروازه‌بانی در رسانه‌های اجتماعی

واقعیت این است که اخبار و اطلاعات در رسانه‌ها قبل از رسیدن به مخاطبان و کاربران و گزینش توسط آن‌ها، بارها مورد دروازه‌بانی قرار می‌گیرد و در این مسیر، دروازه‌بانان بسیاری تصمیم می‌گیرند چه محتوایی، در چه قالب، شکل و شیوه نمایشی، با چه تنظیم و چینشی و نیز با چه تکنیکی‌ها، تکنیک‌ها و ... به ما به‌عنوان مخاطبان یا کاربران برسد. به تکنیک‌هایی که بنگاه‌های خبری برای انتخاب، تنظیم و چینش خبرها استفاده می‌کنند، «دروازه‌بانی خبر» گفته می‌شود. حال به نظر شما دروازه‌بانی در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد؟ آیا محتواهای خبری و غیر خبری در آن‌ها نیز دروازه‌بانی می‌شوند؟ به بیان دیگر، آیا ما اجازه داریم هر مطلب، تصویر، ویدیو و ... را هر طور و به هر شکلی که خواستیم، منتشر کنیم؟ یا در این روند اصطلاحاً به دروازه‌بانی محتوا اقدام می‌شود؟ دروازه‌بانی محتوا در رسانه‌های اجتماعی از دو منظر دروازه‌بانی از سوی مالکان این رسانه‌ها و نیز از سوی اعضا و فعالان این رسانه‌ها قابل بحث است.



## شما چه فکر می‌کنید؟



درباره چگونگی و نحوه دروازه‌بانی در رسانه‌های اجتماعی کمی فکر و تحقیق کنید تا در شماره بعد بیشتر در این خصوص بحث کنیم.

این بحث ادامه دارد ...

