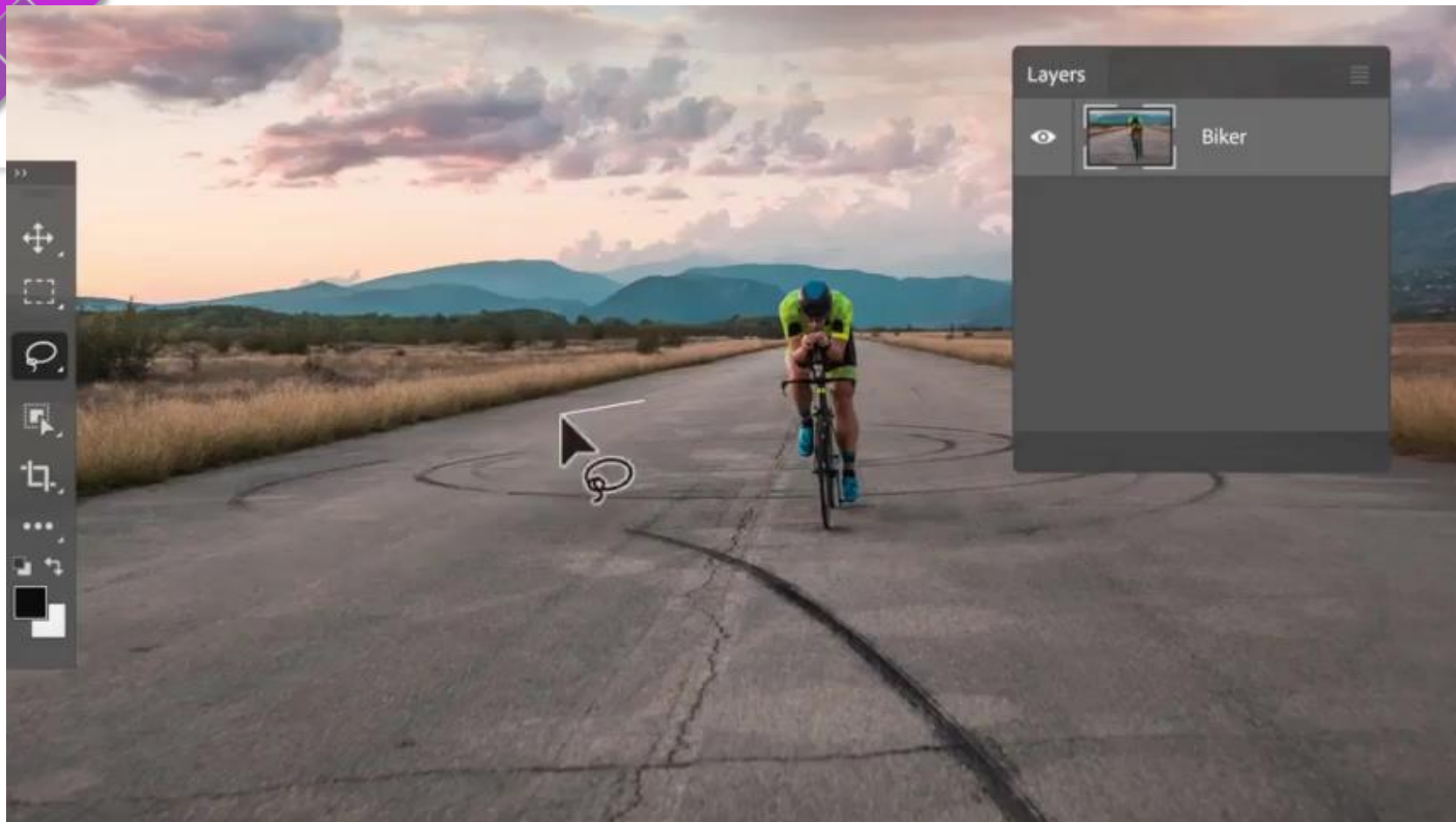


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سواد رسانه

مديريت تبليغات بين الملل





New Logo & Brand Design

Let AI-powered logo maker generate your new logo,
create matching stationery, and design a brand you love!

Let's make a logo ↗



SMART

AI engine that not only understands logo data but also design best practices for beautiful unique designs.



PROFESSIONAL

Like a professional designer, we provide all design sizes and formats that you can download 24x7.



AUTOMATED

From matching identities to on-brand social content, our platform is designed to automate your brand.



LogoAi has helped 1,401,740 businesses creating **2,602,539** brand logos !

Free Real Time Voice Changer

And the largest ecosystem of Free AI Voice tools

[Get Started for Free](#)



a fluffy white cat with blue eyes on top of a pine wood dresser, comic book style

83

Create

Explore ideas

Creations



Created with AI











Cyber Space فضای سایبری

شناخت، آسیب ها، تهدید ها و راهکارها

فضای سایبر ابزاری است برای ارتباط و کنترل سیستم های الکترونیکی و مخابراتی با هدف خدمت به انسان





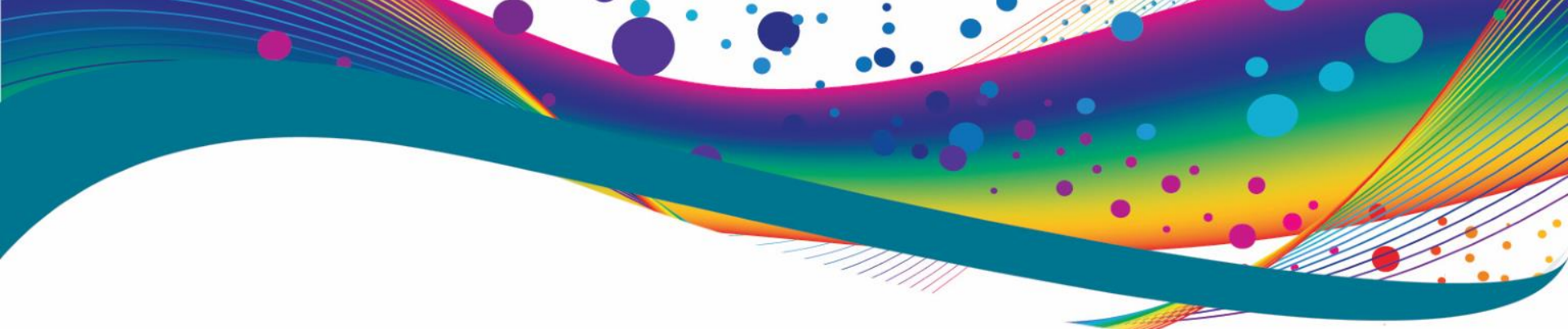


- حقیقی پنداری
- نامحدودی
- قابلیت مشارکت
- هویت سازی و خودآفرینی
- جاذبه زیبایی شناختی
- تعامل اجتماعی
- پاسخ به تشنگی دانش
- فرار از واقعیت فیزیکی
- بی زمانی
- بی مکانی
- دائمی بودن
- متنوع بودن

جذابیت های فضای سایبری

جامعه تبلیغات زده

اکنون در عصری به سر می‌بریم که خواسته یا ناخواسته در معرض هزاران تبلیغ در روز هستیم و ما به یک «جامعه تبلیغات زده» تبدیل شده‌ایم.



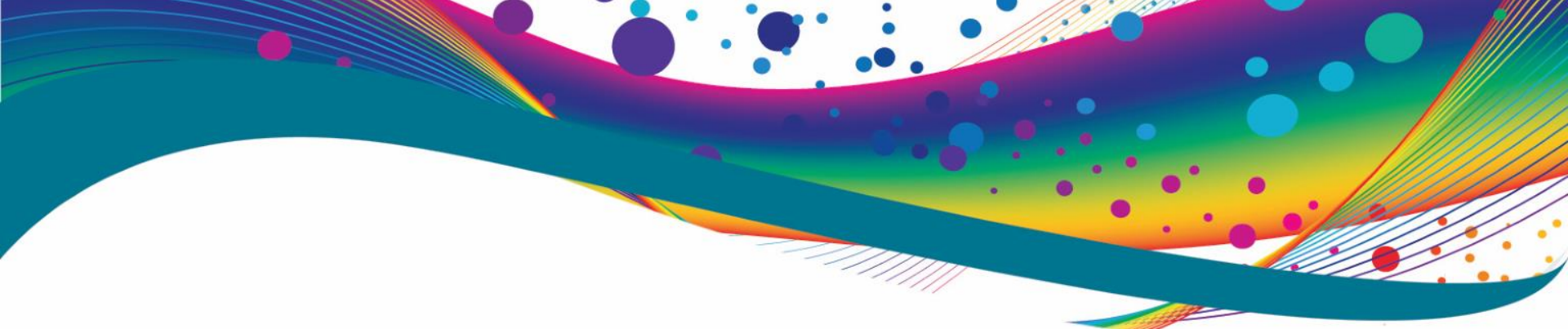
در این عصر همه چیز و همه کس تبدیل به رسانه‌هایی برای تبلیغ شده‌اند. رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات، آگهی‌هایی که هنوز کم‌وبیش در پیاده‌روها و دیوارها چسبانده می‌شوند تا شاید توجه عابری را به خود جلب کنند؛ بیلборدها و مانیتورهای بزرگ شهری، بدنه ماشین‌ها، اتوبوس‌ها، تاکسی‌ها، مترو و هر چیزی که حرکت می‌کند و یا در جایی ثابت است، حامل پیامی تبلیغاتی است.

حتی بدن انسان هم به تابلوی تبلیغاتی متحرکی برای انواع برندهای لباس و پوشاک تبدیل شده‌اند. بر روی بسیاری از لباس‌ها شعارهای ملی و مذهبی و سیاسی و اقتصادی و ... به چشم می‌خورد و همه به دنبال تصاحب «جایگاهی در ذهن» هستند و ما هر دقیقه در معرض تبلیغات هستیم.



روزانه هزاران پیام تبلیغاتی برای اینکه از ذهن مردم سهمی داشته باشند به رقابت با یکدیگر می‌پردازند و تردیدی نیست که در عصر حاضر، «ذهن انسان تبدیل به میدان رقابت شده است». تمامی این تبلیغات فارغ از پیام‌های تبلیغاتی مختلفی است که توسط اشخاص و میلیون‌ها کسب‌وکار کوچک و بزرگ، هر روز و ساعات و دقیقه در فضای سایبر منتشر می‌شود.

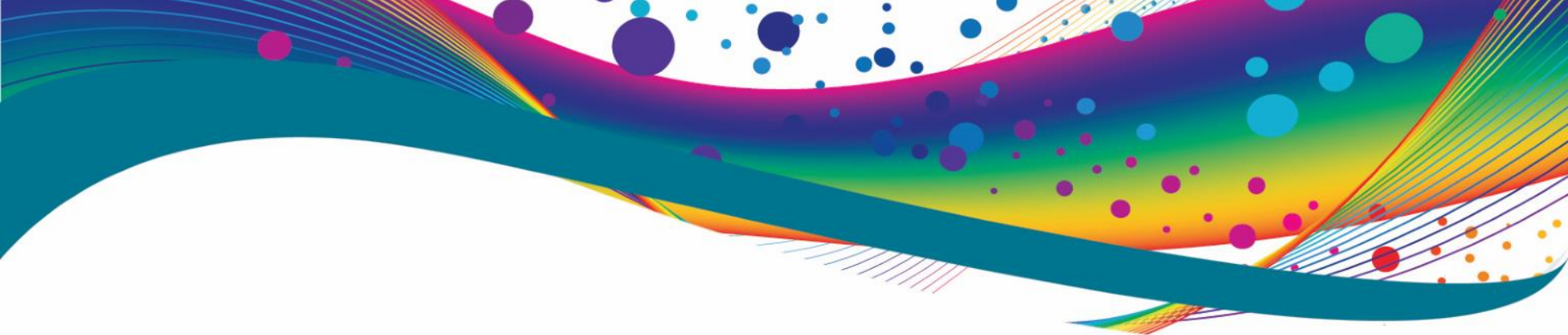
بخش بزرگی از تبلیغات، **سهم ادیان و مذاهب و فرق** و آیین‌های مختلف جهان برای جذب یا تقویت ایمان‌داران است. تبشیر مسیحیت از طریق فضای سایبر، شبهه‌پراکنی و تبلیغ گروه‌های سلفی و تکفیری و تبلیغ فرقه‌ها و شبه معنویت‌های نوین در فضای سایبر، تنها بخش کوچکی از این تبلیغات است که حتماً ما برای یکبار هم که شده در این فضا با آن مواجه شده‌ایم و مشاهده کرده‌ایم که چگونه سعی دارند خود را در «ذهن» مخاطب جای‌داده و ماندگار کنند.



از سویی فضای سایبر تبدیل شده بزرگ‌ترین شبکه ارتباطی جهان و نیز تضارب آرا و تصاحب اذهان، و از سوی دیگر می‌دانیم که مالکان این فضا نیز با استفاده از داده‌هایی که از هر یوزر جمع‌آوری می‌نمایند، سعی در «کنترل و مدیریت ادراکات» جوامع بشری دارند. با این اوصاف، سؤالی که مطرح می‌شود این است که «مواجهه علمای دین و مبلغان مکتب اهل بیت علیهم‌السلام» باید به چه نحوی باشد؟ آیا باید این فضا را طرد و ترک کرد؛ باید ما هم مانند سایر مردم و به‌صورت منفعل کاربر این فضا باشیم و یا مواجهه‌های دیگری نیز می‌توان تصور کرد.

ماهیت‌شناسی فضای سایبر

به همان اندازه که ما باید اطرافمان را خوب بشناسیم و بدانیم در کجا زندگی می‌کنیم، شناخت این فضا نیز مهم است. ما زمان زیادی از زندگی خود را در این محیط می‌گذرانیم و آثار زیادی از آن بر زندگی خود دریافت می‌کنیم. لذا بدیهی است که باید با ماهیت و کارکرد فضای سایبر آشنا باشیم و یادمان باشد که شاید نام فضای مجازی کمی گول زننده باشد. وقتی صفت «مجازی» را بر این فضا اطلاق می‌کنیم، تصور ما این است که این فضا واقعیت ندارد و هر چه در آن هست، تأثیری هم بر زندگی ما نخواهد داشت؛ در صورتی که ما در فضای مجازی با محیطی روبرو هستیم که روی زندگی ما تأثیر زیادی دارد و متقابلاً ما نیز بر دیگران اثرگذار هستیم. بنابراین اهمیت آن از زندگی واقعی و روزمره ما کمتر نیست.



در مورد این فضا، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب فرمودند: «فضای مجازی در حقیقت فضای حقیقی است. در زندگی بسیار از مردم حضور دارد.».

· بیانات در دیدار با طلاب حوزه علمیه تهران، ۶ شهریور ۱۳۹۶

همچنین حضرت آیت‌الله جوادی آملی نیز در این خصوص بیان داشته‌اند: «هر که غافل از خطرات و آسیب‌های این فضا است، باید بداند این فضا حقیقی است، نه مجازی؛ هر جا فکر و اندیشه منتقل شود فضای حقیقی است.».

· خبرگزاری صدا و سیما، ۶ اردیبهشت ۱۳۹۷، پیوند <https://www.iribnews.ir/fa/news/2113124>

مفهوم فضا

«فضا» یک مفهوم بدون حدود مرز و جغرافیای تعینی است که می‌تواند در هر زمانی و هر جایی حضور داشته باشد؛ اما مکان فقط در یک جغرافیای خاص و مختصات مشخص قابل تصور است.

اشراف اطلاعاتی بر عناصر فعال محیط	اشراف اطلاعاتی بر عناصر ساکن محیط	اشراف اطلاعاتی بر محدوده محیط	اشراف اطلاعاتی بر ماهیت محیط	
دارد	دارد	دارد	دارد	Field
ندارد	دارد	دارد	دارد	Location
ندارد	ندارد	دارد	دارد	Area
ندارد	ندارد	ندارد	دارد	Space

تفاوت چهار مفهوم فوق از حیث اشراف و نظارت اطلاعاتی است که انسان می‌تواند بر هرکدام داشته باشد که در ادامه تشریح خواهند شد.

الف) Field

هرگاه اشراف اطلاعاتی انسان نسبت به محیط به‌گونه‌ای باشد که اولاً نسبت به ماهیت آن شناخت کامل داشته باشد، ثانیاً محدوده آن را بداند، ثالثاً از عناصر ثابت در محیط مطلع باشد و رابعاً بر عناصر پویای آن نیز نظارت داشته باشد؛ آن محیط برای وی از نوع Field است.

شاید معادل واژه فارسی نبردگاه در زبان انگلیسی را شنیده باشید که Battlefield است و خبری از Battle Location یا Battle Area نیست. زیرا اشراف اطلاعاتی بر محیط از نوع Field به حدی مهم است که در راهبردهای دفاعی تمام کشورها از جمله ایران مورد تأکید ویژه قرار گرفته است. زیرا نیروهای نظامی اجازه ندارند پیش از کسب شناخت کامل از محیط، در آن عملیات نمایند.

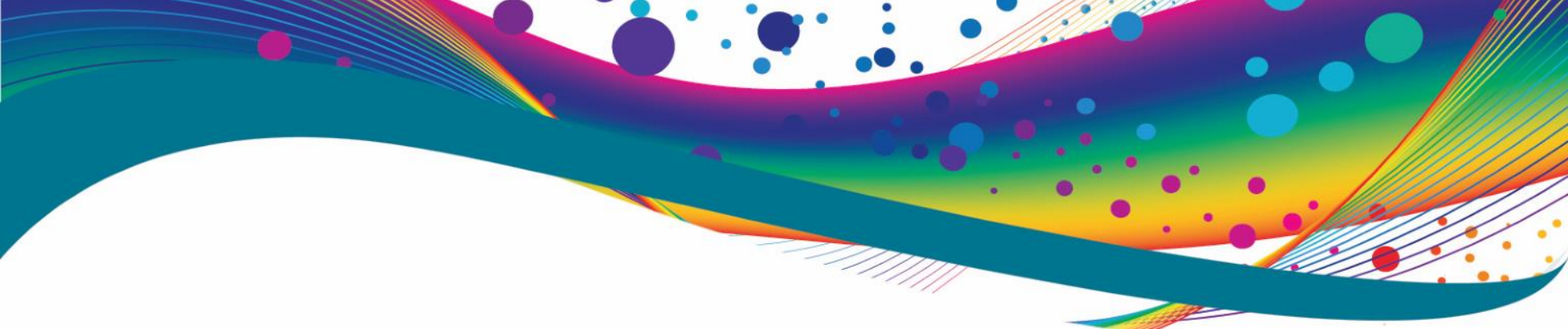
ب) سطح Location

هرگاه در شناخت محیط، اشراف اطلاعاتی به گونه‌ای حاصل شود که انسان از ماهیت محیط، محدوده محیط و عناصر ساکن آن آگاهی جامع داشته اما نسبت به عناصر فعال آن بی‌اطلاع باشد، آن محیط برای وی مصداق Location است.

حتماً در مکالمات روزانه شنیده‌اید که فردی به دیگری می‌گوید «موقعیت (لوکیشن) رو برام بفرست». این دقیقاً همان معنای تعریف‌شده از لوکیشن است و کاربرد آن برای افرادی است که صرفاً آگاهی از وضعیت فیزیکی منطقه دارند. برای مثال نیروهای امداد حوادث و اتفاقات آب و فاضلاب از نقشه مسیرهای زیرزمینی استفاده می‌کنند و عناصر فعال محیط در اهداف نهایی آن‌ها مؤثر نیست.

ج) سطح Area

سطح Area در حالی از ماهیت و محدوده محیط آگاهی کامل دارد که نسبت به عناصر ساکن و فعال در همان محیط بی‌اطلاع است. معمولاً انسان، زمانی با محیطی از جنس Area مواجه است که از جزئیات منطقه بی‌اطلاع باشد و صرفاً محدوده را بشناسد. مانند زمانی که قصد سفر به شهری را داریم که تاکنون نرفته‌ایم. می‌دانیم که از شهر محل سکونت تا آن شهر چگونه و از چه جاده‌هایی باید رفت اما هیچ شناختی از خیابان‌های آن شهر (عناصر ثابت محیطی) و وضعیت تردد و رفت‌وآمد شهروندان (عناصر فعال محیطی) نداریم. اگر توجه نموده باشید در عملکرد شبکه‌های کامپیوتری نیز غالباً از اصطلاح Area استفاده می‌شود، زیرا ماهیت و محدوده آن مهم است و عناصر ساکن و فعال محیط تأثیر به‌سزایی بر اطلاع از شبکه‌های کامپیوتری ندارند. به همین دلیل است که از آن‌ها با عنوان Area Network یاد می‌شود.



د) سطح Space

شناخت محیطی در سطح Space بدین معنا است که صرفاً ماهیت محیط برای انسان مشخص است و اطلاعات کاملی از محدوده، عناصر ساکن و عناصر فعال آن محیط در دسترس نیست. برای مثال هنگامی که ارتباط میان یک هواپیمای مسافربری با برج مراقبت قطع می‌شود، ابتدا منطقه آخرین لحظه‌ای که تماس برقرار بوده روی نقشه مشخص شده و سپس تیم تجسس به آن محل اعزام می‌شود. این منطقه روی نقشه با عنوان **Crash Space** به معنای «فضای سانحه» مشخص می‌گردد زیرا مشخص نیست که آخرین نقطه برقراری تماس با محل اصلی سانحه یکسان باشد. لذا فقط مشخص است که هواپیما در خشکی یا آب (ماهیت محیط) دچار سانحه شده و دیگر موارد نظیر محدوده، عناصر ساکن و عناصر فعال آن مشخص نیست.

در ادبیات انگلیسی، دقیقاً به همین دلیل، محیط سایر را با لفظ Space خطاب می‌کنند زیرا فقط ماهیت آن که مبتنی بر زیرساخت فنی است و فضایی ناملموس است، مشخص است؛ اما نه محدوده آن به‌طور دقیق معلوم است، نه عناصر ثابت آن قطعی هستند و نه عناصر فعال و تمامی موارد فوق دائماً در حال تغییر هستند.

رویکرد الهیاتی به مفهوم فضا

نکته‌ای که معمولاً از دید صاحب‌نظران و اندیشمندان مغفول مانده آن است که فضا (Space) در حوزه مطالعات الهیاتی به‌عنوان عالمی مستقل و اثرگذار به کار می‌رود. توجه به معنای همین واژه کافی است که ما فضای سایبر را تفریحگاهی برای اوقات فراغت در نظر نگیریم، بلکه فضایی بدانیم که با توجه به ویژگی‌های ذاتی خود، زیست‌بوم جدید و متفاوتی برای انسان ایجاد نموده است، از این رو هدف‌گذاری و سبک زیست خاص خود را می‌طلبد.

تجربیات یک دهه اخیر در فضای سایبر، به‌خصوص تجربیات علمی این حوزه و آفرینش واژگان تازه‌ای همچون تمدن سایبری، شهروند سایبری، تجارت سایبری، جغرافیای سایبری و... نیز نشان از اثرگذاری این فضا بر تمام ابعاد و جنبه‌های زندگی انسانی در تمام حیطه‌های فردی و اجتماعی دارد. همچنین تعریف و اجرای پروژه‌هایی چون «زندگی دوم» که به کاربرانش اجازه دستیابی به زندگی آنلاین و بیرون از محیط فیزیکی‌شان را می‌دهد، درحالی که می‌تواند ارتباطات مالی (درآمدزا) با جهان فیزیکال داشته باشد، باعث فهم بهتر واژه فضا می‌شود.

- Cyber Civilization
- Cyber Citizen
- Cyber Bussiness
- Cyber Geo
- Second Life

مفهوم سایبر

آنچه ما به عنوان فضای سایبر می‌شناسیم، ترجمه عبارت «Cyber Space» در زبان انگلیسی است؛ بنابراین باید ابتدا معنای سایبر تعریف و مشخص شود.

واژه سایبر از مفهوم سایبرنتیک گرفته شده است. ریشه‌شناسی سایبرنتیک چنین می‌نماید که از لغت یونانی «κυβερνήτης» (kubernetes) با تلفظ یونانی کوبرنتیس) اتخاذ شده است. این واژه در زبان یونانی به معنای **حکمران، حاکم و فرماندار** است. بعضی دیگر از منابع، طرز صحیح نوشتار ریشه یونانی سایبرنتیک را به صورت «kybernetes» (با تلفظ یونانی کِیبرنتیس) در نظر گرفته‌اند.

- همچنین به استناد بخشی از پایگاه‌های تخصصی ریشه‌شناسی واژگان، واژه سایبرنتیک از لغت یونانی «kybernetikos» به معنای «فرماندهی خوب» نشأت گرفته است.

- بنا بر مستندات، نخستین بار **افلاطون** از این واژه برای اشاره به «دانش سکان‌داری و کنترل کشتی» استفاده نموده است. باید به این مهم توجه داشت که افلاطون از واژه کوبرنتیس برای خطاب و توصیف پیچیده‌ترین دانش و روش کنترل که تا عصر خود با آن مواجه شده، استفاده نموده است و فضای ذهنی و شناختی انسان یونان باستان از عظمت و پیچیدگی پدیده‌ای نظیر کشتی با انسان امروزی که انبوهی از تکنولوژی‌های پیچیده را از زیر سطح اقیانوس تا فرا سطح زمین ساخته و کنترل کرده است، ابداً یکسان نیست.



- نکته مهمی که در بررسی ریشه‌شناسی واژه سایبرنتیک وجود دارد، این است که هم‌رده مفهومی واژه **Governer** قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، واژه **Government** که صراحتاً به معنای «حاکمیت» و «دولت» است نیز ریشه در مفهوم **Governer** دارد. همچنین از این قاعده زبانی مطلع هستیم که اگر دو واژه، از یک ریشه مشترک حاصل شده باشند، به لحاظ معنایی دارای اشتراک و قرابت هستند. در نتیجه چنین می‌توان بیان داشت که میان دو واژه **Cybernetic** و **Government** به دلیل وجود ریشه مشترک **Governer**، اشتراک و هم‌پوشانی معنایی مطرح است که اشاره به مفهوم حاکمیت دارد.

- لذا با توجه به توضیحات لغوی و علمی فوق، ریشه معنایی و همچنین کاربردی واژه سایبرنتیک، برخلاف تصور عام در کشورمان که از آن تعبیر به تکنولوژی‌های دیجیتال و مباحث ابزاری دارند، در اصل به معنای **اعمال حاکمیت**، کنترل افراد و اجرای سیاست‌های مدنظر حاکمیت توسط سازوکار اطلاعاتی است و با این اوصاف فضای سایبر، ابزار ایجاد و اشاعه این نوع از حاکمیت می‌باشد.

• پایگاه ریشه‌شناسی واژگان EtymOnline، واژه Cybernetic به پیوند: www.etymonline.com/search?q=cybernetic

• پایگاه ریشه‌شناسی واژگان EtymOnline، واژه Government به پیوند: www.etymonline.com/search?q=government

فضای مجازی؟

اما اصطلاح **فضای مجازی** در زبان فارسی از کجا نشأت گرفته است؟

در زبان انگلیسی، به غیر از عبارت فضای سایبر، از اصطلاح دیگری نیز برای اشاره به این فضا استفاده می شود که **Virtual Space** (با تلفظ ویرچوآل اسپیس) است. ترجمه مجازی در واقع، برگردان اشتباهی از ویرچوال است که نهایتاً «فضای مجازی» را شکل داده است. واژه انگلیسی **Virtual** از واژه لاتین **Virtus** اتخاذ شده که به معنای «چیزهایی که وجودشان از اثر یا ذاتشان قابل درک است، نه به صورت فیزیکی» می باشد. در اصل واژه ویرچوآل مکمل واژه اکچوآل (**Actual**) است که اجتماع آنها «واقعیت» (**Reality**) را شکل می دهد. از این رو ویرچوآل به معنای **واقعیت ناملموس** است.

Actual

Reality

Virtual

هویت و زیست مجازی

انسان بخشی از وجود خود را در هویت مجازی خود می‌داند. هویتی که به وسیله فضای سایبرنتیکی ایجاد شده است. فضای سایبر ابتدا ذهن انسان را به تسخیر خود در آورده است و با ذهن انسان پیوندی عمیق ایجاد کرده است و در ادامه، انسان سایبورگ حاصل اتصال فیزیکی انسان با تکنولوژی سایبر است.



زندگی در دنیای مجازی



متاورس دنیای تحقق رویاها است. یک زندگی سه بعدی، با استفاده از تکنولوژی سه بعدی و مبتنی بر اینترنت. خوابی قابل مدیریت و احساس همراه با آموزش، پژوهش، تجارت و خانواده مجازی.

"زندگی نکن، زندگی را بازی کن"

- **Augmented Reality (AR)** • واقعیت افزوده
- **Virtual Reality (VR)** • واقعیت مجازی





کاربرد در علوم حسابداری،
پزشکی، اقتصاد، بانکداری،
تبلیغات و ...





WHO

- Friends
- Celebrities
- Brands
- Companies
- Show me more feature
- Why am I seeing this post feature



TYPE

- Videos
- Links
- Facebook Live
- Images



MEANINGFUL INTERACTIONS

Who a user interacts with, the type of media, popularity and timeliness (recency) are all ranking signals within the algorithm.



POPULARITY

- Reactions
- Likes
- Shares
- Comments



TIMELINESS

- New Posts feature
- Duration of engagement
- Time of day



How Algorithm Changes Will Affect Your Company's Social Media Accounts

BY TRILLION

02.11.19

Subscribe →

"Why am I getting fewer likes on Instagram?"

"Why is no one viewing my Facebook videos?"

It's probably because the algorithm of your social media platform has changed again. And it might be affecting your small business' page. I'm here to give you a quick rundown of two of the most popular social sites that experience algorithm updates regularly—Facebook and Instagram—and how you can keep up with them.

Algorithm changes occur so user consumption habits can be analyzed. The frequent changes can make it challenging for businesses to keep up if you do not have a dedicated social media expert on staff. Social media platforms want to show users what they want to see more of, and for your small business to succeed, it is important to work with these changes and not against them.

 Share

 Tweet

CATEGORIES

Marketing

RELATED SERVICES

Marketing & Social Media



Facebook

Early last year, Facebook announced that it would be prioritizing “[meaningful social interactions](#).” When attempting to lessen “fake news” and manage content overload, the platform served users with minimal publisher and brand posts, which unfortunately resulted in a huge drop in traffic and ad revenue. To see something on your feed, your friends and your friends’ friends would have to be reacting to or engaging with it. If that piece of content is coming from a respected publisher or your brand—great!—but there’s a good chance a majority of your personal feed will be an excessive amount of vacation photos and cute animal videos.

If you’re managing a business page, your strategy should revolve around these five things—which are known to be heavily weighted in Facebook’s algorithm:

1. **Comments:** Create content that will spark conversations between users.
2. **Reactions:** Users should be encouraged to respond with “love,” “wow,” or any of the other reactions.
3. **Comment replies:** Conversations should not only be prompted, but continued with replies.
4. **Shares on Messenger:** It’s easier to capture attention with a direct message (timeline shares don’t hurt either!)
5. **Engagement on shares:** Engagement should be on the native post and its shares.

Because credibility will affect your page’s ranking, post consistently and make sure your page is filled out and up-to-date with correct business hours, a website address, and more. Facebook wants its users to remain on the platform as long as possible, so use external links sparingly. Choose to add photos and videos into the mix and don’t always link back to your website. We can ramble on and on about the pros and cons of Facebook’s chosen algorithm, but here’s one final quick tip: Make your content shareable and engaging, without pushing it... posting things like “tag your friend who needs this” (also known as [engagement bait](#)) is a no-no! You shouldn’t have to tell people to interact with your content, they should want to.

CONTACT US

First Name

Last Name

Phone Number

Email Address

I need help with...

☒ Yes! Keep me updated.

SUBMIT

Instagram

When Instagram was new, your feed was in chronological order. That was until they realized that in order to keep you on the application longer, high-engagement posts needed to show up first. It's possible that this change adversely impacted your reach and impressions, but don't fret! The current algorithm will show users what they like (literally) and focuses on these three topics:

1. **Interest:** If a user has been consistently liking your content, they will continue to see it in their feed.
2. **Timely content:** While you may see posts from a few days ago, newer posts are favored.
3. **Relationship:** If you tag a person in a caption, photo, or comments, your posts are more likely to show up earlier in that person's feed.

From a small business perspective, the easiest way to get your posts in front of users on Instagram (and all platforms) is to make engaging with your audience a top priority.

THE PRESENT — OCTOBER 7, 2021

Here's exactly how social media algorithms can manipulate you

Evidence shows that information is transmitted via “complex contagion.”

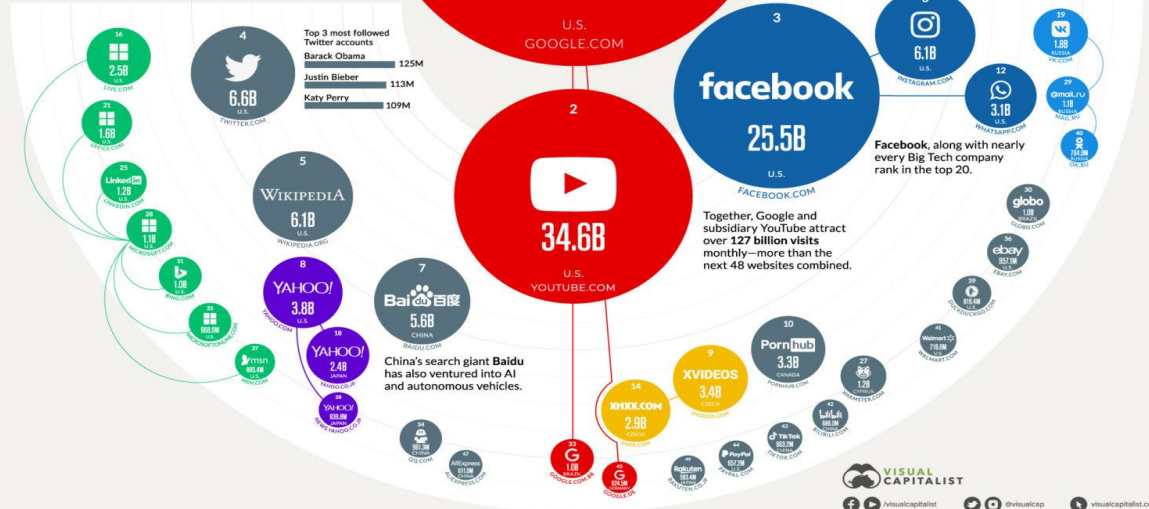
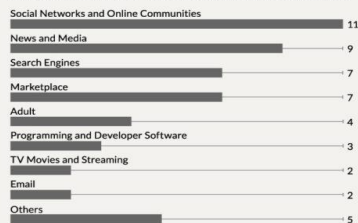


Austin Distel / Unsplash

THE WORLD'S Top 50 Websites

Below, we show the key players—from Google to Twitter—that currently dominate the Internet.

BREAKDOWN BY CATEGORIES (GLOBAL, NOV 2020)



SOURCE: SIMILARWEB

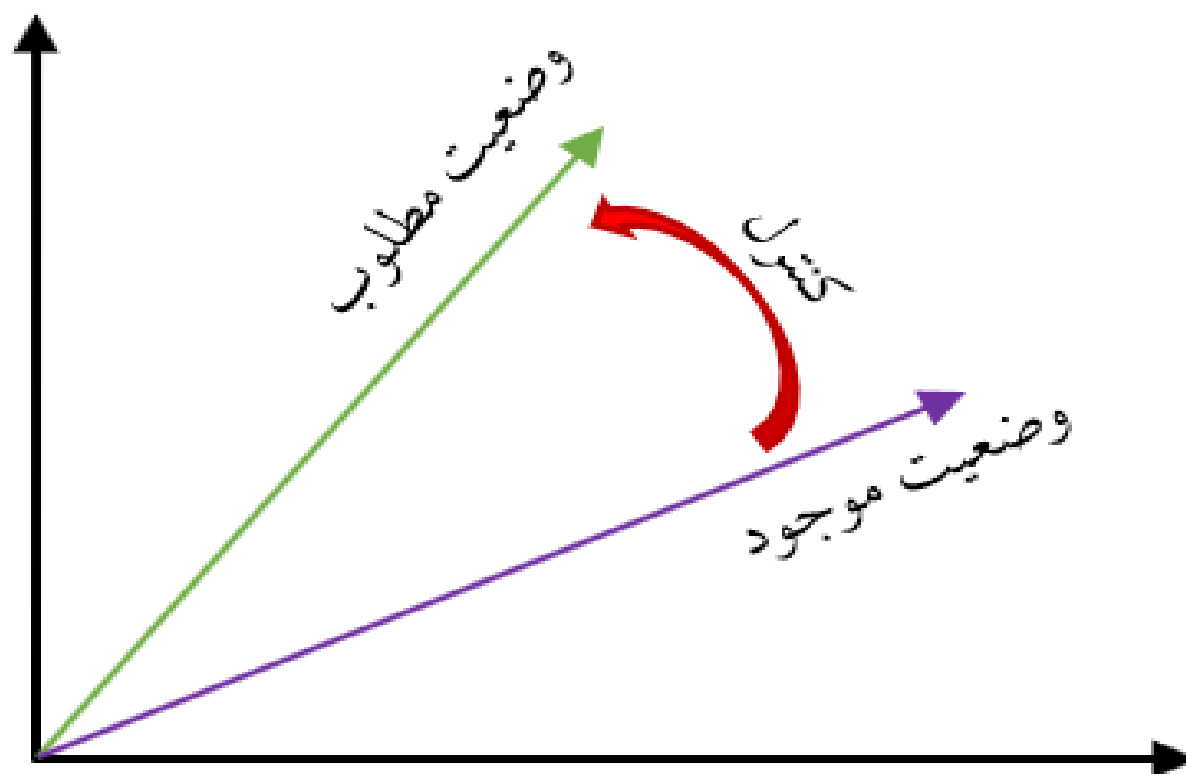
VISUAL CAPITALIST

LABORATORIES RESEARCH • WRITING: Dorothy Neufeldt • ART DIRECTION • DESIGN: Joyce Ma

visualcapitalist.com @visualcap visualcapitalist

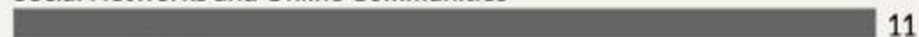
«ارکان سایبرنتیک»

اطلاعات محتوا	ارتباطات انتقال محتوا	محاسبات پردازش و ذخیره سازی محتوا	کنترل تغذیه ی محتوا
-------------------------	---------------------------------	--	-------------------------------



BREAKDOWN BY CATEGORIES (GLOBAL, NOV 2020)

Social Networks and Online Communities



News and Media

Search Engines

Marketplace

Adult

Programming and Developer Software

TV Movies and Streaming

Email

Others

رتبه بندی بر اساس ترافیک جهانی

۱. شبکه های اجتماعی و انجمن های آنلاین : ۱۱

۲. اخبار و مدیا: ۹

۳. موتور های جستجو: ۷

۴. فروشگاه ها: ۷

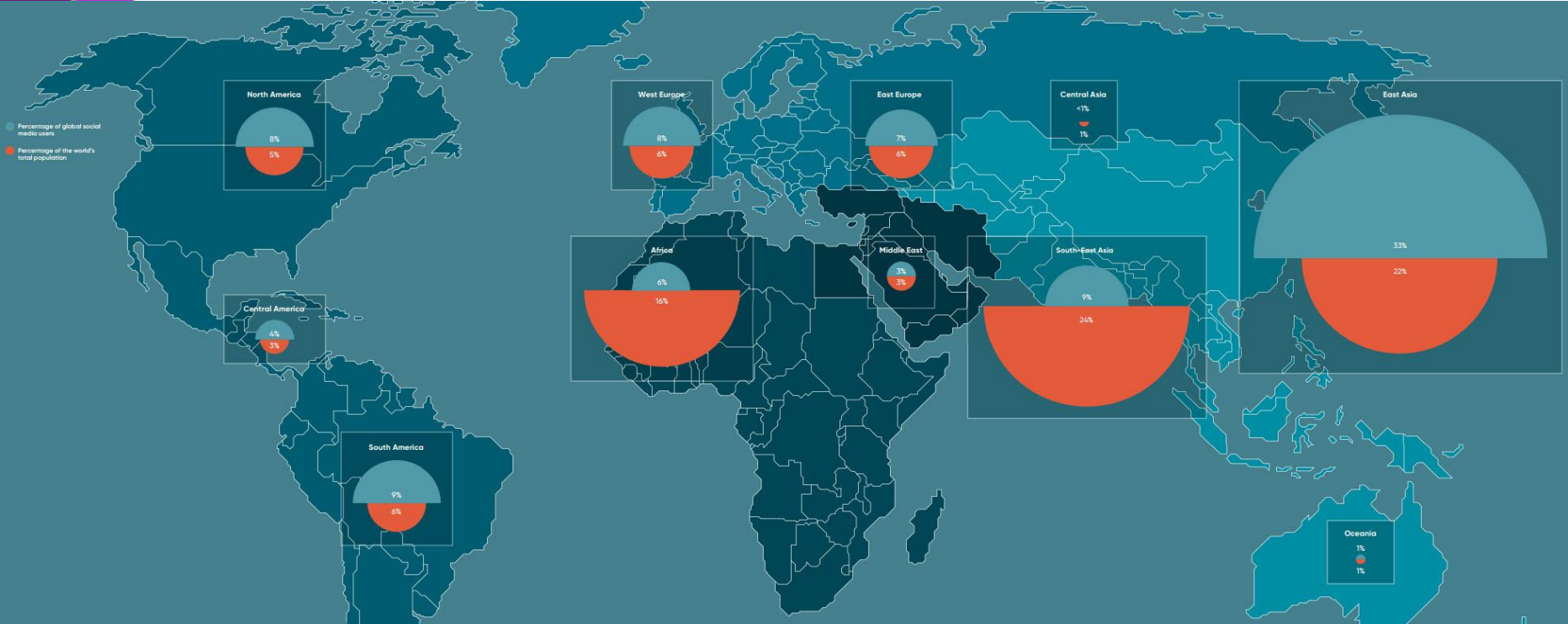
۵. کاملاً غیر اخلاقی: ۴

۶. نرم افزار ها و توسعه دهندگان نرم افزار: ۳

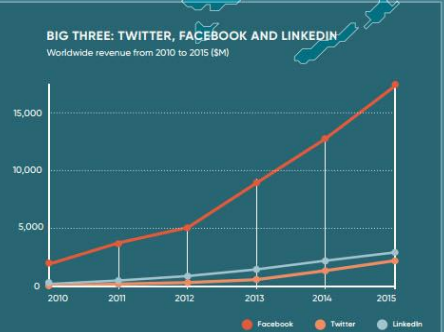
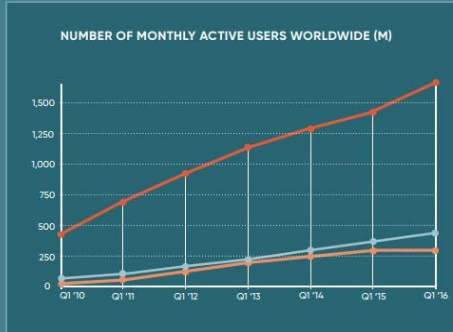
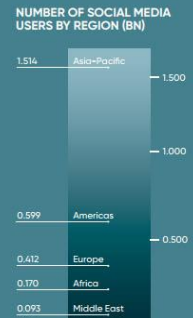
۷. تلویزیون و شبکه های تلویزیونی اینترنتی: ۲

۸. ایمیل : ۲

۹. غیره: ۵

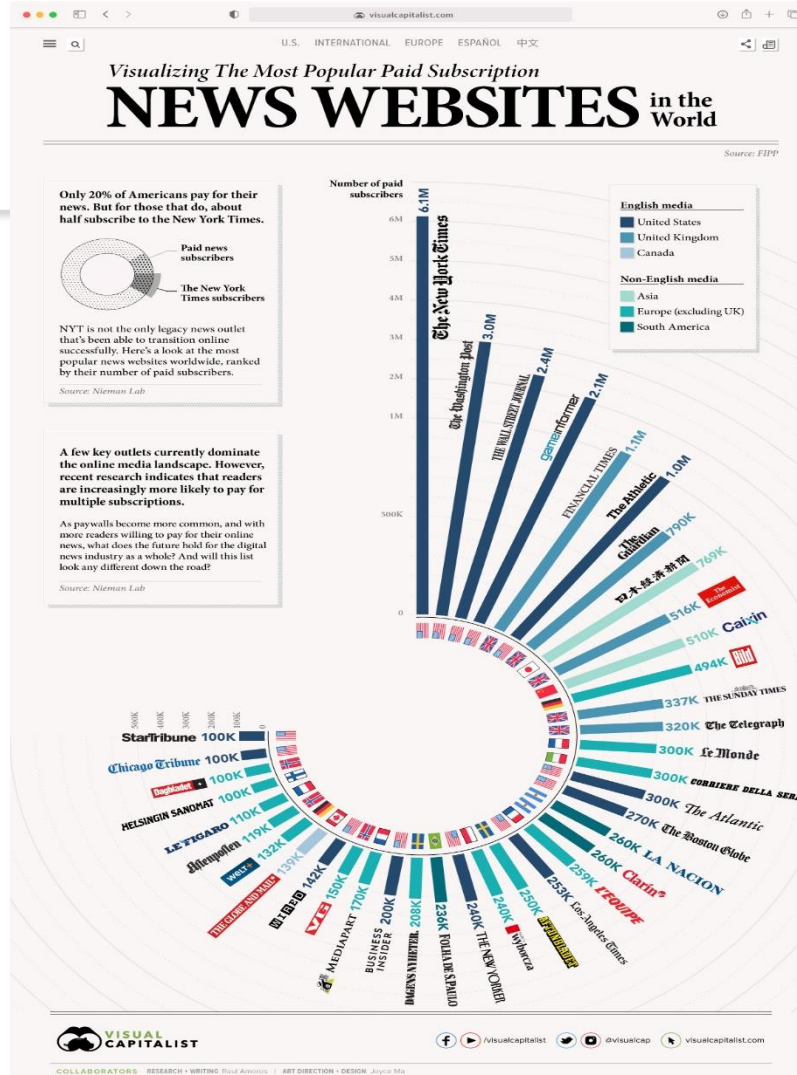


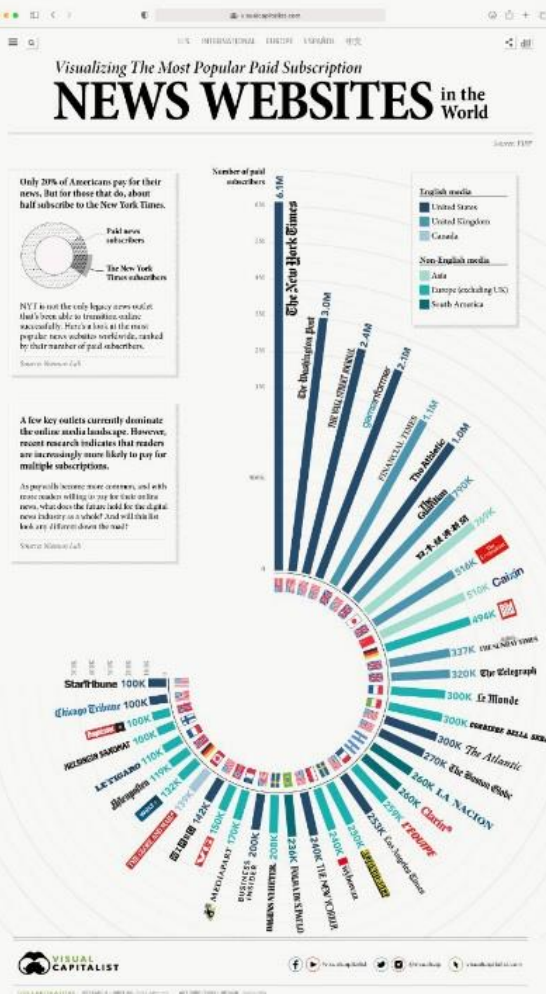
- 1. Facebook 2,910 MAUs U.S.
- 2. YouTube 2,291 MAUs U.S.
- 3. WhatsApp 2,000 MAUs U.S.
- 4. Messenger 1,300 MAUs U.S.
- 5. Instagram 1,287 MAUs U.S.
- 6. WeChat 1,225 MAUs China
- 7. TikTok 732 Millions China
- 8. Douyin 600 Millions China
- 9. Telegram 600 Millions UAE
- 10. QQ 600 Millions China
- 11. Snapchat 528 Millions U.S.



- 







- 1-The New York Times - 6,000,000
- 2-The Washington Post - 3,000,000
- 3-The Wall Street Journal - 2,400,000
- 4-Game Informer - 2,100,000
- 5-Financial Times – 1,100,000
- 6-The Athletic – 1,000,000
- 7-The Guardian – 790,000
- 8-Nikkei – 769,000
- 9-The Economist – 516,000
- 10-Caixin – 510,000





Cheats have been activated. Trophies will not be awarded for the duration of this session.

Cheat activated:
Give weapons.



فرصتها در استفاده از بازی های رایانه ای :

- خلق تجربیات جدید (شبه سازی) آموزش - تفریح - بازاریابی و ارزیابی
- خلق جهان های چند بعدی بصورت مجازی
- واقعیت در واقعیت لایه های واقعیت second life .
- قابلیت استفاده از انواع حواس برای انتقال پیام
- استفاده همزمان از چند حس برای انتقال پیام
- در دسترس بودن و همگانی بودن
- تعاملی بودن و پر رنگ شدن نقش مخاطب
- قابلیت ذخیره و باز نشر بی نهایت
- سرعت در انتقال



- استفاده از هوش مصنوعی در تکمیل اثر
- بی زمانی و بیست و چهار ساعته بودن
- بی مکانی و جهانی بودن
- تنوع و ایجاد ابزارهای جدید هنری
- همراهی با رشد تکنولوژی
- به تصویر کشیدن تخیلات و افسانه ها و جان بخشی به قهرمانان
- بازسازی وقایع و اتفاقات گذشته و آینده
- برطرف کردن کمبود های اطلاعاتی و مهارتی انسان
- دقت در محاسبه، تجزیه و تحلیل اطلاعات
- جذابیت بالا با کمترین خستگی

برخی بازی‌ها توانسته‌اند آن‌قدر کاربران را به خود وابسته کنند که گیمرها (بازی‌خورها)، وقت زیادی را به آن اختصاص دهند. در فهرست زیر ۱۰ بازی رایانه‌ای که بیشترین وقت را از بازی‌خورها گرفته‌اند آورده شده است:

ردیف	تایم بازی	زمان مصرف‌شده
۱	World of warcraft	۶۰ میلیارد ساعت
۲	League of legends	۳۰ میلیارد ساعت
۳	Call of duty series	۲۵ میلیارد ساعت
۴	Guild wars series	۱۵ میلیارد ساعت
۵	Dota ۲	۶ میلیارد ساعت
۶	Minecraft	۵ میلیارد ساعت
۷	GTA V	۴ میلیارد ساعت
۸	Counter Strike Series	۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون ساعت
۹	Halo series	۳ میلیارد ساعت
۱۰	Team Fortress ۲	۲ میلیارد ساعت



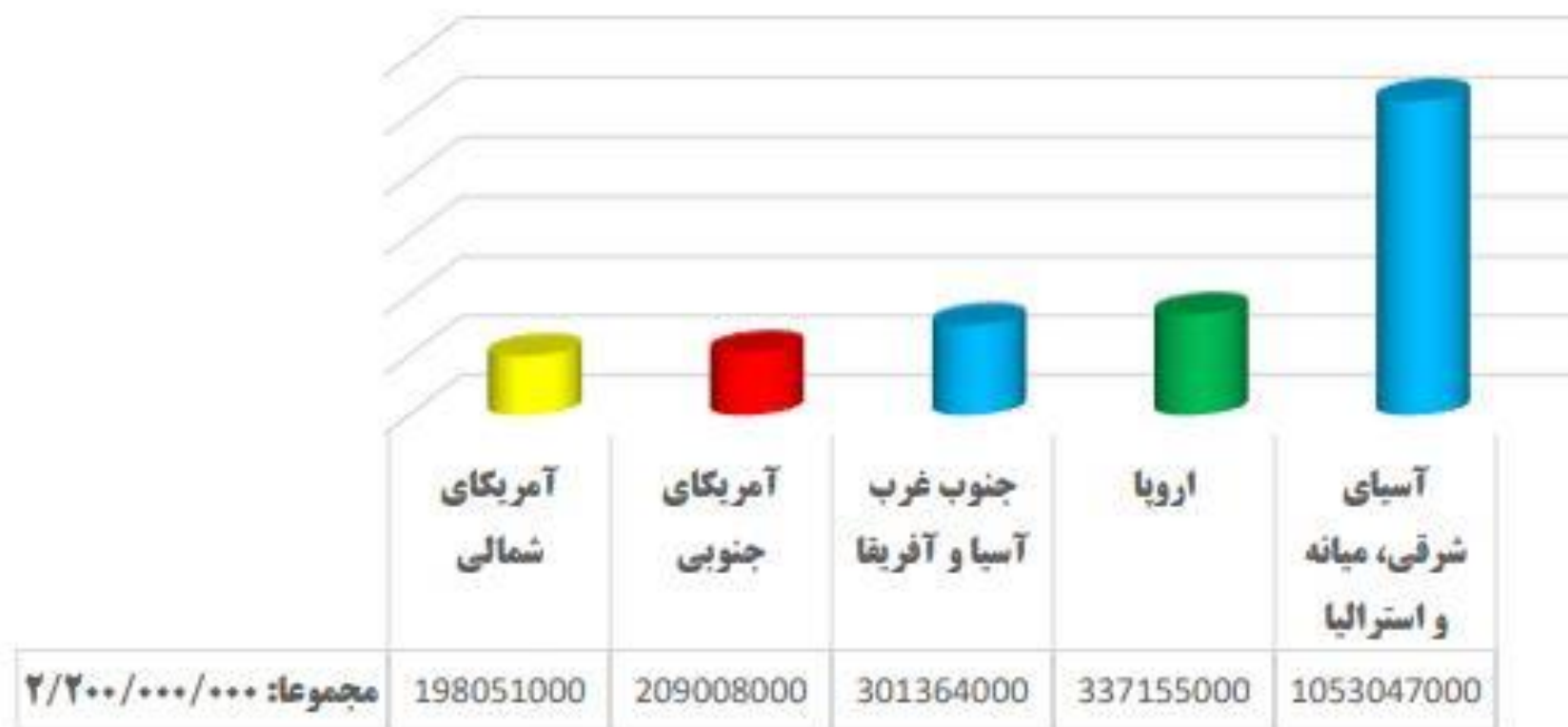
۳. پرهزینه‌ترین بازی‌های رایانه‌ای

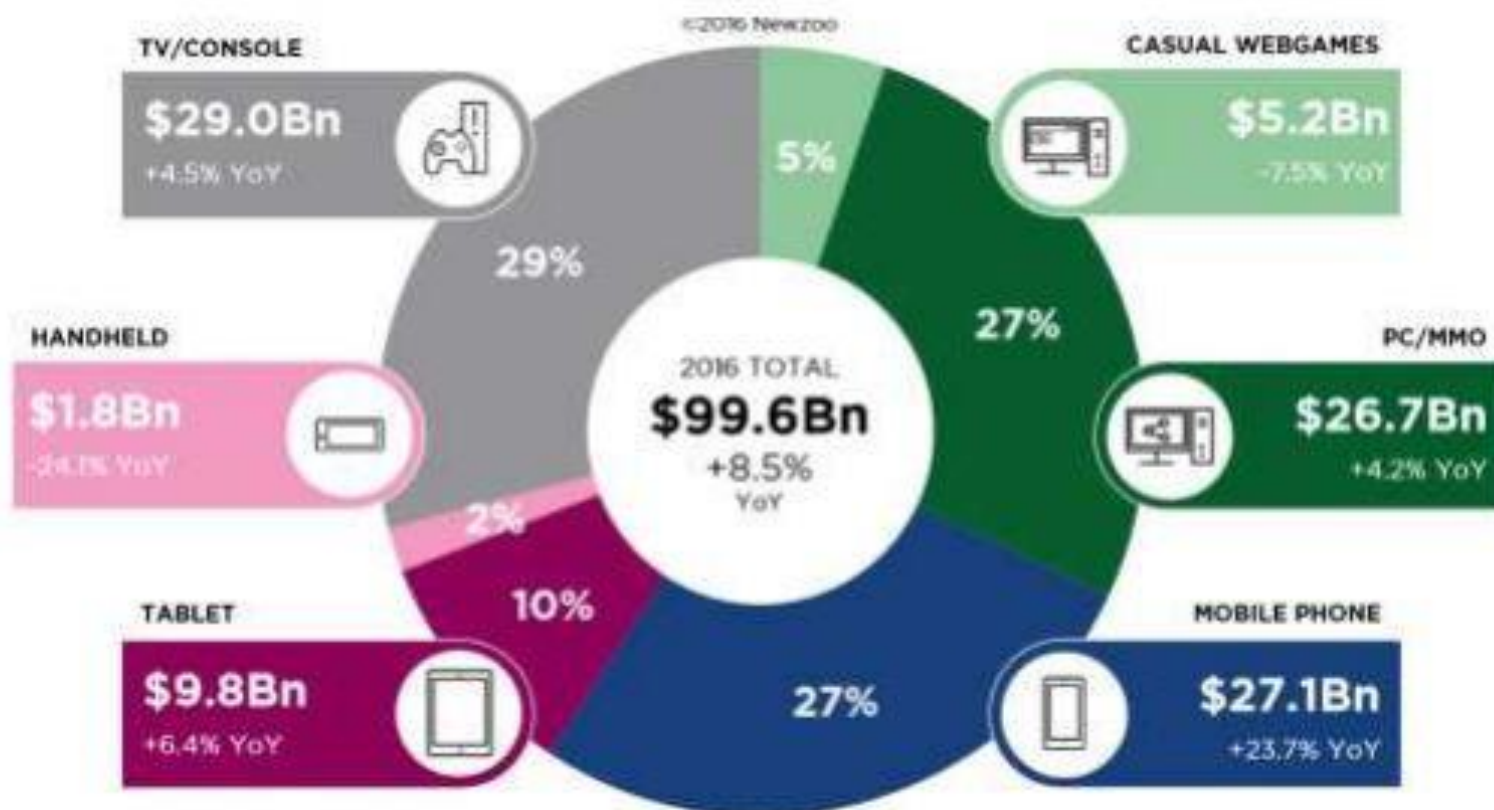
تولید و توسعه بازی‌های رایانه‌ای هزینه‌های زیادی را برای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان دربر دارد. در فهرست زیر ۱۰ بازی پرهزینه تاریخ آورده شده است:

ردیف	نام بازی	سال تولید	میزان هزینه
۱	Destiny	۲۰۱۴	۵۰۰ میلیون دلار
۲	Call Of Duty Modern Warfare ۲	۲۰۰۹	۲۷۹ میلیون دلار
۳	Grand Theft Auto V	۲۰۱۳	۲۷۲ میلیون دلار
۴	Final Fantasy VII	۱۹۹۷	۲۱۶ میلیون دلار
۵	Starwars the Old republic	۲۰۱۱	۲۱۳ میلیون دلار
۶	Shenmue ۲	۲۰۰۱	۱۳۲ میلیون دلار
۷	Grand Theft Auto IV	۲۰۰۸	۱۱۱ میلیون دلار
۸	Too Human	۲۰۰۸	۱۱۱ میلیون دلار
۹	Max Payne ۳	۲۰۱۲	۱۱۰ میلیون دلار
۱۰	Red Dead Redemption	۲۰۱۰	۱۱۰ میلیون دلار



کاربران بازی های رایانه ای در جهان





این آمار نشان‌دهنده جهت‌گیری دنیای بازی به‌سوی تلفن‌های همراه و تبلت است.



تهدیدها در استفاده از بازی های رایانه ای :

- دوری از حقیقت اشیا
- پر رنگ شدن نقش حواس ظاهری و مادی مخصوصا چشم و گوش
- پر رنگ شدن نقش خیال در نسبت با تعقل
- پر رنگ شدن نقش غرایز حیوانی در نسبت با جنبه انسانی
- عدم وجود قواعد در تخیل پردازی ها
- سطحی و کم عمق بودن غالب مطالب
- گستردگی بی حساب اطلاعات
- تشویش و پراکندگی بیش از اندازه اطلاعات و آثار
- عرفی شدن و دم دستی شدن بی اندازه هنر
- نقش بدون چهارچوب مخاطب و تعامل بیش از اندازه مخاطب
- کپی برداری غیر مجاز و ضایع شدن حقوق مولف
- قابلیت سوء استفاده از مخاطب به مقدار وسیع به دلیل وسعت مخاطب و میزان اثرگذاری

- بی هویتی (هویت تکه پاره به دلیل نقش های متعدد) (زائیده انسان پست مدرن)
- محدودیت های بستر دیجیتال نسبت به واقع
- فردگرایی و تنهایی
- تاثیر منفی بر چشم و تمرکز
- انتقال پیام های غیر اخلاقی و ضد دینی
- اعتیاد





آسیب های روانی

- عدم تمرکز
- بحران هویت و چندگانگی شخصیت
- اعتیاد به موبایل و فضای مجازی
- اعتیاد به پورنوگرافی
- افسردگی و انزوا طلبی
- از دست دادن تعامل با دیگران
- سطحی نگری
- شب بیداری مضر
- افزایش روحیه پرخاشگری و خشونت







 **IRNA**

AMIN JALALI



10h 273 likes Reply

— View replies (33)



leo.messi_h0jateslam خودت باید

بروي!!! مردم ايران قدردان نا اخوندا هستن و تا
پاي مرگ از ما حمايت ميکنن!!! مرگ بر
امريکا



10h 54 likes Reply

— View replies (169)



seyed.velayeti [Follow](#) ...

1 post 5 followers 5 following

Mojtaba Naghibi

طلبه ای بیش نبوده و نیستم
طبق دستور آقایان به فعالیتهای سایبری مشغول شده ام

This Account is Private

Follow to see their photos and videos.



Search

@hawzahnews_ir
@hawzahnews_fr
www.hawzahnews.com

Followed by fotrosmedia.tv, aseyednejad, samtekhoda.tv3 + 21 more

hawzahnews • Following

...

/News/486915

3h

karbal_a_11 🌞

3h 1 like Reply

seyed.velayeti بسیار عالی روزه خوانی
برای اهالی گرسنه و سیلزده کشور بسیار نیاز
است

Liked by safari.mohammad.rasool and
664 others

3 HOURS AGO

Add a comment...

Post



السَّالِمُ عَلَى الرَّاهِمِ ذِي وَصَايَحِ الدِّعَاءِ



Blocked

سيد حسن لواساني

@igFuvoN3TkwMzrl

يك طلبه ساده، نوه شهيد والا مقام حاج يوسف لواساني، مقلد، دو امام،
خاك پاي، دو امام شاعر، پژوهشگر حوضه دين

📅 Joined June 2019

230 Following 18 Followers

Tweets

Tweets & replies

Media

Likes

- جمع‌آوری کمک‌های مردمی در فضای مجازی و تصرف در املاک و دارایی‌های بازلین؛
- دریافت وجوهای شرعی به طور غیر قانونی از طریق فضای مجازی؛
- درآمدهای سخیف از طریق ارائه فعالیت‌ها و خدمات دینی پولی غیر شرعی و غیر قانونی در بستر فضای مجازی.

- تندروی در تحت عناوین مطالبه‌گری، انقلابی‌گری و یا عدالت‌طلبی و اشرافیت‌ستیزی
- سیاست‌بازی و تشکل‌زدگی با نگاه خود حق‌پنداری
- عدم رعایت شئون طلبگی در پوشش و کلام و ارتباط و زیست طلبگی
- تحول‌خواهی با نگاه سنت‌شکنی و غرب‌گرایی و مدرنیته دینی
- تمایل به "ان جی او" های حقوق بشری
- مطرح کردن و برجسته‌سازی و برندسازی از افراد و شخصیت‌های غیر موجه



راهکارها

” توجه به عناوین ثانویه:

- تولید و باز نشر محتوای رسانه‌ای، می‌تواند عناوین مختلفی پیدا کند؛ عناوینی مانند:
- توهین و دشنام
- افترا به معنای نسبت دادن سخن یا فعل ناحق یا صفت نادرست به دیگری
- کشف اسرار مردم که می‌تواند موجب اشاعه فحشا یا هتک حرمت شود
- جاسوسی و خرابکاری یا تضییع حق دیگران

“

راهکارها

” خود بودن:

- **حساب کاربری واقعی:** حساب کاربری غیر واقعی رفته رفته این امکان را می دهد که آن چیزی که متناسب با شأن و شخصیت و شئون اخلاقی شما نیست را انجام دهید
- **ثبت حساب کاربری در درگاه های رسانه ای رسمی باز کنید:** این کار از سوء استفاده احتمالی دیگران از نام و عنوان شما جلوگیری می کند.
- **پنهان نکردن حوزوی بودن:** همان گونه که لباس حوزوی مصونیت می آورد شناسنامه حوزوی هم مصونیت می آورد.
- **جاذبه و دافعه:** جوری رفتار کنیم که به مخاطبان این را القا کرده باشیم من یک آدم معتقد به نظامات اخلاقی ام.

“

راهکارها

” حرفه ای بودن:

- ارتباط و تعامل: فعال رسانه ای حوزه باید نماد تعامل و مدارا با دیگران باشد
- مسابقه آری نبرد خیر: رقیب را تخریب نمی کند، تحقیر نمی کند، از دوستی و مشورت پرهیز ندارد.
- ارجاع دهی: اگر خبری که منتشر کردید که خلاف واقع بود مسئولیت اخلاقی و حقوقی از شما سلب می شود.
- امانتداری: تقطیع، چیدمان هدفمند، نوع تیتراژ، زمان انتشار و... می تواند به وارونه سازی یک رویداد رسانه ای بیانجامد.
- قاعده مندی: مثلاً وقت خاصی را برای حضور در فضای مجازی مقرر کنیم تا مخاطب بفهمد که این مبلغ دینی و فعال رسانه ای، در فضای مجازی سرگردان و آواره نیست. این نظم هم به لحاظ زمانی است و هم محتوایی و روشی.
- به روز بودن: فعال رسانه ای حوزه سوار بر موج رسانه می شود اما مسافر بی اختیار موج رسانه ای نه.

“

راهکارها

دوری از خطاهای استراتژیک:

- **عدم حفظ حریم خصوصی:** راه را بر هر سوء استفاده دیگران ببندیم و الگوی مناسب باشیم.
- **اعتماد بیش از حد به مخاطبین:** به هیچ وجه نباید حسن ظن، به یک اطمینان بی منطق تبدیل شود.
- **شاذ بودن:** از بیان مطالب شاذ و موضع گیری های شاذ پرهیزم، احتیاط در اظهار نظر و بروز شخصیت لازم است.
- **وابسته شدن مخاطب:** پل باشید، توقفگاه طرف مقابل نباشید. تا جایی که می توان زیر بار مشاوره های خصوصی و خانوادگی و اخلاقی و... نباید رفت.
- **ادای روشن فکری:** افتادن در دام دوگانه های عرف و عقلانیت، سنت و مدرنیته، روشن فکری و تحجر برای دیده شدن از نشانه ها و خطرهای این بخش است.
- **بت شدن:** تعدد فالور و اعضای کانال یا گروه لزوما کاشف از خوب بودن و درستی ما نیست. آخوند سلبریتی بودن برای مربی گری و هدایت نفوس یک آسیب است.

“

اصول کنشگری فعال دینی در فضای سایبری



رعایت اخلاق و آداب کنشگری

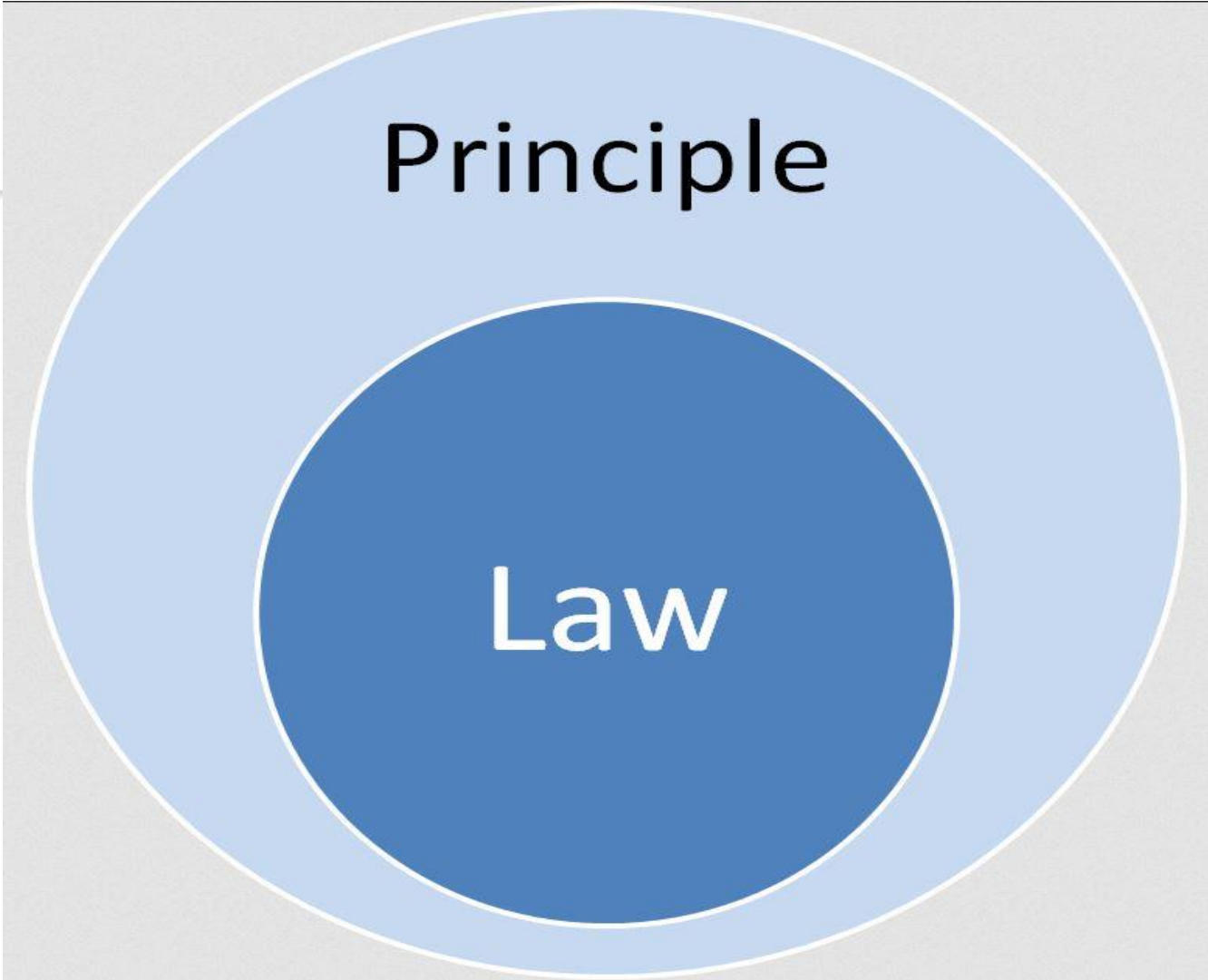
کنشگر حوزوی باید خود را در همه حال خود را در محضر خدا ببیند.

مفهوم هدفمند در فضای سایبری (کنترل رژیم مصرف)

حضور موثر، برنامه ریزی شده و هدفمند در عرصه های تبلیغ و گسترش معارف دینی و تنظیم امورات زندگی خود بر اساس توازن و تناسب در امور

رعایت نکات امنیتی و مریم فصوصی

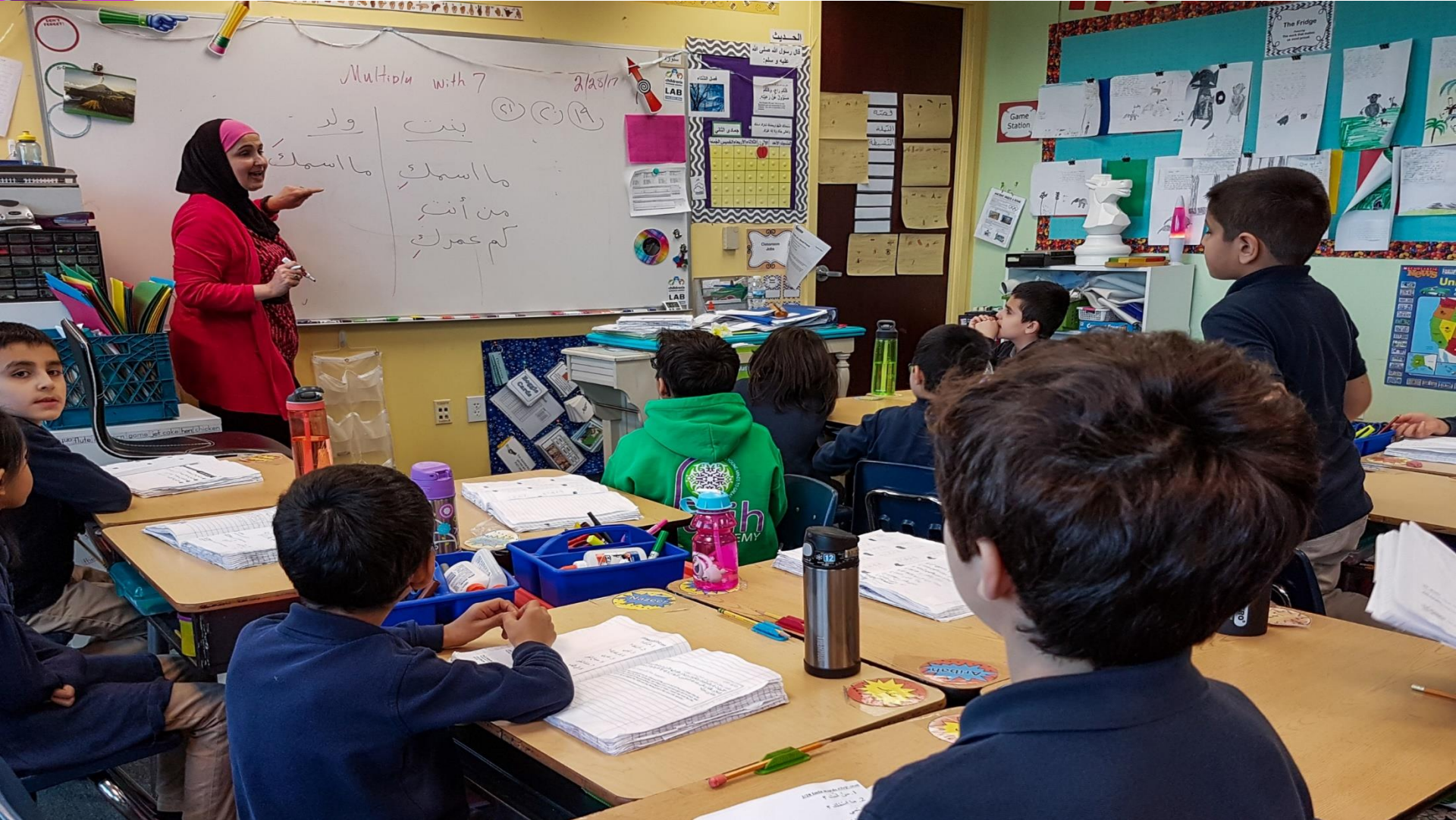
تنظیم و کنترل نکات فنی در کلیه امورات مربوط به فضای سایبری و آموزش صحیح به اطرافیان و دیگران در راستای حفظ حریم خصوصی



Principle

The diagram consists of two concentric circles. The outer circle is light blue and contains the word 'Principle'. The inner circle is a darker blue and contains the word 'Law'. The inner circle is entirely contained within the outer circle, illustrating that law is a subset of principle.

Law



Multiplication with 7

2/28/17

ولد بنت
ما اسمك ما اسمك
من أنت
كم عمرك



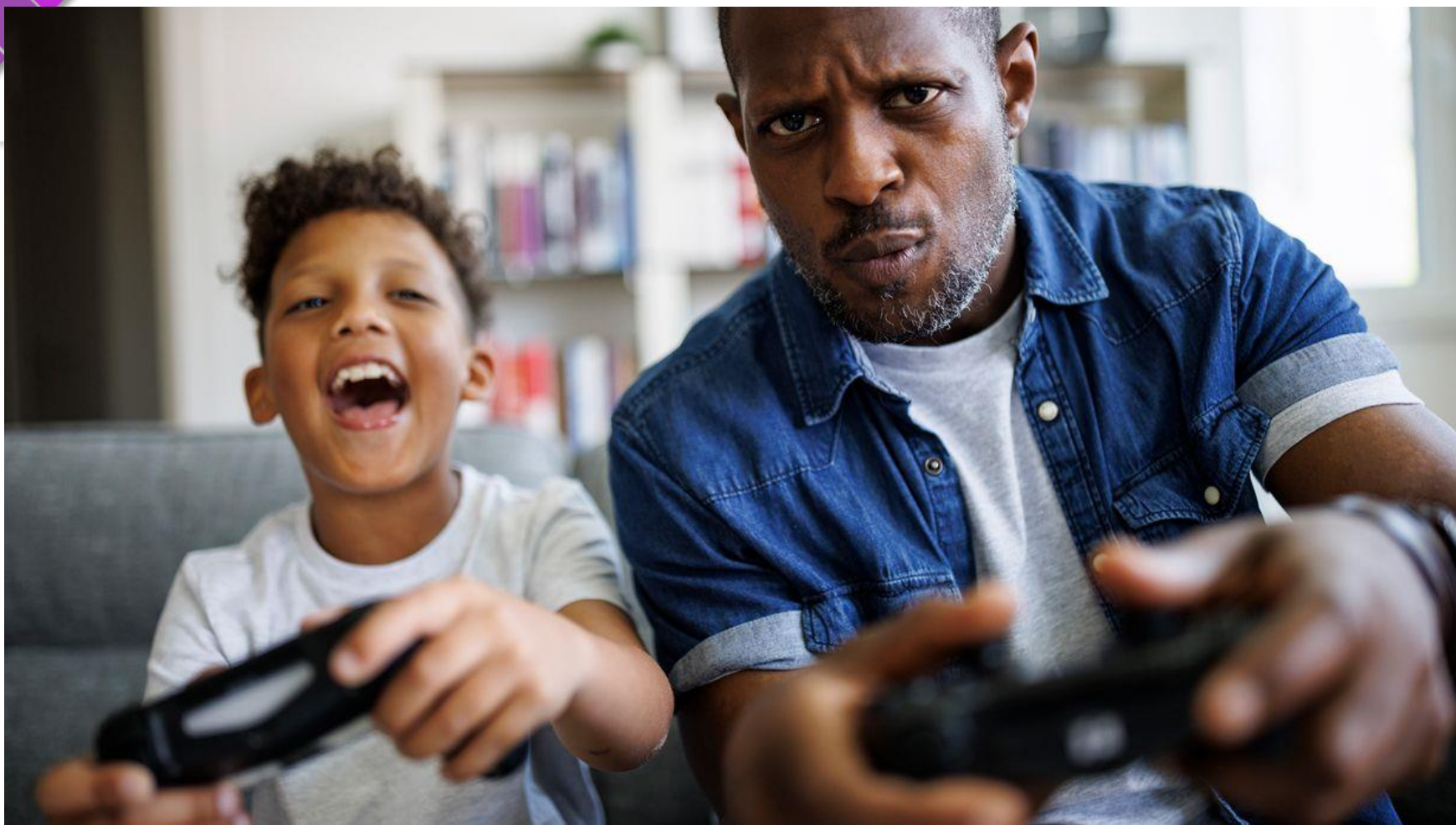




















FIVE MANAGEMENT











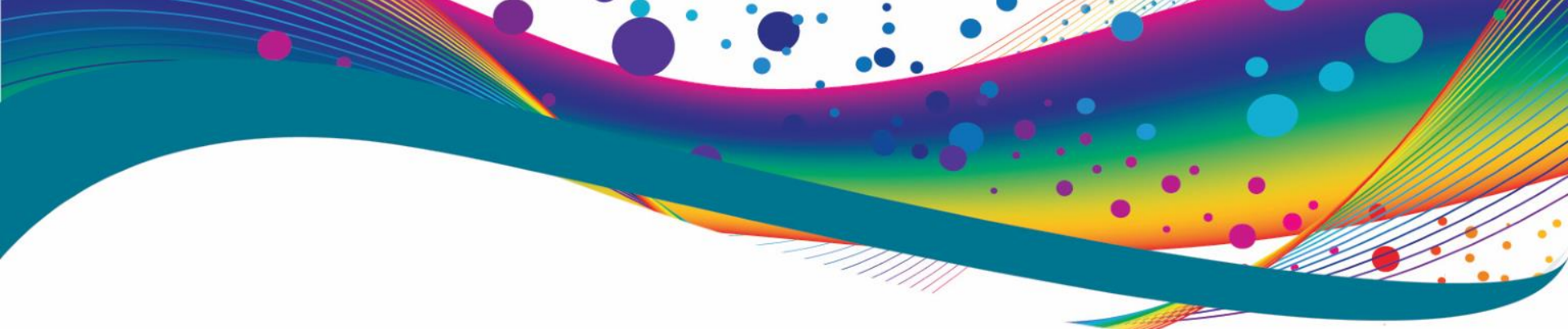


Time Management

6 TIPS FOR TIME MANAGEMENT







وَأَخِرُ دَعْوَانَا أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ