

چکیده

هویت دینی، در زندگی هر فردی نقش بسیار مهمی دارد که امروزه با گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، به‌ویژه ظهور پدیده‌ای به نام فضای مجازی، دچار تحولاتی شده است. هویت، به معنای کیستی است و عامل اساسی در هویت‌های اجتماعی، تعاملات انسان‌ها با یکدیگر و به شکل رودررو و در یک محیط اجتماعی است؛ اما هویت در فضای مجازی، به گونه دیگر تعریف می‌شود؛ فضای مجازی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و استفاده روزافزون جمعیت جوان ایرانی از این شبکه‌ها، هم برای مسئولان و هم برای مردم ایران به یک دغدغه تبدیل شده است. هدف از این مقاله، بررسی پیامدهای فضای مجازی بر هویت دینی جوانان ایرانی است. بنابراین، سؤال اصلی نوشتار حاضر این است که فضای مجازی چه پیامدهایی بر هویت دینی جوانان امروز ایرانی داشته است؟ و نیز بررسی این مسئله که چه رابطه‌ای بین هویت دینی و فضای مجازی وجود دارد؟ استدلال نویسندگان بر آن است که فضای مجازی با کم‌اهمیت و کم‌رنگ کردن سنت‌های دینی و مؤلفه‌های آن، زمینه‌ساز ایجاد بحران هویت دینی در بین جوانان ایرانی می‌شود. روش مطالعه، بهره‌گیری از استدلال‌های نظری مرتبط با هویت و فضای مجازی می‌باشد. در این مقاله، ابتدا هویت و هویت دینی و فضای مجازی تعریف شده و سپس به چالش‌ها و فرصت‌های هویت دینی در فضای مجازی اشاره شده و در خاتمه نیز فرصت‌ها و تهدیدات هویت دینی کاربران ایرانی در بین جوانان امروز ایران بررسی شده است. نتایج این بررسی‌ها و یافته‌ها نشان می‌دهد که هرچه وسعت حضور در فضای مجازی بیشتر باشد، سطح هویت دینی جوانان ایرانی تضعیف می‌گردد که به نوعی مرتبط با فرضیه این مقاله می‌باشد.

کلیدواژگان: هویت، فضای مجازی، هویت دینی، کاربران جوان ایرانی، هویت اجتماع.

فضای مجازی؛

فرصت‌ها و چالش‌های هویت دینی در بین جوانان ایرانی



مرزیه قاسمی *

marzieghasemi30@gmail.com

مهدی احمدی **

mehdiahmadi0842@yahoo.com



مقدمه

بحث درباره هویت(۱) در ایران امروز، به‌ویژه هویت دینی و مذهبی، در دهه‌های اخیر توجه بسیاری را در ایران برانگیخته است. هویت دینی، به دلیل اهمیت اساسی‌اش در جامعه امروز ایران که یکی از مهم‌ترین ابعاد هویتی است و نقش محوری در حفظ اتحاد و انسجام اجتماعی را در ایران دارد، توجه بیش از پیش محافل عمومی را به خود جلب کرده است. امروزه با گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و ظهور پدیده‌های به نام فضای مجازی، این بعد مهم هویتی دچار تهدیدات و تحولات فراوانی شده است.

در سال‌های اخیر از طریق گسترش فزاینده فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، تحولات بنیادینی در زندگی انسان‌ها در عرصه روابط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی به وجود آمده است. پیامد این امر، شکل‌گیری نوع جدیدی از ارتباطات و تعاملات انسانی است. ظهور فضای مجازی، به‌خصوص اینترنت، به عنوان مهم‌ترین شاخصه فناوری ارتباطات، تأثیرات بسیاری در زندگی مردم، خاصه جوانان

داشته است که از جمله تأثیرات آن، می‌توان به شکل‌گیری یک جامعه آنلاین اشاره کرد که کاربران آن از طریق ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. در واقع، اینترنت با فراهم‌آوردن یک ارتباط شخصی و خصوصی که عموماً از کنترل مراجع دولتی نیز خارج شده، به مهم‌ترین وسیله در چنین فضایی تبدیل گردیده است.

از این‌رو، فضای مجازی، تحولات بنیادینی در تعاملات انسان‌ها به وجود آورده است. یکی از این تحولات، تحول در معنا و مفهوم هویت است. در گذشته، هویت افراد از طریق تعاملات حضوری و به شکل رودررو و در یک محیط جغرافیایی و سرزمینی مشخص شکل می‌گرفت. گرچه چنین تعاملی به طور کلی از بین نرفته، ولی کم‌رنگ‌تر شده است؛ درحالی‌که امروزه با ظهور پدیده‌ای به عنوان فضای مجازی، ضمن به چالش کشیده‌شدن چنین الگوی ارتباطی سنتی، عملاً شرایط جدیدی در عرصه هویت انسان‌ها به وجود آمده است. مفهوم بحران هویت(۲)، ناشی از همین شرایط جدید است که نتیجه چنین بحرانی

بنا به ویژگی‌ها و کارکردهای این فناوری‌ها و رواج ارزش‌هایی مثل: فردگرایی، لذت‌گرایی، نسبی‌گرایی، انزواگرایی و مصرف‌گرایی، همه این ارزش‌ها در تقابل با هویت دینی سنتی قرار دارند. استفاده از فضای مجازی در میان ایرانیان، به‌ویژه نسل سوم، روزبه‌روز در حال گسترش است و حتی در مناطق محروم و دورافتاده و در بین عشایر نیز جوانانی هستند که از اینترنت و لپ‌تاب استفاده می‌کنند

این پژوهش سعی شده که به تعریف هویت، فضای مجازی و نیز فرصت‌ها و چالش‌های هویت در فضای مجازی، به‌ویژه در حوزه دینی، و پیامدهای آن و نیز رابطه‌ای که بین فضای مجازی و هویت وجود دارد، پرداخته شود.

روش پژوهش

در این مقاله، از رویکردهای جدید همچون رهیافت گفتمانی و نیز نظریات مانوئل کاستلز استفاده شده است. روش تحقیق، استفاده از استدلال‌های نظری و مفهومی مرتبط با موضوع و تکیه بر یافته‌های برخی پژوهش‌های به‌عمل آمده به‌ویژه روش توصیفی - تحلیلی صورت گرفته می‌باشد.

مرور مطالعات پیشین

تحقیقات متعددی در زمینه هویت، به‌ویژه هویت دینی صورت گرفته است که عمده این تحقیقات، با روش کمی و استفاده از پرسشنامه بوده و به بررسی رابطه بین مفاهیم متعددی و هویت پرداخته شده است. برای مثال، «شارعبور و خوشفر» (۱۳۸۱) به نقل از «ابراهیمی و بهنویی گنده» (۱۳۸۷)، به بررسی دو مفهوم سرمایه فرهنگی و گونه‌های مختلف هویت پرداخته‌اند. نمونه آماری آنها، ۴۳۷ نفر از جوانان بین ۱۵ تا ۲۴ ساله شهر تهران بود. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که بین سرمایه و اشکال مختلف هویت، همبستگی مثبت وجود دارد که بیشترین همبستگی سرمایه فرهنگی، با هویت ملی و مذهبی بوده و کمترین همبستگی، با هویت فردی و خانوادگی بوده است.

را می‌توان در روابط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و دینی به‌وضوح مشاهده کرد. گرچه شدت این بحران در همه جوامع یکسان نیست، اما یقیناً هیچ جامعه‌ای به دور از پیامدهای آن نمی‌باشد.

جوانان امروز ایرانی نیز با هویت‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، قومی و دینی خود هرکدام به نوعی با این بحران مواجه‌اند. نویسندگان این مقاله در صدد پاسخ به این سؤال هستند که فضای مجازی، چه تأثیراتی بر هویت دینی جوانان امروز ایرانی داشته است؟ و نیز بررسی این مسئله که چه رابطه‌ای بین هویت دینی و فضای مجازی وجود دارد؟ گرچه بحث درباره فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت بسیار پیچیده است و بین صاحب‌نظران نیز در خصوص آثار مثبت و منفی چنین فضایی اختلاف نظرهای فراوان وجود دارد، اما در اینجا تنها به آثار زیان‌بار این فضا بر مقوله هویت دینی و مؤلفه‌های آن پرداخته می‌شود.

فرضیه‌ای که در این خصوص می‌توان مطرح کرد، این است که: فضای مجازی با کم‌اهمیت و کم‌رنگ کردن سنت‌های دینی و مؤلفه‌های آن، زمینه‌ساز ایجاد بحران دینی در بین جوانان ایرانی می‌شود. از این‌رو، بین استفاده از فضای مجازی و هویت دینی، رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ بدین معنا هرچه وسعت حضور در فضای مجازی بیشتر باشد، سطح هویت دینی جوانان ایرانی تضعیف می‌گردد. از آنجا که این مسئله می‌تواند مرتبط با فرضیه ما باشد، در ادامه مقاله به این موضوع نیز پرداخته می‌شود. از این‌رو، در

صدیق سروستانی و قادری (۱۳۸۸) ابعاد هویت را بررسی کرده‌اند. در مقاله آنها، رابطه هویت با سنت و مدرنیته سنجیده شده است. فرضیه اصلی آنان، پیوندی بودن هویت دانشجویان است؛ یعنی تلفیقی از مؤلفه‌های سنت و مدرن، در هویت تأثیرگذار هستند. یافته‌های آنان به این صورت است که مؤلفه‌های مدرن هویت، در بخش اجتماعی و فرهنگی نقش برجسته‌ای نسبت به مؤلفه‌های سنتی دارد؛ اما در بخش هویت سیاسی، این مؤلفه‌های سنتی، یعنی گرایش به آمیختگی دین و سیاست و گرایش به اقتدارگرایی ملی و سیاسی است که در مقابل گرایش به وجود جامعه مدنی، نقش برجسته‌تری در هویت جوانان دارد.

اشتیاقی و همکاران (۱۳۹۱) نیز به نوعی در فرضیه خود به وجود رابطه معنادار بین: مدت استفاده، میزان استفاده، نوع مصرف، پایگاه اجتماعی و اقتصادی دانشجویان از اینترنت و هویت دینی اشاره می‌کنند که به تفکیک برای هر کدام از متغیرها (میزان استفاده، نوع مصرف، مدت استفاده و... از اینترنت) فرضیه‌های جداگانه‌ای را مطرح کرده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که بین مدت و میزان استفاده از اینترنت و هویت دینی، رابطه معنادار معکوس است؛ بدین معنا که استفاده بیشتر از اینترنت، باعث کاهش سطح هویت دینی می‌شود و نیز بین پایگاه‌های اجتماعی، اقتصادی و هویت دینی نیز رابطه وجود دارد؛ یعنی هرچه سطح این پایگاه‌ها بالاتر باشد، هویت دینی در معرض بازخوانی و تفسیر قرار می‌گیرد.

ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵) در مقاله خود در یک تحقیق پیمایشی اینترنتی (ایمیلی) در بین ۳۰۵ نفر از کاربران ایرانی، فرضیه آنان این‌گونه است که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران ایرانی به‌خصوص کاربران جوان ایرانی می‌شود. به همان سان، میزان دستیابی به هویت مدرن در فضای مجازی نیز خود تابعی از میزان مصرف نوع مصرف، شیوه اداره و مدیریت خود کاربر ایرانی در فضای مجازی است. یافته‌های تحقیق آنها نشان می‌دهد که هرچه حضور کاربر ایرانی در فضای مجازی مستمرتر باشد و ساعت‌های بیشتری مصرف کند، نوع مصرف او تولیدی‌تر و وابستگی به فضا بیشتر می‌شود و هرچه نوع مصرف حرفه‌ای‌تر باشد، تأثیرگذاری اش بر ابعاد هویتی بیشتر می‌شود. در بیشتر این تحقیقات انجام‌شده، مفاهیم مشترکی، از جمله: رابطه بین اینترنت، نوع مصرف و میزان مصرف دیده می‌شود که

هرکدام از این مطالعات، از طریق پرسشنامه و روش تحقیق کمی به بررسی موضوع پرداخته‌اند. با توجه به اینکه پس از انقلاب اسلامی تاکنون، دین و مذهب به عنوان شاخصه مهم هویت در همه مراحل زندگی، به‌ویژه در تدوین قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد، از این‌رو، در صدد برآمدیم که به این موضوع بپردازیم.

چارچوب نظری

به نظر می‌رسد، در زمینه تحقیقات تأثیر فضای مجازی بر هویت و بحران هویتی ناشی از آن، تنها یک نظریه قادر به تبیین این موضوع نباشد. به همین جهت، در این مقاله سعی شده از نظریات اندیشمندان گوناگون که بحث‌های نظری آنها به‌نوعی مرتبط و مکمل همدیگر هستند، استفاده گردد. از آنجا که هویت تحت تأثیر فضای مجازی دچار تغییراتی می‌شود، در این تحقیق، به رویکردهایی که قائل به تغییر هویت‌ها در موقعیت‌های گوناگون هستند، پرداخته شده است.

رویکردهای جدید شامل: رویکرد گفتمانی، پساساختارگرا و پسامدرنیسم است. «رهیافت گفتمانی» منکر نقش هر گونه عامل طبیعی و نیز عنصر کارگزار اجتماعی از قبل موجود، در شکل‌گیری و تعریف هویت‌ها هستند. «هویت‌ها در بستر گفتمان‌ها شکل می‌گیرند و ماهیتی قراردادی دارند. البته گفتمان‌ها خود بر ماهیت و شکل پایداری استوار نیستند. بنابراین، مرزهای هویتی، همواره لرزان، و منزلت‌ها و مواضع هویتی، مستمراً در ریزش‌اند. پسامدرنیسم بر آن است که هویت ضرورتاً و یا مستمراً ثابت نیست؛ بلکه متغیر و متحرک است و از طریق نظام‌های فرهنگی که ما را احاطه کرده‌اند، شکل و تغییر شکل می‌پذیرند. انسان، موضوع هویت‌های گوناگون در زمان‌های مختلف است؛ هویت‌هایی که پیرامون یک «من» منسجم نمی‌شود. از نظر پساساختارگرایان، هویت، امری حادث، موقتی و اکتسابی (نه معین) می‌باشد. هویت‌ها مطلق نبوده؛ بلکه ارتباطی و نسبی هستند؛ هر انسانی در ارتباط با چیزی دیگر، معنادار میشود و هویت همیشه در قالب تفاوت و نه چیزی ذاتی فردی خاص تعریف می‌گردد. (تاجیک، ۱۳۸۴، ۵۵ - ۶۱)

میشل فوکو (۳) معتقد است: «در عصر جدید که هیچ‌گونه پشتوانه تاریخی و گذشته‌ای ندارد. ناامنی، اولین و مهم‌ترین احساسی است که به انسان معاصر دست می‌دهد و وی را دچار بیگانگی از خود می‌کند. حاصل این فراگرد درونی و از خود بیگانگی، نوعی بیهویتی و بحران هویت است.»

(سلیمانی بشلی، ۱۳۸۹، ۱۱۸)

مانوئل کاستلز(۴)، از جمله نظریه‌پردازانی است که به رابطه بین فرهنگ، هویت و فضای مجازی پرداخته است. وی از فضای مجازی به عنوان فضای مجاز واقعی یاد می‌کند و می‌گوید: «این سیستمی است که در آن، خود واقعیت (یعنی وجود مادی و نمادین مردم) کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع‌نما غرق شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می‌شوند، فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آنها منتقل می‌شود؛ بلکه خود به تجربه تبدیل می‌شود. هر نوع پیامی در فضای مجازی محصور می‌شود؛ چون این فضا آن قدر فراگیر، متنوع و انعطاف‌پذیر شده است که کل تجربه گذشته حال و آینده آدمی را در خود جای می‌دهد و اشاره می‌کند که رسانه‌های الکترونیکی جدید، فرهنگ‌های سنتی را به کناری نمی‌نهند؛ بلکه آنها را در خود جذب می‌کنند.» (کاستلز، ۱۳۸۰، ۴۲۸ - ۴۳۲)

به تعبیر کاستلز، زمان و فضای تازه‌ای پدید می‌آید که باید از آن زمان و فضای مجاز یاد کرد. در این فضا، مرز بین واقعیت و حقیقت، بود و نبود، آنچه هست و آنچه گفته می‌شود هست، به میزان فراوانی کمرنگ شده است و شاهد آن هستیم که مجازها بر واقعیت‌ها مسلط گردیده‌اند و حتی واقعیتی بیش از آنها می‌یابند. به همین دلیل است که کاستلز، شاخصه اصلی جامعه شبکه‌ای قرن بیست و یکم را آن می‌داند که: «فرهنگ زمان مجازی، پدیده بنیادینی است که وجه بارز جامعه شبکه‌ای محسوب می‌شود.» (افتخاری، ۱۳۸۷، ۸)

با استعانت از مطالب فوق در باب هویت و فضای مجازی، در ادامه مقاله به تعریف و بررسی هویت، فضای مجازی و فرصت‌ها و چالش‌های هویت دینی، به‌ویژه هویت دینی کاربران جوان ایرانی که موضوع مقاله حاضر است، پرداخته شده است.

مفهوم‌شناسی هویت و فضای مجازی

۱. هویت:

«هویت» از منظر اندیشمندان مختلف، تعاریف متفاوتی دارد. اندیشمندان با رهیافت‌های مختلف سعی کردند به این موضوع بپردازند. پرسش از اینکه «من کیستم»، همواره از پیچیده‌ترین پرسش‌هایی است که تاکنون پاسخ دقیق و روشنی به آن داده نشده است و همواره بین محققان و نظریه‌پردازان، اختلاف نظرهای بسیاری در این زمینه وجود

دارد. واژه هویت، نخستین بار اریکسون(۵) ارائه کرد. وی هویت را یک حس درونی کلی توصیف می‌کند. به نظر وی، هویت جریان تلفیق تغییرات فردی و نیازهای اجتماعی برای آینده است. (ادیب‌زاده، ۱۳۸۳، ۱۸۴)

برخی هویت را به‌نوعی تعلق می‌دانند؛ بدین معنا که هویت هرگونه تعریف شود، در نهایت به تعلق ختم می‌شود. (دغاقله، ۱۳۸۶، ۱۱۸) برخی دیگر هویت را مرتبط با مفهوم معنا می‌دانند که این معنا خصیصه ذاتی فرد یا جامعه نیست؛ بلکه محصول توافق‌ها و عدم توافق‌هاست و مفهومی صددرصد نسبی است. (عاملی، ۱۳۸۴، ۴۳) ویژگی‌های ژنتیکی (صفات) و فرایند یادگیری (نقش)، دو عامل اساسی تشکیل‌دهنده هویت است. همین نقش یا پذیرش یک نقش است که تأثیر متقابلی بین اعمال ما و دیگران دارد و هویت ما از این طریق تأیید یا رد می‌شود. (دبورا، ۲۰۰۸، ۴)

فهم هویت، متضمن توجه به دو معنای اصلی آن است: اولین معنای آن، بیانگر مفهوم «تشابه مطلق»(۶) و معنای دیگر آن، به مفهوم «تمایز» است. غالباً آنچه هویت اشخاص و جوامع را می‌سازد، درک تفاوت‌ها و تمایزات میان ما و دیگری است. استرایکر(۷)، از جمله متفکرانی است که به تعریف هویت پرداخته است؛ از نگاه وی، «هویت، خودشناسایی است بر مبنای پذیرش نقشی که یا به وسیله خویشتن یا به وسیله دیگران و یا ترکیبی از این دو تعیین می‌شود. این نقش‌های پذیرفته‌شده، تعیین‌کننده رفتار ما در موقعیت‌های مختلف است.» (استرایکر، ۲۰۰۷، ۱۰۳۸ - ۱۰۴۲)

«آنتونی گیدنز»(۸) در زمینه هویت به بحث در رابطه هویت شخصی، تجدد و جهانی شدن می‌پردازد. او معتقد است: «تغییر شکل هویت شخصی و پدیده جهانی شدن در دوران اخیر، دو قطب دیالکتیکی محلی و جهانی تشکیل داده است؛ به طوری که حتی تغییرات در جنبه‌های بسیار خصوصی زندگی شخصی نیز با تماس‌های اجتماعی بسیار وسیع ارتباط دارد. عوامل گوناگونی بر روابط بین هویت شخصی و نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند. این «بازتابندگی» دوران تجدد تا اعماق و ژرفای خود آدمی نیز امتداد می‌یابد.» (گیدنز، ۱۳۷۸، ۵۱)

هویت، دارای ابعاد گوناگون است: هویت قومی ملی، دینی، فردی و جهانی. در این تحقیق ما با هویت دینی بیشتر سروکار داریم.

۲. هویت دینی و ابعاد آن:

دین، یکی از مهم‌ترین عناصر در بین جوامع انسانی است. هویت دینی (۹) نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است و مهم‌ترین دستاورد هویت دینی، پاسخ به پرسش‌های بنیادین، جهت‌بخشیدن به زندگی، وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است. (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷، ۶) هویت دینی یک جامعه، شامل پایبندی افراد به جوهر دین و ارزش‌های دینی، و از سوی دیگر، بیانگر دلبستگی جمعی و عمومی افراد جامعه به شعائر مناسک و نهادهای دینی است و نیز دارای بُعد عملی است که همانا مشارکت و تمایل عملی انسان‌ها به ظواهر آیین‌ها و مراسم دینی و مذهبی را در بر می‌گیرد. (اخترشهر، ۱۳۸۴، ۸۶)

بنابراین، هویت دینی به معنای پایبندی نسبت به ارزش‌ها و اصول اخلاقی نهفته در دین است. کلارگ و استارک (۱۰)، ویژگی‌های مرتبط با دین را به پنج دسته تقسیم کرده‌اند:

۱. بُعد اعتقادی یا باوری: باورهایی از اصول دین که انتظار می‌رود یک فرد با توجه به دین خاص خود به آنها اعتقاد داشته باشد؛

۲. بُعد مناسکی و اعمال دینی: شامل دو دسته است: یکی، با عنوان شعائر و مناسک مطرح است و شامل آداب و رسوم و مناسکی است که هر دین از پیروان خود انتظار دارد و دیگری، پرستش و دعا که اعمال دینی غیر رسمی و خصوصی است؛

۳. بُعد عاطفی ناظر بر عواطف و احساسات پیروان یک دین به وجود خدا؛

۴. بُعد فکری یا دانش، شامل اطلاعات و دانسته‌های بنیادی درباره معتقدات هر دین است؛

۵. بُعد پیامدی تأثیر و انعکاس دین در رفتارهای روزمره. (کتابی و دیگران، ۱۳۸۳)

۳. فضای مجازی:

فضای مجازی، به معنای ارتباط انسان از طریق رایانه و ارتباط از راه دور، بدون توجه به جغرافیای فیزیکی است. فضای مجازی، یک اصطلاح ایجادشده توسط نویسنده داستان‌های علمی تخیلی، ویلیام گیسون (۱۱)، برای توصیف طیف وسیعی از منابع اطلاعاتی از طریق شبکه‌های رایانه‌ای است که توسط داده‌های دیجیتال رد و بدل می‌شود. اینترنت، در حال حاضر، بزرگ‌ترین شبکه برای ایجاد ارتباط است؛ هرچند فضای مجازی، مفهومی مستقل از اینترنت است و ارتباطات فضای مجاز قبل از اینترنت و شبکه‌های جهانی آغاز شد. (آلسون و لسیج، ۱۹۹۸، ۶) (۱۲) تعاملات انسانی در این فضا، بر خلاف فضای واقعی که به شکل رودررو و در یک سرزمین واحد است، به شکل جهانی است و در این فضا معمولاً افراد ناشناس باقی می‌مانند. این فضا، در هر زمان و در هر مکانی به راحتی در دسترس است. اینترنت، بارزترین مشخصه چنین فضایی است که دارای سیگنال‌های مختلف و بی‌شمار ارتباطی است و در آن میلیون‌ها نفر از نقاط مختلف جهان از طریق شبکه‌های



هویت دینی، مهم‌ترین عنصر وحدت و همبستگی اجتماعی در ایران است و تعلق نسبت به دین، در شکل‌گیری چنین انسجامی نقش بسیار مهمی دارد. با گسترش فناوری‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی، هویت دینی جوانان امروز ایرانی به‌ویژه نسل سوم که بیشتر در معرض انواع ابزارهای فضای مجازی هستند، در معرض تهدید قرار گرفته است و به‌نوعی این جوانان به بحران دینی و دین‌گریزی مواجه شده‌اند

مجازی اجتماعی، پست‌های الکترونیکی، اتاق‌های گفت‌وگو (چت) با هم در ارتباط هستند. این فضا، محیطی است که به واسطه عدم حضور نشانه‌های فیزیکی، همه در آن بی‌جسم، بی‌مکان و متعاقباً گمنام و به طرز محسوسی کنترل ناپذیرند و در عین حال، به واسطه خصوصیات و چارچوب‌های مستحکم فناوری آن، به‌شدت تحت کنترل ساختارهای بی‌شمار مرئی و نامرئی موجود در این فضا هستند. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵، ۱۱۳) استدلال کاتلر این است که تعامل، خصیصه اصلی رسانه در فضای مجازی است که سطحی از تعامل محاوره‌های را فراهم می‌آورد که در دیگر رسانه‌ها، از جمله وسایل ارتباط جمعی (روزنامه و تلویزیون)، در دسترس نیست. (کاتلر، ۱۹۹۶، ۳۱۷ - ۳۳۳)

چنین فضایی به واسطه ظهور و گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در عصری که آن را «عصر جهانی‌شدن» (۱۳) می‌نامند، به‌سرعت در حال گسترش است. در واقع، در دنیای مجازی هیچ‌گونه ساختار اجتماعی مشترک وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است.

چالش‌ها و فرصت‌های هویت در فضای مجازی

۱. چالش‌های هویت در فضای مجازی:

با همه‌گیر شدن استفاده از فناوری‌های جدید در سال‌های اخیر، مسئله وابستگی به اینترنت و خطرات این وابستگی به دلیل عدم آگاهی و عدم رشد فرهنگی کاربران، می‌تواند به یک عامل تهدیدکننده تبدیل شود و مشکلات رفتاری، سوء استفاده‌های اینترنتی، انزوای طلبی، سلطه‌جویی و یا

پرخاش‌گری را به دنبال داشته باشد. دنیای اینترنت، دنیای مجازی است که برای کاربران نوعی رؤیایپردازی و دورشدن از واقعیت است. آزادی کاذب در دنیای مجازی، راهی برای تخلیه روانی است و به نظر می‌رسد این وابستگی، نوعی اعتیاد غیرشیمیایی در رفتار محسوب می‌شود.

به طور کلی، با گسترش ارتباطات و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی جهان وارد عرصه جدیدی شده است که دیگر نمی‌توان با معیارهای سنتی آن را توصیف کرد؛ ظهور فناوری‌های الکترونیکی، منجر به شکل‌گیری فضای مجازی شد که بارزترین شکل چنین فضایی، اینترنت و وجود شبکه‌های متعدد در آن است. این فضا با ویژگی‌ها و کارکردهای خاص خود، الگوی تعاملاتی و ارتباطی انسان را دگرگون کرده است. این ویژگی‌ها شامل مواردی چون: فراسرزمینی بودن، غیرمرکزی، دیجیتالی، فراگیر بودن، آزادی عمل استفاده افراد از آن و عدم حضور هنجارها و قوانین دولتی در آن می‌باشد. این فضا خود نیز می‌تواند یکی از عوامل بحران‌ساز بر روی هویت‌ها باشد. هویت در فضای مجازی، بسیار متفاوت با هویت در دنیای واقعی است. در دنیای واقعی، هویت ما از طریق ساخت‌های اجتماعی، مانند: خانواده، فرهنگ، منافع مشترک و ایجاد یک حس تعلق سرزمینی شکل می‌گرفت؛ درحالی‌که در دنیای مجازی هیچ ساختار اجتماعی مشترک بین افراد وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است. (دبورا، ۲۰۰۸، ۵)

هویت در فضای مجازی که برخی از آن به عنوان «هویت

آنلاین» یاد می‌کنند، به سرعت در حال گسترش است. لینک کردن هویت افراد، پیامدهایی همچون: نقض حریم خصوصی، خطرات ناشی از سرقت هویت واقعی فرد و صدمه به هویت فرد را در پی دارد. وب سایت‌های (۱۴) مختلف و قابل دسترس در هر زمان و در هر نقطه، می‌توانند ارزش‌های اصولی یک جامعه را به تدریج از بین ببرند. (باستروم و سندبرگ، ۲۰۱۱، ۴) (۱۵)

در فضای برآمده از ارتباطات الکترونیکی، هویت‌ها شناور و آزاد از هر گونه شرایط ثابت هستند. در این فضا، بسیاری از افراد معمولاً ناشناس باقی می‌مانند و با تغییر نام و مشخصات خویش، هویت‌های جعلی را برای خود می‌سازند؛ مثلاً فردی می‌تواند اگر فقیر باشد، خود را ثروتمند جلوه دهد و یک بیکار خود را دارای بهترین شغل معرفی کند. به گفته دونات (۱۶): «در فضای مجازی، افراد با اتخاذ نقاب‌های متفاوت به ملاقات با دیگران می‌روند و این مسئله، باعث از خود بیگانگی افراد می‌شود. رسانه‌های پیشرفته، مردم را از این طریق از جامعه خود که در آن تعامل به شکل چهره‌به‌چهره است، جدا می‌کنند و تعاملات، از سنت شفاهی به تعامل متنی تبدیل می‌شود (مانند تعامل از طریق ایمیل)». (دونات، ۱۹۹۸، ۱)

جی بالتز (۱۷)، از فضای مجازی به عنوان «فضای گرافیکی» یاد می‌کند. وی در کتاب خود به عنوان «واقعیت مجازی و بازتعریف خود» اشاره می‌کند: فناوری‌های گرافیکی دو و سه بعدی که از نظر فرهنگی مهم‌اند، فرهنگ ما را از گفتمان ارتباطی نوشتاری به محیط گرافیکی واقعیت مجازی تغییر می‌دهد که در تعریف فرهنگی تعاریف از «خود» نقش مهمی را ایفا می‌کند. وی معتقد است که در دوران کهن ارتباطات به شکل آیکونیک (شمایل‌نگاری) بود. پس از آن، خط اختراع شد که ارتباطات الفبایی شکل گرفت و سپس، در دوره جدید با فنون جدید گرافیکی شاهد ظهور مجدد ارتباط آیکونیک (شمایل‌نگاری) هستیم. وی واقعیت مجازی در فضای سایبر را هدایتگر ساخت‌های جدید و متفاوتی از خود و در نتیجه، بازتعریف «خود» می‌بیند. (بالتز، ۱۹۹۶، ۱۰۶)

به گفته مارک پاستر (۱۸) در کتاب «عصر دوم رسانه‌ها»، در دوره جدید، اینترنت و ارتباطات الکترونیک بر جامعه سیطره دارد و این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. در اجتماعات مجازی، هویت افراد به سمت فراملیتی است و کمتر به هویت ملی یا دینی بهایی داده

می‌شود. (پاستر، ۱۳۷۸، ۵۲)

بحران هویت (۱۹) که یکی از چالش‌های به‌وجودآمده در فضای مجازی است، به مرحله‌ای از هویت فرد یا افراد مربوط می‌شود که در آن، هویت به شکل ناپایدار و در معرض حوادث و اتفاقات گوناگون قرار می‌گیرد؛ به طوری که فرد را در این مرحله دچار نوعی آشفتگی می‌شود که هویت خود را نمی‌تواند به درستی تشخیص دهد و شخص که فاقد یک هویت مشخصی می‌شود، در خلال زندگی خود با مشکلات فراوانی مواجه خواهد شد. اریکسون، از نگاه روان‌شناسی به این موضوع می‌پردازد و معتقد است: «برای هر فردی ممکن است، بحران هویت روی دهد. بحران، تنها به دوره نوجوانی یا جوانی ختم نمی‌شود. از نگاهی دیگر، بحران هویت این‌گونه تعریف شده است: عدم موفقیت یک نوجوان در شکل دادن به هویت فردی خود، اعم از اینکه به علت تجارب نامطلوب کودکی و یا شرایط نامساعد فعلی باشد، بحرانی ایجاد می‌کند که بحران هویت یا گمگشتگی نام دارد.» (شرفی، ۱۳۸۱، ۱۸)

در واقع، بحران هویت، از مهم‌ترین مقوله‌های عصر جدید است که همه جوامع، به‌ویژه جوامع در حال گذار، با آن مواجه‌اند. بسیاری از جامعه‌شناسان و سیاستمداران، این وضعیت بحران هویتی را به جهانی‌شدن ربط می‌دهند و آن را از نگاه جهانی‌شدن بررسی می‌کنند. هابرماس، کاستلز، گیدنز و فوکو، از جمله این اندیشمندان هستند.

۲. فرصت‌های هویت در فضای مجازی:

در مورد فرصت‌های فضای مجازی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- بی‌نامی: زمانی که یک فرد بخواهد در مورد پیام‌ها و آثارش ارزیابی عینی و روشنی داشته باشد، می‌تواند از بی‌نامی استفاده کند تا دیگران به دور از افکار تعصبی و یک‌جانبه‌گرایی، آثار و عقاید او را ارزیابی کنند و او بتواند قضاوت بهتری در مورد ضعف‌ها و قوت‌های آثارش داشته باشد. بی‌نامی باعث می‌شود در گفت‌وگوها و مباحث، فاکتورهای نظیر: وضعیت مالی، شأن و مقام، جنسیت، نژاد و سایر مواردی از این قبیل، طرف‌های گفت‌وگو را تحت تأثیر قرار ندهد و بحث‌هایی برابر و مساوی و در فضایی آرام انجام دهند. بی‌نامی، همچنین می‌تواند برای انجام بسیاری از پژوهش‌ها و آزمایش‌ها در زمینه شناخت ویژگی‌های انسانی و انسان‌شناسی کاربردی بر اساس وظیفه و نقش

داشته باشد. (خسروی، ۱۳۸۹، ۲)

- جهانی شدن: از ویژگی‌های منحصربه‌فردی که فضای سایبر را از دیگر رسانه‌ها متمایز می‌سازد، جهانی بودن آن است. هر فردی در هر نقطه از جهان می‌تواند از طریق آن به سهولت، به تازه‌ترین اطلاعات دست یابد. دولت‌ها تاکنون نتوانسته‌اند از گسترش روزافزون فضای سایبر جلوگیری کنند. از این‌رو، محصور کردن آن در دایره مرزها دشوار است. اگر بخواهید به آخرین مقاله، کتاب و یا خبری که در یک زمینه تخصصی و در سطح جهان منتشر شده، دست یابید، ساده‌ترین و سریع‌ترین راه، استفاده از فضای مجازی است. رسانه‌ها از ابزارهای مختلفی همچون: فیلم، عکس، متن و یا هر هنر دیگری برای جذاب کردن خویش استفاده می‌کنند و این در حالی است که این ابزارها در فضای سایبر، همگی در یک‌جا قابل جمع و نیز قابل دستیابی است.

- آزادی اطلاعات و ارتباطات: معنای واقعی آزادی اطلاعات، در فضای سایبر محقق شده است. از این‌رو، شما هر نوع اطلاعاتی را که بخواهید اعم از فرهنگی، سیاسی یا اقتصادی بدون محدودیت‌های حاکم بر دیگر رسانه‌ها، در فضای سایبر قابل دسترسی است. آزادی ارتباطی نیز از ویژگی‌های دیگر فضای مجازی است که در دیگر وسایل ارتباطی تا این حد قابل دستیابی نیست.

- کاهش هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی: فضای مجازی، فواصل مکانی و تا حد بسیاری فواصل زمانی را درنوردیده و در بسیاری موارد، نیازی به مراجعه حضوری برای خرید کالا یا خدمات نیست. بنابراین، به طور طبیعی، در بسیاری از هزینه‌های اقتصادی صرفه‌جویی می‌شود. کاهش مصرف منابع سوختی برای وسایل نقلیه، کاهش آلودگی هوا به جهت تردهای کمتر وسایل نقلیه، کاهش ترافیک و به تبع آن کاهش استهلاک وسایل نقلیه، کاهش رفت‌وآمدهای غیر ضروری درون شهری و به نبال آن آرامش روانی بیشتر برای افراد جامعه، از جمله این صرفه‌جویی‌ها به حساب می‌آید. همچنین، با گسترش نشر الکترونیک، هزینه‌های هنگفت چاپ و نشر نیز به شدت کاهش یافته و در نتیجه، در استفاده از منابع زیست محیطی لازم برای تولید کاغذ نیز صرفه‌جویی‌های بسیاری به عمل می‌آید.

- گسترش عدالت رسانه‌ای: با وجود فضای سایبر و خصوصاً اینترنت، دسترسی بسیاری از افراد به امکانات

یکسان، فراهم می‌گردد؛ مثلاً در گذشته اگر بدون وجود اینترنت، فقط افراد خاصی می‌توانستند در داخل شهرهای بزرگ به روزنامه‌ها، جراید و نهایتاً اخبار روز دسترسی پیدا کنند، حالا با وجود فضای مجازی و فناوری‌های گوناگون اطلاعاتی و ارتباطاتی، تمام افراد، حتی در شهرستان‌های دورافتاده نیز می‌توانند به شکلی عادلانه و برابر، از اخبار روز مطلع شوند.

- گسترش تعاملات و تبادل نظرها با سرعت بسیار بالا: یک نمونه عینی و تامّ برای این مورد، «شبکه‌های اجتماعی» است که امکان تبادل آرا و به‌اشتراک‌گذاری مدیاهای مختلف (فیلم، عکس، موزیک یا متن) را برای تمام اعضای آن در سراسر جهان در کوتاه‌ترین زمان ممکن فراهم می‌کند. البته شبکه‌های اجتماعی در عین داشتن این مزیت و مزایای مشابه، دارای عیوب بزرگ دیگری نیز هستند که در جای خود به آنها هم اشاره خواهد شد. (سلامی، ۱۳۹۲، ۲۲ - ۲۹)

فرصت‌ها و چالش‌های هویت دینی جوانان ایران در فضای مجازی

با توجه به اینکه قرارگرفتن در فضای مجازی می‌تواند باعث شکل‌گیری فرصت‌ها و چالش‌هایی برای کاربران جوان ایرانی شود، در ادامه، به این مسئله پرداخته می‌شود.

فضای مجازی، در بسیاری از موفقیت‌ها و پیشرفت‌های کشور در عرصه‌های مختلف علوم و خدمات و بهبود زندگی مردم، نقشی بی‌بدیل داشته است. فضای مجازی، دارای فرصت‌های بسیار ارزشمند و مفید می‌باشد که باید در جهت ارتقای علمی و افزایش آگاهی‌ها در حوزه‌های مختلف از آن بهره برد. از آنجا که فرهنگ ما آمیخته با دین ماست، از شبکه‌های مجازی می‌توان به عنوان مکانی برای تبلیغ آموزه‌های انقلاب اسلامی و مذهبی استفاده کرد. حضور گسترده نیروهای انقلابی و مذهبی در این شبکه‌ها، مانند شبکه‌های اجتماعی نسل اول، آثار مثبتی نظیر: امکان آسان‌تر جذب، ایجاد فرصت شبکه‌سازی برای آنها و بالا بردن قدرت بسیج آنان را به دنبال دارد. مهم‌ترین فایده فضای مجازی که در اختیار همه قرار می‌گیرد، به‌روز بودن اطلاعات آن است.

با این حال، بیش از آنکه قرارگرفتن در چنین فضایی برای کاربران جوان ایرانی فرصت‌ساز باشد، بیشتر به یک تهدید

و چالش برای آنها تبدیل شده است. در گذشته، آموزه‌های دینی را در کاغذها و کتب دینی می‌نوشتند و این متون دینی سالیان دراز بدون تغییر باقی می‌ماند؛ درحالی‌که در فضای مجازی، دین زمان ندارد و ثابت باقی نمی‌ماند و بسیاری از پایگاه‌های مذهبی، از نظر ساختار و محتوا تغییر می‌کنند. (رضایت، ۱۳۸۵، ۶۲) به دنبال آن، ظهور و گسترش فناوری‌های نوین فضای مجازی، به‌ویژه اینترنت، یکی از ویژگی‌های عصر گرایش به مادیات و تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی است. تبلیغات گسترده در این فضا، غالباً متوجه سکولار کردن کاربران است که از سوی صاحبان این تبلیغات و در جهت پیشبرد منافع خود و کشورشان طراحی می‌شود؛ همان‌گونه که در دنیای واقعی نیز در جست‌وجوی منافع خویش هستند. «نظام معنایی این دوران، بر این اساس تعریف می‌شود که چه مصرف می‌کنند، چه ماشینی سوار می‌شوند و چه خانه‌ای می‌خرند.» (دغاقله، ۱۳۸۶، ۶۳)

هویت دینی افراد نیز در شرایطی تحت‌الشعاع این فضای مجازی قرار می‌گیرد که قرار گرفتن در چنین فضایی نقش مؤلفه‌های دینی، از جمله: گناه، قداست، پاکی، رستگاری و اطاعت را در نظر کاربران، به‌ویژه کاربران جوان ایرانی، از بین می‌برد و در نهایت، منجر به تهدید شده، زمینه‌ساز بحران دینی در بین این جوانان می‌شود. بنا به گفته دونات (۲۰): «هرچه سیگنال‌ها یا فرستنده‌های ارتباطی قوی‌تر باشند، قدرت نفوذ آنها برای فریب کاربران بیشتر است. این سیگنال‌ها از طریق تبلیغات گسترده و با کیفیت بالا، سعی در جلب اعتماد کاربران خود دارند و از این طریق،

می‌توانند گیرندگان اطلاعاتی را به دام خود بیندازند و به شخصیت و هویت آنها هر گونه که بخواهند، شکل دهند.» (دونات، ۱۹۹۸، ۳)

البته تأثیر فضای مجازی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، بسیار متفاوت است. کشورهای توسعه‌نیافته با تأثیرپذیری بیشتر و تأثیرگذاری کمتر، بیشتر در معرض بحران هویت قرار می‌گیرند.

هویت دینی، مهم‌ترین عنصر وحدت و همبستگی اجتماعی در ایران است و تعلق نسبت به دین، در شکل‌گیری چنین انسجامی نقش بسیار مهمی دارد. با گسترش فناوری‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی، هویت دینی جوانان امروز ایرانی به‌ویژه نسل سوم که بیشتر در معرض انواع ابزارهای فضای مجازی هستند، در معرض تهدید قرار گرفته است و به‌نوعی این جوانان به بحران دینی و دین‌گریزی مواجه شده‌اند. برخلاف گذشته که مبنای شکل‌گیری هویت‌ها خانواده و والدین بودند، امروزه به‌واسطه ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و نیز از بین رفتن محدودیت‌های زمانی و مکانی ناشی از آن، جوانان می‌توانند با جهان بزرگ‌تری در ارتباط باشند و این فناوری‌های جدید، بر هویت جوانان بی‌تأثیر نبوده‌اند. در این بین، استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی پُرطرف‌دار، مانند فیس‌بوک، چت روم‌ها (اتاق‌های گفت‌وگو) و اخیراً پیام‌رسانی از طریق تلگرام و شبکه‌هایی همچون تانگو و لاین، میان جوانان از محبوبیت بسیاری برخوردارند. این مسئله می‌تواند تأثیرات هویتی، مانند:



دنیای مجازی با در نوردیدن مرزها و فراسرزمینی کردن ارتباطات، عملاً چالش‌هایی در برابر هویت دینی به وجود آورده و زمینه‌ساز بحران در میان جوانان ایرانی شده است. به طوری که عواقب و پیامدهای آن، در دنیای واقعی آنان نیز کاملاً مشهود است. قرار گرفتن در چنین فضایی، پیامدهایی همچون: مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی، فردگرایی، ترویج فساد و بی‌بندوباری را به دنبال دارد. بیشتر بررسی‌ها و تحقیقات پیمایشی صورت گرفته، وجود رابطه معکوس بین هویت دینی و فضای مجازی را به اثبات رسانیده‌اند

روابط موجود میان والدین و فرزندان به سردی گراییده و دو نسل به دلیل داشتن تفاوت‌های اجتماعی و تجربه‌های زیستی مختلف، زندگی را از منظر خویش نگریسته و مطابق با بینش خود آن را تفسیر می‌کنند.

فضای مجازی، برقراری ارتباط بین جوانان را آسان‌تر از پیش کرده است. امروزه از طریق فضای مجازی، در مجموع به واسطه اینکه هویت افراد در چت‌روم‌ها پنهان است، روابط ایجاد شده می‌تواند موجب ایجاد سوءتفاهم و در نتیجه، ضربات عاطفی و روحی شدید شود؛ حتی این امر می‌تواند به دنیای واقعی نیز کشیده شود و آثار سوئی را در بر داشته باشد. پیام کوتاه نیز به علت سهولت استفاده و دسترسی، همانند شبکه‌های مجازی (مانند: فیسبوک، توئیتر، گوگلپلاس و یوتیوب)، ماهواره، تلفن‌های همراه هوشمند با دارا بودن امکاناتی مانند وی چت (چت از طریق تلفن همراه) و دیگر وسایل دیجیتالی پیشرفته که هر روز نوع جدیدی از آنها وارد بازار می‌شود، هویت جوانان ایرانی را شکل می‌دهد. بنا به ویژگی‌ها و کارکردهای این فناوری‌ها و رواج ارزش‌هایی مثل: فردگرایی، لذت‌گرایی، نسبی‌گرایی، انزواگرایی و مصرف‌گرایی، همه این ارزش‌ها در تقابل با هویت دینی سنتی قرار دارند. استفاده از فضای مجازی در میان ایرانیان، به‌ویژه نسل سوم، روزبه‌روز در حال گسترش است و حتی در مناطق محروم و دورافتاده و در بین عشایر نیز جوانانی هستند که از اینترنت و لپ‌تاب استفاده می‌کنند. از جمله آثار مخرب فضای مجازی، به وجود آمدن اختلالات و انحرافات جنسی است. اینترنت به دلیل داشتن

ایجاد هویت‌های مجازی، هویت‌های کاذب و هویت‌های زودگذر و اختیاری بر روی جوانان داشته باشد. این جوانان، هرچه بیشتر در این فضا محصور شوند، سنت‌های دینی و مؤلفه‌های آن، مانند: پرهیزکاری، قداست، گناه، اطاعت و رستگاری، در بین آنها رنگ می‌بازد. تبلیغ فرهنگ مصرفی موجود در این فضا، کاملاً در تقابل با آموزه‌هایی همچون قناعت و عدم اسراف موجود در دین است.

تبلیغ فرهنگ غربی و ترویج فساد، از دیگر پیامدهای قرارگیری در چنین فضایی است که می‌تواند در تضاد با دین باشد؛ حتی ازدواج که از سنت‌های دیرین پیامبر اکرم (ص) است و به فرموده ایشان با ازدواج، نیمی از دین کامل می‌شود، از طریق روابط نامشروع دو جنس مخالف کم‌رنگ‌تر شده است. در واقع، به این معنا که فضای مجازی می‌تواند موجب آسان‌شدن ارتباط با هم‌سالان، خصوصاً جنس مخالف، به دور از هرگونه قوانین شرعی و عرفی شود.

از جمله مواردی که می‌توان از آن به عنوان تهدید در چنین فضایی یاد کرد، شکاف نسل‌هاست. فضای مجازی، شکاف میان نسل‌ها را بیشتر کرده و امروزه با ورود وسایل و فناوری‌های جدید به عرصه خانواده‌ها، شاهد این هستیم که والدین و فرزندان، ساعت‌ها در کنار یکدیگر می‌نشینند؛ بدون آنکه حرفی برای گفتن داشته باشند. امروزه دیگر کمتر نشانه‌هایی از آن نوع خانواده‌هایی وجود دارد که والدین و فرزندان دور هم نشسته و درباره موضوعات مختلف خانوادگی و کاری با هم گفت‌وگو کرده و نظرات همدیگر را درباره موضوعات مختلف جویا شوند. در شرایط فعلی،

رویگرد آزاداندیشی در روابط جنسی از سوی گردانندگان اصلی آن (غرب و به‌ویژه آمریکا) و نگرش تجاری نسبت به مسائل جنسی، موجب پدید آمدن پدیده پلید شهوانی و رواج سرسام‌آور آن گردیده است. این پدیده، مرزهای اخلاقی را در هم می‌شکند و تهدیدی برای فرهنگ‌ها، به‌خصوص فرهنگ‌های دینی، همچون فرهنگ اسلامی است. متأسفانه، این امکان وجود دارد که جوانان به واسطه دیدن مطالب و تصاویر مستهجن، دچار پدیده‌ای به نام بلوغ زودتر از موعد شده و به تبع آن، رفتارهای جنسی از خود بروز دهند. یکی از راهکارهای مقابله با تفکر اسلامی در فضای مجازی، مغالطه‌ای آشکار است که در این فضا و با استفاده از بی‌اطلاعی برخی کاربران، جامه عمل پوشیده است. آشکار بودن ضعف استدلال و اندیشه مخالفان در رویارویی با اسلام راستین، آنها را به سوی معرفی نسخه‌های ساختگی و جعلی از اسلام و معرفی آنها به عنوان نسخه اصلی اسلام کشانده است. این همه در حالی است که به موازات این طرح، طرح‌های دیگری از قبیل: ناکارآمد جلوه دادن نظام دینی و ترویج اندیشه سکولاریسم با هدف جدایی دین از سیاست، تشدید دین‌گریزی و تخریب باورها، ارزش‌ها و اعتقادات دینی و مذهبی، شبهه‌پراکنی در مورد آیات و حقایق قرآنی، تحریف تاریخ اسلام و زیر سؤال بردن احکام اسلامی نیز در فضای مجازی دنبال می‌شود. در کنار فعالیت‌های ضد هویت دینی و با توجه به اصل نیاز انسان به معنویات، فضای مجازی به زمین‌های مساعد برای ترویج فرق ضاله و عرفان‌های نوظهور نیز تبدیل شده است. این فرقه‌ها از این فضا برای تبلیغات و شبکه‌سازی و معرفی خود به عنوان راه نجات و سعادت بهره می‌برند.

نتایج یک تحقیق پیمایشی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران، نشان می‌دهد که بُعد اعتقادی این دانشجویان، دارای بیشترین میانگین (۴/۶۱ از ۵)، و بُعد مناسکی هویت دینی (۳/۶۳ از ۵)، کمترین میانگین است. نتایج، از شکاف بین بُعد مناسکی و اعتقادی هویت دینی دانشجویان خبر می‌دهد و آنها نیز چنین پیامدی را تلفیق سنت و مدرنیته می‌دانند؛ به بیان دیگر، هرچه افراد در مواجهه با اینترنت فرصت فعالیت و تولید معنای بیشتری بیابند، احتمال اینکه هویت دینی آنها بازتابی از این فضا باشد، تقویت می‌شود. (اشتیاقی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۰ - ۲۲)

نتایج تحقیق پیمایشی دیگر با روش جمع‌آوری داده‌ها از

طریق پرسشنامه با جامعه آماری سن ۱۵ و ساکن شهر تهران که حجم نمونه ۲۰۰ نفر است، نشان می‌دهد: از میان کاربران مورد مطالعه در این تحقیق، به ترتیب ۲۸/۷ درصد دارای میزان مشارکت و فعال بودن پایین در استفاده از اینترنت، ۴۳/۳ درصد برخوردار از میزان مشارکت متوسط در استفاده از اینترنت و ۲۷ درصد نیز دارای میزان مشارکت و فعال بودن بالا در استفاده از اینترنت بودند. نویسنده، رابطه معکوس بین هویت سنتی و هویت‌های بازتابی و تغییریافته ناشی از اینترنت را این‌گونه بیان می‌کند که مدت استفاده کاربران از اینترنت به میزان ۲۷- درصد، بر هویت دینی آنها تأثیر دارد و این گویای آن مطلب است که به‌ازای هر واحد کاهش در مدت استفاده کاربران از اینترنت، ۲۷ درصد به میزان هویت دینی آنها به سوی هویت دینی سنتی افزوده شده است. نتیجه این بررسی، حاکی از آن است که بین مدت استفاده از اینترنت و هویت دینی، رابطه معکوس وجود دارد و هرچه وسعت حضور در فضای مجازی و اینترنت کمتر باشد، هویت دینی سنتی تقویت می‌شود؛ اما در مقابل، هرچه وسعت حضور بیشتر باشد، سطح هویت دینی سنتی کاربران تضعیف می‌گردد. (عباسی قادی، ۱۳۸۵، ۲۷) نتایج این تحقیقات پیمایشی نشان می‌دهد که فضای مجازی، بر هویت دینی کاربران جوان تأثیر گذاشته است.

یک تحقیق پیمایشی دیگر نیز به پیامد نسبی‌گرایی و مصرف‌گرایی در استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر هویت دینی پرداخته بود؛ این پیمایش نیز با روش پرسش‌نامه و حجم نمونه ۳۸۴ نفر جوانان بین ۱۸ تا ۳۸ سال نشان داد: متغیر نسبی‌گرایی، ۵۷ درصد و متغیر مصرف‌گرایی، ۱۳ درصد از تغییرات هویت را به خود اختصاص داده بودند. بدین ترتیب، می‌توان گفت با افزایش نسبی‌گرایی و مصرف‌گرایی در استفاده از اینترنت، میزان هویت دینی کاهش می‌یابد. بنابراین، هرچه افراد در میزان استفاده از اینترنت مصرف‌گراتر و نسبی‌گراتر باشند، میزان هویت دینی آنها کمتر می‌شود. (سفیری و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۰، ۵۶)

در مجموع، می‌توان گفت نتایج بیشتر تحقیقات پیمایشی صورت‌گرفته در زمینه تأثیر فناوری‌هایی مثل فضای مجازی و شاخصه‌های آن بر هویت، بر وجود رابطه معکوس بین استفاده از این فضا و هویت‌های سنتی دلالت دارد.

نتیجه گیری

میزان استفاده از فضای مجازی در بین جوانان ایرانی، به طور روزافزونی در حال گسترش است. جمعیت جوان ایرانی که بیشترین جمعیت را در ایران به خود اختصاص داده‌اند، تحت تأثیر فضای سایبر هستند. دین و هویت دینی، نقش مهم و محوری در جامعه ایران دارد. در واقع، هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ثبات، وحدت و انسجام اجتماعی در جامعه ایران است. در گذشته، هویت از طریق نهاد خانواده و والدین شکل می‌گرفت و تعاملات و ارتباطات غالباً به صورت فیزیکی و در یک سرزمین مشخص شکل می‌گرفت؛ اما امروزه با ظهور پدیده‌های به نام فضای مجازی، هویت دینی دچار تهدید و تحول شده است و الگوهای سنتی تعاملی به چالش کشیده شدند. در این بین، جوانان، به‌ویژه نسل سوم، بیشتر در معرض این فناوری‌ها هستند. فناوری‌هایی همچون: شبکه‌های مجازی اجتماعی، چت روم، وی چت (چت از طریق گوشی همراه) و پیام کوتاه، محبوبیت بیشتری در بین جوانان دارد. در این تحقیق، بر طبق نظریه کاستلز و نظریات رهیافت گفتمانی، پی به این نتیجه می‌بریم که ورود و تسلط فضای مجازی بیش از آنکه به ایجاد فرصت بینجامد، باعث تغییر و دگرگونی هویت‌ها، به‌ویژه در سطح دینی و نیز از خود بیگانگی در بین جوانان کاربر ایرانی می‌شود که همین مسئله، زمینه‌ساز ایجاد بحران هویت دینی در بین آنها می‌گردد. البته لزوماً قرار گرفتن در چنین فضایی، به‌خودی‌خود بحران‌زا نیست؛ بلکه بحران هویت دینی، زمانی است که کاربران ناخواسته در دام شبکه‌های مجازی عوام‌فریبی می‌افتند که هرچه بیشتر جذب چنین شبکه‌هایی می‌شوند، به لحاظ هویتی بیشتر آسیب‌پذیرند. همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، تعامل در چنین فضایی، علاوه بر چالش می‌تواند فرصت‌ها و مزایایی را نیز در پی داشته باشد؛ اما آنچه که در حال حاضر بیشتر مورد نظر است، چالش‌ها و تهدیدات فضای مجازی است. دنیای مجازی با در نوردیدن مرزها و فراسرزمینی کردن ارتباطات، عملاً چالش‌هایی در برابر هویت دینی به وجود آورده و زمینه‌ساز بحران در میان جوانان ایرانی شده است. به‌طوری‌که عواقب و پیامدهای آن، در دنیای واقعی آنان نیز کاملاً مشهود است. قرار گرفتن در چنین فضایی، پیامدهایی همچون: مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی، فردگرایی، ترویج فساد و بی‌بندوباری را به دنبال دارد. بیشتر بررسی‌ها و تحقیقات پیمایشی صورت گرفته، وجود رابطه معکوس بین هویت دینی و فضای مجازی را به اثبات رسانیده‌اند. ■

پی‌نوشت‌ها:

1. Identity.
2. Identity Crisis.
3. Michel Foucault.
4. Manuel Castells.
5. Erickson.
6. Absolute Similarity.
7. Stryker.
8. Anthony Giddens.
9. Religious Identity.
10. Clark and Stark.
11. William Gibson.
12. Abelson and Lessig.
13. Globalization.
14. Website.
15. Bostrom and Sandberg.
16. Donath.
17. Jay Butler.
18. Mark Pastr.
19. Identity Crisis.
20. Donath.

منابع:

۱. آزادارمکی، تقی. ۱۳۸۸. نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات سروش.
۲. ابراهیمی، قربانعلی و عباس بهنوی گنده. «بررسی جامعه‌شناختی گونه‌های هویتی در بین جوانان (مطالعه موردی بابلسر)». فصلنامه مطالعات ملی، ش ۱. (۱۳۸۷).
۳. اخترشهر، علی. «ابعاد هویت اجتماعی - دینی دانشجویان». فصلنامه دانشگاه اسلامی. ش ۳. (۱۳۸۶).
۴. اشتیاقی، معصومه و توحید علیزاده و مهرداد کاظمیان. «اینترنت و هویت دینی دانشجویان؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران». فصلنامه مطالعات ملی، ش ۲. (۱۳۹۱).
۵. افتخاری، اصغر. «بحران‌های واقعی در فضای مجازی؛ طراحی چارچوب

۲۳. عباسی قادى، مجتبی. «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران». نشریه رسانه. ش ۱. (۱۳۸۵).
۲۴. قادری، حاتم. ۱۳۸۲. اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم. تهران: انتشارات سمت.
۲۵. قاسمیان، عابدین. ۱۳۸۳. بحران اطلاعات. تهران: نشر نستوه.
۲۶. گیدنز، آنتونی. ۱۳۷۸. تجدد و تشخص. ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
27. Abelson, Hal and Lawrence Lessig, (1998); **Digital Identity in Cyberspace**, London: Routledge.
28. Bolter, J (1996); **Virtual reality and the redefinition of self**. In L. Strate, R. Jacobson, and S. Gibson (Eds.), **Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment** (pp. 105-120). Crosskill, NJ: Hampton.
29. Bostrom, Nick and Anders Sandberg (2011); **The Future Of Identity**, Oxford University Press.
30. Donath, Judith S (1998); **Identity and deception in the virtual community**, London: Routledge.
31. Karge, Martha (2001); Module 2: **The Digital Self in Cyberspace**, University of Wisconsin, Milwaukee.
32. Wise ,Deborah (2008); **Virtual Identity: How Virtual Worlds Affect Identity**, University of Colorado at Denver and Health Sciences Cente.
33. Stryker, S (2007); **Identity theory and personality theory: Mutual relevance**. Journal of Personality, 75(6), 1083-1102.
34. Cutler, R. (1996); **Technologies, relations, and selves**, In L. Strate, R. Jacobson, & S. Gibson (Eds.), **Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment** (pp. 317-333). Crosskill, NJ: Hampton.

- تئوریک». فصلنامه مجلس و پژوهش. ش ۴۲. (۱۳۸۷).
۶. ایمان، محمدتقی و علی روحانی. «هویت اسلامی و هویت‌های رقیب (هویت جهانی، ملی و قومی)؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شیراز». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. ش ۱. (۱۳۹۲).
۷. بشیریه، حسین. ۱۳۸۱. تاریخ اندیشه‌های سیاسی قرن بیستم (اندیشه‌های ماکسیستی). جلد اول. تهران: نشر نی.
۸. پاستر، مارک. ۱۳۷۸. عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه: غلامحسین صالح‌یار. تهران: مؤسسه ایران.
۹. تاجیک، محمدرضا. ۱۳۸۴. روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان. تهران: فرهنگ گفتمان.
۱۰. خسروی، آرش و حمید شهریاری. «مزایا و چالش‌های هویت مجازی در فضای مجازی». فصلنامه ره‌آورد نور. ش ۳۵. (۱۳۸۹).
۱۱. درخشه، جلال و رشید جعفرپور. «مدیریت بحران‌های هویتی در ایران». فصلنامه خط اول، رهیافت انقلاب اسلامی. ش ۱۰. (۱۳۸۸).
۱۲. دغاقله، عقیل. «نسبت سنجی هویت‌های اجتماعی و الگوهای هویت‌یابی در جهان امروز». فصلنامه راهبرد. ش ۴۵. (۱۳۸۶).
۱۳. ذکایی محمدسعید و فاخره خطیبی. «بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی». فصلنامه علوم اجتماعی. ش ۳۳. (۱۳۸۵).
۱۴. ربیعی، علی. ۱۳۸۶. تقریرات درسی مدیریت بحران‌های ارتباطی. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۵. ربیعی، علی. «رسانه‌های نوین و بحران هویت». فصلنامه مطالعات ملی. ش ۴. (۱۳۸۷).
۱۶. رضایت، علیرضا. «دین آنلاین، چالش یا فرصت؟». فصلنامه علوم اجتماعی. ش ۲. (۱۳۸۵).
۱۷. سفیری، خدیجه و زهرا نعمت‌اللهی. «رابطه ابزارهای جهانی‌شدن و هویت دینی». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی. ش ۱. (۱۳۹۰).
۱۸. سلامی، محمدمهدی. ۱۳۹۲. فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی. تهران: مرکز توزیع پیام دیدار.
۱۹. سلیمانی بشلی، محمدرضا. «جهانی‌شدن؛ بحران هویت و تضعیف تربیت دینی». اسلام و پژوهش‌های تربیتی. ش ۲. (۱۳۸۹).
۲۰. شرفی، محمدرضا. ۱۳۷۹. جوان و بحران هویت. تهران: نشر سروش.
۲۱. صدیق سروستانی، رحمت‌الله و صلاح‌الدین قادری. «ابعاد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مؤلفه‌های سنتی و مدرن (به تفکیک دانشگاه محل تحصیل)». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. ش ۸. (۱۳۸۸).
۲۲. عاملی، سعیدرضا. ۱۳۸۴. دوج جهانی‌شدن‌ها و آینده هویت‌های هم‌زمان (هویت ملی و جهانی‌شدن). تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.