

هویت‌سازی گروه‌ها و عرفانهای نوظهور در فضای سایبری

روح‌ا. احمدی^۱، جهانبخش ایزدی^۲

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۵/۱۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۲/۱۲

چکیده

تعاملی بودن رسانه‌های جدید مانند اینترنت این امکان را فراهم آورده که انسانها بتوانند از طریق صفحه کلید با صفحه کلید با یکدیگر ارتباط پیدا کنند و در فضایی مجازی انواع هویت‌های مختلف واقعی و مجازی را جعل کنند. این موضوع در شرایطی است که همزمان ایران با چالش عرفانهای نوظهور مواجه است. این معنویت‌های نوپدید و روح‌تعالیم آنها در بسیاری از زمینه‌ها، به لحاظ معنایی و محتوایی، با آنچه در جامعه ما و دین اسلام وجود دارد، در تعارض است و ابزار بدون نظارت فضای مجازی هم امکان هرگونه تشدید شبهه‌آفرینی به شکل ویروسی را برای آنان به صورت کامل فراهم آورده است. هدف اصلی این پژوهش تبیین چالش‌های ایجاد شده توسط گروه‌ها و عرفانهای نوظهور در فضای سایبری بر هویت ملی می‌باشد و روش انجام تحقیق به شکل توصیفی-تحلیلی انجام شده و ابزارگردآوری اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای بوده است و با توجه به اینکه موضوع هویت موضوعی کیفی است کار پیمایشی صورت نگرفته است و اطلاعات مورد نیاز از طریق فیش برداری از اسناد و مدارک سازمانهای فرهنگی صورت گرفته و نتایج حاکی از آن است که چالش‌های ایجاد شده توسط آموزه‌هایی که در این عرفان‌ها وجود دارند، عبارتند از: لذت پرستی، عشق، آزادی، فردگرایی، سنت‌گریزی، خرافه‌گرایی، رقص و شادی، ترویج پرئوگرافی و مسائل جنسی بوده است.

کلیدواژه‌ها: عرفان‌های نوظهور، فضای سایبر، هویت ملی، هویت مجازی.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

۲- استادیار دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، نویسنده مسئول:

مقدمه

در آغازین سال های قرن بیست و یکم میلادی، که جهانی شدن و جهانی سازی در عرصه های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی به فرایند و روندی سریع و گسترده تبدیل شده، بیشتر سنت های بزرگ دینی با چالش جنبش ها و فرقه های نوپدید دینی مواجه شده اند که به گونه ای روزافزون، پیروان ادیان سنتی را به خود جلب می کند. در این میان، وضعیت روبه رشد این معنویت های جدید در ایران، که دارای حکومت سیاسی برگرفته از دین اسلام است، اهمیتی انکارناپذیر دارد. گرایش به عرفان های جدید، تحت عناوین گوناگون و با شیوه های متفاوت در کشور افزایش یافته است. گسترش و رویکرد به کتاب ها، سخنرانی ها و نوشته های رهبران جنبش های دینی، تشکیل و تبلیغ کلاس های خصوصی یا نیمه خصوصی، و ایجاد و استفاده از پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی به تدریج و بدون کنترل، به گسترش این عرفان ها کمک های زیادی کرده و بسیاری از افراد (و از جمله جوانان) را به خود جذب نموده است.

روند توسعه کشورها به سمتی پیش می رود که فضای سایبری به عنوان ابزار مهمی برای زندگی اجتماعی - فرهنگی شده است و خانواده ها را تحت تاثیر خود قرار داده به گونه ای که باعث هویت سازی شده و هویت مجازی جایگزین هویت واقعی و من واقعی افراد شده است. از سویی اینترنت به عنوان ابزار تمدنی تاثیر زیادی بر روی زندگی مدرن دارد و علیرغم تلاشهای زیادی که پیرامون مبارزه با هویت سازی توسط عرفانهای نوظهور در فضای سایبر انجام شده لیکن برخی از کاربران اینترنتی بخاطر برخورد با تبلیغات این جریانات و گروهها در درون خود دچار تکثر و چندگانگی هویتی شده اند و این فرقه ها از طریق تولید محتوای کاذب باعث آسیب به هویت ملی افراد شده اند لذا آنچه به عنوان مسئله اصلی تحقیق ذهن محقق را به خود معطوف نموده این است که چالش هایی که توسط این جریانات جدید در فضای سایبری به منظور جایگزین کردن هویت مجازی و کاذب بجای هویت واقعی و ملی افراد شده است، چیست؟ این تحقیق دارای فواید ذیل است:

- ۱- بصیرت زایی برای افراد جامعه در مقابل روش ها و تبلیغات و خرافات این جریانات.
- ۲- مانع تخریب هویت واقعی افراد و جایگزینی با هویت مجازی می شود.
- ۳- بر ارزش های هویت ایرانی - اسلامی جامعه تاکید و نتایج برخی از پذیرش ارزش های غیرواقعی را گوش زد می نماید.

و ضرورت آن اینکه بی توجهی به نتایج تحقیق باعث غافلگیری راهبردی برای جامعه و مسئولین نظام در مقابل توطئه های شوم عرفان های نوظهور که ساخته و پرداخته صهیونیسم و جامعه سکولار و لیبرال برخی کشورهای غربی و شرقی می شود، و بعلاوه بی توجهی به این تحقیق امکان شناخت جوانان (قشر هدف این جریانات) از آنها را کاهش می دهد و در نهایت عدم توجه به چنین مسائلی باعث ایجاد بحران هویت و ایجاد فاصله بین افراد جامعه با آرمانهای انقلاب اسلامی خواهد شد.

هدف اصلی این مقاله تبیین چالش هایی است که جریانات و عرفان های نوظهور از طریق فضای سایبر بر هویت ملی دارند، می باشد.

سؤال مقاله مناظر با هدف می باشد و با توجه به اینکه محقق به دنبال اثبات فرضیه ای نیست این پژوهش فاقد فرضیه می باشد.

پیشینه دو عنوان مقاله شامل ۱- مولفه ها و پیامدهای جنگ هویتی علیه ج.ا.ایران مطالعه شد که در این تحقیق مولفه های جنگ هویتی عبارتند از وجود گسل های ایدئولوژیک پایه، تقابل بین گفتمان انقلاب اسلامی - اسلام هراسی - شیعه هراسی و ایران هراسی و مهمترین پیامد آن تبدیل مرزهای جغرافیایی به مرزهای عقیدتی از طریق جنگ هویتی می باشد (کلانتری، ۱۳۹۷، ۲۶) و ۲- مدیریت روانی تحولات داخلی از طریق نفوذ و جنگ شناختی مطالعه شد که در این تحقیق مولفه های جنگ شناختی شامل فروپاشی از درون، گفتمان سازی برای فشار خارجی بر ایران برای گسستن مردم ایران از نظام اسلامی، دامن زدن به شکاف های داخلی ایران، تغییر باور، تغییر رفتار و مهمترین پیامد آن تحمیل انتخاب بین دوگانه مذاکره-مقاومت به مردم می باشد. در هیچکدام از مقالات یاد شده نقش جریانات نوپدید در فضای سایبری مورد توجه قرار نگرفته است و به همین دلیل محقق بر آن شد که تحقیق فوق را انجام دهد.

تعریف مفاهیم

فضای سایبر: یا فضای مجازی (Cyber Space) عبارت است از «مجموعه ای از ارتباطات درونی انسان ها از طریق رایانه و وسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی است». البته شاید بهتر باشد آن را چنین تعریف کنیم: «محیط الکترونیکی واقعی است که ارتباطات انسانی به شیوه ای سریع، فراتر از مرزهای جغرافیایی و با ابزار خاص، خود؛ در آن، زنده و مستقیم روی می دهد». قید «واقعی»، مانع از این است که تصور شود مجازی بودن این فضا به معنای غیر واقعی بودن آن است؛ چرا که در این فضا نیز همان ویژگی های تعاملات انسانی در دنیای خارج همچون

مسئولیت وجود دارد. ضمن این که فضای سایبر در واقع یک «محیط» است که ارتباطات در آن انجام می‌شود؛ نه صرف مجموعه‌ای از ارتباطات. از سوی دیگر، این ارتباطات گرچه ممکن است در همه حال بر خط (On Line) نباشد، ولی زنده و واقعی و مستقیم است. از این رو، تأثیر و تأثر بالایی در این روابط رخ می‌دهد.

هویت ملی: ویت ملی، هویت متکثر، فراگیر و گسترده است که از مجموع هویت‌های متنوع فرهنگی و اجتماعی اتباع یک کشور شکل می‌گیرد. هویت ملی عبارت از وابستگی و تعلق یک فرد و یا یک جامعه به صورت رسمی و قانونی به یک کشور و دولت-ملت است. جغرافیای مشترک، نظام سیاسی مشترک، ساختار اقتصادی مشترک، تاریخ مشترک، فرهنگ مشترک، منافع و زیان مشترک، مؤلفه‌های هویت ملی در یک کشور تلقی می‌شود. این اشتراکات برای ساکنان و شهروندان کشور، روح مشترک ملی ایجاد می‌کند و روابط آنها علی‌رغم ناهمگونی‌های اجتماعی و فرهنگی در پرتو این روح مشترک شکل می‌گیرد.

هویت و هویت مجازی: هویت به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی و فردی است که هرکس در تعریف خود به کار می‌برد. بدیهی است که در این تعریف، طیف وسیعی از ویژگی‌ها، مانند ویژگی‌های انتسابی و اکتسابی قرار می‌گیرند. به علاوه باید توجه داشت که این ویژگی‌ها به موقعیت و وضعیتی که فرد در آن قرار دارد، نوع جهان‌بینی وی و نسبتی که با سایر عناصر هستی دارد، بستگی دارد، حال اگر این شرایط در جغرافیایی فضای سایبر اتفاق بیافتد هویت مجازی خوانده می‌شود. هویت در فرهنگ‌نامه‌های معین (۱۳۷۷) و آکسفورد (۱۳۷۸) به معنی تشابه و یکسانی در نظر گرفته شده و واجد دو معنای اصلی است. نخستین معنای آن بیانگر مفهوم «تشابه مطلق» است یعنی، این با آن مشابه است و معنای دوم آن «تمایز» است؛ بنابراین می‌توان گفت هویت به طور همزمان دو نسبت محتمل را میان افراد یا اشیاء برقرار می‌سازد: از یک سو «شباهت» و از سوی دیگر «تفاوت» (جنگینز، ۱۳۸۱: ۵). این واژه در اصطلاح علمی به معنای «چیستی‌شناسی» یا «کیستی‌شناسی» است و در علم روان‌شناسی نخستین بار توسط اریکسون برای بیان مرحله‌ای از تحول جسمی و شخصیتی انسان که به هویت فردی معنا شده، به کار گرفته شد، ولی به تدریج وارد سایر حوزه‌های علوم انسانی شد (احمدی، ۱۳۸۳: ۵۶).

در فرهنگ معین هویت آنچه موجب شناسایی می‌شود تعریف شده و فرهنگ عمید حقیقت شیء یا شخصی که مشتمل بر صفات واقعی و ذاتی او باشد. همچنین کاستلز آنرا روند ساخته شدن معنا بر پایه یک ویژگی یا یک دسته از ویژگیهای فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتر دارند (کاستلز،

۱۳۸۴، ص. ۲۸) همچنین موسی نجفی در کتاب هویت شناسی هویت را مجموعه نگرش‌ها، ویژگی‌ها و روحیاتی که یک فرد را از دیگران متمایز می‌کند معرفی می‌کند، داود میرمحمدی در کتاب هویت ملی در ایران از نظر لغوی هویت را به معنی هستی، وجود، ماهیت و سرشت، و در اصطلاح علمی چیستی شناسی یا کیستی شناسی معرفی می‌کند همچنین حمید احمدی هویت را شیوه شناسایی خود توسط عوامل و متغیرهای دیگر. فرهنگ لغت آکسفورد (۲۰۰۲) هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: «خصوصیات، احساسات و باورهایی که باعث تمایز افراد از یکدیگر می‌شوند.» استوارت هال اعتقاد دارد که «هویت‌ها، پیوست‌های موقتی و گذرای سوژه هستند که کنش‌های پراکنده‌ای را برای ما به ارمغان می‌آورند.» این تعریف به این معناست که در حقیقت نمی‌توان از هویت‌های ثابت حرف زد (صوفی، ۱۳۸۵: ۷۷).

تعریف هویت را برای اولین بار اریکسون ارائه کرد و واترمن و آچر آنرا تحلیل کردند. اریکسون هویت را در اصطلاح، یک حس درونی کلی توصیف کرده است. از نظر او، هویت جریان تلفیق تغییرات فردی و نیازهای اجتماعی برای آینده است. وی تشکیل هویت را شامل به وجود آمدن یک احساس این‌همانی و وحدت شخصیت می‌داند که فرد احساس می‌کند و دیگران آن را تشخیص می‌دهند و از زمانی به زمان دیگر مشابه است. آنتونی گیدنز نیز هویت را منبع معنا برای کنشگران می‌داند. از نظر وی انسان با احساس عدم هویت، عدم امنیت هم خواهد داشت (نوجه فلاح، ۱۳۸۳: ۲۴).

منتظر قائم (۱۳۷۹: ۷۲-۱۵۲) هویت را حائز دو ویژگی مهم می‌داند: اول اینکه هویت وجه تمایز من و ما با دیگری و دیگران است و دوم اینکه هویت مهم‌ترین و اساسی‌ترین منبع شناخت عواطف، احساسات و سازماندهی رفتارهای جمعی درون جامعه پیرامون ما محسوب می‌شود و آن را امری تاریخمند معرفی می‌کند. تاجفل هویت اجتماعی-که نوعی خودشناسی در رابطه با دیگران است-را با عضویت گروهی پیوند می‌زند. وی عضویت گروهی را مبتنی بر سه عنصر زیر می‌داند:

۱. عنصر شناختی: آگاهی فرد از اینکه به یک گروه تعلق دارد.
۲. عنصر ارزشی: فرض‌هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی؛
۳. عنصر احساسی: احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاص با آن گروه دارند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۸۱-۳۱). براساس این نظریه، تمایز نمادین بین گروه خودی و غیر خودی مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی است. به اعتقاد بلومر، هویت خود اجتماعی افراد است. بر این

اساس، هویت فرد پنداشتی است که او از خود در جریان کنش متقابل با دیگران به دست می‌آورد. بر مبنای دیدگاه کنش متقابل نمادین (مید کولی و بلومر)، می‌توان گفت عوامل جامعه‌پذیری همانند مدرسه، همسالان، گروه‌های مرجع و رسانه‌های گروهی، اهمیت زیادی در جریان هویت‌یابی دارند (قنبری برزیان، ۱۳۸۳: ۳۶۳).

از نظر عاملی (۱۳۸۴: ۳۴) هویت مفهومی مرتبط با حوزه معناست؛ اما معنا خصیصه ذاتی فرد و یا جامعه نیست، بلکه محصول توافق‌ها و عدم توافق‌هاست و از مفاهیم صد در صد نسبی است. حال نیز به هویت در یک بستر دیالکتیکی نگاه می‌کند و هویت را در بودن‌ها و نبودن‌های ما تعریف می‌کند. در مجموع، هویت واجد سه عنصر است: هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی که هریک در تکوین هویت فرد نقش مهمی ایفا می‌کنند. در مقایسه این سه هویت، هویت شخصی ویژگی بی‌همتای فرد را تشکیل می‌دهد؛ هویت اجتماعی (نقش‌های اجتماعی درونی شده و متنوع) و فرهنگی (درک و کاربرد نمادهای فرهنگی) در پیوند با گروه‌ها و اجتماعات مختلف قرار می‌گیرند (بوربور، ۱۳۸۳: ۸۸).

به اعتقاد بامیستر مسئله اصلی درباره فرهنگ، هویت است و سؤال اصلی در خصوص هویت این است: من کیستم؟ هویت یک تعریف است؛ تفسیری است از خود که نشان می‌دهد شخص از نظر اجتماعی و روانشناسی کیست و چه جایگاهی دارد. هنگامی که شخص دارای هویت باشد، جایگاه او مشخص است؛ یعنی شخص با مشارکت یا عضویت خود در روابط اجتماعی در قالب یک شیء اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت‌ها فقط در جوامع وجود دارند؛ چون این جوامع هستند که آن‌ها را تعریف و سازماندهی می‌کنند. همان‌طور که بامیستر ذکر می‌کند: «جست‌وجوی هویت شامل این مسئله است که ارتباط صحیح فرد و جامعه به عنوان یک کل چه باشد. فرد نیز به دلیل نیاز به تعلق به اجتماع در جست‌وجوی هویت است.

هویت در سطوح و ابعاد مختلف واکاوی شده است. هویت ملی، هویت دینی، هویت فردی، هویت جهانی و مواردی از این قبیل، هنگامی که از هویت دینی سخن به میان می‌آید، در واقع به ابعاد کارکردی و عینی دین اشاره می‌شود. هویت دینی آن احساس خاصی است که پیروان یک دین را به یکدیگر پیوند می‌دهد و ایشان را در تعلقشان به یک هویت جمعی تعریف می‌کند (گزارش راهبردی، ۱۳۸۵: ۱۴). هویت اجتماعی جنبه‌ای از هویت است که در روند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد و حتی به نوعی می‌توان سایر اقسام هویت‌های جمعی را اشکال مختلفی از هویت اجتماعی دانست. به لحاظ قراردادی اغلب هویت اجتماعی در برابر هویت فردی تعریف می‌شود؛

زیرا هر اندازه که هویت فردی دارای ابعاد روانشناختی است، هویت اجتماعی از ابعاد جامعه‌شناختی برخوردار است؛ به همین ترتیب، همچنان که هویت فردی در نسبت خود با خود شکل می‌پذیرد، هویت اجتماعی، در نسبت فرد با جوامع یا محافلی که با آن‌ها در ارتباط است صورت‌بندی می‌شود.

هویت مجازی: تعریف و مفاهیم مربوطه

در فضای سایبر یک هویت جدید، علاوه بر هویت واقعی وجود دارد که بعضی‌ها به اشتباه این هویت جدید، یعنی هویت دیجیتالی را مترادف مجازی می‌دانند؛ در حالی که این هویت می‌تواند به صورت مجازی یا حقیقی شکل بگیرد. می‌توان مشخصات هویت حقیقی را بروز داد یا از خود شخصی دیگر، هویت مجازی جزئی از حریم خصوصی است. در اجتماع مدرن امروز هویت مجازی به صورت عمدی یا غیر عمدی و خود به خود ظاهر می‌شود. افراد در اینترنت به فروشگاه می‌روند و خرید می‌کنند، در دانشگاه مجازی به سر کلاس مجازی می‌روند و آموزش می‌بینند و حتی در امکانات به صورت مجازی شرکت می‌کنند. در بازی‌های شبکه‌ای شرکت می‌کنند و یا به سراغ سایر تفریحات شبکه‌ای می‌روند، به دنبال شغل جدید می‌گردند و کار پیدا می‌کنند و حتی کارشان را در محیط مجازی انجام می‌دهند و مزدشان را در همان محیط دریافت می‌کنند، به بانک اینترنتی می‌روند و گردش حساب خودشان را چک می‌کنند و یا به حساب دیگران پول واریز می‌کنند، با دوستان جدید آشنا می‌شوند و با آنها صحبت و چت می‌کنند. همه اینها نشان‌دهنده این است که فضای سایبر، رسانه‌ای تعاملی است و مانند رادیو و تلویزیون افراد تنها گیرنده نیستند، بلکه هم گیرنده و هم فرستنده هستند و در واقع انسان‌ها در فضای سایبر زندگی می‌کنند و فضای سایبر محیط تعاملی را برای آنها فراهم می‌کند که آن‌ها با هم در ارتباط باشند. در این محیط خدمات عرضه می‌کنند و خدمات دریافت می‌کنند و تعامل می‌کنند. بنابراین، همان طور که در دنیای فیزیکی و واقعی افراد مختلف هویت فردی و اجتماعی دارند و هویت آنها به محل زندگی و شرایط آنها در جامعه وابسته است، هویت مجازی نیز برای خود خصوصیات و شرایطی دارد که از هویت واقعی مجزاست، هویت مجازی با اصطلاحات دیگری نیز در متون علمی و مقالات دیده می‌شود، مثل: بی‌نامی، نام مستعار یا استعاره، نقاب یا صورتک درون شبکه‌ای و...

افراد در بعضی از تعاملات اینترنتی مثلا بانک الکترونیکی، خرید و فروش الکترونیکی یا دانشگاه الکترونیکی مجبورند با هویت واقعی ظاهر شوند؛ اما در بسیاری از تعاملات فضای سایبر با

هویتی ناشناس و مجازی می‌توان ظاهر شد، مثل عضویت در سایت و یا چت کردن که در آنها الزامی برای ظاهر شدن با هویت واقعی نداریم. می‌توانیم در فضای سایبر با این هویت مجازی زندگی کنیم و با دیگران تعامل کنیم؛ در حالی که دیگران هویت واقعی ما را نمی‌بینند و از آن مطلع نیستند؛ بلکه آنچه از ما می‌فهمند، همان هویت مجازی است که ما آن را شکل داده‌ایم. مهم‌ترین ویژگی هویت مجازی، ناشناخته بودنش است. در دنیای واقعی هرکس مسئول رفتار و گفتار خود است؛ اما با وجود هویت مجازی، آزادی بیان بیشتر می‌شود و احساس مسئولیت در برابر گفتار و اندیشه از بین می‌رود و ممکن است شخص از بخشی از هویت حقیقی خود مانند: تحصیلات، شرایط خانوادگی، جنسیت و یا شرایط اجتماعی ناراضی باشد و بخواهد با هویتی ساختگی به نوعی، خود را با تغییر قسمتی از هویت یا تمام آن، دلداری بدهد؛ حتی ممکن است از سر شیطنت، فریب‌کاری، سوء استفاده‌های مالی و جنسی خودش را متفاوت نشان دهد.

در بسیاری از متون علمی از مفهومی به نام «بی‌نامی» در محیط سایبر صحبت شده است که دقیقاً مترادف مفهوم هویت مجازی است. در اینجا برای روشن‌تر شدن مفهوم هویت مجازی به معنانشناسی بی‌نامی و تفاوت آن با سایر واژه‌های نزدیک مثل: گمنامی، ناشناس بودن و منزوی بودن می‌پردازیم.

مفهوم بی‌نامی، روابط اجتماعی گویا و روشن را به عنوان زمینه و پیش فرض با خود دارد. بی‌نامی نیاز به زمینه اجتماعی دارد. فاعل بی‌نام که ظرفیت انجام کاری را دارد، روی دیگر اعضای اجتماع تأثیر می‌گذارد و از دیگران متأثر می‌شود. ممکن است به شخص منزوی و گوشه‌نشین عبارت بی‌نام و نشان و ناشناخته و گمنام اطلاق می‌شود؛ ولی معنای دقیق بی‌نامی و هویت مجازی، مطابق آنچه در شبکه اینترنت و در فضای سایبر مطرح می‌شود، شامل حال او نمی‌شود و به او بی‌نام گفته نمی‌شود؛ زیرا شخص گوشه‌نشین و منزوی، غیر مرتبط با جامعه است و منزوی و جدا از اجتماع و روابط اجتماعی است و زندگی و رفتار و کارهای او به طور کلی تحت تأثیر زندگی و رفتار دیگران در محیط اجتماعی قرار نمی‌گیرد. اصطلاح گمنامی که در برابر شهرت و بلندنامی قرار می‌گیرد نیز نمی‌تواند با اصطلاح بی‌نامی مترادف باشد. شخص گمنام به دنبال شهرت نیست و سعی می‌کند در میان اجتماع شهرت پیدا نکند و عموم او را نشناسند. شخص گمنام از اجتماع و روابط اجتماعی فاصله نمی‌گیرد، اما به دنبال معروفیت هم نیست و کاری که او را معروف کند، انجام نمی‌دهد؛ اما هویت‌های مجازی که مشهور هستند کم

نیستند. از این‌رو، یک شخص بی‌نام ممکن است با نام مستعار در جهت شهرت تلاش کند و مشهور شود. برای یک نفر بسیار مشکل است که به طور کامل از اجتماع منزوی شود؛ به طوری که کارها و هویتش پنهان باشد؛ ولی امکان‌پذیر است. اما در همه موارد گوشه‌نشینی و جدا شدن از اجتماع لزوماً مشابه و شبیه بی‌نامی نیست؛ هرچند ممکن است به معنی رسیدن به بی‌نامی باشد. البته گوشه‌نشینی و جدا شدن از اجتماع مکانیزمی است که می‌تواند منجر به بی‌نامی شود و مطمئن شویم به بی‌نامی رسیده‌ایم؛ اما لزوماً به معنای بی‌نامی نیست.

بی‌نامی با شناخته شدن و ناشناس بودن تفاوت دارد. بی‌نامی نه تنها زمینه اجتماعی می‌خواهد و در ارتباط اجتماعی رخ می‌دهد، بلکه نیاز به فاعلی دارد که انجام دهنده کاری است که روی دیگران تأثیر می‌گذارد یا تأثیر می‌پذیرد و در عین حال هویت او مشخص نیست. اگر یک فرد برای دیگران قابل شناخته شدن نباشد و ناشناس باشد و در عین حال کاری و عملی نیز منتسب به او نباشد، او بی‌نام نیست؛ برای مثال، زمانی که شخصی در یک هتل در یک شهر دور است و کسی او را نمی‌شناسد و ناشناس است، احساسات منفی ناشناسی بودن و غریب بودن را دارد، ولی بی‌نام نیست؛ زمانی بی‌نام است که کاری انجام دهد که نتوانند او را ردیابی کنند و به هویت او پی ببرند. در اینترنت، ناظر شبکه و اشخاصی که شبکه را رصد می‌کنند، ممکن است از دید سایرین پنهان باشند. در صورتی که کاربران بدانند که ارتباطات و اعمالشان در شبکه رصد می‌شود، آن ناظر بی‌نام است و اگر کاربران ندانند که رصد می‌شوند، در این صورت آن ناظر ناشناخته نامیده می‌شود.

فرض کنید یک کتاب را از نویسنده‌ای می‌خوانید که کتابش منتشر شده یا در شبکه قرار دارد، اما هویت واقعی او مشخص نیست و شما نمی‌توانید رابطه منطقی بین ویژگی‌های مشخص او پیدا بکنید و او را ردیابی و پیدا کنید و یا حداقل ردیابی او به وسیله خوانندگان معمولی و عمومی امکان‌پذیر نیست. بنابراین، او برای این خوانندگان بی‌نام است. پس مفهوم بی‌نامی به طور کامل با مفهوم ناشناس بودن متفاوت است.

مارکس مفهوم بی‌نامی را این چنین تعریف می‌کند: بی‌نامی به این معنا است که شخص طبق ابعاد هفت‌گانه دانش شناخت شناخته نشود. این ابعاد هفت‌گانه جهت شناخت عبارت‌اند از: ۱. نام قانونی؛ ۲. موقعیت جغرافیایی دقیق؛ ۳. نام‌های مستعار قابل اتصال (لینک)؛ ۴. نام‌های مستعار غیر قابل اتصال (لینک)؛ ۵. دانش و علم به خصوصیات فردی آن شخص؛ ۶. رده و گروه اجتماعی؛ ۷. علامت شایستگی و عدم شایستگی فرد.

در مقایسه با دیگر وسایل ارتباط جمعی همچون رادیو و تلویزیون، ویژگی اینترنت تعاملی بودن یا کنش متقابل (Interactivity) آن است. در شبکه جهانی اینترنت این موضوع متفاوت خواهد بود یعنی هر دستگاه رایانه که به شبکه جهانی متصل می‌گردد از یک سو گیرنده و از دیگر سو فرستنده است. کسی که یک رایانه با لوازم جنبی همچون دوربین و اسکنر و عکس و... دارد می‌تواند برای خودش در اینترنت یک صفحه وب طراحی نماید و برنامه و تبلیغ خود را عرضه نماید. صفحه اینترنتی من در واقع یک "من دیگر" است و یا یک "من دوم" است و در برخی مواقع نیز هویتی جدید از من است. هویتی که تاکنون هم برای خودم هم برای دیگران پنهان بوده است. در زندگی روزمره زمانی که من به عنوان یک شخص خودم را معرفی می‌کنم خودم را با جنسیت، هویت فیزیکی و اجتماعی معرفی می‌نمایم و البته چنانچه بیان شد این هویت مرزها و محدودیت‌های خود را دارد. اما در شبکه اینترنت وضع بدین منوال نیست. فرد در یک لحظه می‌تواند شخصیت‌های مختلفی داشته باشد.

علاوه بر این موضوع، مسأله دیگری که در اینجا رخ می‌نماید، تغییر و دگرگونی است که در مفهوم مکان ایجاد می‌شود. من با یک هویت مجازی می‌توانم خودم را فارغ از دنیای واقعی در شبکه اینترنت به حرکت درآورم و از قاره‌ای به قاره دیگر بروم بدون آنکه تجربه‌ای در آن خصوص داشته باشم. درحالی‌که من با هویت مجازی در حال سیر و گشت‌وگذار در دنیای مجازی هستم، هویت حقیقی من همینجا در لحظه حاضر است. همچنین تجربه ما از زمان نیز دگرگون می‌شود. در دنیای مجازی اینترنت هیچ‌وقت شب نمی‌آید؛ همیشه روز است همیشه در یک جایی از این کره خاکی یک نفر بیدار است و هیچ‌وقت تعطیلی نیست. همواره نمایشگر رایانه‌ها روشن است. بنابراین به هیچ‌وجه زمانی وجود ندارد که برای زندگی مجازی محدودیتی ایجاد نماید. به همین سبب زمان و برداشت ما از آن بسیار دگرگون می‌شود. هنگامی که ما پس از یک گفت‌وگوی آنلاین به زمان حاضر و به زمان واقعی باز می‌گردیم مشاهده می‌کنیم که چقدر از زمان ما گذشته است. گویی در اینترنت نوعی بی‌زمانی حاکم است. از این‌رو می‌توان چنین استنباط نمود که در فضای مجازی اینترنت، زمان نیز مفهومی مجازی پیدا کرده است. گذشته از آن در بازی‌های اینترنتی علاوه بر آن‌که می‌توان مکان‌ها را تغییر داد و به صورت خیالی تنظیم و ارائه نمود می‌توان از حصار زمان هم گذشت و به زمانهای دیگر پا گذاشت.

چنانچه بیان شد فن‌آوری نوین اینترنتی امکانات جدیدی را فراهم می‌آورد که فرد با اتکا به آن می‌تواند بر بعضی محدودیت‌های خود چیره شود. در درجه نخست، باید از کاهش محدودیت‌های وجودی سخن گفت. اولاً، به لحاظ هستی‌شناختی اینترنت تجربه‌ی جدید از هویت و بودن در جهان را در اختیار کاربرانش قرار می‌دهد که برساخته‌ی سپهر مجازی است. در واقع، انواع جدید حضور در جهان براساس این هویت‌های جدید شکل می‌گیرد. در دنیای مجازی جسمانیت رنگ می‌بازد و هویت حالت ابهام‌آمیزی پیدا می‌کند؛ زیرا بسیاری از عناصر شخصیتی که فرد در دنیای جسمانی به آن‌ها عادت دارد، در سپهر مجازی اهمیت و معنای خود را از دست می‌دهد. بدین ترتیب، فرد برای نخستین‌بار فرصت می‌یابد که از محدوده‌ی تن خویش عبور کند و هویت را بدون وابستگی به کالبدش تعریف کند و آن را فارغ از محدودیت‌های بدنی به دیگران بشناساند. سپهر مجازی از عهده‌ی این کار بر می‌آید؛ زیرا مشتمل بر اطلاعات-و نه ماده است. در این جا ما با هویت‌های الکترونیکی سروکار داریم که توسط خود فرد ساخته شده است. دنیای فیزیکی وحدتی را به فرد تحمیل می‌کند؛ ولی در دنیای مجازی به سختی می‌توان چنین وحدتی را یافت.

به‌علاوه، در اینترنت ما با یک هویت واحد سروکار نداریم؛ بلکه در شاهرهای به سر می‌بریم که در آن مرتب مواجهه‌هایی صورت می‌گیرد. این مواجهه‌ها به شکل ساده‌ی رویارویی چهره به چهره نیست؛ بلکه به صورت مبادله‌ی الکترونیکی و راه دور است و طی آن هویت‌ها به شکل غیر معمولی به نمایش گذاشته می‌شوند. چون در اینترنت فاصله از میان برداشته می‌شود، مواجهه‌ی افراد آسان‌تر می‌شود و امکان مواجهه‌ی غیر حضوری فراهم می‌آید. بدین ترتیب جامعه‌ی شبکه‌ای، براساس تعامل شرکت‌کنندگان با یکدیگر شکل می‌گیرد که در آن بدون نیاز به ملاقات حضوری، اطلاعات ردو بدل می‌شود. در اینترنت افراد صرفاً در رده‌ی تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند؛ بلکه می‌توانند هر دو نقش را هم‌زمان داشته باشند و اینترنت به عنوان یک واسطه‌ی ارتباطی میان آن‌ها عمل کند و تسهیلات لازم در این زمینه را در اختیار آنان قرار دهد. این‌که فرد می‌تواند (به انتخاب خود) نقش مصرف‌کننده یا تولیدکننده‌ی اطلاعات را ایفا کند، اینترنت را از شکل یک رسانه‌ی متعارف خارج می‌کند. این امر «محیطی آناشیک» را برای تبادل نسبتاً بدون میانجی و واسطه میان افراد بوجود می‌آورد. از این طریق اعضای گروه می‌توانند دایماً با یکدیگر در ارتباط باشند، بدون آن‌که نیازی به جمع شدن آنان در یک مکان یا زمان خاص باشد. و به همین وسیله هر شخصی که اطلاعات برتری در هر حوزه‌ی نسبت به سایر

افراد دارد می تواند نظرات خود را به طریقی که خود صلاح می داند بر دیگران القا نماید اینجا نیز نیاز به ساماندهی این فضا وجود دارد .

همین طور در اینترنت سلسله مراتب ارتباطی تضعیف می شود و همراه با آن فرد مجال بیش تری برای ارایه هویت مورد نظر خود پیدا می کند. ارتباط نیز چنان که گفته شد دو سویه است و جای گوینده و مخاطب مدام عوض می شود. فراتر از آن، اینترنت یک ابرمتن است که در آن متن های مختلف به هم پیوستگی دارند و بین آنها ارتباط برقرار می شود. تعاملی بودن ابرمتن، به آن خصلت گفت و شنودی می دهد؛ زیرا در ابرمتن تأکید اصلی بر روی ارتباط و نه روی کنش قرار دارد، به خصوص آن که از ابتدا ناهمگونی و تفاوت اموری مشروع دانسته می شود. این امر اجازه ی تشکیل صورت بندی های گفتمانی متعددی را در ابرمتن می دهد. مجازی شدن ملموس ترین جنبه های زندگی، مانند جسم، متن و اقتصاد این روند را تشدید کرده است. این ها استفاده از اینترنت را برای کاربران جذاب تر می کند. بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارایه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود . حتی امکان معرفی خود در سایت های مختلف به صورت های گوناگون وجود دارد. به صورتی که افراد بتوانند در جریان ارتباط گیری «هویت الکترونیک چندگانه ای» برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. در مجموع، هویت اینترنتی با دیدگاه های متعارف درباره ی هویت جور نیست. دیدگاه های متعارف درباره ی هویت به دنبال کلیت سازی درباره ی مفهوم هویت و یکپارچه نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می گیرند؛ اما با این اوصاف در سپهر مجازی استفاده از چنین تعاریفی برای هویت دشوار می شود و با گسترده تر شدن مرزهای هویتی، مرزبندی هویت واقعی و تخیلی در اینترنت مخدوش می شود.

به هر حال، اینترنت محصول عصر درهم شکستگی هستی شناختی و پیچیده تر شدن فزاینده ی تفاوت های فردی است و با آن سنخیت تام دارد. امروزه حتی اعضای خانواده ها و همسایگان نیز به ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند. این امر تشخیص اصالت ها را روز به روز دشوارتر می سازد. «آلن تورن» به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض آمیز انسانی را توصیف کرده است: «ما در سکوت زندگی می کنیم، در شلوغی به سر می بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده ایم» (تورن، ۱۳۸۰: ۱۶۰)، از این حیث، هویت اینترنتی را می توان با فرایند اساسا مدرن

تشکیل هویت به وسیله‌ی خویشتن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست که اساساً در اختیار افراد و حکومتها نیست بنابراین نیاز به ساماندهی شرایط موجود بیش از پیش احساس می‌گردد.

در واقع، فرد در دوره‌ی مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدامی‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در این‌جا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و تواما مهم‌ترین جنبه‌ی پست مدرنیستی اینترنت را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند؛ بلکه موجب تکثر بیش‌تر می‌شود. در عین حال، هم‌زمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده‌ی عمومی از اینترنت، جهان‌بینی‌های افراد واگراتر می‌شود. گروه‌های مختلف به برداشت‌های گوناگونی از جهان می‌رسند (گیبینز، ۱۳۸۱: ۷۸).

عرفان‌های نوظهور : با چشم‌پوشی از بررسی تعاریف و تمایزات ظریف معنایی میان مفاهیم گوناگون که مجال دیگری می‌طلبد، می‌توان موضوع نوشتار حاضر را با تعریفی گسترده عبارت دانست از گروه‌هایی که پس از جنگ جهانی دوم، خصوصاً در دهه هفتاد و مابعد آن، در غرب و بویژه آمریکا ظهور یافته، آگاهانه و عامدانه یا به غفلت، متصدی ارائه پاسخ به برخی پرسش‌های غایی شده‌اند که ادیان اصلی پیش‌تر بدان‌ها می‌پرداختند.

متغیر مستقل : عرفان‌های نوظهور

متغیر تابع : هویت ملی

متغیر تعدیل‌کننده : فضای سایبری

قلمرو زمانی : قلمرو زمانی این تحقیق از سال ۱۳۹۶ (همزمان با اختلالات اجتماعی اتفاق افتاده توسط گروه گنابادی در تهران)

قلمرو مکانی : کشور ج.ا.ایران

قلمرو موضوعی : هویت‌سازی گروه‌ها و عرفانهای نوظهور در فضای سایبری

در آغازین سال‌های قرن بیست و یکم میلادی، که جهانی شدن و جهانی سازی در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی به فرایند و روندی سریع و گسترده تبدیل شده، بیشتر سنت‌های بزرگ دینی با چالش جنبش‌ها و فرقه‌های نوپدید دینی مواجه شده‌اند که به گونه‌ای روزافزون، پیروان ادیان سنتی را به خود جلب می‌کند. در این میان، وضعیت روبه رشد این معنویت‌های جدید در ایران، که دارای حکومت سیاسی برگرفته از دین اسلام است، اهمیتی

انکارناپذیر دارد. گرایش به عرفان‌های جدید، تحت عناوین گوناگون و با شیوه‌های متفاوت در کشور افزایش یافته است. گسترش و رویکرد به کتاب‌ها، سخنرانی‌ها و نوشته‌های رهبران جنبش‌های دینی، تشکیل و تبلیغ کلاس‌های خصوصی یا نیمه خصوصی، و ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی و به تدریج، به گسترش این عرفان‌ها کمک‌های زیادی کرده و بسیاری از افراد (و از جمله جوانان) را به خود جذب نموده است. مجموعه این عرفان‌ها دامنه وسیعی را شامل می‌شود، از عرفان‌های هندی و سرخ‌پوستی گرفته تا عرفان‌های مرتبط به یهودیت و مسیحیت. اما اصلی‌ترین آنها در میان فرقه‌ها و معنویت‌های وارداتی شرقی فعال در کشور، معنویت‌های «اوشو» (Osho)، «سای بابا» (Sri Sathya Sai Baba)، «کریشنا» (Rama krishna) و معنویت‌های غربی از معنویت‌های آمریکایی و سرخ‌پوستی همچون «پائولو کوئیلو» (Paulo Coelho)، «کاستاندا» (Carlos Cesar Salvador Arana Castaneda) و «انکار» (Eckankar) است. مطابق آمار، انتشار آثار مربوط به این جریان‌ها به طور مشخص از سال ۱۳۷۰ به بعد، قابل پیگیری است. به ویژه از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۷، ۴/۰۰۰ عنوان کتاب با شمارگان معمولاً ۱۰/۰۰۰ نسخه و بالغ بر ۱۰ بار منتشر شده است. علاوه بر این، در حوزه مطبوعات، تعداد نشریات مربوط به این حوزه به ۶۴ عنوان رسیده و در حوزه اینترنت، تعداد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی مربوط به این جریان‌ها در سال ۱۳۸۷ بالغ بر ۱۵۰۰ نمونه بوده است (پایگاه رصدی تحلیل جنبش‌های نوپدید دینی، ۱۳۸۹، ص ۱۴).

تنوع این فرقه‌های دینی به لحاظ سن اعضا، محل زندگی آنان (شهر، روستا، زندگی مدرن یا پسامدرن)، نحوه زندگی آنان (زندگی ریاضت‌بار یا بعکس، فعالیت‌های آزاد جنسی) و اعمال و شعائر، توجه بسیاری از جامعه‌شناسان دین را جلب نموده است. عرفان‌ها و جنبش‌های دینی، که در نام‌گذاری آنها، از اصطلاحاتی همچون، «ادیان سکولار» (Religion secular)، «ادیان تمثیلی» (Religion analogique)، «ادیان استعاره‌ای» (Religion metaphorique)، «ادیان بی‌شکل» (Religion informel)، «ادیان موازی» (Religion parallel)، «ادیان خودساخته» استفاده می‌شود، از دریچه‌های خاص به جهان و معنویت و گاهی به خدا نگریسته و بر این اساس، نقد شده‌اند. آنچه امروز در فرهنگ دینی کشور ایران به چشم می‌خورد اختلاط و آمیختگی سه فرهنگ اسلامی، شرقی و غربی است که نبود تعادل میان این اجزا، تا حد زیادی به چندگانگی هویت دینی در کشور دامن زده است. گسترش عرفان‌های نوپدید در ایران و روح تعالیم این عرفان‌ها، مؤلفه‌ها و آموزه‌هایی دارد که آشکار با

فرهنگ اسلامی در تعارض است، برای همان، تأکید بر آزادی، فردگرایی و لذت پرستی. مسئله عرفان‌های نوظهور را می‌توان از جنبه‌های دیگری نیز بررسی کرد؛ مثلاً، از نظر نوع افرادی که به این گونه عرفان‌ها گرایش دارند، یا میزان نفوذ این گونه عرفان‌ها در جوامع گوناگون اما در حالت کلی، می‌توان گفت: که این عرفان‌ها در بسیاری از حالات، به لحاظ معنایی و محتوایی با آنچه در جامعه ما و دین اسلام وجود دارد، تفاوت دارند ولی ابزار اینترنت همه امکانات لازم برای رشد را در اختیار آنها قرار داده است.

در عصر حاضر این رسانه‌ها هستند که تصویر ما را از واقعیت شکل می‌بخشند. رسانه‌ها با نظامی از نشانه‌های دیداری، نوشتاری و گفتاری برداشت انسان را از واقعیت تحت تأثیر قرار می‌دهند. تصویر، گفتار و نوشتار طی قرن بیستم مرکز ثقل بسیاری از مباحث و مجادلات فلسفی بوده است. البته این مولفه‌ها چه در رسانه‌های مکتوب چه در رادیو و تلویزیون بر فهم انسانی از زمان و مکان و همچنین چگونگی استفاده از تصاویر، آواها و حروف تأثیر گذاشته‌اند. با پیدایش شبکه داده‌های جهانی یا اینترنت این شرایط پیچیده‌تر شده و زمان و مکان و هویت، تعریفی تازه یافته‌اند. اینترنت در واقع مکانی بی‌مکان است؛ جایی که انسانها می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه‌های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب دشواری‌ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می‌یابد. این فضای مجازی و اینترنت به عنوان یک وسیله‌ی ارتباطی و مبادله‌ی اطلاعات، به تدریج در کشورهای در حال توسعه‌ی متداول می‌شود. با این حال زمینه‌های به کارگیری این ابزارهای ارتباطی در جهان سوم در حال رشد است؛ به صورتی که با اطمینان می‌توان پیش‌بینی کرد که در بیست سال آینده، مردم این جوامع برای گذران امورشان، به مراتب بیش از اکنون به اینترنت-یا احتمالاً شبکه ارتباطی پیشرفته‌تری- وابسته خواهند شد. چنین تصویری چندان دور از ذهن نیست؛ زیرا اولاً جامعه‌ی اطلاعاتی نوین در حال تکوین است و این جامعه‌ی اطلاعاتی جدید ابعادی جهانی دارد و دیر یا زود کشورهای جهان سوم را نیز در بر خواهد گرفت، ثانیاً اینترنت به تدریج به بخشی از تمدن معاصر تبدیل شده است. به عبارت دیگر روند توسعه‌ی کشورها به سمتی می‌رود که پدیده‌هایی مانند اینترنت در آینده نقش بسزایی در زندگی اجتماعی-فرهنگی و حتی سیاسی-امنیتی انسان‌ها ایفا خواهند کرد. از این رو، تصمیم‌گیری درباره‌ی گسترش شبکه‌هایی از این دست در جهان سوم نه یک انتخاب، بلکه امری ناگزیر

است و از سوی دیگر، با توجه به این که اینترنت یک پدیده‌ی تمدنی است، درمی‌یابیم که تأثیر آن بر زندگی عادی افراد و تحولات فرهنگی و اجتماعی بسیار جدی است. یک مسأله مهم آن است که فرد در درون خویش چندگانه و دچار تکثر هویتی می‌شود این امر هر دو دسته کشورهای در حال توسعه و صنعتی را شامل می‌شود؛ با این تفاوت که افزایش کاربری اینترنت و تشدید این وضع فوق مدرن در جهان سوم بدلیل عدم تولید محتوی آن در این کشورها می‌تواند به بروز بحران‌های هویتی شدیدی در این جوامع منجر شود که تبعات فرهنگی زیادی را نیز به بار خواهد آورد. به‌طورکلی، اگر بخواهیم از چشم‌انداز هویتی به قضیه بنگریم، این تحولات فرهنگی و ارتباطی، جهان سوم را در مقابل یک وضعیت هویتی تعارض‌آمیز قرار می‌دهد. از یک سو مدرنیته نتوانسته است مطابق انتظارات قبلی، هویت نسبتاً تثبیت شده‌ای را ایجاد کند و از سوی دیگر، رشد تکثر هویتی، این هویت‌های شکننده را متزلزل می‌کند. از این رو، با توجه به شدت شکنندگی هویتی در جهان سوم، احتمالاً تأثیر هویتی اینترنت در این جوامع گسترده‌تر از جوامع غربی خواهد بود و شکاف‌های هویتی عمیقی به وجود می‌آورد از این منظر مدیریت و ساماندهی این فضا ضروری می‌نماید.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

در ادبیات سیاسی و اجتماعی موجود برای بررسی مقوله هویت و مفاهیم مشابه و شناخت علل و عوامل مؤثر بر تکوین و تغییر هویت، رهیافت‌های نظری متعددی ارائه شده است. جامعه‌شناسان «هویت را امری غیر ازلی می‌دانند که در بستر زندگی اجتماعی و فرایند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری و به واسطه و دیالکتیک فرد و جامعه شکل می‌گیرد» (ریترز، ۱۳۷۷: ۱۳). برخی مانند پارسونز، گیدنز، هابرماس، فوکو، استوارت هال عقیده دارند در جوامع جدید، هویت‌های جمعی دارای خصایل «همسازی» و «همزیستی» بوده و می‌توانند در کنار هم به سر برند؛ از این رو رویکرد جامعه‌شناختی به مقوله هویت به چند دسته قابل صورت‌بندی است:

الف) جامعه‌شناسان ساختارگرا

نظریه‌هایی که به تأثیر ساختارهای اجتماعی بدون توجه به تمایلات کنشگران، در فرایند هویت‌سازی و تغییر و تحولات آن پرداخته و مقوله هویت و هویت جمعی را در قالب جبر ساختارهای سیاسی، اجتماعی تبیین و جست‌وجو می‌کنند و به «پارادایم واقعیت اجتماعی» مشهورند. در واقع این تئوری‌ها به تأثیر الزام‌آور ساختارها و نهادهای اجتماعی پهن‌دامن بر کنشگران و افکار و اعمال آنها می‌پردازند و در زمره «تئوری‌های کلان‌نگر» دسته‌بندی

می‌شوند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۴۰۳). مکتب کارکردگرایی ساختاری، تئوری‌های نوسازی، نظریه‌های مارکسیستی، نظریات کنت، دورکیم، مارکس و پارسونز در این طیف قرار می‌گیرند. در مجموع می‌توان گفت جامعه‌شناسان نظم‌گرا، کلاسیک، پارادایم واقعیت اجتماعی و نظریه‌پردازان ساختارگرا با اندک تفاوت، عناوین متفاوتی هستند که ذیل مقوله تئوری کلان‌نگر قرار می‌گیرند.

ب) جامعه‌شناسان تعریف‌گرا

تئوری‌های دسته دوم بر نحوه تعریف کنشگران از موقعیت اجتماعی و عملکرد آنها از این تعاریف تأکید دارند و کنشگران را به عنوان نیروهای فعال و خلاق عرصه اجتماعی می‌دانند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۳۲۲). این دسته از تئوری‌ها در ادبیات جامعه‌شناسی «پارادایم تعریف اجتماعی» نامیده شده‌اند که به جای تأکید بر جامعه و گروه‌های اجتماعی، به «خود»، «برداشت از خود» و «ارزیابی خود»، «آگاهی از خود و نقش آنها در هویت‌یابی و شناسایی افراد» و «ارزیابی گروهی» می‌پردازند و هویت را بر ساخته و بازسازی شده رفتار کنشگران - نه ساختارهای کلان اجتماعی - می‌دانند. نظریه‌پردازان پارادایم تعریف‌گرا، کنشگران، شیوه‌های ساخت واقعیت اجتماعی از سوی آنان و کنش‌های ناشی از این ساخت را موضوع اصلی مطالعه در عرصه جامعه‌شناسی می‌دانند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۴۰۴). این پارادایم طیف گوناگونی از نظریات شامل: نظریه کنش متقابل نمادین، پدیدارشناسی، روش‌شناسی مردم‌نگاری و وجودگرایی را دربرمی‌گیرد. در پارادایم تعریف‌گرایان، نظریه کنش متقابل اجتماعی بیشتر از سایر نظریه‌ها به مقوله هویت پرداخته است. کلید درک مفهوم هویت و هویت جمعی در نظریه کنش متقابل، شناخت خود و تصویری است که فرد از خود دارد و نیز شناخت تصویر دیگران از خود است. کارگزاران در فرایند اجتماعی شدن از چشم‌انداز مکتب کنش متقابل‌گرایی نمادی به شش دسته تقسیم می‌شوند. این شش دسته عبارتند از: والدین، دیگران مهم، گروه هم‌آلان، محیط آموزش رسمی، مجامع عمومی و ارتباط جمعی. نظریه کنش متقابل سنتی که یکی از ریشه‌های فکری این مکتب را نشان می‌دهد، با آرا و افکار بلومر همراه است، ولی رهیافت‌های علمی مانفورد کون، رهیافت نمایشی اروین گافمن و روش‌شناسی مردم‌نگارانه و پدیدارشناسی، در ذیل این مکتب جای می‌گیرند. «نماد»، «نشانه»، «رفتار پنهان»، «رفتار آشکار»، «ذهن»، «خود»، «جامعه»، «من فاعلی» و «من مفعولی» از مفاهیم بنیادین این مکتب محسوب می‌شوند. کلید درک این مکتب مفهوم «معنا» است که بین کنشگران وجود دارد. نظریه‌پرداز دیگر در این حوزه ریچارد جنگینز است. وی با الهام از مید، گافمن و بارث، معتقد است برای درک و فهم هویت فردی و هویت اجتماعی، می‌توان از یک

الگوی هویت‌شناسی واحد استفاده کرد. در این الگو، هویت دارای دو وجه «بیرونی» و «درونی» است که پیوسته با یکدیگر در تعاملند. هویت فردی مبتنی بر تفاوت و تمایز میان افراد است و جایگاه فرد را در رده‌بندی‌ها نمایان می‌سازد و هویت اجتماعی نشان‌دهنده شباهت‌هاست و به تعریفی که فرد براساس تعلق به یک گروه یا رده اجتماعی از خودش می‌کند، اطلاق می‌شود. با این حال هویت فردی به شدت از هویت یا هویت‌های اجتماعی فرد تأثیر می‌گیرد. به اعتقاد جنگینز تعاملی دوسویه میان هویت و زندگی اجتماعی جریان دارد. از سویی هویت، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و از سویی دیگر در جریان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد، تغییر می‌کند و بازسازی می‌شود (جنگینز، ۱۳۸۱: ۱۵).

ج) تئوری پهنه یا میدان لوین (فیلد تئوری)

لوین واژه میدان را از فیزیک به امانت گرفت و به مطالعه رفتار انسان در حوزه اجتماعی تسری داد. از نظر تئوری پهنه یا میدان (فیلد تئوری)، رفتار یا کنش انسانی تابع عوامل مختلف به هم پیوسته و وابسته‌ای است که نیروهای میدان نامیده می‌شود، این نیروها را می‌توان به دو دسته خصوصیات شخصی و خصوصیات محیطی تقسیم‌بندی کرد که تابعی از شرایط زمانی و مکانی خاص است. بدین ترتیب براساس تئوری میدان، رفتار انسان تابع ویژگی‌های شخصی و محیطی و شرایط زمانی و مکانی خاصی است که فرد در آن قرار دارد (رفیع‌پور، ۱۳۶۴: ۵۹). براساس این تئوری می‌توان تأثیرپذیری افراد از محتوای فضای مجازی را تابعی از ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای آنان و شرایط محیطی یعنی محتوا، میزان و شدت عناصر فرهنگی-رسانه‌ای در نظر گرفت که فرد در معرض آن قرار دارد.

د) رویکرد مطالعات فرهنگی، ارتباطات اجتماعی و هویت جمعی

از جمله مفاهیم و موضوع‌هایی که مطالعات فرهنگی و نظریه دریافت به خدمت می‌گیرد تا نقش مخاطب را در معناسازی متون رسانه‌ای و فرهنگی مستدل و برجسته کند، عبارتند از: «رمزگذاری و رمزگشایی»، «چندمعنایی»، «مردم‌پرستی»، «لذت»، «رمزگشایی تقابلی»، «مازاد نشانه‌شناختی» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۱). نظریاتی مانند: استفاده و خشنودی، کاشت، تحلیل و دریافت، هویت پیوندی، مرکب و بریکولاژ (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۹۷)، نظریه‌پردازانی مانند: هایبرت (۱۳۸۷)، مک کوتیل و کلاپر (۱۳۷۲) و از کمپ (۱۳۶۵) بخشی از نظریات مربوط به این رویکرد هستند که ضمن جمع‌بندی دستاورد نظری آنها، به جهت اهمیت، به برخی از این نظریه‌ها استناد می‌شود:

۱. نظریه‌های استفاده و خشنودی، تحلیل و دریافت

رویکرد استفاده و خشنودی بر این اصل استوار است که گیرنده رسانه فعال، در این رویکرد، مخاطب از این رو فعال انگاشته می‌شود که به دنبال رضایت‌مندی است و باور دارد که انتخاب رسانه رضایت‌مندی مورد نظرش را فراهم می‌کند. همچنین مشارکت فعالانه مخاطب با رسانه بر رضایت‌مندی حاصل و رفتار رسانه‌ای اثر می‌گذارد (الیوت، ۱۳۷۵؛ لین، ۱۹۷۷). اهمیت میراث پژوهشی استفاده و رضایت‌مندی بر این واقعیت استوار است که پیروان آن مخالف نظریه مخاطبان منفعل هستند و به همین جهت فرض‌هایی را مبنای کار خود قرار می‌دهند که مهم‌ترین آن عبارت است از اینکه مخاطب از میان مجرای ارتباطی و محتواهایی که به او عرضه می‌شود دست به انتخابی آگاهانه و انگیزه‌دار می‌زند (متنظر قائم، ۱۳۸۷؛ به نقل از: مک کوایل، ۱۳۸۲؛ مک کوایل، ۱۳۸۰). بر اساس تئوری «استفاده و خشنودی می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد: نخست، این شهروندان و مردم هستند که تصمیم آنها در نوع انتخاب محتوا بر اساس علایق شخصی، آرزوها، نظام هنجاری و اعتقادی، تعلق به پایگاه اجتماعی، عادات و ارضای نیازهای مختلف سرچشمه می‌گیرد. دوم آنکه شهروندان، بر اساس بافت فکری، نظام ارزشی و اجتماعی خود، انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی در استفاده از فضای مجازی دارند و بر این اساس در مقابل آن واکنش‌ها و بازخوردهای متفاوتی از خود نشان می‌دهند و این بازخوردها، تأثیرات متفاوتی در احساسات، نوع نگرش، ارزش‌ها و رفتار، فرهنگ و هویت جمعی آنها می‌گذارد؛ لذا هرچه افراد هدفمندتر از فضای مجازی استفاده کنند، تأثیرات هویتی بیشتری خواهند پذیرفت. در نظریه تحلیل دریافت، پیش‌فرض بنیادین این است که متون رسانه‌ها دارای معنایی ثابت یا ذاتی نیستند، بلکه در لحظه دریافت از سوی مخاطب، به تناسب موقعیت ساختاری و پایگاه اجتماعی که فرد در آن قرار دارند، معنا می‌یابد. تئوری دریافت در این مورد بحث می‌کند که یک متن نمی‌تواند بدون وابستگی به موقعیت و شرایط خواننده ایجاد معنی کند. این نظریه بر این نکته تأکید دارد که پیام‌های رسانه‌ها به شکل‌های متفاوتی بر اساس مسائل فرهنگی و شرایط اجتماعی و جایگاه‌های طبقاتی و پایگاه اجتماعی افراد تفسیر و رمزگشایی می‌شوند.

۲. نظریه کاشت

یکی دیگر از نظریه‌های موجود در حوزه جامعه‌شناسی ارتباطات، نظریه کاشت یا پرورش است. بر اساس نظریه کاشت تأثیرات فضای مجازی و عملکرد این رسانه در ایجاد تغییرات فرهنگی و هویتی در افراد تابع میزان، مدت و نوع مواجهه افراد با رسانه‌ها و فضای مجازی، میزان واقعی تلقی کردن محتوای آن و نیز نوع استفاده از فضای مجازی است. در نظریه سورین، فرض اساسی

نظریه پرورش بر این اصل استوار است که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و واقعیت‌پنداری برنامه‌های رسانه‌های ارتباطی معنی‌داری وجود دارد. مخاطبانی که مدت زیادی در معرض رسانه‌های قرار داشته و از آن استفاده می‌کنند، اطلاعات و ایده‌های رسانه‌ها را طبقه‌بندی کرده و در اثر این در معرض رسانه بودن چیزی را تولید می‌کنند که پرورش نامیده می‌شود. پیر بوردیو و بورک و همین‌طور «تیکنور» و «دونوهو» در نظریه شکاف آگاهی معتقدند فرایند هویت، یک نظام کنترل ادراک است و هویت، مجموع معانی به کار گرفته برای خود در یک نقش یا موقعیت اجتماعی را شامل می‌شود، تعریف می‌کند (هرمز، ۱۳۷۹: ۹۸؛ اعزازی، ۱۳۷۹: ۶۹).

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از منظر هدف تحقیقی کاربردی می‌باشد چرا که سعی می‌شود نتایج حاصل از این تحقیق را مورد استفاده‌ی عملی قرار داده و با کمک نتایج آن، مشکلات سازمان رفع شوند. اما این تحقیق از منظر گردآوری اطلاعات تحقیقی تحلیلی-توصیفی می‌باشد.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکرار هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند، اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد. باید گفت که اینترنت، در مقایسه با تلویزیون گاه تأثیر بیشتری در تنهایی فرد دارد. به‌هرحال، اعضای یک خانواده به بهانه‌ی دیدن برنامه‌ی تلویزیون دور هم و در یک‌جا جمع می‌شوند؛ درحالی‌که کاربران اینترنت معمولاً در تنهایی عمل می‌کنند. هم‌زمان اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات و تصورات و پندارهای فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت‌های سیاسی بر هویت‌سازی‌های فردی تمام می‌شود و می‌تواند به شکل‌گیری منابع جدید هویتی بیانجامد. «جیمز لول» برای توضیح این گرایش جدید در فرهنگ از اصطلاح «فوق فرهنگ» استفاده می‌کند.

این‌که جوامع فرهنگی به انحای جدید شکل می‌گیرند، این نشانه‌ی تغییر شکل تجربه‌های بشری خواهد بود. اگرچه در این حالت جامعه هم‌چنان به قوت خود باقی می‌ماند و هویت خود را حفظ خواهد کرد، ولی مقوله‌های فرهنگی جامعه به طور کلی تغییر پیدا می‌کنند. فوق فرهنگ به سوگیری‌ها و تجربه‌های شخصی فرهنگی مربوط می‌شود. در این حالت ارتباطات و تعامل‌های بین فردی نقش گسترده‌ای در فرهنگ‌سازی ایفا می‌کنند. البته هر فوق فرهنگی طبعاً محتوای خاص

خود را دارد و می‌تواند شامل عناصر سنتی و مدرن و پست مدرن باشد. اتفاقاً یکی از ویژگی‌های مهم فوق فرهنگ پویایی آن در مربوط کردن و پیوند دادن حوزه‌های فرهنگی مختلف است و در چارچوب آن دور و نزدیک، سنتی و مدرن به هم می‌رسند (همان، ۱۳۳۳). در نهایت، با توجه به پدیده‌ی «فوق فرهنگ» نقش یکپارچه‌ساز فرهنگ کم‌رنگ می‌شود.

با در نظر گرفتن تأثیر فوق فرهنگ‌ها، تنوع زندگی فرهنگی معاصر و افزایش مشهود میزان تأثیرگذاری رسانه‌های جدید در زندگی افراد، دیگر نمی‌توان مخاطبان رسانه‌ای را همانند گذشته تصور کرد. اگر بخواهیم از تعبیر ساخت‌یابی گیدنز برای توضیح این مسأله بهره بگیریم، می‌توان چنین استدلال کرد که تحولات ساختاری از یک‌سو ساختاری فردیت‌ساز پدید آورده و آن را تقویت می‌کند و از سوی دیگر، عاملان در درون این ساختار به هیچ‌وجه به طرزی انفعالی عمل نمی‌کنند و با عملکرد خود ساختار مزبور را مدام بازسازی و تجدید می‌کنند و از این طریق به نحوی در ساختن شالوده‌ی هویت خود سهم دارند. بنابراین، با در نظر گرفتن فوق فرهنگ، باید گفت که هویت فردی صرفاً براساس یک رشته عوامل کلی و فوق فردی و ساختاری قوام نمی‌گیرد؛ بلکه تا حدود زیادی وابسته به عملکرد بازتابی خود فرد است. ورود به سپهر مجازی رنگ و بوی خاصی به این وضع می‌دهد.

«گیدنز» به درستی خاطر نشان می‌کند که جهان مدرن متأخر به شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی، شالوده‌ی هویت فردی را می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲). این امر اهمیت رسانه‌های ارتباطی (از جمله اینترنت) را در دنیای معاصر دو چندان می‌کند. وجه بازتابی وسایل ارتباطی دیجیتالی اجازه می‌دهد که شما بتوانید ذخیره‌ای اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهید و با آن به زندگی‌تان نظم دهید. افزایش توانایی فرد در استفاده از اطلاعات به طور مستقیم امکان کنترل را کاهش داده است. کما این‌که به عقیده‌ی «گیدنز» با توجه به وابستگی و اتکای روزافزون دنیای امروز به نظم اطلاعاتی بازتابی، کنترل اطلاعات به نحو برگشت‌ناپذیری غیر ممکن شده است (همان، ص ۱۱۸ و ۱۱۹). کاهش نقش عوامل کنترلی و افزایش قدرت فرد در به نمایش گذاردن هویت خویش در اینترنت روند مزبور را تقویت می‌کند. در نتیجه، منابع شکل دهنده به هویت و قدرت انتخاب فرد، به نحو چشمگیری رشد می‌کند. آزادی عمل فرد در برخورد با هویت‌های دیگر در روی شبکه باز هم این روند را تقویت می‌کند. به‌رحال، اینترنت فردیت جدیدی را در درون یک

ساختار الکترونیکی مجازی می‌سازد و ظرفیت‌های فرد را برای فعلیت بخشیدن به هویت‌های شخصی خود گسترش می‌دهد.

در جدول زیر خصوصیات هویت واقعی و مجازی در حد تعاریفی که بیان شد آورده شده است:

جدول ۱ مقایسه مختصات هویت واقعی و هویت مجازی

هویت واقعی	هویت مجازی
آنچه موجب شناسایی می‌شود	غیر قابل شناسایی
حقیقت‌ش‌ء که مشتمل بر صفات ذاتی باشد	خود به خود ظاهر می‌شود
مجموعه نگرش‌ها، ویژگیها و روحیاتی که یک فرد را از دیگری متمایز می‌کند	دیجیتالی است
عینی است	با بی‌نامی، مستعار، استعاره، نقاب، صورتک و... هم معنی است
احساس این همانی و وحدت شخصیت	موجود نیست
خصوصیات، باورهایی که باعث تمایز افراد از یکدیگر هستند	مسئولیت پذیری ندارد
دارای زمان و مکان	وجود آزادی مطلق
تشخیص دیگران	با واقعیت سازگاری ندارد
وجه تمایز من و ما	خیالی است
منبع معنا	ظرفیت تاثیرگذاری دارد
انواع فردی و اجتماعی و ...	تاثیرپذیر است
شیوه شناسایی خود	قابل ردیابی نیست
قابل ردیابی است	دارای زمان و مکان نیست
کنترل پذیر است	دارای طبقه و گروه خاصی نیست
آزادی محدود به زیست محیط	امکان همزمان چند شخصیت
مسئولیت پذیر	جسم ندارد (مادی نیست) مشتمل بر اطلاعات است
خود به خود ظاهر نمی‌شود	کنترل پذیر نیست
یگانگی و استمرار شخصیت	تغییر و تکثر در یک فرایند متحرک مبتنی بر متن
تعریف خود با یک گروه اجتماعی	چند بعدی

تأثیرات اینترنت در کشورهای غیر پیشرفته

اینترنت مانند رادیو، تلویزیون و ماهواره از ابتدا یک وسیله تزئینی گرانقیمت و دست‌نیافتنی بوده و با سرعت غیر قابل باور، زمینه استفاده همه‌ی طبقات اجتماعی را فراهم آورده است. خصوصیات اینترنت، موجب شده است به وسیله‌ای پر قدرت تبدیل، و رقیبی برای نهادهای تبلیغی دولتی و منابع هویت‌ساز تلقی شود. اینترنت که آزادترین محیطی است که بشر تا به امروز با آن مواجه بوده، منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آن‌ها را با دشواری روبه‌رو کرده است. این بحران فقط به کشورهای جهان سوم و در حال توسعه محدود نبوده و نخواهد بود؛ به طوری که در جهان امروز هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند ادعا کند که از تأثیرات ناشی از این بحران در امان خواهد بود. اینترنت از طریق جهانی‌سازی شبکه ارتباط و تعاملات ناشی از آن، موجب تغییر در نظام ارزشی، هنجاری و نگرش نسل سوم، و زمینه‌ساز بحران هویت در سطوح مختلف شده است.

فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبه‌رو شده‌اند. در این پارادایم، تأکید عاملی بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است (عاملی، ۱۳۸۲: ۴۷۱-۲۴۱). پارادایم دو جهانی شدن‌ها در درجه اول به تبیین دو جهان متفاوت و در عین حال درهم تنیده، و در مرحله بعد به جهانی شدن‌های متکثر در این دو جهانی شدن می‌پردازد. بر این اساس، دو جهان مجازی و واقعی مانند دوقلوهای چسبیده، یکدیگر را بازنمایی و حتی بازتولید می‌کنند. از نگاه عاملی، مهم‌ترین تغییر جهان معاصر، که بنیان تغییرات جهان معاصر را می‌سازد، رقابت جهان واقعی با جهان مجازی است. در واقع این واقعیت که جهان مجازی پدیده‌ای نوین است، باعث شده ظرفیت‌های این جهان کمتر از میزان واقعی ارزیابی شود؛ حال آنکه عاملی معتقد است جهان مجازی به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت می‌یابد و این دو جهان از یک رابطه «انعکاس هندسی» برخوردارند.

جهان اول با ویژگی جغرافیا‌مند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت، طبیعی-صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود. جهان مجازی، بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض، دسترس‌پذیر و بی‌اعتنا به محدودیت‌های دولت-ملت‌هاست. بدیهی است که تقسیم‌بندی جدید جهان با تقسیم‌بندی‌های پیشین، مثل شمال-جنوب و توسعه

یافته و در حال توسعه منطبق نیست. بدین ترتیب، جهان با شرایط جدیدی مواجه می‌شود که در گذشته فاقد نمونه مشابه است.

بسیاری از متفکران معاصر جهانی شدن را فرایندی دانسته‌اند که به «زلزله ژئوپولیتیک» (رابرتسون، ۱۹۹۳)، «بحران فرهنگی و اجتماعی» (تاملینسون، ۱۹۹۹)، «پایان تاریخ» (فوکویاما، ۱۹۹۱)، «پایان جهان (بوردیو، ۱۹۹۹)، «گم کردن بنیادین جهت» (ویریلیو، ۲۰۰۱)، «جامعه ریسکی» (بک، ۱۹۹۹)، «جهان رها شده» (کیدنز، ۱۹۹۹)، «جامعه در حال بن‌بست» (باومن، ۲۰۰۲) «اضطراب بزرگ» (زوبوف، ۲۰۰۱) منجر می‌شود. (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۴۶) عاملی به وابستگی متقابل دو جهان مجازی و واقعی اشاره می‌کند: تعامل فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی متکی به «تعامل‌های دو جهانی» می‌شود و ما در واقع «دو جهانی شدن‌های به هم چسبیده» را مشاهده می‌کنیم. آموزش و پرورش آینده، نظام‌های تجاری و بانکی حال و آینده، نظام‌های کنترل شهر و شهرسازی، حتی پزشکان جهان آینده برآیند تعامل پیوند خورده این دو جهان است. اینترنت، اصلی‌ترین عامل تشکیل‌دهنده فضای مجازی، شناخته می‌شود. در واقع اینترنت جهانی عریض است؛ شبکه در دسترس از کامپیوترهای متصل به هم و یک چارچوب شبکه‌ای که شامل میلیون‌ها شبکه کوچک‌تر خانگی، دانشگاهی، تجاری و دولتی می‌شود که اطلاعات و خدمات مختلفی را به یکدیگر می‌رسانند؛ مانند ایمیل، چت، انتقال فایل و صفحه‌های وب لینک شده به هم. این روش جدید ارتباط به وسیله ویژگی‌هایی، مثل گمنامی کاربر، نبود ارتباطات غیر کلامی، جدایی فیزیکی و قابلیت انعطاف جسمانی مشخص شده است. فضای آزاد اینترنتی محل حضور میلیون‌ها کنشگر است که می‌توانند با تفسیرهای نمادین در اینترنت، ۱- به کنش فردی و جمعی متقابل بپردازند، ۲- در اجتماعات مجازی حضور سایبری داشته باشند؛ ۳- گروه مجازی تشکیل بدهند؛ ۴- با افراد دیگری که از اینترنت استفاده می‌کنند به بحث آزاد در مورد موضوعات گوناگون بپردازند.

اینترنت از طریق پست الکترونیکی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و... ارتباط بین فردی و گروه‌های بحث و گفت‌وگو و تبادل نظر را تسهیل و نیز دسترسی به اطلاعات را ممکن می‌کند. اینترنت حتی هنگامی که به صورت مدل یک به چند عمل می‌کند، دارای قابلیت است که اساساً آن را با دیگر رسانه‌های گروهی متمایز می‌کند-اینکه همواره دارای پتانسیل- تعاملی است. همین قابلیت تعاملی است که زمینه پیدایش گروه‌های مجازی، جنبش‌ها و در نتیجه تغییرات اجتماعی و سیاسی متعاقب را برای آن فراهم می‌کند (دارنلی، ۱۳۸۴: ۷۴) می‌توان گفت اینترنت صحنه

فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد. در این فضای عمومی، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا با تنظیمات نمادین بتوان بازی کرد. چنانچه بیان شد یکی از جنبه‌های اینترنت، ورود بی‌هویت در آن است. کنشگر در صحنه اینترنت، برای ایفای هر نقشی فرصت پیدا می‌کند. البته خصیصه مثبتی که در این کار هست، مجاللی است که برای بروز و ظهور فرد پیدا می‌شود. اینترنت فضای آزاد گلخانه‌ای را ایجاد می‌کند که معلمان و مراجع قدرت به آن دسترسی داشته و بر آن تأثیر می‌گذارند. امکان خصوصی بودن امور، نکته‌ای است که کاربران جوان اینترنت بر آن تأکید دارند. اینترنت به نظر این جوانان، جانشین فضای عمومی می‌شود و خود این جوانان درباره کنترل و کاربرد آن اطلاعاتی کسب می‌کنند. این فضای جدید که عمدتاً توسط کاربران ساخته می‌شود، احساس مشارکت بیشتری به نوجوانان می‌دهد.

در برخورد با این پدیده، شرایط هر جامعه فرق می‌کند و نمی‌توان به صدور احکام مطلق در این باره بسنده کرد. به‌علاوه، تدبیر مدیران جامعه، پویایی فرهنگ عمومی و ساختار اقتصادی نیز در تعیین نوع عکس‌العمل لازم، دخالت دارد و شدت و ضعف این عوامل می‌تواند هر کدام مسأله‌ساز باشد. اینترنت دست کم از دو جهت می‌تواند در کشورهای در حال توسعه منشأ اثر باشد: خلق ارزش‌های جدید و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به شدت خاص. در درجه‌ی اول، این ارزش‌های جدید می‌تواند تأثیرات هویتی عدیده‌ای بر جای گذارد. معمولاً افراد جوان‌تر از این تحولات بیش‌تر تأثیر می‌پذیرند. چون آن‌ها اغلب حامی نوآوری در وسایل ارتباط جمعی‌اند. البته این گفته بدان معنا نیست که بزرگسالان همواره در برابر تغییر مقاومت می‌کنند. به‌طور کلی، به نظر می‌رسد که اینترنت بتواند در آینده نسبتاً دور به وسیله‌ی ارتباطی اصلی در جهان سوم تبدیل شود، تا آن زمان فرهنگ استفاده از آن به صورت یک خرده فرهنگ باقی می‌ماند. احتمالاً خرده فرهنگ مزبور جنبه‌ی حاشیه‌ای نخواهد داشت و تنش‌هایی را در این جوامع به بار می‌آورد. به‌هر حال، اینترنت خواه‌ناخواه فضای اجتماعی جدیدی ایجاد می‌کند که براساس عنصر مجازی عمل می‌کند و شیوه‌های هویت‌یابی تازه‌ای را به دنبال دارد. در مواردی این سبک هویت‌یابی در جهت تقویت قدرت فرهنگ مقابل عمل می‌کند و به شکل واکنش‌های هویتی بروز می‌کند. به سختی می‌توان از بروز این واکنش‌های هویتی جلوگیری کرد. در صورت تشدید این وضعیت، باید احتمال بروز تنش‌هایی میان فرهنگ محلی و فرهنگ مجازی در جهان‌سوم در آینده نزدیک را جدی بگیریم و برای آن چاره‌اندیشی کنیم، اینجاست که

حدود دخالت نظام سیاسی روشن تر می شود یعنی نقطه ای که به حریم سایرین تجاوز شده باشد و یا با فریب و روشهای مختلف تبلیغاتی نسبت به تحریک افراد و گروهها اقدام کرده و منجر به تنشهای اجتماعی شود. از سوی دیگر، رواج اینترنت در جوامع در حال توسعه وضعیتی را پدید آورده که «گوردن متیوز» از آن به عنوان «سوپرمارکت فرهنگی» یاد می کند، او عملکرد وسایل ارتباطی دیجیتالی در جهان سوم را با سوپر مارکت مقایسه می کند. همان طور که شخص در سوپرمارکت چرخ دستی خود را مملو از انواع کالاها می کند، شبکه های اینترنتی و امثال آن سبدهای مختلفی شامل انواع و اقسام ارزشها و گرایش های فرهنگی را به مشتریان خود عرضه می کنند. هویت فرهنگی فرد در تعیین نحوه انتخاب های وی بسیار مؤثر است. در واقع، به طور مثال، کشمکش میان فرهنگ محلی و فرهنگ سوپرمارکتی اینترنت، نزاعی هویتی است. هرچه برخورد این دو شدیدتر باشد، جذب اینترنت در جامعه ی مزبور (دست کم در مراحل اولیه) دشوارتر می شود. از این نگاه اگر بتوان اوضاع را به گونه ای هدایت کرد که میان فرهنگ ملی و سوپرمارکتی سازش حاصل شود، در این صورت احتمال بروز تنش های هویتی کاهش خواهد یافت، در این صورت به گزینش از میان انواع و اقسام کالاها و ارزش هایی که اینترنت عرضه می کند، به مراتب آسان تر خواهد بود. تأثیر جانبی این سوپرمارکت فرهنگی در جهان سوم، به صورت بی واسطه، در قالب ظهور هویت های متکثر نمود پیدا می کند. تنوع و چندگانگی هویتی در حال رشد است. این روند در حادترین شکل خود به صورت مرقع پردازی ظاهر می شود که محصول استفاده ی فرد از منابع نامحدودی است که ارتباطات فرهنگی در اختیارش قرار داده است (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۶). جنبه ی بازتابی این امر را نباید ناچیز انگاشت. اینترنت می تواند ساختار خاصی را ایجاد کند و از طریق آن به ذهنیت ها سازمان دهد؛ اما از سوی دیگر افراد در انتخاب های خود حالت منفعل ندارند و می توانند معانی اجتماعی متفاوتی برای هویت خویش قایل شوند. به نظر می رسد، تکثر هویتی به اضافه ی افزایش تعداد انتخاب های فردی به تدریج به ناهمگونی های فرهنگی-اجتماعی در کشورهای در حال توسعه دامن زند و حتی موجب بروز تناقضات شخصیتی در افراد شود. از یک لحاظ تضعیف خطوط قدیمی هویت ها به وسیله ی اینترنت در تشدید بحران هویت در این جوامع سهیم بوده است، اینجاست که نظام سیاسی وظیفه آگاه سازی جامعه از حقوق و تکالیف و مجازاتهای تخطی از آنها را به عهده دارد.

بعلاوه وسایل ارتباطی دیجیتالی این فرصت را در اختیار شهروندان کشورهای مختلف قرار داده است که هویت جدیدی را برای خود در سپهر مجازی آماده کنند و مطابق با همین شکل از

هویت‌یابی به جهان واقعی پیرامون خویش سامان بخشند. اگر این خط سیر در جهت کشف روایتی از «خود» باشد، امری بالنده است؛ در غیر اینصورت، پندارگرایی و گرفتار آمدن در چنبره‌ی امور مجازی و عدم توانایی در ایجاد ارتباط با واقعیت می‌تواند به نوبه‌ی خود بحران‌زا باشد. این دوگانگی ذهن و عین می‌تواند آثار منفی سیاسی و فرهنگی به همراه آورد. به‌هرحال، پدیده‌هایی مانند اینترنت از چنان ساختار فنی برخوردارند که بتوانند به روند تحولات شتاب بخشند. بدون شک، تأثیرگذاری اینترنت در روندهای عمومی جوامع در حال توسعه، در آینده باز هم بیش‌تر خواهد شد. در این میان، آنچه بیش‌تر اهمیت دارد، نحوه‌ی استفاده از اینترنت به خصوص در جوامع در حال توسعه است. اینترنت، همانند هر فن‌آوری جدیدی که هنوز به خوبی جذب جامعه نشده باشد، به صورت کاملاً تعریف شده‌ای به کار گرفته نمی‌شود. به‌علاوه، نابرابری اطلاعاتی میان شمال و جنوب باعث می‌گردد که کشورهای جهان سوم در زمینه‌ی بهره‌برداری از اینترنت در موقعیت حاشیه‌ای قرار بگیرند. شواهد موجود، حکایت از این دارد که اگر ممالک در حال توسعه بخواهند در آینده شکاف موجود میان خود و کشورهای صنعتی را کاهش دهند، باید در زمینه‌ی اقتصاد اطلاعات به برتری و مزیت‌هایی دست پیدا کنند. این امر بیانگر آن است که مسأله‌ی اینترنت فقط به هویت مربوط نمی‌شود؛ بلکه به توسعه‌ی کشورها ارتباط پیدا می‌کند. اگر کشورهای جهان سوم نتوانند با استفاده از امکانات و وسایل ارتباطی دیجیتالی موقعیت خود را در نظام جهانی بهبود بخشند، این خطر وجود دارد که افزایش فاصله‌ی آن‌ها با کشورهای صنعتی - به‌طور غیر مستقیم - باعث افزایش فشارهای هویتی بر این جوامع شود. این مسایل بیانگر آن است که باید در آینده درباره‌ی ابعاد هویتی اینترنت بیش‌تر تحقیق شود. از آنچه گفته شد، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که اینترنت و مجازی شدن اینترنتی از جمله عوامل شتاب دهنده‌ی تکثر هویتی در جهان سوم است. از این‌رو، می‌توان آن را به عنوان یکی از وسایل نفوذ مدرنیته‌ی متأخر در جوامع در حال توسعه قلمداد کرد؛ اما در مورد اینترنت نیز، همانند سایر موارد مشابه، عامل توسعه‌ی ناموزون اجازه نمی‌دهد که آثار مدرنیته‌ی متأخر عیناً به همان صورت جوامع غربی نمود پیدا کند. اگر واقع‌بین باشیم و عوامل فرهنگی، سطح آموزش و نحوه‌ی روابط اجتماعی را در نظر داشته باشیم، آن‌گاه نمی‌توانیم به سادگی و از طریق یک قیاس ساده تأثیر فضای مجازی را در کشورهای صنعتی، به جوامع در حال توسعه تسری دهیم.

بدون شک، عوامل چندی مانع این مقایسه می‌شود که شاید مهم‌ترین آن‌ها فقدان سازمان‌دهی اجتماعی در جوامع در حال توسعه است. اغلب این کشورها در سطح نسبتاً پایین سازمان‌دهی

اجتماعی قرار دارند و از سازمان‌دهی لازم برای جذب بهینه‌ی فن‌آوری‌های جدید برخوردار نیستند. به همین دلیل، جذب فن‌آوری‌های تازه-از جمله اینترنت-به نحو کاملاً پراکنده‌ای صورت می‌گیرد و برنامه‌ریزی نشده است. این امر اولاً میزان اثرگذاری راهبردی اینترنت را کاهش می‌دهد؛ یعنی، استفاده‌ی بهینه از سپهر مجازی را در جهت اهداف ملی این کشورها موجب نمی‌شود. به صورتی که خلق سپهر مجازی با توجه به منافع ملی و یکپارچگی جامعه صورت نمی‌گیرد. این امر عملاً امکان تأثیرگذاری از بالا بر هویت‌سازی خرده هویت‌ها و هویت‌های کلان (مانند هویت جامعگی) را از بین می‌برد. در بسیاری از موارد، مسأله‌ی «بحران هویت» (در سطح ملی و محلی) چیزی غیر از «تأثیرگذاری خارج از کنترل» نیست که اصطلاحاً چنین تعبیر می‌شود. ثانیاً، وضعیت خاص توسعه و فرهنگ و مناسبات اجتماعی در ممالک جهان سوم به گونه‌ای است که اینترنت به نحوی ناموزون اثر می‌گذارد و در همه‌ی حوزه‌ها به یک اندازه مطرح نیست. توسعه‌ی ناموزون سپهر مجازی در این جوامع؛ یعنی، رشدیافتگی نسبی آن در برخی حوزه‌ها و عدم رشد آن در حوزه‌های دیگر، تا حدود زیادی از اثربخشی اینترنت در تحول فرهنگی-صنعتی این جوامع کاسته است. متأسفانه، در بسیاری از این کشورها اینترنت سوء کارکرد دارد و به شکل حاشیه‌ای و به عنوان وسیله‌ی سرگرمی مطرح است و آن‌چنان به عنوان یک وسیله‌ی اطلاعاتی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. این موضوع در نهایت موجب می‌شود که این جوامع به سختی بتوانند به یک نظم ارتباطی جامع دست پیدا کنند و ضمناً یک سپهر مجازی فراگیر را برنتابند. در نتیجه، با وجود رشد کمی قابل توجه تعداد کاربران اینترنتی، تحول ساختاری در این زمینه مشاهده نمی‌شود. این مورد نیز یکی از مواردی است که آمار خام نمی‌تواند گویا باشد. این وضعیت، به نوبه‌ی خود، ممکن است بحران هویت را در این جوامع تشدید کند. زیرا از یک سو به دلیل ضعف سازمان‌دهی اجتماعی، دولت‌های ضعیف و ناکارآمد معمولاً قادر به مقابله با عوارض منفی پدیده‌های جدید نیستند که این امر در نهایت موجب گسترش عوامل منفی اینترنت می‌شود. از سوی دیگر هویت‌سازی فردی در چارچوب سپهر مجازی باعث تقویت «فردیت جدیدی» می‌شود که ساختارهای اجتماعی-فرهنگی این جوامع قادر به پاسخ‌گویی به آن نیستند و در بسیاری مواقع چالش‌ها بدون جواب می‌مانند. این امر در بلندمدت به بیگانگی‌سازی بخش‌هایی از جامعه می‌انجامد. شکاف نسل‌ها می‌تواند این احساس بیگانگی را تشدید کند؛ اگرچه این معضل برای نظامات سیاسی یک تهدید حساب می‌شود،

ولی نباید با آن به صورت یک مشکل سیاسی-امنیتی برخورد کرد؛ بلکه باید راه‌حل‌های فرهنگی برای آن یافت.

حال با توجه به آنچه بیان شد باید ببینیم اینترنت و فضای مجازی آن چه امکانات و تغییراتی را برای هویت و خود فراهم می‌کند:

- برخلاف برداشت سنتی از هویت که با یگانگی و استمرار شخصیت و خود فهم می‌شد در اینترنت هویت عبارت است از تغییر و تکثر در یک فرایند متحرک.

- اینترنت نمی‌تواند یک ارتباط کامل را ایجاد کند به عبارت دیگر تنها بر متن و تصویر استوار است و فاقد سایر مولفه‌های شخصیتی برای معرفی فرد است و ارتباط سالم و کامل برقرار نمی‌گردد.

- ویژگی ناشناس بودن و نبود کنترل‌های اجتماعی مسئولیت‌پذیری فرد را در قبال عملش کاهش می‌دهد.

- در گروهی که همه افراد ناشناس هستند این افراد ناشناس فرد ناشناس تازه وارد را در جمع خود می‌پذیرند.

- کسی که هویت واقعی خود را در اینترنت معرفی می‌کند می‌تواند از مزایای آن بهره‌مند شود.

- خود از طریق پست الکترونیکی با نام و شغل و فرستنده و گیرنده شناخته می‌شود.

- در صفحه اینترنتی شخصی، فرد می‌تواند هویت خود را با تعارف و بیان قابلیت‌ها معرفی نماید، البته می‌تواند صفحه‌های مجازی نیز بسازد.

گروه‌های دارای جایگاه هویتی در فضای مجازی موجود در ایران

چنان‌که در بخش چهارچوب نظری و ادبیات تحقیق بیان شد آنچه در نوآوری‌های فنی مربوط به عصر دوم رسانه‌ها یعنی اینترنت و ماهواره مهم است، دگرگونی گسترده فرهنگ، هویت فرهنگی و روش‌های جدید ساخته شدن هویت‌هاست که امروزه به مدد توسعه دانش و فناوری و بهره‌گرفتن از اصول پیشرفته روان‌شناسی اجتماعی، به شیوه‌ای آرام و هژمونیک دنبال می‌شود.

انحصار رسانه‌ای توسط جهان پیشرفته و فرا دست‌نواخته به تغییر هویت فرهنگی جوامع دیگری که از نظر فناوری در جایگاه فرودست و ضعیف‌تری قرار دارند، دامن‌بزند. این رسانه‌ها سعی دارند از طریق فرایندی خزنده، نرم و غیر محسوس ابتدا در جوامع احساس نیاز و عطش ایجاد نموده و عناصر فرهنگی را به جامعه وارد کرده و سپس به مدد فناوری رسانه و شیوه‌های پیشرفته اقناع، نگرش افراد، گروه‌ها و قشرهای مختلف اجتماعی را تغییر دهند. در این وضعیت

جدید جهانی، یک فرهنگ و هویت جهانی و یکدست نیز به تدریج در حال شکل‌گیری است که به «تک‌فرهنگی شدن جهان» می‌انجامد. در چنین شرایطی که بیشتر کشورهای جهان از جمله ایران در شرایطی نابرابر عمدتاً مصرف‌کننده تولیدات عرضه شده در این فضا هستند، تحولات فرهنگی- اجتماعی متأثر از فضای مجازی در جوامع جهان سوم و جهان اسلام در صورتی که مدیریت نشود، به سوی تحقق مبانی معرفتی لیبرال دموکراسی و تضعیف ارزش‌های اسلامی و ملی در این کشورها جریان خواهد یافت. همچنانکه بدیهی است این روند ناعادلانه و نابرابر (در صورتی که تلاش‌های جدی برای تولید دانش بومی صورت نگیرد) در میان‌مدت و بلندمدت موجب تولید تضادها و تعارض‌های ارزشی، نگرشی و هویتی و قطب‌بندی بین عناصر اسلامی، ایرانی و غربی و در نهایت تضعیف نیروها، عناصر، نمادها، آیین‌ها، شعائر و مناسک بازنماینده ارزش‌های دینی و اعتقادی و مذهبی خواهد شد که در نهایت در کنش‌های اجتماعی و رفتاری و سبک زندگی شهروندان تجلی خواهد یافت؛ وضعیتی که می‌توانست به گونه دیگری رقم خورده و همسازی بیشتر عناصر ایرانی و اسلامی را بنمایاند.

بیشتر تحقیقات انجام شده در مورد اینترنت (شاقاسمی، ۱۳۷۸: ۱۸۰) نشان می‌دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارند. وجود بیش از ۱۱ میلیون کاربر اینترنت در ایران (شاقاسمی، ۱۳۸۵: ۵۰) نشان می‌دهد جوانان نسل انفجار جمعیت به خوبی خود را با شرایط روز جهان وفق داده‌اند، در حالی که ایرانیان در تحقیقی که دانیل لرنر در حدود پنج دهه پیش انجام داده بود، در میان شش کشور خاورمیانه، رتبه آخر را در میزان استفاده از رسانه‌ها کسب کرده بود (معمدنژاد، ۱۳۷۱) بررسی‌ها حاکی است که میزان استفاده از اینترنت در مناطق محروم به شدت رو به گسترش می‌باشد. پیمایش صورت گرفته در سال ۱۳۷۸ (مولائی فرسنگی، ۱۳۷۸: ۱۰۱) در استان گلستان نشان می‌دهد ۵۵ درصد افراد در برنامه روزانه از اینترنت استفاده می‌کنند؛ این رقم با توجه به نبود زیرساخت‌های ارتباطی در مناطق مرزی قابل توجه است. همچنین ۹ درصد افراد اهل تشیع در برنامه‌های روزانه خود از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. این پیمایش نشان می‌دهد ۲۳ درصد افراد اهل تسنن به طور روزانه از اینترنت استفاده می‌کنند. این رقم نیز با توجه به وجود محرومیت در منطقه و نیاز به وسایل رسانه‌ای خاص برای استفاده از اینترنت، درصد چشمگیری است.

بنابر یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، از جمله مسائل هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند.

چنانچه بیان شدن استفاده از اینترنت تأثیرات عمیق بر ارزش‌های جوانان داشته و موجب شده نیازهایی که قبلاً توسط خانواده برطرف می‌شد، امروزه از سوی این رسانه جدید مرتفع گردد؛ مثلاً در گذشته دوست‌یابی تحت نظر والدین صورت می‌گرفت؛ اما امروزه برخی جوانان با استفاده از سیاست‌های دوست‌یابی، گفت‌وگو (چت) و امثال آن‌ها قادرند با افراد گوناگون و با فرهنگ‌های مختلف آشنا شوند. کاربران اینترنت برخلاف نسل اول که در فضایی واقعی و حقیقی فعالیت می‌کردند، امروزه در فضایی مجازی مشغول هستند. بر همین اساس، بسیاری از کارکردهای خانواده در جامعه‌پذیری افراد به وسیله این رسانه تعاملی در محیطی مجازی صورت می‌گیرد (بوربور، ۱۳۸۳: ۶۵).

علاوه بر تأثیرات هویتی اینترنت بر جوانان ایرانی، زنان، گروه‌های با علائق مذهبی مشترک، گروه‌های مخالف نظام سیاسی حاکم، گروه‌های علاقمند به فضاهای غیر اخلاقی و... فضای مجازی و اینترنت، آرام آرام کارکرد برخی حوزه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده است؛ برای مثال اینترنت توانسته است در حوزه دین هم وارد شود و با وجود مخالفت‌های برخی نهادهای سنتی در خصوص رواج اینترنت، امروزه شاهد هستیم که برخی از مراجع، روحانیون حوزه علمیه و حتی استشهدادین، دارای وبلاگ‌ها و وبسایت‌های رسمی هستند (تاریوردی، ۱۳۸۳: ۱۱۹) روابط اینترنتی سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند (منتظر قائم، و تاتار، ۱۳۸۴: ۷۲). با توجه به رشد فزاینده تعداد کاربران اینترنت، تعداد اجتماعات مجازی و روابط اجتماعی جدیدی که از طریق فناوری اینترنتی ایجاد می‌شوند، دائماً در حال افزایش بوده است.

نتیجه‌گیری

آفاتی چون هویت مجازی که به خاطر امکان تغییر هویت در اینترنت فراهم آمده و نمونه بارز آن درجت‌ها متجلی می‌شود-هرگز نمی‌توانند جانشین یک رابطه واقعی انسانی شوند و این فقدان جسمانیت، تجربه انسانی اینترنت را محدود می‌کند. هرچند که این نکته مهم را نیز نمی‌توان نادیده گرفت که همین خصیصه اینترنت، به بعد خیالی و فانتزی روابط انسانی گستردگی و اهمیت می‌دهد و با توجه به نظرات کسانی چون فروید و لاکان که نقش خیال و فانتزی را در شکل‌گیری هویت درونی و اصیل انسانی بسیار مهم دانسته‌اند، نمی‌توان این هویت مجازی اینترنت را یک سره ضعیف و نقص تلقی کرد. در دنیای امروز کشورها نمی‌توانند دیواری به دور خود بکشند و از برخورد فرهنگ جامعه خود با فرهنگ‌های بیگانه در امان باشند. از طرف دیگر اگر فرهنگ جامعه‌ای توان خود را از دست بدهد و مردم از فرهنگ خود گسسته شوند

قدرت درست اندیشیدن از آنها سلب می گردد و در این دریای ارتباطات غرق می شوند. و اگر ملتی علاقه مند به حفظ و پاسداری از هویت فرهنگی خود باشد باید سعی کند فرهنگ غیر مادی جامعه خویش را حفظ نماید. البته این به آن معنا نیست که می توان یا باید فرهنگ غیر مادی را کاملاً دست نخورده و ثابت و اصیل نگه داشت زیرا تغییر از خصوصیات فرهنگ است. ولی این تغییر در صورتی به هویت فرهنگی آسیب نمی رساند که جریان عادی و خود به خودی را بپیماید، با توجه به جمیع جهات مطروحه، ذیلاً ابتدا به معرفی آسیبها و چالشهای اینترنت در ایران و راههای مقابله و ساماندهی فرهنگی هویت های مجازی در کشور می پردازد:

چالش های بساخته در اینترنت برای هویت در ایران

- جایگزینی هویت مجازی بجای هویت واقعی و من واقعی .
 - ایجاد شکاف میان انقلاب اسلامی و آرمان های آن؛
 - ترویج خرافه گرایی و عرفان های دروغین؛
 - جدایی از فرهنگ مهدویت و انتظار؛
 - گرایش به پورنوگرافی و مسائل جنسی؛
 - کاهش تأثیرپذیری اطفال از والدین؛
 - ترویج فرهنگ غربی و ایجاد بحران هویت؛
 - تشویق به هنجارشکنی اجتماعی؛
 - اعتیاد به اینترنت و بازماندن از رشد علمی و جسمی و هویت یابی صحیح؛
 - دوست یابی های خطرناک اینترنتی و تاثیر آن بر شخصیت و تفکر افراد؛
 - تأثیرپذیری از فرهنگ صهیونیسم؛
- و....

ب: پیشنهادات

بایسته های ذیل می تواند تا حدودی کشور را از آسیب های مذکور مصون بدارد :
 شناخت همه جانبه تهاجم فرهنگی و اهداف دشمن از آن.
 تبیین الگوی استفاده از فضای مجازی و IT برای افراد جامعه و آگاه سازی آنها نسبت به مضرات و مخاطرات این فضا.

تقویت برنامه های ملی و مذهبی برای گروههای مختلف اجتماعی و برای کلیه سنین به تناسب شرایط گروههای سنی مختلف و افزایش برنامه های جمعی.

تقویت مولفه های اصلی هویت ایرانی-اسلامی مانند مذهب تشیع، زبان فارسی، عناصر فرهنگی تاریخی و سایر نمادهای مذهبی و ملی.

تقویت توان فنی و زیرساختی کشور جهت جلوگیری از نفوذ عناصر بیگانه در فضای مجازی کشور. اجتناب از انفعال رسانه ای (معرفی فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی)؛ اصل بنیادین در فضای مجازی استفاده از قاعده فقهی میسور و اقدام حداکثری در حد توان از طرف نظام سیاسی و اجتماعی در مدیریت شرایط متهاجم فضای مجازی و مبارزه با امپریالیسم فرهنگی در این فضا. حضور مستمر و موثر در فضای مجازی توسط نهادهای فرهنگی و اجتماعی جهت معرفی و یادآوری مولفه های هویت ملی و مبارزه با شبهات.

ترویج آموزه های اخلاقی شیعی و جذب مخاطبین فعال در این حوزه؛

بهره گیری از ظرفیت حوزه و دانشگاه در برنامه سازی برای فضای مجازی؛

اشباع نیازهای طبیعی انسان از راه های مشروع؛

گسترش امر به معروف و نهی از منکر؛

تلاش برای زدودن فقر اقتصادی؛

استفاده از فن آوری نوین در عرصه فعالیت های فرهنگی؛

تقویت رسانه های داخلی و غنی سازی برنامه های فرهنگی آنها با رویکرد تقویت هویت دینی و ملی

و خشی سازی تهاجم فرهنگی دشمن؛

تقویت مساجد و کانون های فرهنگی؛

مشارکت دادن نوجوانان و جوانان در فعالیت های فرهنگی؛

بازنگری در منابع درس دانشگاهی به ویژه دروس مرتبط با علوم انسانی؛

منابع

- احمدی، حمید (۱۳۸۳): ایران، هویت، ملیت، قومیت، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰): اینترنت و جامعه، ترجمه‌ی عباس گیلوری و علی راداباوه، بی‌جا: نشر کتابدار.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۹): تصویر خانواده در برنامه‌های کودک سیما، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش واحد سنجش و ارزیابی برنامه.
- آکسفورد، باری (۱۳۷۸): نظام جهانی، اقتصاد، سیاست، و فرهنگ، ترجمه سمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی بین‌المللی وزارت امور خارجه.
- بوربور حسین بیگی، مریم (۱۳۸۳): بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- جنبش‌های نوپدید در آئینه آمار، ۱۳۸۹، پایگاه رصدی جنبش‌های نوپدید دینی، تاریخ مراجعه: www.nrmnews.ir، ۱۳۹۰/۱۰/۳۰
- تاریوردی، علیرضا (۱۳۸۳): تعامل دینی در گروه‌های بحث اینترنتی؛ مطالعه موردی تالار گفتگوی دین در سایت <http://www.goftman.com>. پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- تاملینسون، جان (۱۳۸۱): جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن کریمی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- تورن، آلن (۱۳۸۰): نقد مدرنیته، ترجمه‌ی مرتضی مردیها، تهران: گام نو.
- جنگینز، ریچارد (۱۳۸۱): هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمد، تهران: نشر شیرازه.
- دارابی، علی (۱۳۹۱)، درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه، تهران، جهاد دانشگاهی.
- دارنلی، جیمز و فدر، جان (۱۳۸۴): جهان شبکه‌ای درآمدی بر نظریه و عمل در باب جامعه اطلاعاتی؛ ترجمه نسرين امین دهقان و مهدی محامی؛ تهران: چاپار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶): توسعه و تضاد؛ تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۴): جامعه روستایی و نیازهای آن، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ریترز، جورج (۱۳۷۷): نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن

ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

شاقاسمی: احسان (۱۳۷۸)؛ عشق سیال، روابط پیش از ازدواج در جهان دو فضایی شده کاربران جوان ایرانی؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

شاقاسمی، احسان (۱۳۸۵)؛ «مروری بر زمینه‌های تأثیر فضای مجازی بر نظریه‌های ارتباطات»، نشریه جهانی رسانه؛ ش ۲. <http://www.goftman.com>.

شایگان، داریوش (۱۳۸۰)؛ افسون‌زدگی جدید، ترجمه‌ی فاطمه ولیانی، تهران: فرزانه روز.

صوفی، محمد رشید (۱۳۸۵)؛ «هویت‌های جدید واقعی و مجازی: مطالعه کاربران اینترنتی دانشجویان با جنسیت و قومیت متفاوت»، مجله الکترونیکی گلوبال مدیا ژورنال؛ ش پاییز ۵۸.

عاملی، سعید رضا (۱۳۸۲)؛ «دو جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب»، نامه علوم اجتماعی؛ ش ۱۲. عاملی، سعید رضا (۱۳۸۴)؛ «دو جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های همزمان»، هویت ملی و جهانی شدن؛ به کوشش عباس زاده و عباسی؛ تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

قنبری برزبان، علی (۱۳۸۳)؛ رویکردها چالش‌ها و مؤلفه‌های هویت ملی؛ تهران: جهاد دانشگاهی.

کلانتری، فتح اله (۱۳۹۷)؛ مولفه‌ها و پیامدهای جنگ هویتی علیه ج.ا.ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی راهبرد دفاعی شماره ۶۱ مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی.

کلانتری، فتح اله (۱۳۹۷)؛ مدیریت روانی تحولات داخلی از طریق نفوذ و جنگ شناختی، گزارش راهبردی - پژوهشکده امنیت ملی سال پانزدهم شماره ۶ شهریور ۱۳۹۷.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)؛ عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ترجمه حسن چاوشیان؛ ج ۲، تهران: طرح نو.

گزارش راهبردی (۱۳۸۵)؛ بررسی بحران هویت در ایران؛ تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک، معاونت پژوهش‌های فرهنگی.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۰)؛ «جهانی شدن و بحران هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، س ۳، ش ۰۱، صص ۸۴-۳۱.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی.

گیبیز، جان و بوریمیر (۱۳۸۱)؛ سیاست پست‌مدرن، ترجمه‌ی منصور انصاری، تهران: گام نو.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹)؛ جهان رها شده، ترجمه‌ی علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبد الوهاب، تهران: علم و ادب.

معتد نژاد، کاظم (۱۳۷۱)؛ وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

معین، محمد (۱۳۷۷)؛ فرهنگ معین، ج ۶، تهران: امیرکبیر.

منتظر قائم، مهدی، و عبد العزیز، تاتار (۱۳۸۷)؛ اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش («انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات؛ س ۱، ش ۴، پاییز و زمستان، صص ۳۴۲-۳۲۲).

منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۹)؛ «رسانه‌های جمعی و هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، تهران: س ۱، ش ۴، صص ۲۷۰-۲۵۱.

مولائی فرسنگی، حمیده (۱۳۸۷)؛ جهانی شدن و حساسیت‌های بین فرهنگی؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

مهدی‌زاده، شراره (۱۳۸۱)؛ «رسانه و نوگرایی»، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.

میرمحمدی، داود (۱۳۸۳)؛ گفتارهایی در مورد هویت ملی در ایران، تهران: تمدن ایرانی.

نوپه فلاح، رستم (۱۳۸۳)؛ «هویت، واقعیتی ثابت یا سیال»، مجموعه مقالات هویت و بحران هویت؛ به اهتمام علی اکبر علیخانی؛ تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

هرمز، مهرداد (۱۳۷۹)؛ مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباطات جمعی، تهران: نشر فاران.

دلدار، علی (۱۳۸۵)، رایانه کودکان را خانه نشین می‌کند، روزنامه همشهری، ۱۳۸۵/۱۱/۹.