

مواجهه هویتی و فرهنگی جریان انقلاب اسلامی با فضای مجازی (فرصت‌ها و چالش‌ها)

علیرضا دانشیار^۱

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال بررسی چگونگی مواجهه جریان انقلاب اسلامی در مقام اندیشه سیاسی - دینی، با هویت و فرهنگ در فضای مجازی است. با در نظر گرفتن چارچوب نظری، انقلاب اسلامی با دارا بودن تمامی مؤلفه‌های هویتی نظیر عوامل جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی و تربیتی و با شاخصه‌های جریان‌ی، به‌عنوان «سوژه فعال» در فضای مجازی مطرح است که دارای «هویت و فرهنگ» اسلامی و ملی است؛ به این معنا که دارای «خود تاریخی» است و نسبت به آینده حوالت تاریخی دارد و در بستر زمان و مکان جاری است. گفتمان انقلاب اسلامی تلاش کرده است که: ۱. ارتباط، هماهنگی و مقاومت هم‌زمان هویت و فرهنگ اسلامی با دنیای متجدد را برقرار سازد؛ ۲. سبک زندگی اسلامی را تقویت کند؛ ۳. در برابر فرهنگ غربی و سکولاریزاسیون جهانی مقاومت کند. این پژوهش با استفاده از یک چارچوب ترکیبی (تغییر در شیوه تولید، تغییر زمان-مکان و تغییر در زبان)، به بررسی نحوه مواجهه انقلاب اسلامی به‌عنوان هویت و فرهنگ، با فضای مجازی پرداخته است. در یافته تحقیق این نتیجه حاصل شد که به لحاظ فرصت، فضای مجازی قابلیت دسترسی سریع به اطلاعات و داده‌ها، قابلیت مشارکت و محیط انتخاب‌گرانه و تعاملی را فراهم می‌کند. با این حال، در مواجهه با فضای مجازی باید به ابعاد پیچیده و

۱. دکتری مطالعات انقلاب اسلامی . daneshyalarireza@yahoo.com

لایه‌های عمیق‌تر مواجهه خود (به‌عنوان انقلاب اسلامی) با فضای مجازی توجه داشته باشیم؛ خودآگاهی درباره اینکه در سطح جامعه اسلامی و به‌ویژه در سطح مواجهه جوانان با فضای مجازی، ساختار تفکر الگویی در حال دگرگونی است. این دگرگونی به این شکل است که فضای مجازی به لحاظ اینکه نوعی فناوری از اساس جدید است، ساختار الگویی و خطی (زمان‌مند و مکان‌مند) تفکر را که به‌صورت تحلیلی و عمیق صورت می‌گیرد، به‌صورت تفکر و زبان تصویری غیرمتمرکز، ساده و سطحی درمی‌آورد. در این نوع تفکر، عدم علاقه به تاریخ و عدم برنامه‌ریزی برای آینده دیده می‌شود که هویت و فرهنگ اصیل و سنتی جوامع و به‌ویژه جامعه ایران و انقلاب اسلامی را با تهدید و چالش مواجه می‌کند.

کلیدواژگان: انقلاب اسلامی، فضای مجازی، مواجهه هویتی، فرهنگ.

مقدمه

از نظر تاریخی به‌ویژه تاریخ معاصر و دویست ساله ایران، مواجهه «ما» به‌عنوان هویت و فرهنگ اسلامی، ملی و شرقی با تجدد و مدرنیته (فرهنگ و تمدن غربی) همواره شکل‌های تازه‌ای به خود گرفته و از شکل‌های کلاسیک (برای مثال رسانه‌های جمعی مانند مجلات، روزنامه، تلویزیون و رادیو) به شکل‌های جدیدتر و تکنولوژیک‌تر در حال تغییر و رشد بوده است. یکی از مهم‌ترین و جدیدترین این مواجهه را می‌توان مواجهه در «فضای مجازی» دانست که همواره دگرگونی در «دیگری» باعث دگرگونی و تحول در «ما» (هویتی) شده است. در فضای مجازی تعریف‌های فلسفی از هویت «من»، هویت «ما» یا هویت خود، تغییر می‌کند؛ درحالی‌که هویت همواره از نظر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی، تا حدودی ماهیتی ثابت داشته است و فضای مجازی محیطی متغیر و دایما نوشونده است. در عصر حاضر، تصویر و تصور ما از واقعیت را رسانه‌ها شکل می‌دهند. فضای مجازی با انبوهی از نشانه‌های دیداری، نوشتاری و گفتاری، بر نحوه تفکر و برداشت انسان‌ها و کاربران تأثیر می‌گذارد. به نظر می‌رسد که با به وجود آمدن فضای مجازی، زمان و مکان و هویت، تعریفی تازه یافته‌اند. فضای مجازی، محیط ارتباطی و اطلاعاتی گسترده‌ای است که در این مکان، مرزهای جغرافیایی، زمان و زبانی که با آن ارتباط برقرار می‌کنیم، دچار تغییر شده است (اخگری، ۱۳۸۸: ص ۲۸). این پژوهش، این سؤال را تحلیل می‌کند که: بررسی مواجهه هویتی و فرهنگی انقلاب اسلامی با فضای مجازی و فرصت‌ها و چالش‌های آن چگونه است؟ در ابتدای پژوهش یادآوری چند نکته در مورد مواجهه «ما» با عنوان انقلاب اسلامی با فضای مجازی ضروری است:

یک. ابتدا ضرورت توجه و خودآگاهی به اینکه فضای مجازی زاییده و برساخته فرهنگ و تمدن غربی است.

دو. «ما» به‌عنوان هویت و فرهنگ انقلاب اسلامی، با فرهنگ‌های مختلف در

فضای مجازی مواجه هستیم که نمود و مظاهر اصلی آن، فرهنگ و تمدن غربی است. سه. «ما» همیشه مجبور شده‌ایم تا حدودی خودمان را با تحولات وفق دهیم و به عبارتی دیگر، خودمان را قدری تعدیل کنیم. در فضای مجازی و اساساً در فناوری‌های شنیداری و دیداری و فناوری اطلاعات هم همین‌طور است؛ پس ما در فضای مجازی در کنار هزاران عرضه‌کننده دیگر، یک عرضه‌کننده و نمایش‌دهنده هستیم؛ ابتدا ما باید وجه تعاملی داشته باشیم و نیز بتوانیم «هویت فرهنگی» خودمان را حفظ کنیم.

چهار. فضای مجازی کاملاً متکثر و سیال است.

پنج. فضای مجازی کاملاً تأثیرگذار است.

شش. فضای مجازی نحوه و ساختار تفکر را به واسطه تغییر در «زمان»، «مکان» و

«زبان»، تغییر داده و دگرگون می‌کند.

این پژوهش، چالش‌ها، فرصت‌ها و آثار مواجهه هویتی و فرهنگی انقلاب اسلامی

با فضای مجازی را بررسی می‌کند.

۱. مفاهیم و چارچوب نظری

۱-۱. مفاهیم

یک. مفهوم فرهنگ

فرهنگ پدیده‌ای کلی و پیچیده است که از آداب، رسوم، اندیشه، هنر و شیوه زندگی که در طی تجربه تاریخی اقوام شکل گرفته و قابل انتقال به نسل‌های بعدی است، تشکیل شده است (انوری، ۱۳۸۱: ج ۸، ص ۵۳۴۶). فرهنگ اصطلاحی عام است که در مورد ابعاد نمادین و یادگیری شده جامعه بشری به کار می‌رود (گوردون مارشال، ۱۳۸۸: ص ۲۴۸). فرهنگ هر آن چیزی است که در جامعه بشری «اجتماعی شده» به صورت «انجام و عمل»، «فکر»، «استفاده»، و «ساختن»، فرهنگ دارای دو بخش بیرونی و درونی (هسته) است که بخش اعظم و بزرگ هر فرهنگی (حدود ۹۰ درصد) در هسته آن قرار دارد. همه مردم و همه «ما» با بعد و جنبه بیرونی (ظاهری) و یا به عبارتی «

objective knowledge» که بیشتر ناظر به رفتار و بعضی از اعتقادات است، مواجه هستیم؛ در حالی که فرهنگ یک وجه «subjective knowledge» هم دارد که اخلاق و ارزش‌ها و نحوه تفکر به قسمت دیده نشده و هسته فرهنگ مربوط می‌شود. ۱ ما برای بررسی یک فرهنگ جدید در یک جامعه جدید، ابتدا با ظاهر و لایه بیرونی آن مواجه می‌شویم (مثل نحوه لباس پوشیدن، صحبت کردن، هنر و موسیقی). در مرحله بعدی و عمیق‌تر با جنبه درونی و باطنی فرهنگ (هسته فرهنگ) مواجه می‌شویم که عبارت است از: ترجیحات، اولویت‌ها، نگرش‌ها و ایده‌های فردی، ارزش‌های اصلی و اهمیت و تجلی صداقت، احترام و درستکاری و آموزش آنها به کودکان و بزرگسالان در هسته اصلی فرهنگ تجلی پیدا می‌کند. ۲ می‌توان گفت که تفسیر ارزش‌های اصلی یک فرهنگ، بیشتر در بخش مدفون شده و دیده نشده کوه فرهنگی رخ می‌دهد. رفتارها و اعمال افراد در یک فرهنگ زمانی بهتر درک می‌شوند که جنبه اصلی فرهنگ هدف بهتر شناخته شود (یعنی بخش سوبجکتیو فرهنگ). برای درک یک فرهنگ باید لایه‌های زیرین اعتقادی، اخلاقی و فکری آن فرهنگ مورد مطالعه قرار گیرد. ۳

فضای مجازی هر دو جنبه ظاهری و درونی (هسته) فرهنگ را به چالش کشیده و تحت تأثیر قرار می‌دهد.

دو. مفهوم هویت^۴

هویت، مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی اجتماعی، فرهنگی جغرافیایی، سیاسی، اعتقادی، زیستی مشترک و همسان انسان‌ها (یا گروهی از انسان‌ها) است که

1. Hall, Edward T. *Beyond Culture*. First ed., Anchor Press, 1976. "Iceberg Exercise." 1.2.1 - The Iceberg, University of the Pacific, www.2.pacific.edu/sis/culture/pub/1.1.1_activity_the_iceberg.htm.

"Edward T. Hall's Cultural Iceberg Model." *The Constant Foreigner*, 2010.

2. Hall, Edward T. (1976). *Beyond Culture*. Retrieved from the folks at www.constantforeigner.com.

3. Hall, Edward T. (Edward Twitchell), *Beyond culture*, Garden City, N.Y: Anchor Press, 1976, p 256.

4. Identity.

در یک ظرف مکانی و زمانی معین به‌طور مشخص و قابل قبول و آگاهانه از سایر گروه‌ها و افراد متمایز می‌شوند (الطایی، ۱۳۷۸: ص ۱۳۹)، یا اینکه خودشان را متمایز می‌کنند که در هر دو بعد فردی و اجتماعی مطرح می‌شود. هویت هم مثل فرهنگ، مفهومی کاملاً اجتماعی است. انسان‌ها هنگام تولد، در هر جای زمین بدون تعلق قومی و قبیله‌ای، ویژگی‌های یکسان دارند. هویت انسان‌هاست که آنها را از یکدیگر متمایز می‌کند. هویت انسان و دوره رشد و تکوین انسان در جامعه شکل گرفته و کاملاً اجتماعی و جامعه‌شناسانه است و ربطی به خون و نژاد و رنگ پوست و... ندارد. هویت همیشه در مقایسه با دیگری شکل می‌گیرد و «دیگری» می‌تواند هویت و فرهنگ متفاوتی از «ما» داشته باشد. هویت دارای مؤلفه‌هایی است. مؤلفه‌های شکل‌گیری هویت اجتماعی انسان عبارت‌اند از:

۱. عوامل فرهنگی مثل زبان، ادبیات، هنر، میراث ملی باستانی، سنت‌ها و آداب، اعتقادات و آیین‌ها و رسوم و یادمان‌ها؛

نکته مهم این است که عوامل فرهنگی در مواجهه با فضای مجازی به‌مرور زمان تغییر شکل داده و ممکن است تضعیف یا تقویت شوند؛ اما بنیان تاریخی و هویت تاریخی کمتر دچار تحولات آنی، لحظه‌ای و دوره‌ای می‌شود. با این حال، فضای مجازی، این قسمت بسیار حساس و مهم را تهدید می‌کند.

۲. عوامل تاریخی (زمان) میراث و تراث؛

۳. عوامل جغرافیایی - محیطی، احساس تعلق به ریشه سرزمینی (عامل مکان)؛

۴. عوامل سیاسی - تاریخی (سرنوشت سیاسی مشترک بر هویت اثرگذار است)؛

۵. عوامل اقتصادی، یعنی نوع تولید و شیوه تولید، ابزار اقتصادی، روابط اقتصادی

گروه خاصی از انسان‌ها که در یک اقلیم مشخص تاریخی زندگی می‌کنند؛

۶. عامل تربیتی هویت، نوع روابط فرهنگی، اخلاقی و رفتاری حاکم بر خانواده،

آموزش و پرورش، نوع روابط حاکم بر جامعه (روابط عینی و واقعی اخلاقی،

حقوقی و...)

هرکدام از خانواده، آموزش و پرورش و جامعه، بخشی از نفوذ تربیتی انسان‌ها را شکل می‌دهند.

۷. پس هویت (Identity) که عبارت است از وجدان و آگاهی تشخیص و تمیز خود از دیگران، فرای زمان (یعنی دارای امتداد) و در همه وضعیت‌ها (دارای ثبات) به‌صورتی که برای جهان اطراف همواره یکسان بماند. برخلاف برداشت سنتی از هویت که با یگانگی و استمرار شخصیت و «خود»، فهم می‌شد، در فضای مجازی، هویت عبارت است از تغییر و تکثر در یک فرایند متحرک (اخگری ۱۳۸۸: ص ۲۹). فضای مجازی می‌تواند یک بخش مهم تأثیرگذار بر هویت و فرهنگ باشد. نکته قابل توجه این است که تأثیرگذاری هم دفعی نیست و به‌صورت تدریجی اتفاق می‌افتد.

سه. مؤلفه‌های فرهنگی و هویتی جریان انقلاب اسلامی

می‌توان مؤلفه‌های فرهنگی و هویتی انقلاب اسلامی را به‌صورت عینی در نمود انسانی به‌عنوان «کاربر» و «سوزده فعال» عرصه فرهنگی و هویتی در سطح فضای مجازی قلمداد کرد. در اینجا به برخی مؤلفه‌ها و ابعاد فرهنگی انقلاب اسلامی اشاره می‌شود:

۱. وجود پر قدرت ایدئولوژی مذهبی و پیروزی انقلاب اسلامی با پشتوانه قوی مذهبی؛ تحلیل سیره اندیشه‌ای و عملی رهبران انقلاب، نشان می‌دهد که اسلام به‌عنوان مرجع و منبع نهضت انقلابی بوده و عوامل دیگر در ذیل و متناسب با آن، معنا و مفهوم یافته‌اند (افتخاری، ۱۳۹۱: ص ۲۳۸). عوامل مختلفی در شکل‌گیری انقلاب اسلامی نقش داشته‌اند که عامل فرهنگی یکی از مهم‌ترین آنها بوده که برخی از نظریه‌پردازان از تعبیر «مذهب عامل انقلاب»^۱ نیز استفاده کرده‌اند (Skocpol 1982, p.p: 282-265).

۱. در این زمینه به آثار نویسندگانی می‌توان اشاره کرد، از جمله: نیکی کدی، ریشه‌های انقلاب ایران، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران، انتشارات قلم، ۱۳۶۹؛ منصور معدل، طبقه، سیاست و ایدئولوژی در انقلاب ایران، ترجمه محمد سالار کسرابی، تهران، انتشارات باز، ۱۳۸۲؛ حمید عنایت، «انقلاب اسلامی، مذهب در قالب ایدئولوژی سیاسی»، ترجمه امیر سعید الهی، مجله اطلاعات سیاسی - اجتماعی، شماره ۱۳۷-۱۳۸، ۱۳۷۷، ص ۴۶.

به‌کارگیری مفاهیم و ادبیاتی نظیر اسلام ناب، حاکمیت الهی، تأکید بر معنویت، اخلاق دینی، عدالت اسلامی و مردم‌سالاری دینی، از موارد تأکید بر ابعاد فرهنگی انقلاب اسلامی بوده است.

۲. انقلاب اسلامی دارای نمود «جریانی» است. جریان در ارتباط با جامعه و سیاست، به‌گرایش‌های خاص اجتماعی اطلاق می‌شود که منشأ تحولات فکری، فرهنگی و سیاسی در جامعه می‌شوند. (خسروپناه، ۱۳۸۸ ص ۹) انقلاب اسلامی چهار شاخصه جریانی را داراست که عبارتند از: یک شکل‌گیری در بستر اجتماعی و واقعیت‌های آن. دو. خصلت تاریخی و نقطه شروع داشتن. سه. دارای مبانی اندیشه‌ای بودن. چهار. دارای خصلت رفتاری بودن (آثار اجتماعی) داشتن. (همان ص ۲۲)

۳. وجود اهداف و مؤلفه‌های فرهنگی انقلاب اسلامی در قانون اساسی و تأثیر فرهنگ و هویت دینی-اسلامی در سیاست عملی و نظری جمهوری اسلامی ایران که نقش ویژه‌ای در قانون اساسی ایران داشته است؛

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصول مختلف، بر اسلامی بودن نظام و پیاده کردن کلیه قوانین بر اساس موازین اسلامی تأکید می‌کند (حقی، ۱۳۹۵: ص ۱۴۶-۱۴۷). اصل دوم قانون اساسی، ایران را نظامی بر پایه ایمان به خدای یکتا، وحی الهی، ایمان به معاد، عدل، امامت و کرامت و ارزش‌های والای انسانی می‌داند و وظایفی در شانزده بند برای رسیدن به این اهداف، در نظر گرفته است. ۱. انقلاب اسلامی، از نظر فرهنگی، اجتماعی و تاریخی، دارای فرهنگ سنتی اسلامی (سابقه تاریخی) است که یک بخش از هویت اجتماعی-فرهنگی «ما» را اسلام تشکیل داده است. انقلاب اسلامی تمامی مؤلفه‌های هویتی، جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی و تربیتی را که در مطالب پیش‌گفته گذشت، داراست. انقلاب اسلامی به‌عنوان «سوژه فعال» در فضای مجازی: یک. دارای «هویت و فرهنگ» اسلامی و ملی است؛ دو. در ظرف مکانی خاص «کشور ایران» با هویت تاریخی، فرهنگی، سیاسی و... قرار دارد؛ سه. در

موقعیت زمانی نیز قرار دارد؛ به این معنا که دارای گذشته تاریخی بوده (یا می‌توانیم بگوییم در گذشته بوده و دارای «خود تاریخی» است). در حال موجود است و دارای حوالت تاریخی است؛ یعنی رو به آینده در حرکت است. پس انقلاب اسلامی در بستر زمان، مکان و موقعیت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خاصی است.

تعریف فضای مجازی

فضای مجازی، شبکه‌ای وابسته به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و شامل اینترنت، شبکه‌های مخابراتی، سیستم‌های کامپیوتری و پردازنده‌ها و کنترل‌کننده‌های تعبیه‌شده در صنایع حیاتی است. به عبارت دیگر، فضای مجازی به محیط مجازی اطلاق می‌شود که در آن افراد با دیگران ارتباط و تعامل دارند.

۱-۲. سطوح تأثیرگذاری فضای مجازی

فضای مجازی از چهار سطح مختلف تشکیل شده است: ۱. سطح فیزیکی^۱؛ ۲. سطح منطقی^۲؛ ۳. سطح اطلاعات^۳؛ ۴. سطح انسانی و شخصی^۴.
یک. سطح فیزیکی و تکنولوژیک، از دستگاه‌های فیزیکی مانند رایانه‌های (کامپیوترهای) شخصی، سیم‌ها، شبکه‌ها و روترها تشکیل شده است.
دو. سطح منطقی جایی است که ماهیت پلت فرم اینترنت تعریف و ایجاد می‌شود (منطق طراحی اینترنت). به عبارت دیگر، فضای مجازی به طراحی اینترنت بستگی دارد که از اجزایی ساخته شده است که خدماتی را برای کاربران ارائه می‌دهد، مانند رسانه‌های اجتماعی، محتوا، خرید و غیر آن. فضای مجازی به‌عنوان یک سطح منطقی به معنای مجموعه‌ای از بسترها برای آفرینش‌ها و ساخت و سازهای جدید است که در نتیجه به نوآوری تبدیل می‌شود (Slavomír Gálik and Sabína Gáliková Tolnaiová, 2019).
سه. سطح اطلاعات، به دست آوردن و انتقال اطلاعات از کارکردهای ضروری

-
1. physical layer.
 2. logic layer.
 3. information layer.
 4. personal layer.

فضای مجازی است. شامل ایجاد و توزیع اطلاعات و تعامل بین کاربران است. کاربران می‌توانند با ساختن یک وب سایت، پیوند دادن به وب سایت‌های دیگر و ارسال اطلاعات در وب سایت‌های رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس بوک اطلاعات ایجاد کنند. اطلاعات در اینجا اشکال مختلفی دارد؛ مثل موسیقی، ویدیو یا وب سایت. اطلاعات مربوط به اطلاعات در اینجا تولید می‌شود (فراداده). ماهیت اطلاعات در فضای مجازی با اتصال رایانه‌ها به رایانه‌های دیگر تغییر پیدا کرد. داده‌ها نه تنها به صورت ایستا بر روی هارد دیسک‌ها یا حافظه‌های USB ذخیره می‌شوند، بلکه بیشتر و بیشتر به صورت پویا در شبکه‌ها ایجاد می‌شوند؛ جایی که محلی‌سازی فیزیکی اهمیت خود را از دست می‌دهد (همان).

چهار. سطح انسانی از افرادی تشکیل شده است که وب سایت ایجاد می‌کنند، توئیتر می‌کنند، وبلاگ می‌نویسند و کالاها را آنلاین خرید و فروش می‌کند. سطح انسانی بالاترین سطح فضای مجازی است. افرادی که فقط کاربران منفعل نیستند؛ بلکه در محتوایی که ارائه می‌دهند نیز مشارکت دارند. محتوا، در فضای مجازی، برای خدمت به مردم و برقراری ارتباط، به طور دائم به‌روز می‌شود. به همین دلیل است که مردم (انسان‌ها) مهم‌ترین مؤلفه در فضای مجازی هستند. اینترنت یا فضای مجازی، راه بسیار خوبی برای ابراز وجود و برقراری ارتباط در یک جامعه مدرن ارائه می‌دهد (همان). بعضی دیگر فضای مجازی را یک سیستم چندلایه می‌دانند که در آن چهار سطح تکنولوژیکی، ارتباطی، فرهنگی و ارگانیک‌شناسی می‌شوند. سطح ارتباطی، به‌عنوان فضایی برای انواع مختلف ارتباطات است و اینترنت یک عامل فعال در چنین ارتباطاتی را نشان می‌دهد؛ چرا که اشکال خاص ارتباط، تسهیل، تحریک و امکان‌پذیر می‌شود. طیف وسیعی از محتواها، از جمله متن، صدا و تصویر را می‌توان در فواصل طولانی به لطف اینترنت با یکدیگر ارتباط داد (همان).

سطح فرهنگی، به وسیع‌ترین معنای ممکن درک می‌شود و دربرگیرنده جاه‌طلبی‌ها، نیات، ارزش‌ها، برنامه‌ها و محصولات مختلف انسانی است. در اینترنت به‌عنوان یک

رسانه جهانی ممکن است همان ارزش‌ها و فعالیت‌های فرهنگی مثل دنیای واقعی درک شود. همچنین دنیای فرهنگی جدیدی ایجاد شود که در آن «خودآگاهی»^۱ می‌تواند به طرق مختلف انجام شود که در دنیای واقعی به سادگی غیرممکن است (همان).

در سطح ارگانیک، اینترنت موجودی مستقل است که می‌توان آن را جدا از فناوری درون ساختار آن بررسی کرد. این ارگانیکم توزیع شده و پراکنده در سطح جهانی، به همان روشی که هر سیستم تکاملی دیگری توسعه می‌یابد، توسعه و رشد پیدا می‌کند و خود مردم و انسان‌ها به همراه افکار، اعمال و جاه‌طلبی‌هایشان بخشی از این ارگانیکم (رشد کننده) هستند. پس ساختار فضای مجازی نشان‌دهنده یک سیستم مبتنی بر سلسله‌مراتبی از لایه‌ها و سطح فنی و معنایی (فیزیکی، منطقی، اطلاعاتی و انسانی) است که به شدت به یکدیگر مرتبط هستند. مهم‌ترین کالا در این فضا «اطلاعات»^۲ است که افراد از آن استفاده کرده و فضای زندگی جدیدی را ایجاد می‌کنند. اطلاعاتی که در فضای مجازی ذخیره می‌شود، به‌عنوان عنصر اصلی سازنده فضای مجازی است. اطلاعات، یا به طور دقیق‌تر «ارتباط اطلاعات»^۳، فضای مجازی را می‌سازد (همان).

نوع ارتباط و مشارکت در فضای مجازی، به‌وسیله دو نیروی قوی شکل می‌گیرد: یکی «کاربر نهایی» و دیگری «ارائه‌دهنده محتوا» که محتوا در اینترنت، با ترکیب این دو، شکل می‌گیرد. در بعد دینی و اسلامی می‌توان ارتباط یا ارتباطات در فضای مجازی را به دو نوع تقسیم‌بندی کرد که هرکدام دارای آثار و نتایج مخصوص به خود است:

یک. در این نوع، ارتباط در یک وجه و ارائه اطلاعات در مورد انقلاب، دین و... به‌گونه‌ای ارائه می‌شود که از اینترنت برای برقراری ارتباط یک به چند (one-to-many) استفاده می‌شود. اطلاعات مربوط به دکترین، سیاست‌ها، و سازمان ارائه می‌شود و

-
1. self-realization.
 2. Information.
 3. communication of information.

هیچ راهی برای مشارکت شرکت‌کنندگان در آن وجود ندارد تا با عقاید و نظرات خود در سایت مشارکت کنند. این شکلی از ارتباط از بالا به پایین است که برای دریافت بازخورد و تعامل از سوی افرادی که اطلاعات را دریافت می‌کنند، ساختاری ندارد و صرف ارائه بدون مشارکت طرفینی است (Christopher Helland, 2015).

دو. این نوع، شکلی از مشارکت و ارتباط است که از نزدیک محیط تعاملی ایده‌آل خود وب را منعکس می‌کند و امکان ارتباط و تعامل بین افراد را فراهم می‌کند. در اینجا کاربر فضای مجازی می‌تواند به روش‌های مختلف با وب سایت ارتباط برقرار کند. در این موارد، از طریق محیط‌های تعاملی، پیوندها، اتاق‌های گفتگو و تابلوهای اعلانات، این تنظیمات امکان مشارکت باورهای شخصی را فراهم می‌کند و می‌تواند بازخورد شخصی ارائه دهد. این یک شکل بسیار پویاتر از تعامل آنلاین است که امکان گفتگو، تبادل اطلاعات و تعامل متقابل آنلاین را فراهم می‌کند (همان).

۱-۳. چارچوب مفهومی تحلیل

می‌توان بحث فضای مجازی را در جنبه عمیق‌تری بررسی کرد. برای این موضوع، از چارچوبی ترکیبی سه نظریه استفاده شده است که عبارت‌اند از: یک. نظریه وجوه تولید به واسطه دگرگونی اساسی در تکنولوژی؛ دو. الگوی زمان-مکان (دگرگونی در زمان و مکان)؛ سه. الگوی زبان (دگرگونی در زبان).

یک. استفاده از نظریه وجوه تولید (دگرگونی اساسی در تکنولوژی): یک بخش از تغییرات و دگرگونی‌ها را می‌توان به صورت «ارادی» و «آگاهانه» مورد بررسی قرار داد؛ اما به نظر می‌رسد که بخش اعظمی از تغییرات و دگرگونی در نتیجه جبر تکنولوژیک (به صورت غیرارادی و غیرآگاهانه) رخ می‌دهد؛ به این معنا که با تغییر در تکنولوژی و بروز ساختار تکنولوژیک جدید، مشکلات و چالش‌های جدیدی به واسطه آن در جامعه بشری رخ داده است. ساختار (یا جبر الکترونیکی) در انسان‌ها تأثیر می‌گذارد. با تغییر و دگرگونی تکنولوژی‌های ارتباطی، زمان، مکان، ساختار تفکر و زبان تغییر

می‌کند و زبان جدید تکنولوژیک پدید می‌آید. در اینجا می‌توانیم بگوییم که فضای مجازی تکنولوژیک و دگرگون ساز است؛ چرا که این نوع از تکنولوژی (ساختار آن) «اساسا نوین» است. این فناوری از اساس جدید است (صرفاً نوظهور نیست). تکنولوژی‌ها دو نوع‌اند: یا اساسا جدیدند، مثل اختراع چرخ و ماشین بخار (موتور بخار) و یا شکل جدید به خود گرفته‌اند و صرفاً نوظهورند (گرام، ۱۳۹۳: ص ۴۰). اختراع چرخ و به تبع آن موتور بخار در صنعت حمل و نقل «تحول» و «دگرگونی» ایجاد کرد و منجر به انقلاب‌های صنعتی و کشاورزی شد و باعث شد که تأمین خدمات و نیازهای انسانی آسان‌تر، مطمئن‌تر و با استاندارد بالاتر صورت بگیرد (تکنولوژی مبتنی بر علم در کنار توسعه حمل و نقل) و پیامدها و تأثیرات بسیار بزرگ‌تری داشت (همان: ص ۴۷). توان تولیدی سنتی (قدیم) محدود و بازدارنده بود؛ اما توان تولیدی جدید در کنار انباشت سرمایه، تمامی محدودیت‌های بازدارنده را از سر راه برداشت؛ چرا که نظام تولیدی «کارخانه‌ها، کشاورزی صنعتی و...» به صحنه ظهور آمدند که اگرچه ظرفیت تولید آنها بی‌نهایت نبود، اما محدود بود. نظام سرمایه‌داری توانست با برخورداری از توان تولید نامحدود، نیازهای تکرار شونده انسان‌ها را برآورده سازد (همان: ص ۴۸) همان‌طور که اشاره شد. می‌توان دید اختراع موتور بخار باعث ایجاد تغییرات در زندگی بشر شد که این دگرگونی تکنولوژیک از سیستم قدیمی به سیستم جدید به صورت ناخودگانه و می‌توان گفت جبری بر زندگی انسان‌ها (فرهنگ، اقتصاد و سیاست) تأثیر گذاشت. در اینجا می‌توان گفت که هم ایده‌ها و هم پدیده‌های «اجتماعی، فرهنگی و سیاسی»، تحت تأثیر و دستخوش تحولات ناشی از تکنولوژی‌های نوین تولید بوده‌اند. برای مثال، مکانیزه شدن کشاورزی باعث بیکاری خیلی از کشاورزان و کوچ آنان به شهرها و گسترش شهرنشینی و مشکلات عدیده اجتماعی شد که قبل از آن، وجود نداشتند. همان‌طور که اشاره شد، فضای مجازی نیز یکی از ارمغان‌های تکنولوژیک «اساسا نوین» بشری است که فناوری جدید

محسوب می‌شود. به لحاظ اینکه «فضای مجازی» در سطح جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد، بخش بزرگی از تغییرات و دگرگونی‌های جوامع در نتیجه جبر تکنولوژیک رخ داده است. ساختار (یا جبر الکترونیکی) در انسان‌ها تأثیر می‌گذارد. با تغییر و دگرگونی تکنولوژی‌های ارتباطی، زمان، مکان، ساختار تفکر و زبان تغییر می‌کند و زبان جدید تکنولوژیک به واسطه غلبه فضای مجازی، پدید آمده است.

ب. الگوی زمان-مکان (دگرگونی در درک خطی زمان و مکان): «مکان» شرط ادراک اشیا و امور بیرون از ذهن و «زمان» شرط ادراک و وجدان همه امور، خواه بیرونی و خواه درونی است. پس زمان و مکان جزء ذهن انسان‌اند و در خارج وجودی ندارند (پایکین و استرول، ۱۳۷۷: ص ۳۳۵-۳۳۶). از نظر کانت، زمان و مکان مطلق و دارای وجود ذهنی‌اند، نه خارجی. از این‌رو، زمان و مکانی که در معرفت‌شناسی کانت مطرح است، زمان و مکان الگویی است. در معرفت‌شناسی کانت، هر قدر از داده حسی دور شویم، ذهن کمتر «شناسا» می‌شود و زمانی که انسان از مقولات خارج شده، متوجه مسائل مافوق زمان و مکان می‌شود، ذهن دچار توهم گشته، شناسایی متزلزل می‌گردد. پس می‌توان گفت که زمان و مکان با داده‌های حسی قابل ادراک می‌شود (غفاری، ۱۳۸۱: ص ۴۶).

ج. الگوی زبان (دگرگونی در زبان): در فلسفه جدیدتر، به‌ویژه تحت تأثیر ویتگنشتاین و هایدگر، کشفی انجام شد که تفکر ما را از «الگوی مقوله‌بندی»^۱ به صورت اساسی با «زبان» پیوند زد؛ زبانی که از زیست عینی و وجودی و از هویت و خود تاریخی، فرهنگی (غنا‌ی ادبی)، اجتماعی و سیاسی نشئت گرفته است؛ یعنی ما با زبانی که با آن ارتباط برقرار می‌کنیم، فکر می‌کنیم و یاد می‌گیریم. هایدگر به صراحت می‌گوید: «جایی که زبان نیست، هیچ چیز وجود ندارد. حتی می‌توانیم بگوییم: یک چیز تنها جایی وجود دارد که زبان، آن را به هستی درآورده باشد»

(Heidegger, Martin, 1982: 63) و از سویی به مخالفت با نگاه معرفت‌شناسانه‌ای که وجود را به حاشیه راند، پرداخت و استدلال کرد که این معضل از آنجا ناشی می‌شود که انسان و رابطه آن با جهان بر اساس مدل سوژه-ابژه و رابطه بیرونی با جهان فهم می‌شود که در فلسفه کهن رایج بوده است. هایدگر تصریح می‌کند که تقلیل فلسفه به معرفت‌شناسی حاصل فهم نارسا از نسبت انسان و جهان خارج است و اگر ما انسان را درون جهان تعریف کنیم، می‌توانیم معضلات معرفت‌شناسی را نیز حل کنیم. از این منظر او تلاش می‌کند گونه‌ای از وجود را معرفی کند که در بن‌بست معرفت‌شناسی گرفتار نشود (فرهادی، ۱۳۹۲: ص ۱۸). ویتگنشتاین، یک سؤال بنیادین طرح می‌کند که چگونه زبان به جهان مربوط می‌شود (فن، ۱۳۸۱: ص ۱۸). از این منظر، زبان محور فکر فلسفی است و فلسفه سراسر سنجش زبان است (ویتگنشتاین، ۱۳۸۶: ص ۹۵). آگاهی در عمل در مناسبات اجتماعی، آگاهی عملی است و نه آگاهی آگاهانه. براین اساس از منظر ویتگنشتاین انسان با زبان و عمل وجود می‌یابد. اوصاف اجتماعی به خود می‌گیرد. آدمی در جریان عمل در یک شکل زندگی، زبانی پدید می‌آورد که خود ترکیبی از قواعد و رویه‌های جمعی است. ویتگنشتاین در کاوش نسبت زبان و زندگی، مدعی بود که «واژه‌ها هم اعمال‌اند» (همو، ۱۳۸۰: ص ۵۴۶).

با استفاده از چارچوب تلفیقی، این موضوع مورد بررسی قرار خواهد گرفته که با به وجود آمدن فضای مجازی و برآمدن تکنولوژی جدید و تغییر در وجه تولیدی تکنولوژی از اساس جدید، مقوله زمان-مکان و زبان تصویری، متنی، شنیداری و گفتاری، دچار دگرگونی و تغییر شده است که «ما» را (از نظر هویتی و فرهنگی) به‌عنوان انقلاب اسلامی تهدید می‌کند.

۲. چالش‌های فضای مجازی

۲-۱. دگرگونی زبان

الف. زبان (گفتار): زبان به‌عنوان یک رسانه مهم، مادر همه رسانه‌ها شناخته

می‌شود. با این حال، این تنها وسیله نیست؛ چرا که ما از نوشتار و رسانه‌های الکترونیکی و اینترنت، برای ورود به فضای مجازی استفاده می‌کنیم. اگر با رسانه (فضای مجازی و اینترنت) فکر کنیم، هر نوع رسانه باید بر شکل یا ساختار تفکر ما تأثیر بگذارد. در طول تاریخ فرهنگی بشر، تفکر و ذهنیت جمعی تحت تأثیر چهار نوع رسانه قرار گرفته است: ۱. کلام گفتاری؛ ۲. نوشتار؛ ۳. کلام چاپی؛ ۴. رسانه الکترونیک.

گفتار برای جلب و اتحاد عمیق مردم بسیار قوی بود. عصر کلام گفتاری، آگاهی جمعی را نشان می‌داد. عصر گفتار، با شروع کلام مکتوب (نوشته) شکسته شد. نوشتن، به‌ویژه آوایی، تفکر انسان را به یک الگوی خطی، سازماندهی مجدد کرد که باعث تغییر به درک خطی زمان شد. نوشتار ابزاری برای ایجاد تمایز و تفرقه در جامعه شد که انسان با نوشتن، شروع به دیدن پدیده قدرت و فردیت کرد. این روند در عصر کلام چاپی بیشتر مشهود بود که نویسنده را هم جدا کرد و متنی استاندارد را ایجاد کرد، فردیت انسان و دیدگاه موضوع - ابژه را پرورش داد و همچنین پدیده توده را برانگیخت. از سویی، رسانه‌های الکترونیکی و به‌طور خاص اینترنت، تخیل ما و نحوه تفکر و یادگیری انسان را تغییر می‌دهد. اینترنت از یک زبان تکنولوژیک استفاده می‌کند و ما باید در ارتباطات خود با این زبان سازگار شویم؛ سازگاری با زبان جدید، یعنی با ویژگی‌های هویتی و فرهنگی خاص خودش که هم دارای لایه ظاهری فرهنگ و هم دارای لایه باطنی فرهنگ و تمدن غرب است و بروز آن در فضای مجازی است و هم دارای هویت دیگری و غیر است. به عبارتی، واجد ویژگی‌ها و مؤلفه‌های هویتی پیش‌گفته است؛ به این معنا که «ما» به‌عنوان هویت، تحت تأثیر زبان جدید و به‌واسطه آن تحت تأثیر فرهنگ و هویت غربی می‌شویم. زبان ما به یک «زبان تکنو»^۱ در حال تغییر است. علاوه بر این، سرعت (زمان) و حجم اطلاعات، تفکر ما را تغییر می‌دهد. نحوه تغییر تفکر با زبان تکنولوژیک جدید به شکل‌های زیر اتفاق می‌افتد:

یک. ناپیوستگی^۱ محتوا: فضای مجازی منجر به «ناپیوستگی» (غیرمستمرشدن) محتوا می‌شود؛ به صورتی که محتوا را به صورت ناپیوسته ارائه می‌دهد؛ درحالی که تفکر ما به یک الگوی پیوسته و ادامه‌دار که محتوا و اطلاعات را به صورت یک الگوی خطی و سلسله‌مراتبی درک می‌کند. محتوا از یک نقطه شروع می‌شود و همراه با درک و آگاهی تدریجی است. تفکر خطی^۲، فرآیندی است که به دنبال چرخه‌های شناخته‌شده با پیشرفت گام به گام همراه است که در آن باید قبل از برداشتن گام بعدی، پاسخ به گام اول به وجود آید. پس فرآیند خطی در یک خط به جلو حرکت می‌کند. کاربرد تفکر خطی را می‌توان در روش معروف سقراطی یافت. تفکر غیرخطی^۳ تفکر انسانی است که مشخصه آن گسترش در چند جهت است، نه در یک جهت و بر اساس این مفهوم که چندین نقطه شروع وجود دارد؛^۴ درحالی که فضای مجازی محتوا و اطلاعات را به صورت غیرخطی، ناپیوسته و غیرادامه‌دار، لحظه‌ای و فرار به صورت چرخش پنکه‌ای ارائه می‌دهد (Slavomír Gálik and) Sabína Gáliková Tolnaiová, 2019).

دو. سادگی محتوا^۵: به خاطر اینکه محتوا به صورت ناپیوسته و حجیم و غیرمتمرکز ارائه می‌شود، کاربر نیازمند و هرچه بیشتر به دنبال محتوای ساده می‌گردد؛ چرا که در یک زمان کم، حجم زیادی از اطلاعات از ذهن عبور می‌کند که ذهن قادر به تجزیه و تحلیل آن نیست و خسته می‌شود و مجبور به سادگی مطالب است. (Ibid)

سه. سطحی بودن محتوا^۶: ناپیوستگی و سادگی محتوا منجر به سطحی شدن محتوا خواهد شد (سطحی شدن تحلیل‌ها نرفتن به عمق مسائل) (همان).

ب. چالش زبان تصویری (تفکر تصویری): برخی یک حالت دیالکتیکی و تضاد

-
1. Discontinuity.
 2. linear thinking.
 3. Non-linear thinking.
 4. <https://chuckslamp.com/index.php/2009/04/11/non-linearthinking>.
 5. Simplicity.
 6. Superficiality.

را با مثال تلویزیون نشان می‌دهند که از طریق تصاویر اغلب ناهماهنگ، تفکر انتزاعی را تغییر شکل می‌دهد؛ تفکر انتزاعی و سلسله‌مراتبی که زمانی به‌وسیله کلمات چاپی، بسیار پرورش یافته، منطقی و طبقه‌بندی شده بود. وضعیت مشابهی در عصر اینترنت و فضای مجازی نیز اتفاق می‌افتد. فضای مجازی نیز از تفکر تصویری، غیرمتمرکز و غیرمستمر بهره می‌برد. در چارچوب این تغییرات، انسان از نظر انسان‌شناسی تغییر می‌کند و «انسان خردمند»^۱ به «انسان تصویرمند»^۲ تبدیل می‌شود که گواه تغییر از تفکر انتزاعی^۳ به تفکر تصویری^۴ است (همان).

۲-۲. تغییر و دگرگونی در الگوی خطی زمان-مکان

زمان و مکان، ویژگی اساسی زندگی ما هستند که به حاشیه رانده شدن یا حذف آنها می‌تواند تأثیر زیادی بر زندگی ما بگذارد. اولین و اساسی‌ترین تأثیراتی که از طریق حواس خود دریافت می‌کنیم، به‌وسیله زمان و مکان صورت می‌گیرد و اگر این فرآیند تغییر کند، به احتمال زیاد، زندگی واقعی و روزمره ما نیز تغییر می‌کند. با این وجود، در دوره مدرن، زمان و مکان به اندازه گذشته مهم نخواهد بود. وقتی در فضای مجازی با هم ارتباط برقرار می‌کنیم، سرعت انتقال اطلاعات بسیار زیاد است که امروزه تقریباً به سرعت نور می‌رسد. سپس مقدار زیادی از اطلاعات افزایش می‌یابد، که به‌صورت تصاعدی رشد می‌کند. این بدان معناست که ما می‌توانیم تقریباً به هر اطلاعاتی به‌سرعت دسترسی داشته باشیم. اما انتخاب و پردازش بیشتر، زمان‌بر است که منجر به طرح‌ریزی می‌شود. کمبود وقت بیشتر باعث یک اثر دیگر می‌شود؛ محرومیت از زمانی که باید به تعطیلات، خانواده، تربیت فرزندان و غیر آن اختصاص داده شود. شخص با حضور در فضای مجازی، اینترنت، چت کردن، ارسال ایمیل،

1. *Homo sapiens.*
2. *homo videns.*
3. abstract thinking.
4. image thinking.

و... به نوعی زمان را از بین می‌برد. علاوه بر این، اطلاعات در فضای مجازی به صورت خطی ذخیره و مخابره نمی‌شوند؛ بلکه به صورت فرامتنی^۱ و به شکل الگوی فن (پنکه) ذخیره می‌شوند که منجر به شکسته شدن و از بین رفتن زمان خطی می‌شود که در آن، عدم علاقه به گذشته، تاریخ، فرهنگ و سنت‌ها و همچنین بی‌تفاوتی در برابر آینده به وجود می‌آید. این مدل‌ها، نمونه‌ای از جوانان دیجیتال مدرن هستند. پس فضای مجازی مفهوم زمان و مکان سنتی را دستخوش تغییر می‌کند (همان).

امروزه تحت تأثیر فضای مجازی، زمان به «همین حالا» یا «اکنون» تبدیل شده است که در نسل‌های جوان، به عنوان عدم علاقه به تاریخ و نیز عدم علاقه به آینده دیده می‌شود. عدم علاقه به تاریخ یعنی زمان گذشته و عدم داشتن برنامه برای آینده و فقط دچار زندگی حال شدن، منجر به حذف هویت و فرهنگ کاربر با ویژگی‌هایی که در مطالب پیش گفته در هویت و فرهنگ اشاره شد، می‌شود. زمان تاریخی گذشته و زمان آینده از بین می‌رود؛ زیرا این افراد زندگی خود را بیشتر و بیشتر در چت روم‌ها، فیس بوک، اشتراک گذاری عکس‌ها، فیلم‌ها و سایر تجربیات مشابه می‌گذرانند. در چنین فضای اجتماعی، اطلاعات در مورد گذشته (هویت و فرهنگ) و همچنین آینده، در مورد برنامه‌ها یا چشم‌اندازها، بسیار مخرب خواهد بود. مثل زمان، مکان نیز تغییر کرده است. ما فضا-مکان را بسیار متفاوت از آنچه در گذشته درک می‌کردیم، درک می‌کنیم. تجربه سفر انسان‌ها در گذشته و رفتن از مکانی به مکان دیگر، برابر با مشکلاتی بود که در این سفرها متحمل می‌شدند. در دوره مدرن، ایده فضا-مکان تغییر کرد. سرعت حرکت در سراسر جهان تغییر کرد. با توسعه حمل و نقل مدرن و فناوری اطلاعات، ما می‌توانیم در عرض چند ساعت به دورترین نقاط سفر کنیم و زمانی که از فناوری مخابراتی استفاده می‌کنیم، می‌توانیم این سفر را در یک لحظه انجام دهیم. فناوری مخابرات (شنیداری و بصری) بعد فیزیکی را در فضا حذف

می‌کند. جنبه مثبت ارتباطات در فضای مجازی، توانایی آن در شکست دادن مکان‌های جغرافیایی است. ما اکنون می‌توانیم با کسی که در کشورها و مکان‌های دورتر زندگی می‌کند، به صورت شفاهی و تصویری و بصری ارتباط برقرار کنیم. ما حتی می‌توانیم رویدادهایی را که در نقاط مختلف جهان اتفاق می‌افتند، تماشا کنیم. این ممکن است جنبه منفی خود را به همراه داشته باشد و در عین این، جنبه مثبت را. جنبه منفی این مسئله این است که ما می‌توانیم احساس ارزش محیط واقعی، میهن، سنت‌ها و فرهنگ خود را در یک مکان خاص از دست بدهیم. با ارتباط در اینترنت، اهمیت چنین مکانی کاهش می‌یابد و مردم ریشه‌های خود را از دست می‌دهند. اینترنت و همچنین جهانی شدن، مرز بین موقعیت جغرافیایی و نقش اجتماعی را از بین می‌برد. بدون ریشه جغرافیایی و اجتماعی می‌توان به راحتی در فضای مجازی بی‌خانمان و بی‌هویت شد.

۲-۳. تغییر در الگوی زبان

زبان سنتی و فرهنگی ما (به عنوان هویت) به فرامتن^۱ گسترش می‌یابد. فرامتن، به روشی برای پیوستن یک کلمه یا تصویر به صفحه، سند، و غیر آن، در اینترنت یا برنامه‌های رایانه‌ای گفته می‌شود که به راحتی می‌توان از یکی به دیگری حرکت کرد، که ما آن را نه به صورت خطی، بلکه به صورت متوالی می‌خوانیم. به عبارت دیگر، اطلاعاتی که زمانی پخش می‌شد، اکنون در پایگاه داده‌ها یا در فضای مجازی ذخیره می‌شود؛ جایی که توزیع، ترکیب و به قطعات، تقسیم می‌شود. همچنین زمان مانند گذشته نیست (Slavomír Gálik and Sabína Gáliková Tolnaiová). پس ارتباطات در فضای مجازی باعث ایجاد تغییراتی در درک زمان، مکان و ساختار تفکر می‌شود. برای اینکه بتوانیم در فضای مجازی ارتباط برقرار کنیم، به فناوری‌های اطلاعاتی جدید نیاز داریم و اینها به بخشی از زندگی روزمره ما تبدیل می‌شوند. اثر دیگر اینکه،

1. hyper text.

فناوری‌های اطلاعاتی مدرن، سیار و عموماً در دسترس هستند و حمل این فناوری‌ها آسان است. آنها بخشی از زندگی ما هستند؛ نه تنها در خانه، بلکه در خیابان‌ها، ادارات، و به‌طور کلی در هر مکان ممکنه که می‌رویم. این دستگاه‌های مدرن به ما کمک می‌کنند تا وارد فضای مجازی شویم. تغییرات پیش‌گفته (تغییر در زمان، مکان، ساختارهای تفکر و شناسایی با فناوری‌ها) به‌نوعی توافق شده و به‌صورت رسمی و عمومی دیده می‌شوند؛ چرا که حاصل استفاده از ارتباط ذهنی یا فیزیکی با فناوری اطلاعات است. البته می‌توان به تأثیرات دیگری اشاره کرد؛ تغییرات در توجه، حافظه، تماس‌های اجتماعی و موارد دیگر. در پس‌زمینه این رویکرد، «ایده جبر تکنولوژیکی»^۱ قرار دارد. نقطه شروع این رویکرد این ایده است که فناوری‌های ارتباطی جدید تأثیر عمیقی بر تغییرات شناختی انسان و در نتیجه تغییرات در فرهنگ و هویت جامعه دارند. پس می‌توان گفت: فضای مجازی به‌عنوان یک بعد وجودی جدید انسان پا به عرصه گذاشته است. اگر بخش قابل توجهی از زندگی ما، مثلاً دیدگاه‌ها و ایده‌های ما در فضای مجازی منعکس شود، می‌توان گفت که این به‌گستره جدیدی از زندگی ما تبدیل می‌شود. اگر روزانه چند ساعت را در فضای مجازی بگذرانیم، پیوند با زندگی ما بسیار قوی خواهد شد. رسانه‌ها (از جمله فضای مجازی، به‌عنوان یک کانال ارتباطی برای رسانه‌های دیجیتال مدرن) ابزار صرفی نیستند که کار خود را فقط زمانی انجام دهند که ما از آنها استفاده کنیم؛ بلکه گسترش می‌یابند و تأثیر آنها افزایش می‌یابد. به‌طور خاص، این تأثیر را می‌توان در انطباق عملکردها و توانایی‌های شناختی ما (توجه، حافظه، تخیل، تفکر و غیر آن) با ارتباطات فضای مجازی مشاهده کرد و این سازگاری وجود ما را تغییر می‌دهد. وجود ما به‌بعد جدیدی گسترش می‌یابد که ماهیت مجازی دارد. بعد مجازی یا فضای مجازی که در آن با هم ارتباط برقرار می‌کنیم، به‌بعد وجودی جدید انسان تبدیل می‌شود (همان).

۳. نکات مثبت و منفی نفوذ رسمی و عمومی فضای مجازی (دگرگونی‌های فضای مجازی)

همان‌طور که در مطالب پیش‌گفته بیان شد، فضای مجازی باعث دگرگونی در ساختار تفکر انسان‌ها می‌شود. این دگرگونی دارای آثار مثبت و منفی و دگرگونی در ساحت زندگی واقعی می‌شود که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود:

یک. فناوری‌های ارتباطی مدرن، مشابه سایر ابزارها، می‌توانند به‌عنوان یک خدمتکار خوب، اما یک استاد بد عمل کنند. امروزه یافتن مرز بین این دو بسیار دشوار است؛ زیرا مرز بین ما و آنها به قدری قوی است که ما کم‌وبیش قادر به تشخیص و درک میزان تأثیر آنها بر خودمان نیستیم. نسل میان‌سال و مسن‌تر که بدون تأثیر رسانه‌های مدرن زندگی کرده‌اند، بیشتر از نسل جوان‌تر یا به اصطلاح دیجیتال، در این مورد بحث می‌کنند؛ زیرا آنها در محاصره فناوری‌های جدیدی رشد می‌کنند که بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی آنها شده است. بنابراین، بسیار مهم است که یاد بگیریم چشم‌انداز را ببینیم و هنگام نزدیک شدن به رسانه‌ها، یک مانع ذهنی و محافظ روانی ایجاد کنیم و در ارتباطات در فضای مجازی نکات مثبت را از منفی تشخیص دهیم (همان). معنای دیگر اینکه فضای مجازی «خادم خوب» و «استاد بد» است، به این برمی‌گردد که شما منابع فراوان، مقالات، کتاب‌های تخصصی و... را می‌توانید به راحتی در این فضا پیدا کنید؛ اما اینکه فضای مجازی را راهبر و استاد خود قرار دهید، خطا و اشتباه است. منابع عمومی نظیر «ویکی‌پدیا» برای کسب اطلاعات در حد عمومی بد نیست؛ اما برای بحث‌های تخصصی ناکارآمد و غیرمعتبر است و نمی‌توان به آن اتکا کرد.

دو. می‌توان فضای مجازی و اینترنت را در تقویت مهارت‌های سرعت و یافتن سریع اطلاعات و محتوا در فضای مجازی به‌عنوان فرصت دید؛ چیزی که گذشتگان با آن مشکل داشتند. ترسیم چگونگی تغییر تفکر در مورد یک انسان مدرن نسبتاً

دشوار است؛ اما وقتی این دگرگونی‌ها را با مردمان در گذشته تاریخی مقایسه می‌کنیم، این تغییرات به نحو بارزی آشکار می‌شود (Slavomír Gálik and Sabína Gáliková Tolnaiová, 2019) که می‌توان گفت این نوع از تفکر بصری و تصویری که با فضای مجازی به وجود آمده، نه فقط در ذهن تاثیر می‌گذارد، بلکه نحوه زیست و وجود انسان را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

سه. در عین اینکه فضای مجازی به گسترش ارتباطات بین افراد منجر شده، اما این ارتباطات به صورت حقیقی و واقعی در جهان خارج صورت نمی‌گیرد و فضای مجازی فردگرایی را که یکی از وجوه اصلی تمدن غربی است، توسعه داده است؛ به جای جمع‌گرایی که در اسلام و در امور اجتماعی و جامعه بر آن تأکید می‌شود و حتی در انقلاب اسلامی نیز توجه به جامعه به صورت حقیقی مطرح بود.

چهار. این فضا کاملاً باز، آزاد و انتخاب‌گرانه است. شما ارائه‌کننده هستید و در جهان مجازی شده نمی‌توان نوع انتخاب سوژه مقابل را نیز تعیین کرد و یک‌طرفه سخن گفت؛ برخلاف رسانه‌های عمومی نظیر صدا و سیما و روزنامه‌ها که گروهی خاص در پشت آن قرار دارند و معمولاً اهداف، سیاست‌ها و گرایش‌های خاصی تبلیغ می‌شود. برتری شبکه‌های اجتماعی بر رسانه‌هایی چون صدا و سیما، به علت وجود آزادی ارتباطات و اطلاعات است. به طور اساسی، این فضا بستر گفت‌وگو در جامعه مدنی مبتنی بر تبادل اطلاعات، آزادی اطلاعات، گفت‌وگو، رشد اجتماعی و فکری و فرهنگی و رشد تعاملات انسانی را فراهم می‌آورد.^۱

پنج. فضای مجازی یک محیط غیررسمی و غیرمستقیم است و برخلاف ارتباط حقیقی است که در محیط‌های اجتماعی و واقعی و به صورت چهره‌به‌چهره صورت می‌گیرد. ارتباط مجازی اجازه نمی‌دهد ابراز احساسات به راحتی صورت گیرد. در حالی که تمامی شبکه‌های اجتماعی اعم از مجازی یا واقعی مبتنی بر مردم هستند و

۱. (<https://www.atna.ir/fa/news>) در عنوان: اسماعیل قدیمی، نقش فضای مجازی در توسعه عدالت اجتماعی.

مردم انسان‌های اجتماعی هستند و به تعامل فیزیکی و مستقیم و چهره‌به‌چهره در فضای واقعی نیاز دارند، ولی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، تعامل اجتماعی غیرمستقیم وجود دارد. عدم وجود این تماس می‌تواند مشکلات روانی، به‌ویژه نادیده گرفتن «مسئولیت‌های واقعی زندگی» را ایجاد کند (Adam Possamai, Bryan S. Turne, p 7).

شش. فضای مجازی از نظر سیاسی و جامعه‌شناختی، بر شکل‌های مختلف اقتدار سنتی که بر اساس انتقال شفاهی یا مبتنی بر یادگیری متنی و چاپی بود، تأثیر گذاشته است. بیشتر موارد دریافت امور دینی مبتنی بر یک کانال یک‌طرفه بوده؛ در حالی که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مسیری دوطرفه را به وجود آورده‌اند که از طریق آن، بحث‌های عقلانی در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی، از طرف افراد تحصیل کرده و... صورت می‌گیرد. می‌توان گفت که فضای مجازی، شکل‌های سنتی اقتدار سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را تضعیف می‌کند؛ زیرا شیوه‌های متعارف و عام ارتباط را گسترش داده و فرصت‌های جدیدی را برای بحث و مناقشه ایجاد می‌کند (Adam Possamai, Bryan S. Turne, p 6).

تغییراتی که به‌وسیله فضای مجازی در شکل‌های مختلف اقتدار سنتی ایجاد شده را می‌توان در سه بخش «دسترسی»^۱، «مشارکت»^۲ و «اقتدار» دسته‌بندی نمود که فضای مجازی این موارد را برای عموم مردم راحت کرده و در حال تغییر دادن آن است؛^۳ به‌نوعی که به‌واسطه دسترسی راحت به منابع و نیز به لحاظ فضای مشارکتی، نوع جدیدی از تعامل در فضای جدید به وجود آمده است که شرایط را برای شکل جدیدی از ذهنیت و جهت‌گیری‌های فردی فراهم نموده که با ذهنیت و جهت‌گیری سابق فرق دارد؛ به‌نوعی که افراد در این فضا می‌توانند در تمامی مواردی که قبل از آن

-
1. Accessibility.
 2. Participation.
 3. Authority.

نمی‌توانستند نظر دهند، به تبادل نظر پرداخته و حتی منابع را نیز مشاهده کنند (Adam Possamai, Bryan S. Turner, p 6). فضای مجازی مملو از محتوای گوناگون است؛ هم از نوع متعارف و هم بدیع و هم نامتعارف که فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را برای همه جنبه‌های مطالعاتی، اعم از مطالعات متنی، تاریخی یا میدانی ارائه می‌کند.^۱

هفت. فضای مجازی و اینترنت برخلاف تلویزیون، یک رسانه تعاملی است و صرفاً پخش نیست. هرکسی می‌تواند با سهولت نسبی و هزینه اندک، شبکه جهانی وب راه‌اندازی کند. اینترنت به صورت واقعی جهانی است. با سرمایه‌گذاری نسبتاً کم در زمان و پول، می‌توان نظرات دینی خود را به طور بالقوه به صدها هزار نفر دیگر در سراسر جهان شناساند؛ درحالی‌که تلویزیون اساساً متعلق به یک نخبگان فرهنگی کوچک است. شبکه جهانی وب در اصل و در عمل تقریباً برای همه باز است (Ibid).

هشت. فضای مجازی نوعی دوگانگی شخصیتی در انسان‌ها به وجود می‌آورد. فضای مجازی نوعی دعوت به فردیت و تنهایی و قرارگیری در فضایی مجازی و تصنعی را تقویت و عمیق‌تر می‌کند؛ درحالی‌که انسان‌ها به واسطه زندگی واقعی و روزمره به دنیا کشیده می‌شوند و به طور هم‌زمان، انسان‌ها در درونی‌ترین حالات ذهنی خود فرو می‌روند. اینترنت و فضای مجازی این تمایل دوگانه و دیالکتیکی و دوقطبی را تکرار، گسترش و تشدید می‌کند (Ibid). پس می‌توان گفت که مردم تا حدودی به دلیل قرار گرفتن صرف در معرض رسانه، در پرتو تغییر الگوها و چارچوب‌های کنش متقابل اجتماعی، وارد تعامل دیالکتیکی تغییر تصورات از خود خواهند شد. به این ترتیب، مطالعه دین‌داری در فضای مجازی، ممکن است دریچه‌ای منحصر به فرد به این تغییرات بزرگ‌تر و پیامدهای آنها برای همه اشکال زندگی مذهبی ارائه دهد. این به این معنی است که کاربران مذهبی اینترنت فقط می‌توانند تصمیم بگیرند که از پیامدهای احتمالی

1. Lorne L. Dawson, Cyberspace and Religious Life: Conceptualizing the Concerns and Consequences, A paper presented at the 2001 Conference, in Londo. <https://www.cesnur.org/2001/london2001/dawson.htm>

فعالیت‌های خود آگاه باشند (Ibid).

نه. در درون فضای مجازی، برخی تغییرات ساختاری در تفکر و در نتیجه یادگیری رخ می‌دهد. هر رسانه، نشانه‌شناسی خاص خود را دارد و بنیادی‌ترین رسانه‌ها مثل گفتار، در طول تاریخ دوره‌های فرهنگی جدید خود را پیدا کرده است. بنابراین، رسانه‌ها ابزاری برای تفکر و یادگیری ما هستند. ما با افزایش استفاده از فناوری‌ها، از روش‌های مختلف تفکر استفاده می‌کنیم؛ نه از نظر تغییر در دسترس بودن واقعی چنین توانایی‌هایی. ما به طور اساسی استراتژی استفاده از آنها را تغییر می‌دهیم. همان‌طور که در مطالب پیش‌گفته بیان شد، تفکر در فضای مجازی متأثر از ناپیوستگی^۱ تصاویر، متون کوتاه و مواردی از این دست است که به تربیت تمرکز و پالایش مستمر ایده‌ها کمکی نمی‌کند. برعکس، یک متن در یک روزنامه یا کتاب ما را به تمرکز و دنبال کردن زنجیره منطقی ایده‌هایی ملزم می‌کند که بیان می‌شوند. کتاب و روزنامه، تفکر انتزاعی و منطقی مستمر را توسعه می‌دهند؛ درحالی‌که تلویزیون و به‌ویژه اینترنت و فضای مجازی، تفکر بصری و ناپیوسته را تغذیه می‌کند. پس رسانه‌های مبتنی بر تصویر، نحوه تفکر، تصور و یادگیری ما را تغییر می‌دهند. می‌توان گفت که نوع جدیدی از انسان در حال ظهور است؛ انسان تصویرگر (به جای انسان خردگرا) که ادراک و دانش او به شدت به وسیله تصاویر رسانه‌ای اصلاح می‌شود. چرخش از زبان مفهومی متون به تصاویر رسانه‌ای، محرومیت از تفکر انتزاعی را به همراه دارد که می‌تواند حتی تغییرات عاطفی را نیز به همراه داشته باشد. این مسئله می‌تواند به صورت این جمله ظهور پیدا کند که: «ما نیازی به فکر کردن نداریم؛ دیدن یک عکس کافی است». برخی توضیح می‌دهند که تلویزیون دگردیسی به ارمغان می‌آورد که بر هسته اصلی انسان خردمند تأثیر می‌گذارد. این ابزار صرفاً برای ارتباط نیست؛ بلکه ابزاری انسان‌شناسی است که نوع جدیدی از وجود انسان را می‌سازد؛

انسان تصویرگر به جای انسان خردمند که باعث کاهش دانش و انحطاط فرهنگی می‌شود (Slavomír Gálik and Sabína Gáliková Tolnaiová, 2019).

۵۵. تغییر ساختاری دیگر فضای مجازی، تغییر در منبع اطلاعات مبتنی بر شبکه یا «ابرمتن»^۱ است. برای مثال، تصویری از درخت، در گذشته ساختار منظمی از تفکر منطقی و مبتنی بر سلسله‌مراتب، از ذات هستی گرفته تا نشانه‌های پیرامونی آن را نشان می‌داد. اما تفکر غیرسیستماتیک مبتنی بر «ابرمتن»، ناقص و شبکه‌مانند است و آغاز و پایانی ندارد. بنابراین اینترنت، بر اساس ساختار تکنولوژیکی و شبکه‌مانند خود، از هم‌پاشیدگی کد خطی را ترویج می‌کند. اطلاعات مبتنی بر فرامتن، تهدیدی علیه تفکر انتزاعی، خطی و منطقی است و از آن پشتیبانی نخواهد کرد. برخی معتقدند که «بومیان دیجیتال»^۲ به جای تفکر عمیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات بر اساس تفکر انتزاعی، فقط اطلاعات سطحی را در گشت‌وگذار در اینترنت به دست می‌آورند. «بومیان دیجیتال» از یک ساختار منظم و منطقی پیروی نمی‌کنند؛ بلکه آنها به طور تصادفی اینجا و آنجا کلیک می‌کنند و هرگز به یک منبع خوب باز نمی‌گردند. آنها فقط به صورت افقی نگاه می‌کنند (عمیق‌تر نروید). در اینجا می‌توان تفاوت بین اطلاعات چاپی و اطلاعات آنلاین را مشاهده کرد. وقتی به صورت آنلاین می‌خوانیم، خط‌به‌خط را به صورت افقی نمی‌خوانیم؛ بلکه به صورت عمودی در امتداد متن اسلاید می‌کنیم.

یازده. در اینترنت و فضای مجازی دو نوع شناسایی وجود دارد: ۱. ارتباط ذهنی و فیزیکی با فضای مجازی که به ما کمک می‌کند، وارد فضای مجازی شویم؛ ۲.

1. Hypertext.

2. Digital natives.

۳. بومی‌های دیجیتال (بومیان دیجیتال) افرادی هستند که تحت تأثیر همه‌جای اینترنت و سایر فناوری‌های اطلاعاتی مدرن بزرگ شده‌اند. بومیان دیجیتالی متفاوت از افرادی که تحت تأثیر فناوری مدرن قرار نگرفته‌اند، فکر می‌کنند، یاد می‌گیرند و دنیای اطراف خود را درک می‌کنند؛ چرا که از اول با این فناوری بزرگ شده‌اند.

شناسایی با شکل‌گیری هویت ذهنی با توجه به محتوای موجود در فضای مجازی که به‌نوعی یک هویت ذهنی جدید مشترک با سایر افراد به وجود می‌آورد. در حال حاضر، در برخی کشورهای غربی، کارتون‌ها و شخصیت‌های کارتونی بت‌هایی برای نوجوانان هستند. جوانان خود را با این شخصیت‌ها می‌شناسند که بیشتر در لباس‌هایشان ظاهر می‌شود. گاهی این هویت جدید به قدری قوی است که جوانان تمایلی به ترک این ایده‌ها ندارند. همه چیز به میزان و تجلی چنین شناسایی بستگی دارد که در موارد زیادی باعث بیگانگی (از خود بیگانگی) و طرد هویت اصلی یا اعتیاد به رسانه و محتوای آن می‌شود که وضعیتی منفی و ویرانگرِ هویت و فرهنگ اصیل است. پس می‌توان گفت فضای مجازی نوعی «سایبرفرهنگ» ایجاد می‌کند که با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، با دسترسی به دنیای مجازی، با انتشار ایده‌های مشترک ایجاد می‌شود. برخی هسته «سایبرفرهنگ» را تجسم یک امر جدید می‌دانند که به‌وسیله پیام‌های به‌هم‌پیوسته در میان جوامع مجازی ساخته و بسط می‌یابد که تجدید مداوم معانی و عملکرد یک هوش جمعی و مشترک را ایجاد و تحریک می‌کند که با تغییر ساختار تفکر، باعث دگرگونی در هویت و فرهنگ اصیل جوامع می‌شود.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال بررسی چگونگی مواجهه انقلاب اسلامی در مقام اندیشه سیاسی - دینی، با هویت و فرهنگ در فضای مجازی بود که در آن، بروز و ظهور هویت و فرهنگ سکولاری غالب است. این فضا به طور کامل، باز، آزاد و انتخاب‌گرایانه است و به طور هم‌زمان، قابلیت همکاری، مقیاس‌پذیری و توسعه‌پذیری را داراست. این فضا می‌تواند فراهم‌کننده بستر گفت‌وگوی مدنی مبتنی بر تبادل آزاد اطلاعات، گفت‌وگو، رشد اجتماعی، فکری، فرهنگی، و توسعه عدالت اجتماعی باشد. روش پژوهش با استفاده از ادبیات و چارچوب ترکیبی مبتنی بر سه نظریه و جوه تولید به واسطه دگرگونی اساسی در تکنولوژی، الگوی زمان-مکان (دگرگونی در زمان و مکان) و الگوی زبان (دگرگونی در زبان) است. سؤال اصلی پژوهش عبارت بود از اینکه: مواجهه انقلاب اسلامی در مقام اندیشه سیاسی - دینی، با هویت و فرهنگ در فضای مجازی چگونه است؟ با در نظر گرفتن چارچوب نظری، انقلاب اسلامی با دارا بودن تمامی مؤلفه‌های هویتی نظیر عوامل جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی و تربیتی، به‌عنوان «سوژه فعال» در فضای مجازی مطرح است که دارای «هویت و فرهنگ» اسلامی و ملی است؛ به این معنا که در ظرف مکانی خاص «کشور ایران» با هویت تاریخی، فرهنگی، سیاسی و... وجود دارد و در موقعیت زمانی نیز قرار گرفته است؛ به این معنا که دارای گذشته تاریخی بوده است یا می‌توان گفت که در گذشته بوده و دارای «خود تاریخی» است. در حال موجود است و نسبت به آینده حواله تاریخی دارد (رو به آینده در حرکت است). پس انقلاب اسلامی در بستر زمان و مکان جاری است. از سویی، گفتمان انقلاب اسلامی تلاش کرده است که: ۱. ارتباط، هماهنگی و مقاومت هم‌زمان هویت و فرهنگ اسلامی با دنیای متجدد را برقرار سازد. ۲. سبک زندگی اسلامی (فردی و اجتماعی) در هر دو بعد واقعی و فضای مجازی را تقویت کند. ۳. در برابر فرهنگ غربی و سکولاریزاسیون جهانی (در ابعاد مختلف فرهنگی) مقاومت کند. با توجه به مباحث پیش‌گفته و با سیر

چارچوب‌مند این پژوهش، این نتیجه حاصل شد که در مواجهه انقلاب اسلامی با فضای مجازی، ما (به‌عنوان انقلاب اسلامی) باید به ابعاد پیچیده و لایه‌های عمیق‌تر این مواجهه توجه داشته باشیم؛ خودآگاهی در این باره که در سطح جامعه اسلامی و به‌ویژه در سطح مواجهه جوانان با فضای مجازی، ساختار تفکر الگویی در حال دگرگونی است. همان‌طور که چارچوب نظری بحث بیان شد، به لحاظ اینکه فضای مجازی نوعی فناوری است که از اساس جدید است، باعث تغییر در ساختار تفکر (زمان، مکان و زبان) می‌شود؛ به‌نحوی که هویت و فرهنگ اصیل و سنتی جوامع و به‌ویژه جامعه ایران و انقلاب اسلامی را با تهدید و چالش مواجه می‌کند. چگونگی این دگرگونی به این شکل است که فضای مجازی ساختار الگویی و خطی تفکر را که به‌صورت تحلیلی و عمیق صورت می‌گیرد، به‌صورت تفکر تصویری غیرمتمرکز، ساده و سطحی درمی‌آورد؛ به لحاظ اینکه اینترنت از یک زبان تکنولوژیک استفاده می‌کند و ما باید در ارتباطات خود با این زبان سازگار شویم؛ سازگاری با زبان جدیدی که بروز و ظهور آن «فرهنگ و تمدن غربی» با هویت و فرهنگ خاص خودش است که هم دارای لایه ظاهری فرهنگ و هم دارای لایه باطنی فرهنگ غرب در فضای مجازی مشهود است. این به این معناست که «ما» به‌عنوان هویت، تحت تأثیر زبان جدید و به‌واسطه آن تحت تأثیر فرهنگ و هویت غربی می‌شویم. بنابراین، زبان هویتی ما و بیشتر جوانان، به یک زبان تکنولوژیک در حال تغییر است. علاوه بر این، سرعت (زمان) و حجم اطلاعات، تفکر ما را تغییر می‌دهد. تغییر تفکر با زبان تکنولوژیک جدید بدین شکل است که فضای مجازی محتوا را به‌صورت ناپیوسته ارائه می‌دهد. تفکر ما به یک الگوی پیوسته و ادامه‌دار که محتوا و اطلاعات را به‌صورت یک الگوی خطی و سلسله‌مراتبی درک می‌کند و محتوا از یک نقطه شروع می‌شود و همراه با درک و آگاهی تدریجی است؛ درحالی‌که فضای مجازی محتوا و اطلاعات را به‌صورت ناپیوسته و غیرادامه‌دار، لحظه‌ای و فرّار، به‌صورت چرخش

پنکه‌ای ارائه می‌دهد؛ به‌خاطر اینکه محتوا به‌صورت ناپیوسته و حجیم و غیرمتمرکز ارائه می‌شود. کاربرد (سوژه فعال در فضای مجازی) نیازمند و هرچه بیشتر به دنبال محتوای ساده می‌گردد؛ چرا که در یک زمان کم، حجم زیادی از اطلاعات از ذهن عبور می‌کند که ذهن قادر به تجزیه و تحلیل آن نیست و خسته می‌شود و مجبور به ساده کردن مطالب می‌شود. ناپیوستگی و سادگی محتوا منجر به سطحی شدن محتوا و نرفتن به عمق مسائل می‌شود. چالش هویتی و فرهنگی (به لحاظ تغییر در ساختار تفکر) در نسل‌های جوان، در عدم علاقه به تاریخ و نیز عدم علاقه به آینده دیده می‌شود. عدم علاقه به تاریخ، یعنی زمان گذشته و عدم داشتن برنامه برای آینده و فقط دچار زندگی حال شدن که منجر به حذف هویت و فرهنگ اصیل و سنتی کاربرد می‌شود؛ چرا که این افراد زندگی خود را بیشتر و بیشتر در چت روم‌ها، فیس بوک و اشتراک‌گذاری عکس‌ها، فیلم‌ها و سایر تجربیات مشابه می‌گذرانند. در چنین فضای اجتماعی، اطلاعات در مورد گذشته (هویت و فرهنگ) و همچنین آینده، در مورد برنامه‌ها یا چشم‌اندازها، بسیار مخرب خواهد بود. مواجهه انقلاب اسلامی با فضای مجازی می‌تواند فرصت‌ها و چالش‌هایی را دربر داشته باشد که عبارت‌اند از:

الف. چالش‌های فضای مجازی:

۱. نگاه صرف ابزاری به فضای مجازی و تلاش برای کنترل فضای مجازی از بالا به پایین و یا اعتقاد نداشتن به فضای تعاملی که نشئت گرفته از نگاه سطحی به فضای مجازی است؛
۲. شیفتگی غیرعقلانه به فضای مجازی و تضعیف یا نادیده‌انگاری فضای واقعی و حقیقی و نادیده‌انگاری همبستگی و کارکردها و پتانسیل‌های اجتماعی؛
۳. تشدید از خودبیگانگی و تهدید هویت دینی، ملی و محلی و بی‌تفاوتی و فراموشی هویت تاریخی؛
۴. تهدید شدن فرهنگ در ابعاد ظاهری (بعد آجکتیو) و ابعاد باطنی فرهنگ (بعد

ساجکتیو) و بی‌تفاوتی به گذشته و آینده؛

۵. ناهمسانی و تفاوت‌های فرهنگی و هویتی در مقابل شمولیت فرهنگ و هویت

غالب سرمایه‌داری غربی و غلبه مظاهر تمدنی و فرهنگی غرب؛

۶. سطحی شدن تفکر و تحلیل اطلاعات و غلبه تفکر تصویری به واسطه‌های

هایپرتکست (ابرمتن).

ب. مزیت‌ها و فرصت‌های فضای مجازی:

۱. قابلیت دسترسی سریع (در دسترس بودن اطلاعات) به اطلاعات و داده‌ها از

نظر کمی (دقت شود که گزینش و انتخاب اطلاعات هم مهم است) و قابلیت

مشارکت و از سویی، این فضا کاملاً باز، آزاد و انتخاب‌گرانه است؛

۲. اعتماد نسبی میان کنش‌گران و جرئت و جسارت بیان نظرات گوناگون

(هویت‌های گوناگون) و شکل‌گیری گفتگو و تعامل مثبت؛

۳. فراقلمروی بودن (همه‌جانبه بودن) فضای آزاد و نبود محدودیت در بازگویی

ضعف‌ها و چالش‌ها؛

۴. وجود فرهنگ‌های سیاسی متفاوت در برابر فرهنگ و هویت غالب غربی و

امکان تغییر رابطه هویتی و امکان مقاومت در برابر هویت و فرهنگ غالب غرب؛

۵. فضای مجازی فرصتی برای جهانی شدن و دیده شدن هویت‌های محلی است.

در یافته تحقیق می‌توان گفت که انقلاب اسلامی، در مواجهه با فضای مجازی و

فناوری‌های ارتباطی:

۱. ابتدا نیازمند شناخت قلمرو، قواعد و محیط سیال و متکثر فضای مجازی

است. فعالیت در عین خودآگاهی به وضعیت جهان اسلام، انقلاب اسلامی و دنیای

مدرن است.

۲. آشنایی با زبان مشترک برای ارتباط.

۳. چگونگی مشارکت و عرضه انواع پیام‌ها به مخاطبان.

۴. فرهنگ و هویت دینی نیازمند تقویت وضعیت علمی و بها دادن و تقویت

فضای نقد و گفتگو و احترام به آن و حتی آشنا شدن با این فضا است.

۵. توجه به افیون‌گری فضای مجازی (حالت مخدرگونه که مانع فعالیت و نشاط عینی و عملی شود) و گرفتار نشدن در فضای مجازی و ذهنی و نیز تقویت جنبه‌های اجتماعی زندگی واقعی و تقویت جنبه‌های اجتماعی سبک زندگی اسلامی بر تعامل و جمع‌گرایی در فضای واقعی تأکید دارد، تا فردگرایی افیونی تولیدشده فضای مجازی. به عبارت دیگر، فضای مجازی بخشی از زندگی ماست و همه آن نیست.

۶. فرهنگ استفاده از فضای مجازی و نحوه استفاده از آن در سطح فرهنگ اجتماعی مردم باید شکل گرفته و تقویت شده و به‌صورت دقیق مورد مطالعه قرار گرفته و ادبیات و شیوه‌های استفاده از فضای مجازی در گروه‌های سنی و در کتاب‌های درسی گنجانده، آموزش و فرهنگ‌سازی شود.

در نهایت، تحلیل تغییرات مثبت و منفی ارتباطات در فضای مجازی به‌ویژه تأثیرات آن بر هویت و فرهنگ، نشان می‌دهد که ما به آموزش رسانه‌ای نیاز داریم و از سویی، در برابر فضای مجازی باید دارای تفکر انتقادی باشیم. این می‌تواند کمک کند که در مواجهه با فضای مجازی و رسانه‌ها، دارای آگاهی و سواد رسانه‌ای باشیم. اطلاعات را به‌درستی تجزیه و تحلیل کنیم، مستقل فکر کنیم و خودمان را از کلیشه‌ها رها کنیم. فناوری‌های ارتباطی جدید علاوه بر اینکه بر ذهنیت و تفکر ما (از نظر هویتی و فرهنگی) تأثیر می‌گذارند، بر بدن فیزیکی ما نیز تأثیر می‌گذارند. حال بحث این است که فضای مجازی و رسانه‌ها، چقدر برای دیده شدن، تبلیغ، دانش و استفاده ابزاری و یک‌طرفه ما کافی است و چقدر تحت تأثیر و دیکته شدن و کنترل شدن از سوی این فضا هستیم و درعین حال از آن بی‌خبریم. ما نیازمند خودآگاهی در مورد آبشخور و منبع این فضا و درعین حال مفتون نشدن و تحت نفوذ قرار نگرفتن در این فضا هستیم.

فهرست منابع

۱. انوری، حسن (۱۳۸۱). *فرهنگ بزرگ سخن*، تهران، انتشارات سخن.
۲. مارشال، گوردون (۱۳۸۸). *فرهنگ جامعه‌شناسی (آکسفورد)*، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران، نشر میزان.
۳. اخگری، محمد (تیر ۱۳۸۸). «هویت انسانی در رسانه‌های مجازی»، ماهنامه *اطلاعات حکمت و معرفت*، ۱۳۸۸ شماره ۴ (پیاپی ۴۰)، ص ۲۸-۳۱.
۴. افتخاری، اصغر (۱۳۹۱). *الگوی جنگ روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران*، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۵. نیکی کدی (۱۳۶۹). *ریشه‌های انقلاب ایران*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران، انتشارات قلم.
۶. معدل، منصور (۱۳۸۲). *طبقه، سیاست و ایدئولوژی در انقلاب ایران*، ترجمه محمدسالار کسرابی، تهران، انتشارات باز.
۷. عنایت، حمید (۱۳۷۷). «انقلاب اسلامی، مذهب در قالب ایدئولوژی سیاسی»، ترجمه امیر سعید الهی، مجله *اطلاعات سیاسی، اجتماعی*، ۱۳۷۷ شماره ۱۳۷-۱۳۸.
۸. حقی، محمد (۱۳۹۵). *فلسفه انقلاب اسلامی*، قم: مرکز ترجمه و نشر المصطفی.
۹. گوردن گرام (۱۳۹۳). *جستاری فلسفی در ماهیت اینترنت*، ترجمه محمدرضا امین ناصری، تهران، انتشارات کویر.
۱۰. ریچارد پایکین و آروم استرول (۱۳۷۷). *کلیات فلسفه*، ترجمه کریم مجتبی، تهران، حکمت.
۱۱. خسروپناه، *جریان‌شناسی فکری ایران معاصر* قم: موسسه فرهنگی حکمت نوین، ۱۳۸۸.
۱۲. غفاری، ابوالحسن (۱۳۸۱). «زمان و مکان در معرفت‌شناسی کانت و هگل»، *معرفت*، ۱۳۸۱ شماره ۶۱، ص ۴۵-۴۹.
۱۳. فان کوانگ. تیه (۱۳۸۱). *مفهوم فلسفه نزد ویتگنشتاین*، ترجمه کامران قره‌گزلی تهران، مرکز.
۱۴. ویتگنشتاین لودویک (۱۳۸۶). *رساله منطقی فلسفی*، ترجمه میرشمس‌الدین ادیب سلطانی، تهران، امیرکبیر.
۱۵. ویتگنشتاین، لودویک (۱۳۸۰). *پژوهش‌های فلسفی*، ترجمه فریدون فاطمی، تهران، مرکز.
۱۶. الطایی، علی (۱۳۷۸). *بحران هویت قومی در ایران*، تهران، نشر شادگان.
۱۷. فرهادی، محمد (تابستان ۱۳۹۲). «زبان، عمل و سوژگی»، فصلنامه *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، سال دوم شماره هفتم، ص ۷-۴۶.

1976. "Iceberg Exercise." 1.2.1 - The Iceberg, University of the Pacific, [www 2.pacific. edu/sis/culture/pub /1.1.1_ activity_ the_iceberg.htm](http://www2.pacific.edu/sis/culture/pub/1.1.1_activity_the_iceberg.htm).
19. . Hall ,Edward T , *Cultural Iceberg Model.*" The Constant Foreigner, 2010.
20. Hall, E. T, (1976). *Beyond Culture*. Retrived from from the folks at www.constantforeigner.com
21. Hall, Edward T.(Edward Twitchell), *Beyond culture*, Garden City, N.Y: Anchor Press ,1976, p(256
22. . Theda Skocpol, "*Rentier state and Shi'a Islam in the Iranian Revolution*", *Theory and Society*, Published: May 1982, (p,p 265–283)
23. . Slavomír Gálik and Sabína Gáliková Tolnaiová, *Cyberspace as a New Existential Dimension of Man*, Submitted: April 23rd 2019 Reviewed: June 19th 2019 Published: July 25th 2019, DOI: 10.5772/intechopen.8815:ایت_____ه از س_____برگرفته
<https://www.intechopen.com/chapters/68281>
24. What Distinguishes Cyberspace, the Internet, and the World Wide Web ?
<https://electricalacademia.com/tech-articles/distinguishes-cyberspace-internet-world-wide-web/>
25. Christopher Helland, *Virtual Religion: A Case Study of Virtual Tibet* Subject: Religion, Religion and, Science, New Religions, Buddhism Online Publication Date: Feb 2015 DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199935420.013.43 در آدرس ([https://www.oxfordhandbooks.com /9780199935420.013.43](https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935420.001.0001/oxfordhb-9780199935420-e-43))
[https://www.oxfordhandbooks.com /view/10.1093/oxfordhb/9780199935420.001.0001/oxfordhb-9780199935420-e-43](https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935420.001.0001/oxfordhb-9780199935420-e-43)
26. Heidegger, Martin (1982). *On the Way to Language*, Trans by Peter D. Hertz. New York: Perennial Library.
27. <https://chuckslamp.com/index.php/2009/04/11/non-linearthinking>.
28. <https://www.atna.ir/fa/news/> در عنوان: اسماعیل قدیمی، نقش فضای مجازی در توسعه عدالت اجتماعی
29. Adam Possamai, Bryan S. Turner, the new territories of religious communication, Religion and Society Research Centre, p7 bryanturner@yahoo.com.sg
- Lorne L. Dawson, *Cyberspace and Religious Life: Conceptualizing the Concerns and Consequences*, A paper, presented, at The 2001 Conference, in London. <https://www.cesnur.org/2001/london2001/dawson.htm>

