

فضای مجازی و تحول دین داری

محمدهادی مدنی^۱

محسن معارفی^۲

چکیده

فضای مجازی به عنوان «رسانه الکترونیکی که از طریق آن اطلاعات ایجاد، انتقال، دریافت، ذخیره، پردازش و حذف می‌شود»، زندگی بسیاری را در زمینه‌های مختلف، از روابط اجتماعی گرفته تا اقتصاد، سرگرمی و آموزش، شکل می‌دهد و با توجه به نیازهای متغیر افراد، کارکردهای مختلف به خود می‌گیرد. امروز فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به لحاظ تأثیرگذاری، از چارچوب‌های مجازی فراتر رفته و بر جهان فیزیکی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد. فضای مجازی با تغییر فرهنگ و اجزای آن در عصر دیجیتال، اشکال فرهنگی جدیدی را ایجاد می‌کند. دین داری نیز که یکی از اجزای مهم تحلیلات فرهنگی و اجتماعی است، در این فرایند تحت تأثیر قرار می‌گیرد. مقاله حاضر با توجه به این واقعیت، به منظور شناسایی دامنه و ابعاد تأثیرگذاری فضای مجازی بر دین داری (هدف)، مسئله نقش و تأثیر فضای مجازی در تحول دین داری را مورد پرسش قرار داده (پرسش) و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و رهیافت هایدری و بودریاری (روش) دگرگون شدن برداشت از حقیقت و امر قدسی، هویت دینی، مرجعیت دینی، مفهوم عفت و مصرفی شدن امر دینی را به عنوان مؤلفه‌های دین داری که تحت تأثیر فضای مجازی تحول یافته‌اند، معرفی کرده (فرضیه) و به نتیجه سکولار بودن بالذات فضای مجازی دست یافته است (یافته).

واژگان کلیدی: فضای مجازی، دین، دین داری، تحول، امر قدسی، هویت دینی،

مرجعیت دینی، عفت، مصرفی شدن.

۱. پژوهشگر همکار پژوهشگاه بین المللی المصطفی (نویسنده مسئول). mhadimadani@yahoo.com

۲. هیئت علمی جامعه المصطفی و رئیس پژوهشکده علوم انسانی. mohsen.nodehi@gmail.com

مقدمه

توسعه در فرصت‌های تکنولوژیکی و بازتاب تحولی که بسته به این پیشرفت در افراد و جوامع ایجاد شد، سریع و مؤثر بوده است. با انقلاب صنعتی تغییری که آغاز شد، به طور فزاینده‌ای ادامه داشته و در قرن بیستم به ابعادی رسیده است که از کل تاریخ بشریت فراتر می‌رود. این تغییر با کشف اینترنت و استفاده از آن در تمام لایه‌های جامعه در ربع آخر قرن، به بعد دیگری نیز رسیده و امروزه عادات و به طور کامل زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها را تغییر داده است. (Haberli, 2014: 237) اینترنت به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه فضای مجازی، یک شبکه کامپیوتری است که برای اولین بار در ایالات متحده در اواخر دهه ۱۹۶۰ به وسیله آژانس پروژه تحقیقاتی پیشرفته دفاع^۱ برای اتصال سیستم‌های کامپیوتری در نقاط مختلف ایجاد شد و بعداً از سوی نهادهای غیرنظامی مورد استفاده قرار گرفت و امروزه فراتر از ابزار رسانه‌های جمعی، به بخشی از زندگی روزمره تبدیل شده است. این وضعیت باعث شده است که بسیاری از دانشگاهیان علوم اجتماعی، اینترنت را به‌عنوان رسانه‌ای بدانند که باید به طور عمیق در مورد آن تحقیق شود. به همین دلیل، بسیاری از رویدادها و پدیده‌های اجتماعی در چارچوب ارتباط خود با اینترنت مورد بحث قرار می‌گیرد. امروزه اینترنت علاوه بر اینکه یک رسانه جمعی است، از نظر ادیان و تبلیغات دینی از جایگاه بسیار مهمی برخوردار شده است. (Candemir, 2019: 159)

گسترش جهانی اینترنت، به‌ویژه پس از دهه ۱۹۹۰ و فرصت‌های ارتباطی آنلاین ارائه شده به وسیله شبکه‌های کامپیوتری، افراد را به برقراری ارتباط با محیط واقعیت مجازی سوق داده است. «رسانه‌های اجتماعی»، شبکه‌ای که پیام‌های ایجاد شده با سیستم‌های دیجیتالی در آن گردش می‌کنند، یکی از این محیط‌های مجازی است. در دنیای امروز، شبکه‌های ارتباطی جدیدی که به علت توسعه فناوری شکل گرفته

است، با بر هم زدن نظم واقعیت و انتقال شکل بازتولید شده آن به جامعه، باعث ایجاد یک واقعیت روزانه جدید می‌شوند. (Timur, 2018: 75)

البته آشنایی بشریت با فضای مجازی ابتدا از طریق اینترنت نبوده؛ بلکه به وسیله سینما صورت گرفته است. با کشف ماشین سینما در دهه ۱۸۹۰، دنیای مجازی وارد زندگی بشر شده و سینما به مرکز مهم جاذبه تبدیل شده است. در آن زمان، تماس افراد با دنیای مجازی فقط یک بار در هفته بود. پس از عصر سینما، گسترش دامنه فضای مجازی با تأثیر تلویزیون بر زندگی بشر و آغاز عصر تلویزیون صورت گرفته است. از این به بعد، فیلم‌ها و اخبار روزانه تماشا و دنبال می‌شوند. با ورود تلویزیون به زندگی بشر که دومین تماس بزرگ جوامع با دنیای مجازی است، در زندگی انسان، زمان صرف شده در مقابل صفحه نمایش، از ۲ ساعت در هفته به حدود ۴ ساعت در روز افزایش یافته است. سومین مرحله مجازی با عصر اینترنت آغاز شده و علاقه بشریت به فناوری و ماشین‌آلات افزایش یافته است. علاوه بر تماشای تلویزیون به طور متوسط ۴ ساعت در روز، انسان به طور متوسط ۲ ساعت در روز وقت خود را در اینترنت صرف کرده است. تلفن‌های همراه، به عنوان چهارمین مرحله تماس با فضای مجازی، همه چیز را تغییر داده و زمان صرف شده در مقابل صفحه نمایش نسبت به گذشته چندین برابر شده است. (Merter, 2013: 506-508)

فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی که جای خود را در زندگی روزمره باز کرده‌اند، زندگی بسیاری را در زمینه‌های مختلف، از روابط اجتماعی گرفته تا اقتصاد، سرگرمی و آموزش، شکل می‌دهند و با توجه به نیازهای متغیر افراد، کارکردهای مختلف به خود می‌گیرند. به موازات این تحولات، نمی‌توان گفت که افراد، جوامع و دولت‌ها مستقل از تأثیرات فضا و رسانه‌های اجتماعی در جهان امروز هستند. امروز فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به لحاظ تأثیرگذاری از چارچوب‌های مجازی فراتر رفته و بر جهان فیزیکی و اجتماعی تأثیر می‌گذارند. (Metin ve Karakaya, 2017: 110) پیشرفت در فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به تغییر بزرگی در درک زمان و

مکان شده است. این فضای جدید که در آن دامنه فضای مجازی در حال افزایش است، نشان می‌دهد که دنیای آشنا و گذشته تغییر کرده است. اثرات تارکننده تمایزهای فیزیکی/غیر فیزیکی، طبیعی/داستانی و واقعی/مجازی بر ذهن و جامعه انسان باید ارزیابی شود. دنیای مجازی، هرچند نامحسوس است، اما اکنون در فرهنگ حاکم جهانی اهمیت یافته و تعیین‌کننده شده است. (Geraci, 2010: 72)

در این میان یکی از عرصه‌هایی که فضای مجازی بر آن تأثیر گذاشته، بی‌شک دین‌داری بوده است. این یک واقعیت شناخته‌شده است که فضای مجازی با تغییر فرهنگ و اجزای آن در عصر دیجیتال، اشکال فرهنگی جدیدی را ایجاد می‌کند. نحوه تعامل پدیده دین که یکی از اجزای مهم تجلیات فرهنگی است و نقش فعالی در زندگی بسیاری از مردم ایفا می‌کند، با فضای مجازی به طور کلی در گذشته در مطالعات علوم اجتماعی نادیده گرفته شده است. با این حال، از سی سال گذشته، دانشمندی که در زمینه فناوری دیجیتال و اینترنت تحقیق می‌کنند، علاقه فزاینده‌ای به نقاط تلاقی و تعامل فضای مجازی و این فناوری‌ها با جامعه، فرهنگ و دین نشان داده‌اند. (Haberli, 2019: 309) با ورود متدینین به فضای مجازی و ایجاد ارتباط بین دین و فضای مجازی، از یک سو متدینین به استفاده ابزاری از فضای مجازی روی آورده‌اند و از سوی دیگر روند تأثیرپذیری دین‌داری از ساختار منحصربه‌فرد و ماهیت فضای مجازی آغاز شده است. در این حوزه پیش از هر چیز دیگر، نحوه و ابعاد تأثیرپذیری فهم حقیقت دینی به منزله امر قدسی، معرفت دینی، هویت دینی و مرجعیت دینی به‌عنوان برخی مولفه‌های مهم دین‌داری از فضای مجازی و همچنین عمق تحول رفتار متدینین در مواجهه با فرهنگ مصرفی حاکم بر فضای مجازی مورد پرسش قرار گرفته است. مقاله حاضر نیز می‌کوشد با استفاده از دیدگاه‌های مارتین هایدگر و ژان بودریار در مورد تکنولوژی و رسانه، به پرسش فوق پاسخی بدهد.

رابطه و تعامل فضای مجازی و دین/دین‌داری

از ابتدایی‌ترین وسایل ارتباطی (نقاشی‌های غار، مجسمه‌های مصر باستان، کاغذ

پایروس) گرفته تا چاپخانه، رسانه‌های الکترونیکی و فناوری‌های ارتباطی مجازی و دیجیتال امروزی، تقریباً همه آنها به‌عنوان ابزاری برای انتقال اندیشه، اعتقاد و دانش دینی به جوامع دیگر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این زمینه، مشخص است که قبل از ظهور ابزارهای ارتباطی مدرن، اطلاعات و متون مقدس فقط به‌صورت شفاهی یا از طریق کتاب‌ها، که عنصر مهمی از فرهنگ نوشتاری هستند، منتقل و حفظ می‌شدند. در عصر دیجیتال مشاهده می‌شود که بخش قابل توجهی از ادبیات مذهبی که از طریق فرهنگ شفاهی یا مکتوب منتقل می‌شد، به محیط دیجیتال و فضای مجازی منتقل و توزیع می‌گردد. وب سایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی، انجمن‌ها و درایوهای ذخیره‌سازی ابری حاوی میلیون‌ها سند مذهبی هستند که برای همه قابل دسترسی است. علاوه بر این، برنامه‌هایی مانند تفسیر متون مقدس، قرآن، حدیث، تفسیر، ترجمه، تعلیم و مشابه آنها در گوگل پلی استور^۱، اپل استور^۲ و سیستم عامل‌های مشابه، دسترسی کاربران به اطلاعات دینی را بسیار آسان کرده است. (Ibid)

آشنایی ادیان با اینترنت، درست پس از استفاده آن از سوی برخی دانشگاه‌ها صورت گرفت. اتاق‌های گفتگو، انجمن‌ها و فهرست‌های دسته‌بندی شده که از سوی وب سایت‌ها به کاربران ارائه می‌شود، اولین هسته انتقال دین به محیط اینترنت را تشکیل داد. اولین سایت‌هایی با مضمون دینی که در وب ظاهر شدند، عمدتاً هدفشان اطلاع‌رسانی به بازدیدکنندگان بود. این سایت‌ها که حاوی اطلاعاتی در مورد موضوعاتی مانند دین، تاریخ و اخلاق بوده‌اند، به افراد سراسر جهان این امکان را داده‌اند که از طریق وب به تبادل ایده بپردازند. در این صفحات، کاربران شروع به چت و تعامل با یکدیگر بر اساس افکار، دیدگاه‌ها و عملکردهای مذهبی خود کردند. از آنجا که این تعامل مشمول محدودیت‌هایی مانند اثبات و کنترل نبوده، برای کاربران جذاب شده و در مدت کوتاهی به‌صورت موجی گسترش یافته‌اند. این تعاملات و

1. Google Playstore.
2. Applestore.

اشتراک‌ها نه تنها شامل ایده‌های آماتور و فردی بوده‌اند، بلکه در دوره‌های بعدی، به صورت نهادی با گروه‌ها و مدیرانی که به وسیله افراد برجسته ادیان تعیین شده‌اند، شروع به کار کردند. (Candemir, 2019: 159-160)

امروز افراد می‌توانند در محیط‌های مجازی، جایی که مرزهای خود را به دور از نگرانی‌های اجتماعی و به گونه‌ای نامرئی تعیین می‌کنند، راحت‌تر روابط ایجاد کنند و می‌توانند از این طریق تنهایی را که در زندگی واقعی با آن روبه‌رو هستند، کاهش دهند. (Morahanand and Schumacher, 2003: 659) صرف‌نظر از مذهب، زبان یا نژاد، بسیاری از اعضای ادیان و افکار از طریق رسانه‌های اجتماعی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی فرصتی برای تعامل نامحدود فراهم می‌کنند و کاربران از این طریق باورهای خود را به اشتراک می‌گذارند. بسیاری از اعتقادات، از الحاد گرفته تا دئیسم و آگنوستیسیسم، از مدارای دینی گرفته تا جنبش‌های مذهبی رادیکال، در این بستر مجازی نمایان می‌شوند. اجتناب‌ناپذیر است که باورهای متفاوت یا حتی متضاد با یکدیگر ملاقات نکنند. در این زمینه، دین دیجیتال جامعه واقعی و در نتیجه دین سنتی را بازتولید می‌کند. (Gezginci ve Işıklı, 2018: 115)

در این میان دانشمندان ارتباطات، جامعه‌شناسان و جامعه‌شناسان دین، تعامل دین و ادیان با فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال را در چندین جنبه طبقه‌بندی و تعریف کرده‌اند. در فرآیند تعامل با محتوای دینی از اواسط دهه ۱۹۹۰ تا اوایل سال ۲۰۰۰، مفهوم «دین مجازی» به طور گسترده‌ای برای بیان پدیده مورد نظر (دین سایبری/دین مجازی) مورد استفاده قرار گرفته است. از این مفهوم برای بیان شکل جدید تعامل که بیانگر مواجهه دین و فناوری‌های رایانه‌ای و انتقال زندگی دینی و معنوی مردم به دنیای مجازی بوده، استفاده شده است. پس از دهه اول ۲۰۰۰، با افزایش سطح تعامل در محیط اینترنت، مفهوم «آنلاین دینی»^۱ به وجود آمد که بیانگر استفاده دین/ادیان از

اینترنت به‌عنوان ابزار ارتباطی بوده است. همچنین مفهومی در قالب «دین آنلاین»^۱ پدید آمد که بیانگر استفاده دین/ادیان از اینترنت و رسانه‌های جدید به‌عنوان یک فضای تعاملی است. تحولات فناوری مربوط به فضای مجازی و تنوع، عملکرد و تعامل محیط‌های رسانه‌ای جدید با دین، تعاریف و مفهوم‌سازی‌های جدیدی مطابق با روح زمانه را ایجاد کرده است. در این مرحله، مشاهده می‌شود که مفهوم «دین مجازی» در سال‌های اخیر به‌طور گسترده‌تری برای بیان اعمال دینی آنلاین مورد استفاده قرار گرفته است. مفهوم دین مجازی برای بیان پدیده ظهور دین از طریق رسانه‌ها، فضای مجازی و فرهنگ دیجیتال به کار می‌رود. این تعریف نه تنها به درک دینی که به‌صورت آنلاین تبیین و اجرا می‌شود، اشاره دارد؛ بلکه به چگونگی شکل‌دهی رسانه‌ها و فضای مجازی به اعمال دینی نیز اشاره دارد. (Haberli, 2019: 309-310)

این واقعیت که فضای مجازی و اینترنت دارای شبکه‌ای سریع و ویژگی تعاملی است، فضای بسیار بیشتری را نسبت به ابزارهای سنتی ارتباطی برای ادیان و دین‌داران باز کرده است. بنابراین، جوامع و تشکلات دینی از نظر معرفی نظام‌های اعتقادی و آیین‌های مذهبی خود به دیگران، از قدرت قابل توجهی برخوردار شده‌اند. با این حال، فضای مجازی و اینترنت علاوه بر اینکه وسیله‌ای برای تبلیغ است، به نیروی محرکه خود باعث تغییر و تحولاتی در دین و دین‌داری نیز شده است. ظهور آیین‌های مجازی جدید ادیان با هزاران سال سابقه را می‌توان تنها به‌عنوان یکی از این تغییرات نشان داد. (Candemir, 2019: 159)

به عبارت دیگر بعد از ارتباط متدینین با فضای مجازی، این بحث مطرح شد که آیا فعالیت در این حوزه در خدمت دین و دین‌داری است یا خیر؟ در واقع پیدایش مفاهیمی که در بالا ذکر شد و معانی‌ای را که این مفاهیم منعکس می‌کنند، می‌توان بازتابی از این بحث دانست. به‌طورکلی می‌توان بیان کرد که در این مورد دو دیدگاه

وجود دارد. دیدگاه اول خود را از طریق مفهوم‌سازی‌های دین آنلاین و آنلاین دینی بیان می‌کند. بر اساس این دیدگاه، فضای مجازی فرصت و ابزاری است که باید برای دین و دین‌داری از آن استفاده کرد. دیدگاه دوم که با مفهوم‌سازی دین مجازی بیان می‌شود، تأکید می‌کند، دینی که از فضای مجازی به‌عنوان ابزار استفاده می‌کند و دین‌داری ناشی از آن، تحت تأثیر ساختار ذاتی و منحصر به فرد این حوزه تغییر و تحول می‌یابد و اصالت خود را از دست می‌دهد. با توجه به فعالیت‌های چندوجهی و گسترده متدینین در فضای مجازی و گسترش اطلاعات دینی از این طریق، مشخص می‌شود که فضای مجازی برای متدینین یک سری کارکردهای ابزاری دارد و دستاوردهای حاصل از این امر را نمی‌توان نادیده گرفت. اگرچه این امری غیرقابل انکار است، اما از این نظر که فضای مجازی به لحاظ کیفی تا چه اندازه به دین و دین‌داران کمک کرده و با ورود دین‌داران به فضای مجازی چقدر این حوزه آنها را متحول نموده، موضوعی است که باید مورد بحث قرار گیرد. به نظر می‌رسد اگرچه فضای مجازی به دین و دین‌داران امکان فعالیت در لایه‌های سطحی، ظاهری و کمی را می‌دهد و خود را به‌عنوان ابزاری برای دین‌داران معرفی می‌کند، اما در لایه‌های عمیق و ریشه‌ای، ماهیت هژمونیک خود را بر آنها تحمیل کرده و دین‌داری را به لحاظ کیفی در جهت منفی متحول می‌سازد. این دیدگاه، که یکی از مفروضات اساسی این مقاله را تشکیل می‌دهد، با تحلیل‌های مارتین هایدگر و ژان بوردیاری در مورد فناوری و رسانه با وضوح بیشتری توضیح داده خواهد شد.

چارچوب مفهومی

اصطلاح «فضای مجازی» هنوز دارای یک تعریف پذیرفته‌شده در سطح جهانی نیست؛ هرچند که گاهی اوقات با مفهوم اینترنت یا دیدگاه یک قلمرو مجازی دیجیتال برابر است. تعاریف متعددی از سازمان‌های قابل توجهی مانند آژانس اطلاعات مرکزی (CIA)، آژانس امنیت ملی (NSA)، اجلاس امنیت سایبری روسیه و آمریکا و غیر آنها ارائه شده است. طبق واژه‌نامه و اصطلاحات نظامی وزارت دفاع ایالات

متحده، فضای مجازی «یک حوزه جهانی در محیط اطلاعات است که شامل شبکه متقابل زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، از جمله اینترنت، شبکه‌های مخابراتی، سیستم‌های رایانه‌ای و پردازنده‌ها و کنترل‌کننده‌های تعبیه‌شده است». از سوی دیگر، اجلاس امنیت سایبری روسیه و آمریکا، فضای مجازی را به‌عنوان «رسانه الکترونیکی که از طریق آن اطلاعات ایجاد، انتقال، دریافت، ذخیره، پردازش و حذف می‌شوند»، توصیف کرده است. بنابراین، هر دو تعریف نشان می‌دهد که فضای مجازی ترکیبی از فناوری‌های اینترنت و مخابراتی است که امکان ضبط، ذخیره، بازیابی و انتقال اطلاعات را فراهم می‌کند. (Mbanaso and Eman S, 2015: 18) به این معنا فضای مجازی بر ابعاد نرم‌افزاری و یا ذهنی و فرهنگی اتکا دارد. فضای مجازی مفهومی است که عنصر فرهنگی نسبت به جنبه‌های دیگر آن دارای اهمیت بیشتر است. (بروجردی علوی و صدیق یزدچی، ۱۳۹۶: ۹۸)

در جایی که فناوری و اطلاعات در مرکز قرار دارند و مورد بحث قرار می‌گیرند، درک حقیقت این دو مفهوم، یک ضرورت است. در این زمینه، چگونگی تأثیر این دو مفهوم بر فرهنگ و دین که عنصری از آن است و چگونگی تحول رابطه انسان با حقیقت، موضوع مهمی است که باید به آن پرداخته شود. طبیعتاً وقتی ماهیت فناوری و فناوری‌های جدید اطلاعات مطرح می‌شود، دو متفکر معاصر به نام‌های مارتین هایدگر و ژان بودریار به ذهن متبادر می‌شوند. تحلیل‌های فلسفی مارتین هایدگر در مورد اندیشه‌ای که فناوری دربر دارد و رویکرد تقلیل‌گرایانه و غیراصیل این نوع تفکر به هستی و اندیشه‌های بودریار در مورد اینکه چگونه فناوری‌های اطلاعاتی جدید واقعیت را پنهان می‌کنند و تصاویری را به‌عنوان واقعیت تولید می‌کنند، در چارچوب مفهوم شبیه‌سازی، امکان و فرصت‌هایی را برای توضیح چگونگی تأثیر فضای مجازی بر دین و دین‌داری ارائه می‌دهند.

هایدگر ماهیت فناوری را با انجام دادن مقایسه‌ای بین نحوه نگرش و اندیشه انسان باستان و انسان مدرن تحلیل می‌کند. به نظر او، اقدامات اساسی انسان‌ها در دوران

باستان، تجربه‌ای بود که آنها به طور مستقیم در آن به همه چیز موجود پاسخ می‌دادند. آنها آشکارا هر چیزی را که خودبه‌خود پیش می‌آمد، دریافت می‌کرده‌اند. این کاملاً متفاوت از نگرشی است که سوژه را در مرکز قرار می‌دهد. انسان امروز با در نظر گرفتن خود به‌عنوان یک سوژه، از طریق علم مدرن، طبیعت را مورد بررسی قرار می‌دهد. اما این تحقیقات با قرار دادن طبیعت در مقابل خود صورت می‌گیرد. در واقع طبیعت دانشمند مدرن، ساخت سوژه است و اجازه نمی‌دهد که اشیا همان‌طور که هستند، وجود داشته باشند. در این مرحله، علم به رشته‌ای تبدیل شده است که باعث می‌شود انسان طبیعت را برای خود بیگانه کند. هایدگر با جبرگرایی تکنولوژیکی مخالف است. او توضیح می‌دهد که ممکن نیست تکنیک بی‌طرف باشد؛ زیرا فرایندهای اقتصادی و ایدئولوژیکی در پشت آن وجود دارد. انسان مدرن به‌وسیله تفکر عقلانی و علمی به دام افتاده است و همیشه واقعیت را از طریق مفاهیم تحمیلی درک می‌کند. (Heidegger, 1977)

از دیدگاه هایدگر، تکنولوژی مدرن نام فرآیندی است که در آن انسان با تقلیل آن به برخی قوانین فیزیکی و معادلات ریاضی و طبقه‌بندی آنها بر اساس معیارهای مختلف، تمام تجربیات خود را در مورد وجود خود معنا می‌کند و از این طریق رؤیای کنترل جهان را در سر می‌پروراند؛ یعنی ماهیت تکنولوژی را ماشین‌ها، سیستم‌ها و افرادی که از آنها استفاده می‌کنند، تشکیل نمی‌دهند. حالت ذهنی که هستی را به‌گونه‌ای خاص طبقه‌بندی می‌کند و آن را به معادلات ریاضی تقلیل می‌دهد، جوهر واقعی تکنولوژی است. (Ibid: 26) البته در این نگرش تمایل به تسلط بر طبیعت، گشایش و آغازی برای سلطه بر انسان است. (Harvey, 1997: 26-27)

بودربار نیز ضررهای ناشی از کاهش وسایل ارتباطی به یک ابزار ساده فنی را به ما یادآوری می‌کند. به نظر او، عدم درک اهمیت این ابزار باعث شده است که اهمیت انقلاب ارتباطات نادیده گرفته شود. درک مجازی به‌عنوان کاملاً امر فنی باعث از بین رفتن اهمیت آن می‌شود. (Baudrillard, 2005) جوامع مدرن در ابتدا فناوری را به‌عنوان

یک توسعه اقتصادی جمعی و یک ابزار مفید می‌دیدند. بنابراین، آنها فناوری را به‌عنوان چیزی که در توسعه روابط انسانی و ارزش‌های انسانی نقش داشت، تعریف کردند. با این حال، در طول زمان، فناوری این ویژگی‌های مربوط به خود را از دست داده یا از آنها دور شده و شبیه پدیده‌ای شده است که کاملاً به نظام مصرفی خدمت می‌کند. مدتی است که تکنولوژی شروع به از بین بردن روابط مردم با یکدیگر و روابط افراد با واقعیت کرده است. فناوری افراد را از واقعیت جدا می‌کند که بودریار آن را «بیگانگی معاصر» می‌نامد. (Baudrillard, 2016: 244)

طبق دیدگاه بودریار، تکنولوژی یک مدت است که هم روابط افراد را با یکدیگر و هم رابطه مردم را با واقعیت از بین می‌برد. با این وضعیت که او آن را بیگانگی معاصر می‌نامد، اکنون افراد از واقعیت جدا شده‌اند. (Metin & Karakaya, 2017: 120) فناوری با از بین بردن واقعیت، عامل مهمی در تسلط علائم و شبیه‌سازی است. تصاویر واقعی به طور سیستماتیک با فناوری ناپدید شده‌اند. ناپدید شدن تصویر، با گذار از فناوری‌های آنالوگ به فناوری‌های دیجیتال تکمیل شده است. (Baudrillard, 2012: 18) قدرت فناوری بر جامعه، عامل تغییرات بزرگی است. مردم با ضرورت استفاده از انواع ابزارهای تکنولوژیکی روبه‌رو می‌شوند. فناوری حس مسحورکننده‌ای از خوش‌بینی را در افراد ایجاد می‌کند و به این ترتیب استفاده از انواع ابزارهای تکنولوژیکی را ملزم می‌کند. بودریار تعظیم در برابر برتری این نظم در دنیای مجازی ایجاد شده به‌وسیله فرایندهای تکنولوژیکی را نوعی برده‌داری می‌داند. (Baudrillard, 2001: 54) دنیای امروز به‌عنوان مکانی است که در آن هویت و آزادی افراد به طور کامل به‌وسیله یک نظم مجازی تعیین می‌شود. همه این عناصر به‌وسیله شبکه‌هایی شبیه به یک دیاسپورای ذهنی اداره می‌شوند. (Baudrillard, 2005: 55)

بودریار برای توضیح این نظم مجازی یک سری مفاهیم کلیدی چون «شبیه‌سازی»، «فوق واقعیت»، «انفجار معنا» و «رویداد داغ سرد» را مورد تأکید قرار

می‌دهد. شبیه‌سازی^۱ بازتولید واقعیت از طریق مدل‌هاست. در شبیه‌سازی‌ها، واقعیت‌ها واقعی‌تر از آن چیزی هستند که هستند. (Baudrillard, 2015: 69) شبیه‌سازی تلاش برای نشان دادن و ارائه چیزی غیر واقعی به‌عنوان واقعی است. (Baudrillard, 2014: 3) فوق واقعیت، از بین رفتن مرز مبهم بین واقعیت و داستان است. (Yumrukuz, 2016: 88) انفجار معنا، مقوله‌ای است که دانش محتوا، ارتباطات و امر اجتماعی را که تولید می‌کند، می‌بلعد و معنا را از بین می‌برد و امر اجتماعی را کاملاً در فقدان اطلاعات قرار می‌دهد. (Ibid: 89) رویداد داغ سرد نیز به نقش ابزارهای ارتباطات جمعی اشاره می‌کند. ابزارهای ارتباطات جمعی، رویدادهای رسانه‌ای داغ را به رویدادهای سرد تبدیل می‌کنند و این رویدادها به امری عادی و به‌وسیله‌ای برای سرگرمی تبدیل می‌شوند. (Ibid)

بودریار معتقد است که واقعیت ناپدید می‌شود. همچنین این نابودی یک نابودی هستی‌شناختی از واقعیت نیست. «نشانه‌ها»، یعنی «چیزها»، جای واقعیت را گرفته‌اند. عواملی نیز وجود دارند که مانع کسب دانش ما از چیزها می‌شوند. درحالی‌که از نظر فوکو این مداخله‌کنندگان عوامل «قدرت» می‌باشند، از نظر بودریار «نیروهای تولید» هستند. (Güzel, 2015: 68) به باور بودریار، گذار به این وضعیت فوق واقعیت جامعه پست مدرن، دارای مراحل خاصی است. نشانه‌ها در فرهنگ بشر در چهار مرحله ایجاد می‌شوند. مرحله اول مربوط به مرحله‌ای است که در آن نشانه‌ها، یعنی کلمات و تصاویر به‌عنوان بازتاب واقعیت توسعه می‌یابند. در مرحله دوم، نشانه‌ها شروع به زیباسازی، بزرگ‌نمایی و حتی تحریف حقیقت می‌کنند؛ اما از آنجا که گسست مطلق از واقعیت وجود ندارد، نشانه‌ها به‌عنوان نماد، بازتاب واقعیت را ادامه می‌دهند. اما با گذراندن فازهای سوم و چهارم، نشانه‌ها و شبیه‌سازی اکنون جای واقعیت را می‌گیرند و در نهایت جامعه‌ای نمادین پدیدار می‌شود. این جامعه یک

جامعه شبیه‌سازی یا تقلیدی است که در آن نمادها و نشانه‌ها هیچ ارتباطی با چیزهای واقعی ندارند و حتی روابط انسانی نیز صرفاً روابط نمادین هستند. دیگر نمی‌توان در مورد یک حقیقت یا واقعیت معرفتی در این جامعه صحبت کرد. (Ibid: 69)

رسانه‌های اجتماعی در این فرایند نقش کلیدی دارند. افراد در رسانه‌های اجتماعی با کد نمایش داده می‌شوند. آنها در رسانه‌های اجتماعی خود را به طور ایده‌آل نشان می‌دهند. افراد شبکه‌های اجتماعی، عاری از نقص هستند. این حالت کمال در اندیشه‌های بودریار به‌عنوان ابرواقعیت‌هایی فاقد نقص بیان می‌شود. از نظر بودریار، واقعیت محض ناقص است؛ اما ابرواقعیت‌ها کامل هستند. (Metin & Karakaya, 2017: 117) بر اساس دیدگاه او، در جوامع غربی، جایی که شبیه‌سازی‌ها جای واقعیت را می‌گیرند، جامعه به معنای تخصصی آن ناپدید و تبخیر می‌شود و «توده‌های خاموش» جای آن را می‌گیرند. در این وضعیت جامعه‌شناسی توده‌ها که «سیاه‌چاله‌ای است که امر اجتماعی در آن ناپدید می‌شود»، ساخته نمی‌شود؛ زیرا توده در مقابل امر جامعه‌شناختی قرار می‌گیرد و اصطلاح توده نمی‌تواند یک مفهوم باشد. (Baudrillard, 2015: 12-13)

روابط توده‌ها با عوامل قدرت، شامل دستکاری توده‌ها به وسیله این عوامل است. توده‌ها بی‌احساس هستند. این بی‌تفاوتی به وسیله عوامل قدرت به آنها اعطا شده است. توده‌ها اجتماعی نیستند و اجتماعی بودن اکنون با توده‌ها ناشناس است. جامعه‌زدایی از توده‌ها به این معنا نیست که آنها دیگر تحت کنترل نیستند. توده‌ها - حتی اگر توده‌های خاموش باشند - با استفاده از رسانه‌های جمعی و همه‌پرسی از طریق آن، مورد نظرسنجی قرار می‌گیرند. رسانه‌های جمعی و همه‌پرسی، یک سیستم شبیه‌سازی در اطلاع‌رسانی عوامل قدرت در مورد آنچه توده‌ها فکر می‌کنند، به حساب می‌آیند. (Ibid: 19-26) در این وضعیت، وظیفه ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی تولید حقیقت است. (Ibid: 65) در نظریه جامعه مصرفی بودریار، این حقیقت در راستای تأمین منافع نیروهای تولیدی ساخته می‌شود. همان‌گونه که اشیای مصرفی تقریباً خدایی شده و در

مراکز خرید ماهیت قدسی پیدا می‌کنند، در رسانه‌های اجتماعی نیز اشیای مصرفی خدایی شده و با ماهیت قدسی به مردم ارائه می‌گردند. گروه‌های خرید در رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات شرکت‌ها دائماً مردم را به خرید چیزی سوق می‌دهند. این سیستم مجازی که در آن حتی سکه‌ها به صورت الکترونیکی ایجاد می‌شوند، یک جهان شبیه‌سازی است. (Metin & Karakaya, 2017: 119)

تحول مؤلفه‌های دین‌داری در فضای مجازی

فضای مجازی و گم شدن حقیقت به منزله ساحت قدس

در آموزه‌های ادیان و فلسفه‌های کلاسیک، ارتباط انسان با حقیقت تنها به شیوه معرفت عقلانی بیان نمی‌شود؛ زیرا در آموزه‌های ادیان و فلسفه‌های کلاسیک از آنجا که اندیشه تعالی به ساحت متعالی هستی مربوط می‌شود، پیوند انسان با حقیقت تنها با استدلال گفتمانی و گزاره‌ای (استدلال از مقدمات تا نتیجه) حاصل نمی‌شود. از آنجا که این امر می‌تواند با تفکری از جمله شهود اتفاق بیفتد، به دگرگونی یا کمال روحی یا معنوی انسان نیز نیاز دارد. (Küçükalp, 2021: 37) قوه عقل که در دوران معاصر به‌عنوان ابزار شناخت و درک تلقی می‌شود، دچار دگرگونی اساسی شده و عقل شهودی/کلی^۱ جای خود را به عقل جزئی/حسابگر^۲ داده است. عقل کلی که شهود را نیز دربر می‌گیرد، فراتر از عقل جزئی است و توانایی تفکری است که به انسان امکان می‌دهد وجود خود را به روی حقیقت بگشاید. عقل جزئی، حقیقت را در سبک تفکر محاسباتی سوژه معرفتی، بیگانه نموده و آن را به موضوع محاسبات تبدیل می‌کند. عقل جزئی، منطبق بر توانایی تفکری است که امکان تصاحب حقیقت را به‌عنوان یک شیئی شناخته‌شده و قابل مصرف در محدوده ذهنی خود ممکن می‌سازد. نتیجه آشکار این وضعیت این است که انسان با از دست دادن تمایز کهن بین ظاهر و حقیقت، در عالم معرفتی خود گرفتار شده است. بنابراین، با این دگرگونی در رابطه با عقل، از آنجا

1. Intellekt.

2. Ratio, reason.

که روح به آگاهی و عقل به هوش تقلیل یافته، وجود، حقیقت، ارزش و معنا از طریق منطق محاسباتی اندیشه به زبانی کمی ترجمه شده است. بازنمایی کمیت مذکور در آینه ذهن، تبدیل به یک ابژه معرفتی (برای نظریه‌پردازی) و متافیزیک سوژکتیویته را در قالب‌های مختلف به همراه داشته است. (Küçükalp, 2021: 36)

هم‌ذات‌پنداری هستی با واقعیتی که در مواجهه با امکانات معرفتی انسان ایجاد می‌شود، نه تنها جایگاه هستی‌شناختی ممتاز و پردکننده انسان را تقویت می‌کند، بلکه به تنگ شدن آشکار افق هستی می‌انجامد. به موازات این موضوع، تقلیل روح به آگاهی یا هوش، از یک سو باعث شد که متافیزیک اومانستی ساخته شده از طریق اندیشه علمی و فلسفی مدرن به مقام یک حقیقت مطلق ارتقا یابد، و از سوی دیگر، به موازات ظهور فناوری، هوش مسحورکننده و دنیای شبیه‌سازی به وجود بیاید. (Küçükalp, 2021: 41)

با فلسفه، علم و فناوری مدرن، جهان به شیئی تبدیل شده است که می‌توان با تفکر محاسباتی بر آن مسلط شد و طبیعت به منبعی غول‌پیکر تبدیل شده است که موظف است برای انسان مدرن که تفکر را کاملاً فراموش کرده است، انرژی لازم را برای فناوری و صنعت مدرن تأمین کند. (Heidegger, 2015: 50) تسلط انسان بر منبع مورد نظر باید با تفصیل واقعیت، که در جهان معرفتی انسان فشرده شده است، از طریق تقسیم آن به قطعات متمایز شده در یک عمل تفکر محاسبه‌گر به دست آید. از بین رفتن ایده یکپارچگی به دلیل چنین پراکندگی، منجر به تکثیر دانش در زمینه‌های گوناگون تخصصی و تولید مستمر آن بسته به حوزه‌های مختلف موضوع مورد بحث شده و در نتیجه دانش به اطلاعات تبدیل گردیده است. (Küçükalp, 2021: 42)

در چنین فضایی، انسان معاصر که در معرض جبر امر بصری در فضای مجازی قرار گرفته، اندیشه حقیقت و معنا را به کلی به فراموشی می‌سپارد (Ibid: 45) و شبیه‌سازی که جایگزین حقیقت و واقعیت می‌شود، عملکردی را انجام می‌دهد که فراموشی حقیقت را پنهان می‌کند. (Baudrillard, 2015: 12) به عبارت دیگر، جهان به

شکلی جهان‌وطنی در رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی به صورت تصویرسازی به نمایش درآمده و این امر نیز تصاویر فراوانی را به وجود آورده است که در آن چیزی برای دیدن وجود ندارد. (Baudrillard, 1998: 22-23) بنابراین، فاصله بین دال و مدلول در فضای مجازی و رسانه‌ها از بین رفته و توسعه دیدگاه متعالی یا واقع‌بینانه در مورد اشیا دشوار شده است؛ زیرا تولید بیش از حد نشانه‌ها در فضای مجازی در نهایت باعث شد تا آنها مراجع خود را در معنای مدلول از دست بدهند. (Ashley, 1997: 5)

فضای مجازی و ظهور تکنو-دین‌داری

سیطره روزافزون فضای مجازی نوع خاصی از دین و دین‌داری را به‌عنوان تکنو-دین و دین‌داری به وجود آورده است. تکنو-دین‌دنیایی را متصور است که حول هیچ خواسته یا تجربه انسانی نمی‌چرخد. جالب‌ترین دینی که در حال حاضر به رشد خود ادامه می‌دهد، نه به خدایان و نه به انسان ادای احترام می‌کند. این دین که فقط داده‌ها را می‌پرستد، دین «داده‌گرایی» است. (Harari, 2017: 381) داده‌گرایی ادعا می‌کند که جهان از جریان داده تشکیل شده است و ارزش هر واقعییتی با مشارکت آن در فرآیند پردازش داده تعیین می‌شود. اگرچه این گفتمان در ابتدا بسیار بلندپروازانه و حتی دیوانه‌وار به نظر می‌رسد، اما محافل علمی را تحت تأثیر خود قرار داده است. (Ibid: 383)

به گفته حراری، «از آنجایی که سیستم اطلاعات جهانی دانا و قادر مطلق می‌شود، اتصال به سیستم تنها منبع معنا به حساب می‌آید. مردم می‌خواهند با جریان داده درآمیزند؛ زیرا وقتی بخشی از آن هستند، احساس می‌کنند که بخشی از چیزی بسیار بزرگ‌تر هستند. ادیان سنتی می‌گفتند که هر عمل افراد، بخشی از یک برنامه بزرگ کیهانی است، که خداوند در هر لحظه همه ما را زیر نظر دارد و یک‌به‌یک به احساسات و افکار ما توجه دارد. اکنون دین داده فرمان می‌دهد که هر کلمه و هر عملی بخشی از جریان عظیم داده است، الگوریتم‌ها دائماً ما را زیر نظر دارند و با تمام احساسات و افکار ما یک‌به‌یک سروکار دارند. اکثر مردم از این وضعیت راضی هستند. قطع ارتباط با جریان داده، به معنای خطر از دست دادن معنای زندگی برای

مؤمنان این دین است." (Ibid: 45)

این در حالی است که داده‌ها به حقایق گسسته و عینی در مورد رویدادها اشاره دارند و به‌عنوان ماده اولیه برای تجزیه و تحلیل در نظر گرفته می‌شوند. اطلاعات (معلومات) نیز شکل پردازش شده داده‌ها به‌صورت معنادار است که از مجموع داده‌ها تشکیل شده و مقدم بر علم است. از سوی دیگر، دانش و علم، فیلتر عقلی داده‌ها و اطلاعات است که در مواقع لزوم، در فرآیندهای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، مقایسه، ارزیابی، تحلیل و تولید از طریق تجربیات شخصی، ادراکات، شهودها، احساسات و ارزش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌طور خلاصه، دانش از خصلت فردی و درونی برخوردار است. اطلاعات باید برای هر شرایط انسانی پردازش و بازنگری شود. تا جایی که صحت و کاربردی بودن دانش از دید انتقادی مورد بررسی قرار نگیرد، دانش به سطح اطلاعات (معلومات) پایین خواهد آمد. (Ekinci, 2016: 291-292)

سطح دانشی که با کمک تجربیات خود فرد غنی می‌شود، به اندازه درونی شدن، با سایر دانش‌ها ادغام شدن، در صورت وجود ناسازگاری‌ها و کمبودها مورد مشاهده قرار گرفتن و انتقادپذیر بودن افزایش می‌یابد. مفاهیم «تدبر، تفکر و تعقل» نیز کارکردهایی را دارند که رسیدن به این سطح از دانش را فراهم می‌کنند. رسیدن به حقیقت از طریق دانش با درونی کردن و عملی ساختن آن در زندگی امکان‌پذیر می‌شود. دانشی که تأثیری دگرگون‌کننده بر نحوه زندگی ندارد، به‌صورت توده‌ای از اطلاعات باقی خواهد ماند. (Ibid: 292-293)

با از بین رفتن عنصر انسانی (عالم/عارف) که در انتقال دانش در تمدن‌های کهن و به‌ویژه در تمدن اسلامی نقش اساسی داشت، منبع اطلاعات نامشخص می‌شود و دانش دینی که به محیط مجازی منتقل می‌شود، به اطلاعات (معلومات) تبدیل می‌گردد. درحالی‌که رابطه علم و ایمان در اسلام مستلزم درونی کردن علم و عمل به آن چیزی است که دانسته شده است، امروزه درک و زندگی دینی بر اساس اطلاعات پراکنده و ناقص شکل می‌گیرد و رابطه علم دینی و حقیقت در فرآیند مجازی‌سازی

ضعیف می‌شود. (Ibid: 297)

بنابراین، اطلاعاتی که در فضای مجازی می‌چرخد و از آن به‌عنوان معرفت دینی یاد می‌شود، می‌توان گفت ارزش معرفتی ندارد و در فضای ناامن و کنترل‌نشده‌ای که طبیعت دنیای مجازی آن را به وجود می‌آورد، جدیت خود را از دست می‌دهد. این نوع اطلاعات خصلت کالایی پیدا کرده و به تصویری تخیلی و دستکاری‌شده تبدیل می‌گردند؛ زیرا جهانی که به‌عنوان واقعیت مجازی نامیده می‌شود و به‌وسیله فناوری اینترنت تولید می‌گردد، دنیایی فرضی بوده و محیطی تقلید از واقعیت ایجاد می‌کند. این جهان، «جغرافیای الکترونیکی» را به‌عنوان مکانی دور، ناملموس و خیالی ایجاد می‌کند و با کشاندن کاربر به آن، عملیات دستکاری را انجام می‌دهد. رتبه‌بندی سایت‌ها بر اساس محبوبیتشان در موتورهای جستجو و ارائه جایگزین‌های شخصی‌سازی شده با توجه به عادات استفاده از جستجوگر اینترنت، نمونه‌هایی از استفاده از فضای مجازی به‌عنوان ابزار دستکاری و کنترلی به حساب می‌آیند. (Ibid: 294)

فضای مجازی و مصرفی شدن دین‌داری

این واقعیت که نمایش دیجیتال در فضای مجازی یک کد عددی متشکل از اعداد دودویی، یعنی '۰' و '۱' است، جوهر دیجیتالی شدن و فضای مجازی را نیز آشکار می‌کند. نمایش دیجیتال یک عبارت ریاضی قابل محاسبه است. «محاسبه‌پذیری» اساسی‌ترین ویژگی نمایش دیجیتال است. همه موجودات و پدیده‌های دیجیتالی با تبدیل به عبارات ریاضی قابل محاسبه می‌شوند. محاسبه‌پذیری، قابلیت اندازه‌گیری داشتن و سنجش‌پذیری نیز دلالت بر عینیت دارند. (Yurtsever, 2021: 23-24)

امروزه، به ویژه فیس‌بوک، گوگل و تمامی پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های پیشرو دنیای مجازی و دیجیتال، اعمال، علایق، شادی‌ها و غم‌ها، ناامیدی‌ها، امیدها و انتظارات مردم، به طور خلاصه، تمام تجربیات فرد در زندگی را به کدهای باینری (Binary) یا دودویی متشکل از اعداد '۰' و '۱' ترجمه می‌کنند. این کدها طبقه‌بندی می‌شوند، تحت محاسبات مختلف قرار می‌گیرند و با محاسبه تفسیر می‌شوند. دیجیتالی شدن

نه تنها اشیا، بلکه انواع تجربیات انسانی را نیز به کدهای قابل محاسبه تبدیل می‌کند. دیجیتال شدن راه را برای تبدیل رفتار انسان به داده‌های قابل محاسبه هموار می‌کند. در نتیجه از طریق این محاسبات، ایجاد «ساختارهای قابل پیش‌بینی رفتاری» و عرضه این سازه‌ها در بازار به چشم می‌خورد. به عبارت دیگر، در فضای مجازی گوگل، فیس‌بوک و موارد مشابه، پیش‌بینی‌های خود را درباره نحوه رفتار افراد در حوزه خاصی از زندگی‌شان امروز، فردا، ۶ ماه آینده یا سال آینده تولید می‌کنند و می‌فروشند. نوعی بازار آتی پدید آمده است که در آن «رفتار» مثل یک کالا است و پیش‌بینی‌هایی درباره نحوه رفتار گروه‌هایی از افراد با مشخصات خاص در آینده در این بازار سهام با پول مبادله می‌شوند. الگوریتم‌های پلتفرم‌های دیجیتال فضای مجازی نه تنها رفتار آینده کاربران را پیش‌بینی می‌کنند، بلکه آنها را به گونه‌ای شکل داده و هدایت می‌کنند که ارزش بازار سازه‌های قابل پیش‌بینی را افزایش دهند. (Ibid: 27)

فرایند و مکانیسم شناسایی، پیش‌بینی، جهت‌دهی و کالایی‌سازی علایق، رفتارها و اندیشه‌ها در فضای مجازی، شامل مسائل مربوط به دین و دین‌داری نیز می‌شود. در این خصوص نمونه‌هایی از تولید امر مقدس سکولار و مدرن به چشم می‌خورد. دین و مدرنیته با تأثیرگذاری بر یکدیگر، در فرهنگ عامه دوباره شکل می‌گیرند. در اینجا یک فرآیند تولید وجود دارد که این دو بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند. فرهنگ مصرف سرمایه‌داری و گرایش‌های معنوی در هم تنیده شده و به خوبی با ابزارهای ارتباطی و مصرف جهانی عصر کنونی سازگار می‌گردند. در این فضا در کنار رضایت معنوی، یک منطق مصرف جدید وجود دارد و مکانیزمی امر مقدس را کالایی می‌کند. این یک پارادایم جدید است و می‌تواند به‌عنوان «انطباق امر مقدس با فرآیندهای سکولار مدرن» تبیین شود. (Arslan, 2016: 218)

علاوه بر کالایی شدن امر مقدس و بازاریابی امور دینی به‌عنوان یک محصول تجاری در فضای مجازی، با رسانه‌های جدید که همه به تولیدکننده محتوا تبدیل می‌شوند، باید در فضای مجازی مکان‌هایی را نیز آماده کرد تا با فرصت‌هایی که

اینترنت فراهم می‌کند، بتوان در آن تبلیغات دریافت کرد و کسب درآمد نمود. برای مثال، نه تنها تولیدکنندگان موقت محتوا، مشاوران، تهیه‌کنندگان برنامه و مجریان به‌عنوان متخصصان رسانه در ماه رمضان در جهان اسلام، بلکه مبلغان مذهبی نیز تقریباً همیشه به‌عنوان مهمان دائمی برنامه‌ها در فضای مجازی مشغول به کار هستند و همچنین دانشگاهیان نیز در این زمینه فعال هستند. رسانه‌ای شدن عالمان و مبلغان و معرفت دینی، تلاش برای اجتماعی کردن دانش از طریق سازوکارهای رسانه‌ای در فضای مجازی و همچنین تجاری‌سازی اطلاعات، مسئله‌ای است که در هر دو بعد حقوقی و اخلاقی قابل توجه است. (Aydeniz, 2016: 309)

فضای مجازی و تحول هویت دینی

هویت دینی اولاً با اتخاذ یک باور، مجموعه ارزش‌ها و سبک زندگی مشخص و ثانیاً با احساس تعلق در مواجهه با دیگری شکل می‌گیرد. در زندگی واقعی به طور نسبی دین‌داران متناسب با انتخاب‌هایی که کرده‌اند، در فضایی با همبستگی اجتماعی زندگی می‌نمایند و در محدوده‌های تعیین‌شده و ضروری با دیگری گفتگو می‌کنند. ولی این وضعیت در فضای مجازی تبخیر می‌شود. این به این دلیل است که فضای مجازی مطابق با ارزش‌های منحصربه‌فرد خود طراحی شده است. هر قدر هم که نیت و انگیزه خالص و متعالی باشد، هویت دینی که در فضای مجازی ظاهر می‌شود، به اندازه‌ای که این فضا را جدی می‌گیرد، با گم شدن در دنیای ارزشی فضای مجازی مواجه می‌شود. فرهنگ اومانیستی-لیبرالی-مصرفی حاکم بر فضای مجازی، تحت عنوان گفت‌وگو با ایجاد فضایی کثرت‌گرایانه می‌کوشد هویت و سبک زندگی دینی را با قضاوت‌های ارزشی خود متحول و خنثی سازد. البته گفت‌وگو به‌خودی‌خود هیچ ایرادی ندارد؛ ولی آنچه در اینجا گفتگو را مشکل‌ساز می‌کند، این است که فضای مجازی یک زمین غیرخنثی است.

اکنون جوامع مذهبی نگرش و هویت متفاوتی در دنیای مجازی-سایبری دارند و در حال ساختن سبک زندگی منطبق بر روح فناوری جدید هستند. جوامع دینی در

حال بازسازی خود به شیوه‌ای متفاوت در دنیای دیجیتال هستند. هویت اجتماعی و مذهبی در حوزه آنلاین دگرگون شده است. بنابراین، دین و معنویت تغییر شکل داده است. عقلانی‌سازی، مجازی‌سازی یا دیجیتالی‌سازی، جامعه و سبک زندگی جدیدی را آشکار کرده است. دیجیتالی شدن درک ارزش‌ها، محتوای دین و دین‌داران را تغییر داده است. در فضای مجازی اگرچه دین در سطح داده‌ها افزایش می‌یابد، اما اشکال سنتی دین تغییر می‌کند. به‌ویژه در جوامعی که به‌عنوان مصرف‌کننده با فناوری درگیر هستند، این فرآیند اثرات مخرب‌تری دارد. تعامل دین و فضای مجازی نه تنها هویت دینی را از بین می‌برد، بلکه خطر از دست دادن اصالت خود و مجازی شدن را نیز به دنبال دارد. (Dağ, 2021: 68-69)

نتیجه مجازی‌سازی دین در قالب زمان و مکان، تبدیل آن از عرصه عملی به هویت نظری و تقلیل دین به هر سطح برنامه‌ای در میان برنامه‌های رسانه‌ای، سطحی شدن بعد قدسی و ادعای حقیقت دینی است. دین از یک فعالیت تاریخی، عمیق و مقدس انسانی دور شده و این ویژگی‌ها محو گردیده است. اینجا هیچ آیین، سنت، الهیات و احساس تعالی معنوی‌ای وجود ندارد. با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین ابعاد دین تأمین و تقویت ارتباط با ساحت قدسی است، میزان موفقیت فضای مجازی و رسانه در این خصوص بسیار پایین بوده است. (Ekinci, 2016: 295) دین دیجیتال یا مجازی، تأثیر نهادهای مذهبی سنتی و شخصیت‌های مذهبی را کاهش می‌دهد. دین جدید دیجیتالی، مبتنی بر تصاویر و نشانه‌ها در فضای مجازی است و با دیجیتالی شدن، تأثیر روانی و معنوی آن کاهش می‌یابد. کاربران سعی می‌کنند در رسانه‌های اجتماعی که یکی از عرصه‌های دین دیجیتال محسوب می‌شوند، هویت دینی خود را برای هویت و حضور دیجیتالی خود برجسته کنند.

(<https://www.ittifakgazetesi.com/sanal-dindarlik-tehlikesi>.)

فضای مجازی و مرجعیت دینی

دین‌داری واقعی فرآیندی است که از افکار، احساسات و رفتارها تشکیل شده است.

این امر مستلزم تحمل سختی‌ها، کنجکاوی و اهمیت ورزیدن است. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «و چیزی را که بدان علم نداری دنبال مکن؛ زیرا گوش و چشم و قلب، همه مورد پرسش واقع خواهند شد.» (Güler, 2016: 230) «اگر نمی‌دانید، از پژوهندگان کتاب‌های آسمانی جويا شوید»^۱. «پس چرا از هر فرقه‌ای از آنان، دسته‌ای کوچ نمی‌کنند تا [دسته‌ای بمانند و] در دین آگاهی پیدا کنند و قوم خود را وقتی به سوی آنان بازگشتند، بیم دهند؟ باشد که آنان [از کیفر الهی] بترسند»^۲. آیات مذکور، این حقیقت را آشکار می‌کنند. این راه جهانی برای به دست آوردن عقیده درست است که در همه زمان‌ها و همه زمینه‌ها معتبر بوده است. این مرجعیت در تاریخ اسلام ابتدا به وسیله «علوم اسلامی / علماء» و بعدها به وسیله «صوفیه / اولیاء و مرشدها» در نزد مردم شکل گرفت. این مسیر با ادیان و دین‌داری بدوی که مبتنی بر حاضر جوابی، جزم‌اندیشی، تقلید و خرافات بوده، کاملاً متفاوت است. (Güler, 2016: 230) این در حالی است که اکنون مرجعیت دینی (علمای الهیات‌دانان و...) به حاشیه رفته، روابط متفاوت شده و فضای مجازی جای آن را گرفته است. در دنیای امروز اینترنت اساس همزیستی داده‌ها و دین‌داران را تشکیل می‌دهد. (Dağ, 2021: 54)

در این فضای جدید، دینی که نمی‌تواند رایج شود، شهرت داشته باشد و معروف گردد، برای کسانی که در دنیای مجازی یا دیجیتال به دنبال معنویت دینی یا معنا هستند، بی‌معنا می‌شود و اشکال عملگرا/کارکردی و فردی دین، منجر به طرد ادیان سنتی می‌شود. همان‌طور که زندگی روزمره، حالت مجازی و مالی به خود می‌گیرد، در فضای مجازی نیز همه چیز از جمله مرجعیت دینی به تحسین و داده تبدیل می‌شود. حتی در جاهایی که آدمیان باید به دنیای درونی خود پی ببرند، نمی‌توانند با خود خلوت کنند و برای مثال برای لایک گرفتن از کعبه و مدینه، پست‌هایی را به اشتراک می‌گذارند. یکی از مهم‌ترین تصورات نادرست فضای مجازی این است که

۱. نحل، ۴۳.

۲. توبه، ۱۲۲.

کاربران فکر می‌کنند می‌توانند با آنلاین بودن به پاسخ هر پرسشی دسترسی داشته باشند. سنت جدل که در تاریخ اسلام دارای کیفیت دیالکتیکی بوده است، اکنون به‌عنوان یک عامل درجه‌بندی^۱ در حضور عموم کارایی دارد. جدل که شامل مهربانی، اندیشه و مدارا بوده، جای خود را به تغییری می‌سپارد که در آن زبان دین پرخاشگرانه و نابردبار می‌شود. در این تغییر فسادآمیز، فقط تریبون/مخاطب اهمیت پیدا می‌کند. روحانیون و مخاطبان آنها در دنیای مجازی یا آنلاین، ساختارهای گروهی با محتوای متفاوت وفاداری ایجاد می‌کنند. (Dağ, 2021: 69) سلايق و دغدغه‌های رده‌بندی مردمی تأثیر دگرگون‌کننده‌ای بر ماهیت معرفت دینی می‌گذارد و به تغییر مرجعیت دینی منجر می‌شود. به عبارت دیگر، تحولات علم و فناوری، منجر به از بین رفتن مراجع سنتی و منابع مشروعیت اجتماعی می‌شود. (Ekinci, 2016: 295)

فضای مجازی، خودنمایی و تحول مفهوم عفت

عبارت معروف دکارت که گفته: «من فکر می‌کنم پس هستم»، در فضای مجازی با عنوان «من ظاهر می‌شوم پس هستم» بازتولید شده است. بنابراین، قابل رؤیت شدن و خودنمایی برای افراد، به خواسته‌ای تبدیل می‌شود که به تلاش ویژه‌ای نیاز دارد و آنها تمایل دارند این خواسته اولیه را برآورده کنند. در نتیجه، میل و تمایل فرد برای دیده شدن بیشتر و ترویج گرایش خودنمایی، مفهوم عفت را به‌ویژه در نزد دین‌داران به طور عملی تغییر داده است. نکته‌ای که با تغییر مفهوم عفت در فضای مجازی مورد تأکید قرار می‌گیرد، این است که مفهوم عفت در مورد خودنمایی هیچ معنایی ندارد؛ زیرا مفهوم عفت در خصوص خودنمایی، آزادی را محدود می‌کند. فضای مجازی این ایده را به افراد ارائه می‌دهد که با وعده آزادی نامحدود می‌توان امور خصوصی را به طور شفاف مشاهده کرد. (Aycan, 2019: 19)

در واقع سؤالی که در اینجا باید مطرح شود این است که چرا افراد تا این حد مشتاق خودنمایی در فضای مجازی هستند و این امر چه آسیبی به عفاف به‌ویژه برای

متدینین وارد می‌کند؟ به نظر می‌رسد این تصور غلط که شأن و موقعیت اجتماعی به‌دست‌آمده از طریق مسئولیت و عمل در زندگی واقعی را می‌توان از طریق دیده شدن و خودنمایی در فضای مجازی به دست آورد، اتخاذ فضای مجازی به‌عنوان فضای اصلی زندگی به‌وسیله افراد منزوی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی فضای مجازی و فرهنگ مصرفی حاکم بر این فضا، پاسخ این سؤال را روشن می‌کنند. این دیدگاه و واقعیت‌ها، تمایل افراد را برای حضور و خودنمایی در فضای مجازی افزایش می‌دهد و آنها را به نادیده گرفتن هنجارهای دینی و اجتماعی در مورد ظاهر خود سوق می‌دهد تا علاقه بیشتری را در دیگران برانگیزند. در نتیجه، تلقی سنتی از عفاف دینی دگرگون می‌شود و مفهوم جدیدی از عفاف شکل می‌گیرد.

یکی از عرصه‌های فضای مجازی که عفت از طریق خودنمایی تبخیر می‌شود و معنای خود را از دست می‌دهد، سایت‌های ازدواج در اینترنت است. سایت‌های همسریابی اسلامی ارزش‌ها را کالایی و بی‌اعتبار کرده و به دور از ارزش‌هایی که ادعا می‌کنند، در یک رابطه بازاریاب/مشتری عمل می‌کنند. سایت‌هایی که خود را به‌عنوان سایت‌های همسریابی اسلامی معرفی می‌کنند، نه تنها اسلام را به‌عنوان یک ابزار بازاریابی معرفی می‌کنند، بلکه گاهی اوقات مرتکب تقلب نیز می‌شوند. آنها با تصاویری که استفاده می‌کنند، زمینه تبدیل احساسات به نمایش و تبدیل شدن به مرکز جذابیت را نیز فراهم می‌کنند. (Büyükaslan, 2016: 209)

جمع‌بندی

فناوری تولیدشده به وسیله انسان‌ها برای سهولت زندگی از ابتدا، در نقطه‌ای که امروزه به آن رسیده است، انسان‌ها را برای سهولت اطلاعات بازتولید می‌کند. بشر در حال حاضر در شکل زندگی دیجیتال قرار دارد. استدلال می‌شود که در آینده نزدیک یا دور، این فرم می‌تواند گونه‌های پس از انسان^۱ (انسان بعدی) را در فراانسانیت^۲ تولید کند. اینکه بتوان پیش‌بینی کرد که «انسان بعدی» در باورها، عملکردها و گرایش‌های دینی چه خواهد بود، به تحقیقات حوزه دین مجازی مربوط می‌شود. (Gezginci, 2018: 115) در تعامل دین/دین‌داران با فضای مجازی، پدیده تکنو-دین‌داری به وجود آمده است. در تکنو-دین‌داری جای مسجد را مانیتور و جای دعای با دست را کیبورد گرفته است. در این فرایند نوع معنویت هزاره سوم، یعنی دین آنلاین، از طریق پاسخ‌های ایمیل یا گروه‌های واتس‌آپ یا موعظه‌های شنیده‌شده از طریق یوتیوب و گفتمان‌ها و تصاویر مجازی ساخته می‌شود. در این وضعیت فضای مجازی و اینترنت نه تنها به‌عنوان یک ابزار یا قدرت فناوری، بلکه به‌عنوان یک پیوند اجتماعی و مکانی که در آن فرهنگ ساخته و مذاکره می‌شود، درک می‌گردد. (Dağ, 2021: 60)

درحالی‌که فضای مجازی از یک سو فرصت ابراز وجود ادیان و اندیشه‌های مختلف و فضایی کثرت‌گرا را به وجود می‌آورد، از سوی دیگر، زیرساخت‌های دگرگونی آنها را در درون هژمونی تکنو-سرمایه‌داری پسامدرن فراهم می‌نماید. به عبارت دیگر، فضای مجازی درحالی‌که حاشیه‌ای‌ترین افکار مذهبی و سکولار را در لایه سطحی دربر می‌گیرد و به‌صورت کثرت‌گرا ظاهر می‌شود، اما به‌طور اساسی و ریشه‌ای تغییر و دگرگونی همه چیز مطابق با افکار و ارزش‌های تکنو-سرمایه‌داری پسامدرن و سکولار را هدف خود می‌سازد. به موازات فعالیت روزافزون دین‌داران در اینترنت و تبدیل کردن فضای مجازی به‌عنوان عرصه اصلی اعمال دینی، تحول درک

1. post-human.
2. trans-humanizm.

حقیقت به منزله امر قدسی، مصرفی شدن دین‌داری، شکل‌گیری دین‌داده‌گرایی، تحول مرجعیت و هویت دینی و دگرگونی مفهوم عفت را می‌توان در این راستا ارزیابی نمود. تحول دین‌داری، به دلیل سکولار بودن ماهیت فضای مجازی است. نگاه به هستی به‌عنوان منبع و در راستای اهداف و منافع اومانستی، گرایش به قالب و فرم‌های خاص در آوردن آن و رویکرد خودخواهانه به طبیعت، تفکری است که تکنولوژی را به وجود آورده است. به این علت، اندیشه مستتر در فضای مجازی نیز به‌عنوان مرحله‌ای از مراحل تکنولوژی دیجیتال سیطره و قدرت طلب بوده و در خدمت منافع نیروهای تولیدی است. افزون بر این، خصلت تصویر و شبیه‌ساز فضای مجازی مزید بر علت بوده و حقیقت و امر قدسی را در بهترین تصویر به کمیت و ظاهر تقلیل می‌دهد. بنابراین، فضای مجازی که ذاتاً سکولار/دنیوی است، از تحمل بار حقیقت و امر قدسی که ابزارها و فرآیندهای معرفتی و هستی‌شناختی خاص خود را می‌طلبد، ناتوان است. نکته‌ای که در اینجا نمی‌توان نادیده گرفت، این است که این درماندگی یک ضعف خنثی نیست. فضای مجازی سعی در بیان حقیقت و امر قدسی در سطح خود را دارد و از این طریق آن را سطحی کرده و به انحطاط می‌کشاند. فضای مجازی با استفاده از گرایش انسان به تنوع‌طلبی، با معرفی مداوم چیزهای جدید و زودگذر و همچنین مشغول ساختن افراد در سطحی‌نگری نهفته در امور نوین، انسان را از حقیقت و امر قدسی که تداوم و عمق دارد، دور و بیگانه می‌کند.

با توجه به این بعد چندلایه‌ای و پیچیده فضای مجازی، در مواجهه با سطحی شدن امر قدسی و مدعیات حقیقت دینی و معرفت‌شناسی جدید که با فناوری‌های اطلاعاتی جدید ظهور می‌کند، مسلمانانی که نمی‌توانند دانش را در سطحی متفاوت از ایمان و اخلاق ببینند، لازم است ابتدا نسبت به این هژمونی‌های معرفتی جدید که دانش و ارزش را به تأیید توده‌ها پیوند می‌دهد، آگاهی پیدا کنند و سواد رسانه‌ای داشته باشند. (Ekinci, 2016: 298) البته عوامل و متغیرهایی مانند مدت‌زمان، میزان و نوع استفاده از اینترنت و فضای مجازی، انگیزه و هدف کاربران از استفاده از اینترنت،

واقعی دیدن فضای مجازی و میزان تعامل و مشارکت در فضای مجازی، در

تأثیرپذیری نقش اساسی دارند. (قادی، ۱۳۹۶: ۷۰-۷۱)

در این میان چیزی که باید مورد توجه ویژه قرار بگیرد این است که فعالیت‌های مذهبی در محیط مجازی می‌تواند باعث ایجاد رضایت کاذب شود و دین‌داران را از فعالیت‌هایی که باید در دنیای واقعی انجام دهند باز دارد. به این دلیل، اگر فعالیت‌های انجام‌شده در فضای مجازی و محیط‌های آنلاین، به‌وسیله کوشش و فعالیت‌ها در محیط‌های واقعی پشتیبانی شود، می‌توان پیوندی جدی با پیروان برقرار کرد و در نهایت نتایج مؤثرتری به دست آورد. به بیان واضح‌تر، حوزه اصلی که دین‌داران باید در حین فعالیت به آن اهمیت دهند، باید حوزه واقعی و اجتماعی باشد، نه فضای مجازی. در این راستا باید مفهوم الهیات اجتماعی را جدی گرفت. تنها با فعالیت در عرصه اجتماعی ملموس امکان دارد که دین‌داران درکی سالم از دین داشته و آموزه‌های مقدس خود را پیاده نمایند و از تأثیر تحول‌آفرین تمدن تکنو-سرمایه‌داری در امان بمانند. در اینجا نقش فضای مجازی، تکمیل‌کننده دین‌داری و فعالیت دینی در عرصه اجتماعی است.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

۱. بروجردی علوی مهدخت، صدیق یزدچی امیرسعید. تاثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین. ۳(۱۲)، ۱۳۹۶، ۸۷-۱۱۰.
۲. قادی، مجتبی. هویت دینی در تعامل با فضای مجازی اینترنت. فصلنامه علمی رهیافت پیشگیری از جرم، (۲)، ۱۳۹۶، ۴۹-۷۶.

ب) منابع انگلیسی

3. Ashley, David, History Without a Subject 'The Postmodern Condition', (United States of America, Colorado: Westview Press, 1997.
4. Geraci, R, Apocalyptic AI, visions of heaven in robotics, artificial intelligence, and virtual reality. U.S.A: Oxford University Press, 2010.
5. Heidegger, Martin, "The Question Concerning Technology". The Question Concerning Technology and Other Essays. Translator. William Lovitt. New York: Harper & Row Publishers, 1977.
6. Heidegger, Martin, Discourse on Thinking, J. M. Anderson, Harper Row Publishing, New York, 2015.
7. Mbanaso, Uche M., and Eman S. Dandaura, "The Cyberspace: Redefining a New World." IOSR Journal of Computer Engineering, 17 (3): 2015, 17- 24.
8. Morahan-Martin, J. and Schumacher, P. (2003). Loneliness and Social Uses of The Internet. Computers in Human Behavior, 19(6): 2003, 659-671.

ج) منابع ترکی

9. Arslan, Mustafa, Medya ve yeni Dinsel Kimlikler, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2016.
10. Aycan, Sezen, Dijital Dindarlıkta Mahremiyet: Dindar Muhafazakar Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2019.
11. Aydeniz, Hediyeullah, Bir İmkan ve Meydan Okuma Olarak Medya ve İletişim: Türkiye'de Din Hizmetleri ve Dini Bilgi Alanı Özelinde Bir Değerlendirme, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2016.
12. Baudrillard, Jean, Kötülüğün Şeffaflığı, çev. Işık Ergüden. Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998.
13. Baudrillard, Jean, Neden Her Şey Hala Yok Olup Gitmedi?, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul, 2012.

14. Baudrillard, Jean, Sessiz Yığınların Gölgesinde, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2015.
15. Baudrillard, Jean, Simülakrlar ve Simülasyon, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2014.
16. Baudrillard, Jean, Tam Ekran. çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2001.
17. Baudrillard, Jean, Tüketim Toplumu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016.
18. Baudrillard, Jean: Şeytana Satılan Ruh, Çev. Oğuz Adanır, Doğubatı Yayınları, Ankara, 2005.
19. Büyükaslan, Ali, Dinselliğin Sanal Dönüşümü: İslamî Evlilik Siteleri, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2016.
20. Candemir, Hasan Hüseyin, "Sanal Din". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi 2 / 1 (Haziran 2019): 159-161.
21. Dağ, Ahmet, Dijital ve Transhümanist Dünyada Din ve Dindarın Durumu, Dijitalleşme, Değerler ve Din Sempozyumu Kitabı, Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları No: 51, 2021.
22. Değerlendirmek, 2018, s. 75, https://www.researchgate.net/publication/326926779_Sosyal_Medyanin_Gercekligi_Baudrillard_Perspektifinde_n_Sosyal_Medya_Degerlendirmek
23. Ekinci, Fatma, Sanallaş(tırıl)ma Sürecinde Dinî Bilginin Hakikat Problemi, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2016.
24. Gezginci, Gamze, Işıklı, Şevki, "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi 1 / 1 (Haziran 2018): 111-133.
25. Güler, İlhami, Sosyal Medyada Din, Medya ve Din Tartışmaları Sempozyum Bildirileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2016.
26. Güzel, M, Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları. Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, 19, 2015, 65-84.
27. Haberli, Mehmet, "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi 2 / 2 (Aralık 2019): 307-315.
28. Haberli, Mehmet, Sanal Din Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din, Açılım Kitap, İstanbul, 2014.
29. Harari, Y. N. Homo Deus: Yarının Kısa Bir Tarihi, Kolektif Kitap, İstanbul, 2017.
30. Harvey, David: Postmodernliğin Durumu, Çev. Sungur Savran, İstanbul, Metis Yayınları, 1. Basım: 1997.
31. <https://www.ittifakgazetesi.com/sanal-dindarlik-tehlikesi-y25332.html>
32. Küçükalp, Kasım, "Enformasyon Kültürü ve Simülasyon Dünyası İçerisinde Hakikat ve İnsan İlişkisi", Dijitalleşme, Değerler ve Din

- Sempozyumu Kitabı, Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları No: 51, 2021.
33. Merter, Mustafa, Nefs Psikolojisi, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2013.
 34. Metin, O. & Karakaya, Ş, Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19 (2), 2017, 109-121. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akusosbil/issue/34128/377515>.
 35. Timur, Hayriye, Sosyal Medyanın Gerçekliği: Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medyayı
 36. Yumrukuz, Ö, Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Survivor Programı. TRT Akademi Dergisi, 1(1), 2016, 86-111.
 37. Yurtsever, Enis Âli, Dijitalleşmenin Karanlık Yüzü, Dijitalleşme, Değerler ve Din Sempozyumu Kitabı, Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları No: 51, 2021.