

تحلیل نسبت دین و دینداری با شبکه‌های اجتماعی سایبری

محمد محمدرضایی*

تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۰۷/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۰۸

سیدروح‌الله موسوی**

چکیده

این مقاله در پی آن است نسبت پدیده شبکه‌های اجتماعی سایبری با دین و دینداری را با روش عقلی و تحلیلی بررسی کند و کوشیده است برخی دیدگاه‌های تحلیلی در این موضوع را طرح و در آن مناقشه کند. بر اساس دیدگاه مختار، با توجه به تفاوت مفهومی دین، معرفت دینی و دینداری لازم است به نسبت‌سنجی و پایش تأثیر متقابل هر یک از این مفاهیم با پدیده نوین شبکه‌های اجتماعی سایبری پرداخته شود. با این نگاه می‌توان از تأثیر دین در معماری و مدیریت شبکه‌های اجتماعی سخن گفت و نیز می‌توان تأثیر این شبکه‌ها بر دینداری را نشان داد. در تحلیل نسبت شبکه‌های اجتماعی سایبری بر دینداری، تحلیل توافق یا تنافر ساختار، بافتار و بنیان‌های دین و شبکه‌های اجتماعی به مثابه دو سیستم و سازمان که مرتبط با انسان عمل می‌کنند، اهمیت دارد. بر اساس نتایج به دست آمده به نظر می‌رسد سیستم و ساختار شبکه‌های اجتماعی برخاسته از مبادی غربی، تنافر ساختاری و شکلی با سبک سازمان دین دارد؛ به گونه‌ای که انس و درگیر شدن با آن، تأثیر معکوس و منفی بر دینداری جامعه دارد؛ همچنین انتظار می‌رود این شبکه‌ها با چنین ساختاری به تعدد قرائات و رواج قرائت‌های غیر رسمی از دین بینجامد. از طرفی دین می‌تواند در طراحی شبکه‌های اجتماعی و نحوه فعالیت و زیست در آنها تأثیرگذار باشد.

واژگان کلیدی: دین، دینداری، شبکه‌های اجتماعی سایبری، رسانه اجتماعی.

* استاد گروه فلسفه پردیس فارابی دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول) mmrezaei@ut.ac.ir

** دانشجوی دکتری فلسفه و کلام پردیس فارابی دانشگاه تهران. s.r.moosavi@ut.ac.ir

مقدمه و بیان مسئله

پدیده شبکه‌های اجتماعی سایبری عصری جدید و وضعیتی تازه در مسیر تاریخی انسان گشوده که لازم است در پرتو آن کلیه نظریه‌ها و نگرش‌ها درباره موضوعات و مسائل مختلف مرتبط با انسان بازخوانی و بازپردازی شود. امروزه فهم جهان بدون درک عالم سایبری، مطالعه و نگاه را دچار خطا می‌کند و «فهم واقعیت‌های فردی و اجتماعی با پارادایم‌های تک جهانی امکان پذیر نیست» (عاملی، ۱۳۹۰، ص ۳). با توجه به اهمیت دین و دینداری در تکامل وجودی بشر و نقش بی‌بدیل آن در تأمین سعادت حقیقی و ابدی او، پرسش از نسبت شبکه‌های اجتماعی سایبری موجود با دین و دینداری، تأثیر هر کدام از آنها بر دیگری و همچنین بررسی وضعیت دین و کیفیت و میزان دینداری در جهان جدیدی که با شبکه‌های اجتماعی پدید آمده، دارای اهمیت و اولویت می‌باشد و از این رو در این مقاله به آن پرداخته‌ایم.

این موضوع در غرب در کنار پژوهش‌های پایشی، عمدتاً از سوی الهی‌دانان مسیحی و برخی متفکران غربی مورد توجه قرار گرفته و در فضای کشور ما نیز در کنار پژوهش‌های پایشی متعدد در این باب، آثاری که با نگرش عقلی و تحلیلی به این موضوع پرداخته‌اند، وجود دارد که در مقاله حاضر این پژوهش‌ها معرفی و ارزیابی گردیده و تلاش شده است ضمن بهره‌گیری منتقدانه از تلاش‌های پیشین، الگویی برگزیده برای سنجش نسبت دین و دینداری با شبکه‌های اجتماعی سایبری ارائه گردد.

چیستی شبکه‌های اجتماعی سایبری

«اصطلاحی که به فضای مجازی ترجمه شده، "Cyberspace" انگلیسی است» (مجتهدی، ۱۳۹۷، ص ۴۳)؛ اما در مورد تعریف و چیستی فضای سایبری به نظر اُتیس و لورتس «فضای سایبری مجموعه‌ای زمان‌مند از سیستم‌های به هم پیوسته داده و کاربران انسانی تعامل‌گر است» (Ottis & Lorents, 2010, pp.267 — 269). «فضای سایبری بیش از اینترنت است و نه تنها سخت‌افزار و نرم‌افزار و داده و سیستم‌های داده، بلکه همچنین مردم و تعامل اجتماعی درون این شبکه‌ها و تمام زیرساخت را شامل می‌شود» (Dimitrov, 2018, p.100). با توجه به اینکه واژه

مجاز بر معنایی «مقابل حقیقت و خلاف آن» (دهخدا، ۱۳۴۱، ج ۲۹، ص ۴۹۷) دلالت دارد، گذشته از عدم دقت در ترجمه و ناتوانی اصطلاح فضای مجازی در انعکاس واقعیت موجود، تعبیر «مجازی» در این اصطلاح، موهم سلب هر گونه حقیقت و واقعیت و اثرگذاری آن، وانگهی جدی نگرفتن و چشم‌فروستن از این پدیده است؛ از این رو برخی حکیمان معاصر نیز با تعبیر «فضای مجازی» مخالفت کرده‌اند: «این فضای به اصطلاح مجازی در حقیقت فضای حقیقی است. ما حق نداریم بگوییم که این فضا، فضای مجازی است. وقتی در اینجا نقل و انتقال اندیشه میسر است و فکر و اندیشه منتقل می‌شود و به واسطه آن جوان متحوّل می‌شود، فضا فضای حقیقی است» (جوادی آملی، در: [www. javadi. esra. ir](http://www.javadi.esra.ir)). از این رو همان اصطلاح «فضای سایبری» و تعبیر «شبکه‌های اجتماعی سایبری» تعبیر دقیق و ناظر به واقعی است که به کار برده‌ایم.

اما در تعریف «شبکه‌های اجتماعی سایبری» اگر «شبکه‌های اجتماعی (Social Networks) نوع خاصی از سازمان اجتماعی هستند که بر الگوهای ارتباط و تعامل بین عامل‌ها (Actors) که درگیر این تعامل و ارتباط هستند، بنیان نهاده شده باشد» (Alhajj & Rokne, 2014, p.1893). در این صورت شبکه‌های اجتماعی سایبری یا آنلاین (Online Social Networks) همین سازمان‌های اجتماعی هستند که الگوی ارتباط و تعاملشان در بستر وب و اینترنت سامان یافته است؛ اما «سایت‌های شبکه‌های اجتماعی (Social networking sites) یا سرویس‌های شبکه‌های اجتماعی (Social networking services) با حالت اختصاری «SNS» عبارت‌اند از سکوه‌های رایانشی (Platforms) برای کاربران شبکه (Web) جهت ساخت و حفظ شبکه‌های اجتماعی و اشتراک علاقمندی‌ها، فعالیت‌ها و/یا ارتباطات زندگی واقعی» (Alhajj & Rokne, 2014, p.1880). در این تحقیق هنگامی که از شبکه‌های اجتماعی سایبری سخن می‌گوییم! به همین سایت‌ها، سکوه‌های رایانشی یا برنامه‌های کاربردی اشاره داریم.

اما مفهوم دیگری که کاربرد آن به جای سرویس‌های شبکه اجتماعی به دلیل نقش اطلاع‌رسانی آن متداول است، رسانه اجتماعی (Social Media) می‌باشد. به نظر کاپلان و هائیلین (Kaplan & Hanelein) «رسانه اجتماعی آن دسته اپلیکیشن‌های (برنامه‌های کاربردی) هستند که بر بنیان‌های ایدئولوژیک و تکنولوژیک وب دو ساخته شده و امکان آفرینش و تبادل محتوای تولیدشده توسط کاربر را فراهم می‌کنند» (Kaplan & Haenlein, 2010, p.6). به طور خلاصه می‌توان

گفت رسانه اجتماعی امری تکنولوژیک، ایدئولوژیک و دموکراتیک است.

ساختار نرم‌افزارهای شبکه‌های اجتماعی سایبری یا رسانه‌های اجتماعی که امروزه متداول است، برخاسته از مبادی ایدئولوژیک غرب و متخذ از فرهنگ و سبک زندگی آن می‌باشد که خود مشتمل است بر محوریت و اهمیت عناصری همچون شهرت (Celebrity)، پسند (Like)، دنبال‌کردن (Following)، سلفی (Selfie) و عدم مرکزیت (Lack of Centrality). آنچه ما در این مقاله منظور داشته و به نسبت‌سنجی آن با دین و دینداری پرداخته‌ایم، همین نوع شبکه‌های اجتماعی با چنین عناصری است.

دین و دینداری

دین در اندیشه متفکران و دین‌پژوهان تعریف‌های متعدد و مختلفی پذیرفته است که در دیدگاه مختار عبارت است از نظامی بینشی و کنشی یا به عبارت دیگر معارفی ناظر به نظر و عمل که با منشائی ماورایی به منظور هدایت و تأمین سعادت انسان از سوی خدا نازل شده است. ما در این تحقیق اگرچه همین تعریف برگزیده خود را در منظور داریم، هنگام بیان الگوی پیشنهادی، نسخه نهایی و مصداق اتم و اکمل آن یعنی دین اسلام را منظور می‌داریم که در قالب وحی قرآنی و روایات معصومان یا متون اسلامی وجود دارد که البته از معرفت دینی که برداشت و فهم انسان از این منابع بوده و با آن ارتباط وثیقی دارد، متمایز است. بحث از معرفت دینی و حقیقت آن و ارتباطش با دین خود موضوع بحث معرفت‌شناسی دینی است.

مفهوم دینداری اگرچه با مفهوم دین ارتباط دارد، غیر از آن است. دینداری به عمل و کنش انسان مربوط است، چه این کنش جوانجی باشد یا جوارحی؛ اما دین به فعل الهی مربوط است. از طرفی روشن است که دینداری امری تشکیکی و دارای مراتب شدت و ضعف است و برخی بیشتر دیندارند و برخی کمتر.

اما در مورد ملاک و معیار دینداری می‌توان گفت «دینداری یک حرکت بالا به پایین است؛ به طوری که از بعد ذهنی و انتزاعی شروع می‌شود و به بعد حسی و عاطفی و پس از آن به بعد رفتاری و عینی ختم می‌شود» (کلاکی و نیازخانی، ۱۳۸۹، ص ۹۹). از این رو می‌توان دینداری را در بعد

اعتقاد دینی، احساس و عواطف دینی و رفتار و عمل دینی سنجید و در بحث ما می‌توان تأثیر شبکه‌های اجتماعی را بر این سه عنصر بررسی کرد.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دینداری

۱. نگرش دینی - الهیاتی

منظور ما از نگرش دینی و الهیاتی نگرشی است که در پارادایم فکری دین و آیینی خاص و بر اساس اصول و متون آن دین به بررسی فضای وب و شبکه‌های سایبری می‌پردازد. در عالم اسلام چنین نگرشی به شبکه‌های اجتماعی سایبری غالباً منفی می‌باشد که علت آن، منشأ پیدایش و مدیریت این شبکه‌هاست که از خارج از بلاد اسلام و از غرب صورت می‌گیرد و نیز نحوه معماری و شکل ساختاری آنهاست که متأثر از فرهنگ موطن آنها می‌باشد. طبق این دیدگاه «این مهم است که در اثر علم و درک عمیق، برای مسلمانان این بصیرت به وجود آید که فضای مجازی ابزار قوی و خطرناکی است که دشمن می‌تواند از آن به ما ضربه بزند و به آن اعتماد نکنند» (حسینی، ۱۳۹۶، ص ۱۶۶). در این نگاه ابزارهای ارتباطی جدید ایفاگر نقش اسب تروا یا ابزار استعمار فرانو می‌باشد (کهنوند، ۱۳۹۵، ص ۱۷ - ۲۳). همچنین مفاد آیاتی که مؤمنان را از دشمنی، توطئه و دسیسه چینی مشرکان یا پیروان سایر ادیان بر حذر می‌دارند، مانند آیات ۱۲۰ سوره بقره و ۸۲ سوره مائده، ما را بر آن می‌دارد نگرش خوش بینانه‌ای به این شبکه‌های موجود نداشته باشیم (کهنوند، ۱۳۹۵، صص ۲۳ و ۲۵). بر این اساس این دیدگاه با نفس شبکه‌های اجتماعی مخالفتی ندارد، بلکه آن را ابزاری می‌شمارد که نوع و نحوه استفاده، منفی بودن یا مثبت بودن آن را تعیین می‌کند (حسینی، ۱۳۹۶، ص ۱۶۶). یا اینکه بومی‌سازی آن شرط موافقت با آن می‌گردد (کهنوند، ۱۳۹۵، ص ۳۰۳).

در فضای الهیات غربی و مسیحی نگرش‌های منفی‌نگر و مثبت‌نگر به وب دو حالت تعاملی و شبکه‌ای آن وجود دارد. منفی‌نگران معتقدند بر اساس الهیات مسیحی، انسان‌ها با ابدان روح‌دار خلق شده‌اند. حال اگر ما تلاش کنیم بدون بهره‌گیری از بدن‌هایمان کاری انجام دهیم، درحقیقت سعی بر انسان نبودن و خدا بودن داشته‌ایم. نیز از آنجا که مسیحیت اعتقاد به تجسد الهی در قالب

مسیح دارد، هر گونه تلاش برای بی‌بدن شدن را انکار موهبت بزرگ الهی به انسان در قالب عیسی مسیح می‌داند (Bennett, 2012, p.17). از طرف دیگر اگر دیدگاه نگرش به اینترنت به عنوان «نابدن مندی» صحیح باشد، مشکل مسیحیان تنها این نخواهد بود که ما تنها برخی اصول ویژه مهم را انکار کرده‌ایم، بلکه دیدگاه «نابدن مندی» شبیه دیدگاه‌های گنوسی‌ها (Gnostics) خواهد بود که پیش از این بدعت نامیده می‌شدند (Ibid).

از طرفی برخی الهی‌دان‌های مسیحی و حتی کلیسای کاتولیک نگاه مثبتی به وب دو دارند و این بدان خاطر است که فضای وب دو، انسان‌های عامی بیشتری را به مشارکت در مباحثات کلامی فرا خواهد خواند و همچنین کلیسا بسان اینترنت مدعی است جریان دوطرفه اطلاعات، عنصری حیاتی برای عضو کلیسا بودن است (Ibid, p.18). همچنین به نظر برخی، بسیاری از مردم مدعی اند انجمن‌های دینی آنلاینی که عضویشان بوده‌اند، آنها را قادر ساخته تا مقصود و منظور کلامی و الهیاتی کلیسا را درک کنند (Ibid, p.19). لئونارد سوییت (Leonard Sweet) از الهی‌دان‌های مسیحی معتقد است «کتاب مقدس بدون ارتباط هیچ است و کسی همانند نسل گولگ آن را در نمی‌یابد». از این جهت او مؤمنان مسیحی را به توسعه بیشتر ارتباط با دیگران در بستر شبکه‌های اجتماعی و آموختن از فعالان و خبرگان عرصه رسانه اجتماعی توصیه می‌نماید (Sweet, 2012, back cover). آنتونی له دوک (Anthony Le Duc) هم معتقد است «شبکه‌های اجتماعی راه‌های جدیدی برای مؤمنان در جهت جست‌وجوی خداوند گشوده‌اند و نیز این امکان را فراهم نموده‌اند انسان رابطه‌اش را با خدا و همسایه تصور کند و در این ارتباطات درآید» (Le Duc, 2015, p.132). با چنین نگاهی، برخی به خوانش شبکه‌ای الهیات و بازخوانی مفاهیم دینی در فضای مفهومی وب دو پرداخته‌اند و معتقدند «الهیات ناشی از کتاب مقدس، خداوند را به عنوان خدایی ارتباط برقرارکننده در نظر می‌گیرد و لذا باید با توجه به اقتضائات شبکه‌های اجتماعی، حضور خدا در روابط سایبری را باز تفسیر نمود» (Paul, 2017, back cover).

۲. نگرش تجربی

تحقیقات تجربی متعددی با انتخاب نمونه‌های مختلف و جوامع تحقیقی متنوع و تنظیم و توزیع پرسشنامه و پایش و تحلیل آنها تلاش داشته‌اند تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت دینی و دینداری کاربران را نشان دهند. به طور خلاصه، نتایج حاصل از این روش در این موضوع در کشور ما و در مناطق، مقاطع سنی و سطح تحصیلات گوناگون مؤید آن است که رابطه معناداری بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دینداری وجود دارد (رستمی، ۱۳۹۶، صص ۴۵/شجاعی زاده و محمدی، ۱۳۹۶). البته این ارتباط معکوس است؛ بدین معنا که هرچه میزان استفاده از این شبکه‌ها بیشتر شود، دینداری کاهش می‌یابد (رهبر قاضی، ۱۳۹۷، ص ۳۳) و تربیت دینی تضعیف می‌شود (علی‌پور و سلیمانی، ۱۳۹۵، ص ۲)، میزان پای‌بندی به اعتقادات دینی کاهش می‌یابد (آهنگری و دیگران، ۱۳۹۷، ص ۳۶) و باعث تغییر تدریجی هویت دینی می‌شود (نژاداصغری، ۱۳۹۵) و هویت دینی در همه ابعاد تجربی، اعتقادی، مناسکی، شناختی و پیامدی تضعیف می‌گردد (کاروانی و امینی‌زاده، ۱۳۹۷، ص ۲۱) و میزان مشارکت در مراسم مذهبی و باور به مراسم مذهبی کاهش می‌یابد (کاوه و تاجیک، ۱۳۹۶، ص ۶۱) و احساس تعلق خاطر به شاخص‌های هویت دینی، ماهیتی انتخابی به خود می‌گیرد (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۵) و در مقابل، علایم هویتی مدرن تشدید می‌گردد (رهبر قاضی، ۱۳۹۷، ص ۳/ مزینانی، ۱۳۹۳، ص ۲۲) و قرائت‌های متعدد از دین افزایش می‌یابد (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۵).

روش پیمایشی اگرچه می‌تواند در راستی‌آزمایی فرضیه‌ها و ارتقای آنها به نظریه در شرایط کنترل‌شده، نقش تأییدی داشته باشد، برای توضیح چرایی آن، فرضیه کارکردی ندارد. در موضوع بحث ما نیز این روش، فرضیه ارتباط معنادار و معکوس شبکه‌های اجتماعی سایبری و دینداری را تأیید می‌کند؛ حال آنکه درباره علت و رای این نسبت معکوس توضیحی ارائه نمی‌دهد. چالش دیگری که این روش دارد، محدود بودن معرفت‌بخشی آن به خاطر ناظر بودن به نمونه عینی زمان مند و مکان مند به فرض کنترل تمام شرایط و همچنین استقرار و احصای تمام ویژگی‌ها و اوصافی است که احتمال تأثیر در نتیجه را دارند؛ برای مثال نمی‌توان وضعیت یک برنامه شبکه اجتماعی را در حال امکان ثبت لایک و عدم آن یا در حالت امکان ایجاد کانال و بعد از فراهم شدن این امکان

یکسان انگاشت، بلکه آنها در حقیقت در این دو حالت، دو وجود متفاوت هستند. این در حالی است که سیر تحول شبکه های اجتماعی و تغییر آنها بسیار زیاد است. همچنین با توجه به اینکه این روش مجبور است برای پیمایش خود از نمونه های موجود شبکه های اجتماعی استفاده کند، درباره نمونه های فرضی ناموجود حکم و داوری نمی تواند داشته باشد؛ برای مثال درباره تأثیر شبکه های اجتماعی با مدیریت داخلی یا با ساختار مبتنی بر عناصر فرهنگی و فکری داخلی بر دینداری ساکت می باشد.

۳. نگرش عقلی فلسفی

این نگرش تلاش می کند بر اساس منش عقلی و فلسفی به تحلیل رابطه فضای سایبری و شبکه های اجتماعی بر بستر آن با موضوع دین و دینداری بپردازد. در این باب به سه دیدگاه که در این موضوع مطرح شده است، می پردازیم:

الف) دینداری در پارادایم دوج جهانی شدن ها

ایده دوفضایی شدن را نخستین بار سیدسعیدرضا عاملی در سال ۱۳۸۲ در مقاله ای با نام «دوج جهانی شدن ها و جامعه جهانی اضطراب» معرفی نمود که در مجله نامه علوم اجتماعی به چاپ رسانده بود (عاملی، ۱۳۸۲، ص ۱۶۷). «پارادایم دوفضایی شدن جهان بر این مبنا تأکید می کند که فهم واقعیت های فردی و اجتماعی با پارادایم های تک جهانی امکان پذیر نیست. فهم جهان واقعی منهای درک جهان مجازی و بر عکس مطالعه جهان مجازی بدون توجه به متغیرهای جهان واقعی، مطالعه و نگاه را گرفتار نوعی خطای فهم می کند؛ از این رو باید متغیرها یا به عبارت روشن تر فرامتغیرهای اساسی فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد تا با شناختی نسبی در مورد عامل های اصلی این فضا، تحلیل های صحیحی ارائه شود» (همو، ۱۳۹۰، ص ۳).

عاملی پس از آن تلاش کرده است تز دوفضایی شدن را در زمینه های مختلف دیگر به کار برد و با چنین نگاهی به تحلیل موضوعات مختلف بپردازد. وی در این مسیر، همچنین در مقاله ای تلاش کرده است آسیب های ناشی از جهان دوفضایی شده و دوج جهانی شدن فضای زندگی را در حوزه دینداری مورد بررسی قرار دهد. ایشان در این مقاله ضمن تقسیم آسیب به دو بخش آسیب های

دوفضایی و آسیب‌های مجازی، آسیب‌های دوفضایی را آن دسته آسیب‌های اجتماعی دانسته که به واسطه رخداد مسئله‌ای در فضای فیزیکی یا در فضای مجازی به وجود آمده‌اند و در هر دو فضا نیز جریان دارند؛ اما آسیب‌های مجازی، آسیب‌هایی هستند که با ظهور فضای مجازی و پس از نوآوری‌های روزانه این فضا بروز پیدا می‌کنند، در این فضا شکل می‌گیرند و شیوع پیدا می‌کنند؛ ولی در حوزه اثرگذاری بر زندگی دوفضایی افراد تأثیرگذارند (همو، ۱۳۹۱، ص ۱۰۱). وی با اشاره به ویژگی‌ها و خصوصیات فضای مجازی، تشدید واقعیت را اثری می‌داند که تحت تأثیر ویژگی‌های ذاتی فضای مجازی، متوجه پدیده‌ها، افراد و تعاملات این فضا می‌شود (همان، ص ۹۹). به نظر او برخی آسیب‌ها از زیرساخت فضای مجازی و ویژگی‌ها و خاصیت‌های آن برخاسته است — مانند فرهنگ‌های مضاد در سازوکار فضای مجازی، مثل امری که در یک جامعه رفتاری عرفی و در جامعه دیگر گناه انگاشته شده، در کنار هم جمع شوند که سبب ایجاد ابهام هویتی و دوگانگی و دورگه‌ای شدن هویت می‌گردد و برخی دیگر به تجربه زیستی افراد و کاربران فضای مجازی بر می‌گردد — مثل اینکه کسی در تجربه‌های زیستی خود در فضای فیزیکی، به فعالیت‌های آسیبی یا آسیب‌زا عادت داشته که ورود این افراد به فضای مجازی به تشدید این عادت آسیبی آنها منجر خواهد شد (همان، ص ۱۲۲). دکتر عاملی فضای مجازی را مانند تیغ دولبه‌ای می‌داند که هم بر زندگی شرگرایانه و هم تابندگی خیرگرایانه دارد. اگر در محیط مجازی برای خیر، نیکی، اخلاق و هنجارهای اخلاقی اسلامی ظرفیت‌سازی و محتوی‌سازی شود، با محیط جهانی و فراگیر خیر و نیکی و اخلاق و ظرفیت رفتار صالحانه مواجه خواهیم بود و اگر با شر و شرارت ظرفیت‌سازی شود، با جهانی شدن شر و شرارت مواجه می‌شویم (همان، ص ۱۲۵).

نتیجه آنکه اگر آن گونه که دکتر عاملی معتقد است تشدید واقعیت از آثار شبکه‌های اجتماعی سایبری بر عالم عینی و نتایج مترتب بر آن باشد و همچنین خیر یا شربودن این فضا وابسته به ظرفیت‌سازی ناظر به خیر یا محتوای خیر آن است، می‌توان نتیجه گرفت در صورتی که فضای سایبری و محتوای آن سمت و سویی دینی و در جهت تحیکم و توسعه مبانی دینی داشته باشد، به تشدید و تقویت دینداری و در مقابل اگر فضای سایبری در جهت مخالف دین حرکت کند، به تضعیف دینداری خواهد انجامید.

نقد و نظر

صاحب ایده دوفضایی شدن گاهی از این ایده تعبیر به نظریه (همو، ۱۳۹۷، ص ۱۹۷) و در موارد بسیاری تعبیر به پارادایم (همان، ص ۱۹۵-۱۹۸) نموده است؛ اما به نظر می‌رسد این ایده یک تنبّه یا اصلی بدیهی باشد که با همه اهمیت و سودمندی اش برای تصدیق آن تصور موضوع و محمول آن کافی باشد؛ به این معنا که هر کس با فضای مجازی و کارکرد آن آشنا باشد، بی‌درنگ به لزوم توجه و به حساب آوردن آن در تحقیقات و معادلات معاصر حکم خواهد نمود؛ از این رو برای نگرش دوج جهانی، نگرشی رقیب یا جایگزین قابل تصور نخواهد بود و از این رو تعبیر به نظریه یا پارادایم که همواره در عرصه رقابت و اثبات برتری رخ می‌نمایند، در مورد رویکرد دوج جهانی شدن تعبیر دقیقی نیست. دوج جهانی شدن در صورتی می‌تواند به عنوان یک نظریه مطرح شود که معلومات نظری بیشتری را ارائه دهد؛ مثل اینکه بیان کند سهم هر یک از عوالم عینی و سایبری در مطالعه امور چه میزان است؟ سازوکار تأثیر عالم حقیقی در مجازی و بالعکس چیست؟ و...

دوج جهانی شدن یک رویکرد روش‌شناختی و معرفت‌شناختی است؛ بدین معنا که توصیه می‌کند برای فهم حقایق باید از هر دو چشم‌انداز عالم عینی و عالم مجازی به آنها نگریست. بنابراین وصف «دوج جهانی شدن» یک توصیف اپیستمولوژیک و معرفت‌شناختی برای روش و رویکرد است نه حقیقت و امر عینی؛ حال آنکه دکتر عاملی در تطبیق این رویکرد و اطلاق آسیب‌های دوج جهانی، آن را توصیفی بر آسیب که امری عینی است، به کار گرفته که توصیفی آنتولوژیک و وجودشناختی است. گذشته از آن، با توجه به توضیحی که ایشان درباره تفاوتی که بین آسیب‌های مشترک در هر دو عالم سایبری و واقعی و آسیب‌های مختص به عالم مجازی ارائه داده است، می‌توانست این تقسیم را ثلاثی و نه ثنایی تلقی کرده، آسیب‌های مختص به عالم حقیقی را نیز به حساب آورد که البته این تقسیم آسیب چه ثنایی باشد و چه ثلاثی، ربطی به نظریه دوفضایی شدن و نتایج آن ندارد. در نهایت ایشان در بیان نگرش خود نسبت به تأثیر فضای سایبری بر فضای حقیقی توضیح نداده‌اند که ظرفیت‌سازی در فضای سایبری برای خیر و نیکی و ارزش‌های دینی برای تشدید آنها به چه صورت است و آیا شبکه‌های اجتماعی متداول غربی این ظرفیت را دارند یا نه؟

ب) دینداری با هویت چهل تکه و تفکر سیار

دکتر شایگان ضمن آنکه دنیای امروز را آشفته می‌خواند، آن را نقطه تلاقی سه پدیده همزمان افسون‌زدایی، تکنیک‌زدگی و مجازی‌سازی می‌داند (شایگان، ۱۳۹۶، ص ۱۳). به قول او مجازی‌سازی حتی به شیوه «باهم‌بودن» ما نیز دست‌درازی کرده است (همان، ص ۳۳۷). او در توضیح فضای مجازی به دو شیوه مجازی‌سازی اشاره می‌کند: ۱) دنیای اسطوره‌ای - شاعرانه صور؛ ۲) حاصل انقلاب جدید الکترونیکی که باعث شده از واقعیت به مجاز سفر کنیم (همان، ص ۳۳۲). در نگاه شایگان با ویژگی‌های جهان جدید مجازی که عبارت است از حضور همه‌جایی، بی‌واسطگی و آنی بودن، آماده‌ساخت‌های مجازی هستی می‌شویم. این ساحت اگرچه همان عالم مثال نیست، اما به آن شباهت دارد (همان، ص ۳۳۲). به گفته او پیوند افکار «معنوی» معلق و شناور در عصر جدید با سپهر اطلاعات (Cyberspace)، مجازی‌سازی، امکانات جدید بسیار در اختیار این «معنویت» جدید می‌گذارد و وسیله بیان تازه‌ای برایش می‌یابد (همان، ص ۳۳۱).

در نگاه شایگان هم‌زمانی کنونی تمام اندیشه‌هایی که پیش از فضای مجازی سیر وقوعی خطی داشته‌اند و حضور تمام فرهنگ‌ها در یک مکان و امکان دسترسی به آنها و هویت و اندیشه انسانی حاصل از آن، وضعیت جدیدی حاصل نموده که در چنین شرایطی به نظر او، حقایق عظیم متافیزیکی که بنیان هستی‌شناسی‌های پیشین بودند، اکنون بی‌اعتبار شده‌اند و تفاسیر گوناگون و بی‌پایانی وجود دارد؛ به گونه‌ای که هر کسی حق دارد جنبه‌های وجود را بر مبنای ارزش‌های ذهن خویش تأویل کند (همان، ص ۱۴). در اندیشه شایگان آگاهی بشر آن‌چنان وسعت یافته که دیگر هیچ فرهنگی نمی‌تواند به تنهایی پاسخگوی آن باشد. در نگاه شایگان هویت انسان در چنین شرایطی دچار چندگانگی و به تعبیر او چهل تکه است. همه این رخدادها جهت‌ی واحد دارند و آن طرد و رد عقاید یک‌دست و یکپارچه و نظام‌های فکری درختی شکل و در مقابل، ارج نهادن به اندیشه سیار (Pensee Nomade)، پرورش هم‌دلی، دورگه‌گی و باروری متقابل فرهنگ‌هاست (همان، ص ۱۵). با این حال شایگان جهان امروز را دچار نوعی بحران می‌داند. به نظر او جهان امروز با تأکید مفرط بر عالم محسوسات، اعتدال را به هم زده و جایگاه هستی‌شناسی جهان روح را که برای سلامتی انسان مدرن به غایت ضروری است، متروک گذاشته و این جهان در قوه شناخت ما جایی ندارد. به نظر شایگان باید با تقویت جنبه نامشهود چیزها از

قدرت جنبه مشهود آنها کاست (همان، ص ۱۹).

شایگان در این مسیر با شمردن ویژگی های آیین بودا، سر جذابیت و اقبال شدید غربی ها به این آیین را توضیح می دهد. او آن چنان به تطابق آیین بودایی با شرایط امروز جهان معتقد است که می گوید: این آیین بودا نیست که جهان را فتح کرده، بلکه جهان است که بودایی شده و به نحوی اجتناب آمیز به این آیین رو کرده است (همان، ص ۴۳۱). به نظر شایگان هستی شناسی درهم شکسته بودا، بینش سینمایی آن از لحظه های گسسته، لحظه هایی که حیات آنها در هر دم با ناپدید شدنشان همزمان است و جرعه های پی در پی آنها، توهم استمرار، تداوم و پیوستگی را به وجود می آورد، با بینش متکثر و لحظه گرای جهان کنونی کاملاً هماهنگ است. او جذابیت کنونی اندیشه بودا به ویژه در غرب را ناشی از همین وضعیت می داند (همان، ص ۱۶).

به طور خلاصه باید از نگاه شایگان نتیجه گرفت که رفته رفته در چنین عصری چراغ ادیان توحیدی رو به خاموشی خواهد گراید؛ اما از آنجا که هیمنه عالم محسوسات به تضعیف عالم روح یا همان معنویت در انسان امروزی منجر شده و او را از حالت تعادل خارج نموده است، انسان باید رو به آیینی مناسب و منسجم با وضعیت کنونی اش (آیین بودا) آورد تا این نقص در او مرتفع گردد.

نقد و نظر

دکتر شایگان برای تصویر دنیای جدید و وضعیت انسان و هویت او در عصر فضای سایبری و شبکه های اجتماعی در این شرایط تلاش خوبی را مبذول نموده است. تعبیر «هویت چهل تکه» برای توصیف هویت انسانی که در عین نشستن در خانه خود، در سپهر اطلاعات و در شبکه های اجتماعی مختلف ابراز وجود می کند و تعبیر «تفکر سیار» برای فکر او که می تواند در گوشه ای بنشسته، در سرزمین های فرهنگی گوناگونی سیر کند، تعابیر بلیغی است. با این حال نسخه ای که شایگان برای این دنیای جدید و توابع و آثار حاصل از آن همچون شیخ سازی یا همان افسون زدگی جدید توصیه می کند، قابل مناقشه می باشد.

ایشان به گزارش هفته نامه رخداد که آماری را درباره میزان اقبال فرانسوی ها به آیین بودا منتشر کرده، استناد نموده و از آن جذابیت دین بودا در فرانسه را استنباط کرده و سپس به تبیین علت این جذابیت در عصر حاضر پرداخته است و ویژگی های آیین بودا را مناسب و منطبق بر شرایط انسان

حاضر که پیش تر به توصیف آن پرداخته، می‌داند (همان، ص ۴۲۱ — ۴۲۳). این در حالی است که آمار و ارقام در مورد رشد ادیان در جهان و نیز در غرب چیز دیگری می‌گویند؛ تا آنجا که مؤسسه تحقیقاتی پیو آمریکا، دین اسلام را سریع‌ترین دین در حال پیشرفت می‌داند؛ به گونه‌ای که پیش‌بینی می‌کند تا سال ۲۰۶۰ میلادی اسلام از حیث تعداد معتقدان به آن دین اول در جهان باشد؛ این در حالی است که در این مدت دین بودایی رشدی منفی را تجربه خواهد نمود (See: Why Muslims are the world's Fastest-Growing Religious Group/ www.pewresearch.org).

شایگان بیشتر تنها به توصیف وضعیت پست مدرنیستی حاصل از رسانه‌های جدید اشاره می‌کند و در جهت نقد و صحت‌سنجی آن تلاش نمی‌کند. او با نگاه سودگرایانه به منافع دنیای مدرن و پست مدرن و دستاوردهایی همچون منشور حقوق بشر نظر دارد و سعی می‌کند با همین نگاه مصلحت‌جویانه تمام قامت از وضعیت کنونی دفاع کند و برای رفع ضررها هم راه حلی ارائه دهد. او به سادگی منتقدان غربی را که به نقد مدرنیته می‌پردازند، به کودکانی لوس تشبیه می‌کند که همه چیز در اختیارشان هست و دیگر نمی‌دانند با آن چه کنند؛ لذا از خود می‌پرسند، آیا این بازی ارزش این همه را داشت؟ (شایگان، ۱۳۹۶، ص ۲۷). به نظر او اگرچه این انتقادها محققانه و درخشان و پیچیده‌اند، با نظرداشت منافی که مدرنیته به بار آورده و توجه به اینکه بسیاری از ملت‌ها از این حقوق ابتدایی محروم‌اند، در این صورت این نقدها چیزی جز لفاظی سطحی و فریبنده به نظر نخواهد آمد؛ این در حالی است که مقتضای بحث فلسفی و علمی ایجاب می‌کند تمامی جوانب بحث به خوبی مورد مذاقه قرار گیرد. آیا از حیث معرفت‌شناسی انکار احکام کلی یا فراروایت‌ها (Metanarratives) از سوی پست مدرن‌ها صحیح است؟ آیا نسبیت‌گرایی معرفت‌شناختی ناشی از پست مدرنیسم مقبول است و آیا پلورالیسم برخاسته از آن از حیث منطقی قابل پذیرش می‌باشد؟ آیا از حیث علم‌النفس فلسفی و انسان‌شناسی، داشتن هویت چهل‌تکه ممکن است و به فرض امکان، آیا خود مطلوب است؟ بی‌گمان یک فیلسوف نمی‌تواند به راحتی از کنار این پرسش‌ها بگذرد.

درست است که انسان تمایلاتی دارد و ممکن است اموری برای او جذاب بنماید، وظیفه فیلسوف این است که تمایلات اصیل، عمیق، ذاتی و فطری انسان را از تمایلات عارضی و تاریخ‌مند او تمیز دهد و پاسخ مناسب برای هر یک از این تمایلات ارائه دهد. بی‌گمان میل به

حقیقت و حس حقیقت‌جویی و تمایل برای کشف واقع از تمایلات فطری و ذاتی انسان است که محدود به هیچ دوره و تاریخ خاصی نیست، بلکه در ذات و فطرت او به ودیعه نهاده شده است. از طرفی دین مدعی پاسخ‌گویی به این تمایل اصیل انسان و روشن نمودن حقیقت برای انسان درباره سؤالات اصیل و اصلی اوست؛ از این رو نمی‌توان به صرف جذابیت عارضی آیینی در عصر حاضر و نه پیش‌بینی همه‌گیری و نه توصیه به پذیرش آن نمود؛ همچنین نمی‌توان آموزه‌هایی را به صرف قدیمی بودن به کناری نهاد، بلکه در این حوزه باید معیار منطق و تعقل و فلسفه را در نظر داشت و حقیقت را نشان گرفت.

ج) معضل «بامر» و دینداری

جارون لانیر (Jaron Lanier) از پیشگامان فناوری‌های جدید وب، پدیدآورنده تکنولوژی «واقعیت مجازی» و فیلسوف در این عرصه، با اینترنت یا شبکه‌های اجتماعی صرف مخالف نیست؛ اما به دلیل آنکه این شبکه‌ها مشتمل بر عنصری مشکل‌ساز هستند، با آنها مخالفت کرده و توصیه به حذف حساب کاربری این شبکه‌ها نموده است. این مشکل عبارت است از «تغییر رفتار کاربران و تبدیل آن به ملکی (امپراتوری) برای اجاره دادن» (Behaviours of Users Modified, and Made into an Empire for Rent). او از حروف ابتدای کلمات انگلیسی این عبارت استفاده کرده و کلمه «بامر» (Bummer) را می‌سازد که خود این کلمه به معنای تجربه‌ای آزاردهنده و نومیدکننده است. به نظر جارون لانیر فیسبوک همین طور گوگل، اینستاگرام، توئیتر، اسنپ‌چت حتی واتساپ همگی با «بامر» هستند یا به عبارتی بر نظام با «بامر» بنیان نهاده شده‌اند. همین امر است که اینترنت را مشکل‌دار و زهراگین ساخته است؛ زیرا ما ابزارهایی را با خود حمل می‌کنیم که به کار تغییر توده‌ای رفتار (Mass Behaviour Modification) می‌آیند.

لانیر در توضیح بیشتر «بامر» آن را به عنوان ماشینی آماری معرفی می‌کند که در ابرهای رایاگر (Computing Clouds) زندگی می‌کند... اگر شما پلتفرم‌های با «بامر» را به کار می‌برید، ممکن است دست‌کم اندکی تغییر کرده باشید. درست است که ما نمی‌توانیم درباره جزئیات و تفصیل تفاوت جهان بدون با «بامر» سخن برانیم، می‌توانیم درباره تصویر بزرگ و کلی سخن بگوییم. به قول لانیر «اگر خود به اصلاح نپردازیم، با «بامر» درست مانند تغییر آب و هوا، ما را به جهنم سوق خواهد داد»

(Lanier, 2018, pp.23-25) الگوریتم‌های بامر در این شبکه‌ها همه امور مردم را ذخیره و مورد سنجش و تطبیق قرار داده و نظریه ارائه‌شده را به آزمایش‌های مکرر می‌سپارند (Ibid, pp.26-28) این الگوریتم‌ها با شخصی‌سازی اطلاعاتی که به هر کاربر می‌رسد، انتخاب می‌کنند که هر شخصی از طریق ابزار ارتباطی خود چه چیزی را تجربه کند (Ibid, pp.28-29). آنها به موذی‌ترین شکل ممکن و به گونه‌ای که اراده آزاد انسان تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد، رفتار کاربران را جهت‌دهی می‌کنند (Ibid, pp.27-28). این ماشین تغییر توده‌ای رفتار برای کسب پول، اجاره داده می‌شود (Ibid, pp.28-31). بر اساس کارکرد بامر، هنگامی که از شبکه‌های اجتماعی به نحو عام و فیسبوک و اینستاگرام و واتساب به نحو خاص استفاده می‌کنید، شما دیگر مشتری نیستید، بلکه خود یک کالا و محصول تولیدی هستید. مردم پول می‌دهند تا رفتار شما را بر اساس احتمالات آماری (Statistical Probabilities) که شما نمی‌توانید ببینید و آنها نمی‌توانند بفهمند، دستکاری و اداره کنند؛ برای مثال بامر کشف می‌کند که اگر شما قبلاً ویدیویی درباره گربه یا یک آیتم خبری که شما را ناراحت می‌کند دیده باشید، محتمل‌تر است که کالای الف را بخرید یا به شخص «ب» رأی دهید. اینکه چرا شما این گونه عمل می‌کنید، لازم نیست کسی بداند؛ اما از حیث ریاضیاتی و محاسباتی شما این گونه عمل خواهید نمود؛ بنابراین سیستم و نظام بامر همان آیتم‌ها را به شما نشان خواهد داد.

لایبر پس از آنکه مفهوم بامر را به همراه عناصر آن توضیح داد، ده دلیل برای ضرورت حذف اکانت از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌آورد که دهمین و آخرین این ادله، ارتباط وثیقی با بحث دین و دینداری دارد. در نگاه لایبر شما هنگامی که بامر را به کار می‌برید، به طور ضمنی یک قالب معنایی جدیدی را می‌پذیرید. شما قبول کرده‌اید چیزی را که رابطه تنگاتنگی با روح شما دارد، تغییر دهید. اگر شما از بامر استفاده کنید، از حیث آماری، این احتمال هست که تا حدی، به طور مؤثری به آنچه به عنوان دین‌تان فرضش گرفته‌اید، پشت کنید؛ حتی اگر آن دین مفروض، بی‌خدایی و الحاد باشد (Ibid, p.97). البته لایبر به این نتیجه آماری بسنده نمی‌کند، بلکه به تفلسف و بررسی علل این تأثیرپذیری نیز می‌پردازد. لایبر درگیر شدن با بامر را چونان به مسلخ‌بردن اراده آزاد می‌انگارد؛ این در حالی است که به قول لایبر ادیان عموماً اراده را امری حقیقی در انسان می‌شمارند و همه حتی اثری‌ترین ادیان مانند بودیسم، باید با اراده آزاد آغاز کنند تا آزادانه به

وضعیتی متعالی‌تر برسد (Ibid, p.98).

لایبر برای بامر کارکردی شبیه دین قایل است از این حیث که بامر با شدت هرچه تمام‌تر مردم را درگیر خود می‌کند (Ibid, p.99)؛ همچنین در نگاه او، دین پذیرش اموری است بدون مدرک (Evidence) یا اموری که در مقابل مستندات هستند. به نظر او در بحث ما نیز شما باید به مقدار کافی به حکمت الگوریتم‌های بامر ایمان داشته باشید تا آنچه را به شما برای خواندن پیشنهاد می‌دهد، بخوانید (Ibid, p.100)؛ همچنین در نگاه لایبر بامر در صدد تدارک تمام کارکردهای دین است. به نظر او دین به پرسش‌هایی پاسخ می‌دهد که همان پرسش‌ها اساسی زندگی هستند؛ پرسش‌هایی مانند هدف زندگی که در نگاه بامر، این هدف همان بهینه‌سازی (Optimizing) و در نگاه گوگل، «سازماندهی داده‌های جهان» می‌باشد؛ اما در جهان‌بینی «سلیکون ولی» (Silicon Valley) همه چیز داده و اطلاعات است. ماده، بدن انسان و غیره می‌توانند هک شوند؛ از این رو عبارة اخرای بیان مأموریت گوگل در فرهنگ تکنیکی «سازماندهی حقیقت» است. لایبر با تأکید بر این ویژگی بهینه‌سازی سایت گوگل وارد شدن در آن را به منزله تعمیم‌یافتن در نظر می‌گیرد (Ibid, p.102). لایبر به بیانیه رسالت فیسبوک در آخرین نسخه آن اشاره می‌کند که بر اساس آن، این شرکت می‌خواهد مطمئن شود هر فرد انسانی حس هدفمندی (Purpose) و ملیت (Community) دارد، سپس می‌گوید: یک شرکت تک و تنها می‌خواهد شاهد هدفدار بودن هر کدام از انسان‌ها باشد؛ زیرا فرض بر این می‌گیرد که قبلاً هدف نداشته‌اند. من نمی‌دانم اگر این یک دین تازه نیست، پس چیست؟ (Ibid, p.103). در بعد پاسخ‌گویی به پرسش‌های اساسی انسان، در نگاه لایبر، بامر ایده‌ای برای زندگی بعد از مرگ نیز تدارک دیده است؛ مثلاً صفحه یک شخص بعد از مردنش، مزار و حرمی می‌شود که هر کس تنها به عنوان عضو فیسبوک می‌تواند آن را زیارت کند و برای عضو شدن در آن لازم است به طور ضمنی یک پیرو وفادار گردد (Ibid, p.103). از طرفی مدیر مهندسی گوگل این ایده را ترویج می‌کند که گوگل قادر خواهد بود آگاهی شما را در فضای ابری این شرکت آپلود کند. به قول لایبر سخن اینجا در این باب نیست که آگاهی وجود ندارد، بلکه سخن این است که این شرکت آن را تصاحب می‌کند (Ibid, p.103). به قول لایبر مطمئناً این قول متداول مردم که می‌گویند گوگل صاحب زندگی ابدی (The Master of Eternal life) است، در طبیعی و مناسب به نظر رسیدن اینکه یک شرکت بامر باید آن‌چنان دانش و قدرتی بر زندگی توده انسان‌ها داشته

باشد، نقش آفرین بوده است. او این حالت را نه فقط یک متافیزیک بلکه یک امپریالیسم متافیزیکی می‌شمرد (Ibid, p.103).

نقد و نظر

ماهیت دیجیتال و ذات ارقامی شبکه‌های سایبری، فضایی فیثاغورثی می‌سازد که در زمینه آن امکان پدیداری اموری همانند آنچه لائیر آن را «بامر» می‌خواند وجود دارد؛ اما اعتراف و افشاگری خبرگانی مانند لائیر که خود از معماران فضای سایبری محسوب می‌شود، می‌تواند این احتمال را از بقعه امکان به عرصه تحقق و واقعیت بیرون آورد. با این حال اگرچه بامر می‌تواند در مبادی شوقیه و فعلیه دخالت نماید و در تکوین اراده انسان نقش آفرینی کند، اینکه بامر بتواند اراده آزاد انسان را از بین ببرد و او را به مرحله الجاء و سلب اختیار بکشاند، پذیرفتنی نیست؛ از این رو در صورتی که بامر در جهت تضعیف روحیه دینی یا تقویت اموری که لازمه آن تضعیف روحیه دینداری است، طراحی شده باشد، بی‌گمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی محتوی چنین بامری، تضعیف‌کننده دینداری خواهد بود.

۶۱

تیس

تحلیل نسبت دین و دینداری با شبکه‌های اجتماعی سایبری

لائیر بخشی از تضعیف‌کنندگی بامر نسبت به دین را در روند بامر در تدارک کارکردهای دین دانسته که در این مسیر تلاش می‌کند برای ادای نقش دین و تصرف مکان آن به مدل‌سازی و بازآفرینی کارکردهای دین بپردازد تا خود، عوامل نیاز بشر به دین را برآورد و بدین گونه جایگزین آن گردد. با این حال برخی کارکردهای یادشده - مانند تبدیل شدن صفحه متوفا در شبکه‌های اجتماعی به مزار او - مربوط به اصل شبکه‌های اجتماعی سایبری و از مقتضیات آن است نه مربوط به بامر به عنوان ماشینی آماری که در ابرهای رایانشی زیست می‌کند؛ همچنین کارکردهای دینی ادعاشده برای بامر، از حیث معرفت‌شناسی عاری از نگرش واقع‌گرایانه و رئالیستی است و در این مسیر از همان پراگماتیسم و عمل‌گرایی آمریکایی سر برآورده است و از این رو از آن شورانگیزی کارکردهای حقیقی دین عاری است و نمی‌تواند آن را به حد و قامت یک آلترناتیو و جایگزین برای دین برساند. اینکه لائیر بامر را دین خوانده و ورود به آن را به منزله تعمیم شمرده است، نمی‌تواند حتی از حیث کارکرد تنها از حد یک تشبیه و تمثیل فراتر رود و حقیقتی داشته باشد؛ ضمن آنکه هم در تصویری که لائیر از دین به عنوان منبع معرفتی نامستند ارائه می‌دهد اشکال وجود دارد و هم در

انطباق صفاتی که آنها را مختص دین می‌خواند بر بامر، برای مثال قطعاً نزد انسان‌ها ایمان و سرسپردگی نسبت به دین و امر قدسی و الهی با آن اتکا و اطمینانی که به بامر در بهینه‌سازی جست‌وجوی خود دارند، تفاوت دارد؛ همچنین است ادعای انتقال آگاهی انسان به فضای ابری برای ادامه زندگی انسان در آن بعد از مرگ؛ زیرا داده‌های منتقل شده از انسان به فضای وب اگرچه می‌توانند تقلیدی ادعایی از رفتار او را بروز دهند، هرگز چنین مجموعه داده‌ای به عنوان جوهر اندیشنده خود، شناخته نمی‌شود و کسی حاضر نیست برای خلود غیر حقیقی سایبری از زندگی و آگاهی حقیقی خود بگذرد یا خطر کند. گذشته از اینکه نه بر مبنای مشائین که علم را عارض بر نفس می‌دانند با انتقال معلومات انسان به فضای ابری، «من» او به آن فضا منتقل شده و نه طبق مبنای حکمت صدرایی که قایل به وحدت عالم و معلوم است؛ زیرا آنچه به فضای ابری منتقل شده، نه خود آن علم بلکه مدلول و وجود دیجیتال آن است؛ درست مثل اینکه کسی علوم خود را با وجود کتبی در کتاب‌ها به ودیعه نهد که با این عمل، عین علم او وانگهی نفس او به این کتب منتقل نشده است؛ از این رو به نظر نمی‌رسد بامر از حیث کارکردی بتواند لااقل در برابر دین برخوردار از کارکردهای واقع‌گرایانه، به عنوان جایگزین عرض اندام کند.

الگوی پیشنهادی

نسبت دین با شبکه‌های اجتماعی

با توجه به تفاوت مفهومی دین و دینداری و تمایز آن دو که مورد اشاره قرار گرفت، از آنجا که حقیقت دین، فعل الهی و از جانب اوست، سخن گفتن از تأثیر شبکه‌های اجتماعی یا شبکه‌ورزی اجتماعی که کنش یا حاصل کنش انسانی بر دین است، بی‌معنا و بی‌راهه رفتن است؛ هرچند می‌توان از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر معرفت دینی سخن راند که با توجه به طبیعت شبکه‌های اجتماعی سایبری در ایجاد شبکه‌های متنوع و متفاوت همفکر و گروه‌های گوناگون فکری هم‌افق، این شبکه‌ها زمینه را برای ایجاد جریان‌های متنوع فکری متصلب ایجاد خواهد نمود و زمینه برای دخالت پیش‌فرض‌هایی را که در شبکه‌های اقران تشدید یافته‌اند در روند فهم دین و قرائت متون

فراهم خواهد نمود و از این جهت به تعدد قرائت‌ها از دین منجر خواهد شد که در پژوهش‌های پیمایشی هم این نگرش تأیید شد.

البته بحث تأثیر دین بر شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای دیگر رقم می‌خورد و دین می‌تواند به دو صورت بر شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار باشد:

۱. تأثیر بر فرستنده: دین بر اساس تعالیم و فرهنگ و دستورهایش می‌تواند رهنمودهایی برای طراحی ساختار شبکه‌های اجتماعی داشته باشد تا کنش اجتماعی انساها به سمت و سویی جهت‌گیری شوند که همسو با آرمان‌ها و چشم‌اندازهای دینی باشند. همان طور که فرهنگ اسلامی می‌تواند معماری خاصی به نام معماری اسلامی با دلالت‌ها و کارکردهای خاص خودش را نتیجه دهد، به همین صورت می‌تواند به معماری و مهندسی ساختاری خاصی در برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی بینجامد. بی‌گمان طراحی ساختار و سازوکار شبکه‌های اجتماعی بر اساس مدل مطلوب اسلامی نیازمند تسلط بر مبادی و مبانی نگرش اجتماعی اسلام و نیز آشنایی با فضا و حال و هوای رسانه اجتماعی و کارکردها و ظرفیت‌های آن است؛ برای مثال مسجد محوری برگرفته از مدل محله محوری در تعاملات اجتماعی، الگویی پیشنهادی برای شبکه اجتماعی اسلامی است که از سنت نبوی در صدر اسلام الهام گرفته است (رضایی تبار، ۱۳۹۶، ص ۲۷). از طرفی احکام و رهنمودهای دینی می‌تواند در مدیریت و نحوه گرداندن این شبکه‌ها به صورت تعیین‌کننده‌ای مؤثر باشد. از آنجا که هر رسانه اجتماعی برای خود آیین‌نامه اجرایی و نیز قوانینی تشویقی یا تهدیدی جهت کنترل رفتار کاربران به صورت اعطای امتیازات خاص یا اعمال محدودیت نحوه دسترسی دارند، این رسانه‌ها می‌توانند استراتژی‌ها و شیوه رفتاری و مدیریتی خود را بر اساس تعالیم دینی تنظیم کنند.

۲. تأثیر بر گیرنده: کاربر شبکه اجتماعی یک عامل مکانیکی و بی‌اختیار نیست، بلکه بر اساس بینش خاص خود به مصرف رسانه می‌پردازد. این بینش میزان استفاده، نحوه استفاده و نیز شیوه تفسیر رسانه را در او تعیین می‌نماید. غالباً از این بینش در فضای گفتمان رسانه، تعبیر به سواد رسانه‌ای (Media Literacy) می‌کنند. دین می‌تواند در تکوین این بینش یا سواد رسانه‌ای مؤثر باشد. از طرفی در صورتی که بینش دینی در استفاده از رسانه همه‌گیر شده و تبدیل به گفتمان گردد، خود به یک مطالبه عمومی مبدل شده، وانگهی از باب تناسب عرضه با تقاضا، این بینش به طراحان

و مدیران شبکه‌های اجتماعی در سطح فرستنده (طراحی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی) منتقل می‌گردد؛ برای نمونه سیدحسین شرف‌الدین و دیگران تلاش کرده‌اند شیوه ارتباط عقیفانه مورد نظر فقه اسلامی را به صورت مصداقی در شبکه‌های اجتماعی نشان دهند و رهنمودهایی را در این باره به کاربران ارائه نمایند (شرف‌الدین و دیگران، ۱۳۹۳، ص ۷-۳۶).

نسبت شبکه‌های اجتماعی و دینداری

به نظر می‌رسد برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دینداری لازم باشد همان طور که شبکه‌های اجتماعی را یک سیستم و نظام می‌شناسیم، دین را هم یک سیستم و نظام تعیین کننده بینش و انگیزش و کنش در نظر بگیریم و آنها را از حیث مبادی معرفتی و ایدئولوژیکی، شکلی و ساختاری، نهادی و سازمانی مورد مقایسه قرار دهیم تا از حیث توافق یا تنافر در کنار یکدیگر چهره بنمایانند. در ذیل به این مقایسه می‌پردازیم.

۱. دین و شبکه‌های اجتماعی هر دو غایت آگاهی‌بخشی دارند و در هر دو، پیام و پیام‌رسانی موضوعیت داشته، جزء ذاتیات هر کدام به شمار می‌رود؛ با این تفاوت که در دین، پیام آگاهی‌بخش به صورت یک‌طرفه از جانب خداوند برای انسانی است که تنها گیرنده به شمار می‌رود؛ در حالی که ذات رسانه‌های اجتماعی دوطرفه بودن آنهاست؛ به صورتی که انسان در آن هم گوینده است و هم مخاطب، هم گیرنده است و هم فرستنده.

۲. عنصر انسان و جامعه انسانی هم برای دین و هم برای شبکه‌های اجتماعی اهمیت و موضوعیت محوری دارد. این تفاوت که تنها انسان‌ها هستند که از دین انتفاع می‌برند و نه صاحب شریعت، در حالی که در شبکه‌های اجتماعی سایبری، مالکان این شبکه‌ها منتفع اصلی و ذاتی و استفاده‌کنندگان از سرویس‌ها منتفع فرعی و عرضی می‌باشند. عموماً شرکت‌های بزرگ و حامی مالی این شبکه‌ها، آنها را زمینه‌ای پرسود برای سرمایه‌گذاری به حساب می‌آورند و از این رو به تأسیس و توسعه آنها می‌پردازند. عنصر «بامر» که جaron لاینر کاربران را از آن بر حذر می‌داشت، پدیده‌ای است برآمده از سودگرایی مالکان و صاحبان این شبکه‌ها.

۳. ذات دین مرجعیت مدار و از حیث معرفت‌شناختی انحصارگراست؛ به این معنا که حقیقت

مطلق تنها نزد خداست و عوامل دیگر به میزان نزدیکی به خداوند و دسترسی هر چه بیشتر و مستقیم‌تر به منبع معرفت، مرجعیت پیدا می‌کنند؛ از این رو به ترتیب پیامبر ﷺ و ائمه و روایان و مستنبطان کلام آنان از علمای دین دارای مرجعیت و حجیت هستند؛ این در حالی است که ذات شبکه‌های اجتماعی مرکزیت‌گریز، مرجعیت‌ستیز و تکثرگراست. اصولاً شبکه‌های اجتماعی سایبری در وضعیت کنونی، تخت و غیر هرمی است؛ به گونه‌ای که کاربر، مرجع تقلید دینی و مقلد او را در یک سطح حجیت رسانه‌ای مشاهده می‌کند و چنین ساختاری، اعتباری مساوی برای تمامی اعضای شبکه برای کاربر القا می‌نماید؛ از این رو ساختار شبکه‌های اجتماعی کنونی به پلورالیسم معرفتی رسمیت و مقبولیت می‌بخشد.

۶۵

قیاس

تحلیل نسبت دین و دینداری با شبکه‌های اجتماعی سایبری

۴. ذات دین حق‌گراست؛ بدین معنا که آنچه برای دین اهمیت دارد، حقیقت به معنای واقعی آن است، هر چند طرفداران اندکی داشته باشد؛ این در حالی است که ذات شبکه‌های اجتماعی، موضوعیت داشتن تعداد طرفداران و فالوورها و کمیت مشارکت‌کنندگان است. اعتبار دین به حقیقت بودن آن و مطابق واقع بودن مدعیات آن است، ولو اینکه تعداد طرفداران آن کم باشند؛ این در حالی است که میزان اهمیت مطالب شبکه‌ها به میزان بازدید و لایک خوردن آنها و اعتبار خود شبکه‌های اجتماعی به میزان استقبال و تعداد کاربران آن است و بر همین اساس و معیار آنها را دسته‌بندی می‌کنند؛ همچنین انگیزه برای مراجعه به دین و منابع آن از حیث معرفتی، دستیابی به حقیقتی است که دین داعیه‌دار آن است؛ این در حالی است که مراجعه به شبکه‌های اجتماعی از حیث معرفتی، اطلاع از دیدگاه‌های افراد مختلف و نیز اطلاع از چیزی است که در اندیشه افراد و محافل اجتماعی می‌گذرد.

۵. دین و شبکه‌های اجتماعی هر دو انگیزاننده به تعامل اجتماعی و جامعه‌ورزی هستند. دین خصوصاً با بعد شریعت و اخلاق خود، مؤمنان را به درآمیختن با انسان‌ها بر می‌انگیزاند. مناسک اجتماعی مانند جمعه و جماعات و توصیه‌های اخلاقی در تعامل با اطرافیان و دیگر انسان‌ها، عواملی برانگیزاننده برای اجتماع‌ورزیدن انسان هستند. از طرفی شبکه‌های اجتماعی نیز با ساختار و قالب خود، بستر تعامل اجتماعی و انگیزاننده به آن‌اند؛ اما شکل و شیوه‌ای که هر کدام از دین و شبکه‌های اجتماعی به آن فرا می‌خوانند، تفاوت دارد. جامعه‌ورزی که دین به آن فرا می‌خواند، مطلق و بی‌قاعده نیست، بلکه مشروط و مقید است و در هر حال باید به کمال انسان بینجامد و

نباید او را به سقوط بکشاند؛ از این رو در عین حالی که به همنشینی با انسان‌هایی خاص و شرکت در اجتماعی ویژه توصیه می‌کند، از همنشینی با انسان‌های خاصی و حضور در جماعت‌هایی دیگر نهی می‌کند. دین همچنین سلسله مراتب و اولویت‌مندی برای جامعه‌ورزی را در نظر دارد؛ برای مثال در فرهنگ دینی، ترتیبی درباره صورت خانواده، اقوام، همسایگان، دوستان و همشهریان مؤمن برقرار است؛ این در حالی است که ذات شبکه‌های اجتماعی کنونی به مقتضای زمینه فرهنگی لیبرالیستی خود، یله و رها و بی‌قید و برنامه است. این شبکه‌ها منعی از همنشینی با شخص خاصی نمی‌کنند و توصیه آنها در همنشینی فضیلت محور نیست بلکه یا بر اساس میزان طرفدار، دنبال کردن برخی را توصیه می‌کند یا در ازای دریافت پول کسانی را معرفی می‌کند تا کاربر آنها را دنبال کند. دوست‌یابی از نُرُم‌های شبکه‌های اجتماعی شده است؛ حال آنکه در فرهنگ دینی این روابط بین محرم و نامحرم محدود، مشروط و مقید است؛ همچنین ممکن است شبکه‌های اجتماعی تحت تأثیر مبانی اومانستی که بر محوریت علایق انسانی تأکید دارد، با استفاده از تحلیل رفتار کاربر، علایق او را تشخیص داده، تنها بر اساس علاقه او کانال‌ها، گروه‌ها یا افرادی را برای کاربر پیشنهاد داده و توصیه کنند.

نتیجه‌گیری

با توجه به منشأ الهی دین، سخن‌گفتن از تأثیر شبکه‌های اجتماعی سایبری بر دین بجا نیست؛ اما می‌توان از تأثیر این شبکه‌ها بر معرفت دینی سخن راند؛ برای نمونه با توجه به خاصیت تشدید واقعیت در شبکه‌های اجتماعی سایبری و همچنین پررنگ‌گشتن و دیده‌شدن اندیشه‌های اقلیت، منزوی و درحاشیه با امکان تشکیل گروه‌های همفکر در شبکه‌های مجازی و نیز تداخل فرهنگی حاصل از این شبکه‌ها با ساختار تخت و مرکزگرای آنها، زمینه‌ساز معرفت‌های متکثر دینی و رواج و تداول برداشت‌های متعدد از دین می‌گردد.

همچنین با مقایسه دین و ماهیت شبکه‌های اجتماعی موجود روشن شد که از ابعاد مختلف، نوعی تنافر بین نگرش دین و منش شبکه‌های اجتماعی سایبری و نوعی تقابل بین شیوه شبکه‌ورزی دیندارانه و شبکه‌ورزی برخاسته از طراحی و معماری فضای سایبری وجود دارد که صرف نظر از

عوامل دیگر، انس و دل‌بستگی به هر کدام، دلزدگی از دیگری را نتیجه می‌دهد. ما هرچند مانند لاینر زیست در شبکه‌های سایبری کنونی با ساختار حاضر را سبب تضعیف دینداری می‌دانیم، این نتیجه را برخاسته از تنافر ایدئولوژیک و ساختاری دو نهاد دین و شبکه‌های اجتماعی می‌دانیم نه به دلیل تشابه این شبکه‌ها با دین در کارکرد و نشستن آن در مکان دین آن گونه که لاینر معتقد بود. از سویی سیستم اجتماعی متنافر با سیستم دینی، فضایی فاسد است و «جو فاسد اجتماعی، جو روحی را فاسد می‌کند و جو فاسد روحی، زمینه رشد اندیشه‌های پست را تقویت می‌کند» (مطهری، ۱۳۹۰، ص ۵۶۸)؛ هرچند بر اساس الگوی مطرح شده، تنافر ساختار دین و ساختار شبکه‌های اجتماعی سایبری موجود، به تضعیف دینداری با استفاده هرچه بیشتر این شبکه‌ها منجر می‌گردد که با طراحی شبکه‌های اجتماعی سایبری متجانس، موافق و همسختن با سیستم و نظام دین می‌توان از این آسیب جلوگیری کرده و چه بسا سبک زندگی دیندارانه را نهادینه نمود.

۶۷

تجربیات

تحلیل نسبت دین و دینداری با شبکه‌های اجتماعی سایبری

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ

۱. آهنگری، الهه، و دیگران؛ «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و میزان پایبندی به اعتقادات دینی دانش آموزان ۱۲ تا ۱۸ سال شهر کاشمر»، فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان؛ مقاله ۲، دوره ۱۲، ش ۳ (پیاپی ۴۷)، ۱۳۹۷، ص ۵-۳۶.
۲. حسینی، سیدتقی؛ فضای مجازی از دیدگاه آیات و روایات؛ چ ۱، اصفهان: انتشارات سیمای فلق، ۱۳۹۶.
۳. دهخدا، علی‌اکبر؛ لغت‌نامه دهخدا؛ ج ۲۹، تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۴۱.
۴. رستمی، محمد، روزیتا جمیلی اسکویی، الهه نشاط و محمدرضا فرقانی؛ «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران (مطالعه موردی کاربران استان اصفهان)»، فصلنامه علوم اجتماعی؛ س ۱۱، ش ۳۷، ۱۳۹۶، ص ۴۵-۷۲.
۵. رضایی تبار، رضا؛ «رویکرد مسجدمحوری در تأسیس شبکه‌های اجتماعی اسلامی»، تحقیقات کاربردی علوم انسانی؛ ش ۲، ۱۳۹۶، ص ۲۷-۴۴.
۶. رهبر قاضی، محمود رضا، عباس حاتمی و امین عباسی؛ «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)»، مجله مجلس و راهبرد؛ دوره ۲۵، ش ۹۵، ۱۳۹۷، ص ۳۳-۵۸.
۷. شایگان، داریوش؛ افسون‌زدگی جدید، هویت چهل‌تکه و تفکر سیار؛ چ ۱۰، تهران: نشر فرزانه روز، ۱۳۹۶.
۸. شجاعی‌زاده، طاهره، ملیحه محمدی و حسینی‌نژاد؛ «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی و باور دینی کاربران»، اولین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین ایران و جهان در روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی؛ شیراز: دانشگاه علمی کاربردی

شوشتر، ۱۳۹۸.

۹. شرف‌الدین، سیدحسین، سیدعبدالرسول علم‌الهدی و محمدجواد نوروزی اقبالی؛ «ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری»، فرهنگ ارتباطات؛ س ۱۵، ش ۵۹، ۱۳۹۳، ص ۷-۳۶.

۱۰. عاملی، سعیدرضا؛ «دو جهانی شده‌ها و جامعه جهانی اضطراب»، مطالعات جامعه‌شناختی؛ ش ۲۱، ۱۳۸۲، ص ۱۴۳-۱۷۴.

۱۱. —؛ فلسفه فضای مجازی؛ چ ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۹۷.

۱۲. —؛ «قاعده‌های اخلاقی در فضای مجازی و دو وجهی نگری فضای مجازی»، ملاحظیات اخلاقی، حقوقی و اجتماعی؛ زیر نظر یونس شکرخواه؛ چ ۱، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۰.

۱۳. عاملی، سعیدرضا و مجتبی حاجی‌جعفری؛ «رویکرد دوفضایی به آسیب‌های مجازی و دین: نگرش‌ها و تجربه‌ها»، دوفصلنامه دین و ارتباطات؛ س ۱۲، ش ۴۱، ۱۳۹۱، ص ۹۵-۱۲۸.

۱۴. عدلی‌پور، صمد و حمدی سلیمانی؛ «آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی، مطالعه موردی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تبریز»، مجله مطالعات جامعه‌شناسی؛ دوره ۹، ش ۳۱، ۱۳۹۵، ص ۲۳-۴۵.

۱۵. قاسمی، وحید، صمد عدلی‌پور و مسعود کیانپور؛ «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان: مطالعه موردی فیسبوک و جوانان شهر اصفهان»، دو فصلنامه دین و ارتباطات؛ دوره ۱۹، ش ۴۲، ۱۳۹۱، ص ۵-۳۶.

۱۶. کاروانی، عبداللطیف و سینا امینی‌زاده، «مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای؛ دوره ۱۳، ش ۳، (پیاپی ۴۲)، پاییز ۱۳۹۷، ص ۲۱-۳۴.

۱۷. کاوه قهفرخی، محمدجواد و سمیه تاجیک اسماعیلی؛ «بررسی رابطه بین استفاده جوانان از شبکه‌های اجتماعی و شرکت در مراسم مذهبی»، فصلنامه مسائل کاربردی تعلیم و

- تربیت اسلامی؛ س ۲، ش ۲، ۱۳۹۶، ص ۶۱ - ۹۰.
۱۸. کلاکی، حسن و مرتضی نیازخانی؛ «مدل اندازه‌گیری دینداری جوانان»، **مطالعات فرهنگ — ارتباطات** (نامه پژوهش فرهنگی سابق)؛ س ۱۱، ش ۱۲، ۱۳۸۹، ص ۸۹ - ۱۲۳.
۱۹. کهوند، محمد؛ شبکه عنکبوتی، روش‌های جذب، نفوذ و تأثیرگذاری در فضای مجازی؛ چ ۱، قم: معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه، مدیریت مطالعات و پژوهش‌های تبلیغی، ۱۳۹۵.
۲۰. مجتهدی، کریم؛ «تفکر فلسفی و فضای مجازی؛ فلسفه در مواجهه با فضای مجازی»، **مجموعه مقالات منتخب بیست و یکمین همایش حکیم ملاصدرا؛ زیر نظر سیدمحمد خامنه‌ای؛ تهران: بنیاد حکمت اسلامی صدرا، ۱۳۹۶.**
۲۱. مزینانی، کاظم؛ «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی کاربران»، **ره‌آورد نور؛ ش ۴۶، ۱۳۹۳، ص ۲۲ - ۳۶.**
۲۲. مصباح یزدی، محمدتقی؛ آموزش فلسفه؛ ج ۱، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، معاونت فرهنگی، ۱۳۶۴.
۲۳. مطهری، شهید مرتضی؛ **مجموعه آثار؛ ج ۱ (عدل الهی، انسان و سرنوشت، علل گرایش به مادیگری)؛ تهران: صدرا، ۱۳۹۰.**
۲۴. نژاداصغری، زکیه؛ «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) بر تغییر هویت دینی کاربران»، **همایش ملی زنان، خانواده و شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ تهران: انجمن ایرانی مطالعات زنان، ۱۳۹۵.**
25. Alhazz, Reda & Jon Rokne; **Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining**; New York: Springer, 2014.
26. Bennett, Jana Marguerite; **Aquinas on the Web: Doing Theology in an Internet Age**; A&C Black و 2012.
27. Dimitrov, Konstantin; **Cyber Defence in Industry 4.0 Systems and Related Logistics and IT Infrastructures; Volume 51 of NATO**

- Science for Peace and Security Series - D: Information and Communication Security, IOS Press, 2018.
28. Eliade, Mircea ; **The Quest; History and meaning in religion;** the University of Chicago Press,1969.
 29. Lanier, Jaron; **Ten argument for deleting your social media accounts right now,** Published by Henry Holt and Co, 2018.
 30. Le Duc, A.; “Cyber/Digital Theology: Rethinking about Our Relationship with God and Neighbor in the Digital Environment”, **Religion and Social Communicatin;** vol.13, No.2, 2015.
 31. Kaplan, A. M., & Haenlein, M; **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media** Business Horizons, 53(1), 2010, pp.59–68.
 32. M. R. Paul, Jim Rev; **Social networking & cyberspirituality: towards a theology of networks;** Christian World Imprints, 2017.
 33. Ottis, R., & P. Lorents; **Cyberspace: Definition and Implications;** Proceedings of the 5th International Conference on Information Warfare and Security, ICIW 2010. Dayton, US, 8-9 April. 2010, pp.267-269.
 34. Sweet, Leonard; **Viral: How Social Networking Is Poised to Ignite Revival;** Crown publishing group, 2012.
 35. www.javadi.esra.ir
 36. www.pewresearch.org



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی