




Opportunities and Challenges of Cyberspace in Preserving the Religious and Cultural Identity of Islamic Families

Mahdi Lotfi , Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Principles of Religion, Tehran, Iran. (Corresponding author). Email: mlofti1079@gmail.com

Extended Abstract

In recent decades, cyberspace has emerged as a transformative force, profoundly influencing both individual lives and social structures. With the expansion of digital communication technologies, this virtual space has provided unprecedented opportunities for connectivity, information dissemination, and cultural interaction. Islamic families, as fundamental religious and social units, are particularly susceptible to the dual effects—both constructive and detrimental—of cyberspace. This study adopts a descriptive-analytical approach, utilizing documentary analysis to explore the multifaceted impacts of cyberspace on the religious and cultural identity of Islamic families. The research aims to present actionable strategies for managing cyberspace to safeguard and reinforce Islamic values in family contexts.

Introduction: The rapid globalization of communications and the pervasive presence of cyberspace in everyday life have significantly altered traditional family dynamics and roles. Concepts such as identity crises, cultural alienation, weakened family cohesion, and the spread of secular lifestyles are increasingly associated with digital media exposure. Despite offering avenues for education, communication, and spiritual development, cyberspace also facilitates the transmission of values that may conflict with Islamic beliefs due to its borderless nature and lack of oversight. Recognizing both the opportunities and the threats inherent in this medium is crucial for developing effective strategies for its appropriate use within Islamic households.

Research Background: Numerous scholars, including Mashayek, Hajizadeh, Sheikh Ansari, and Mahdiani, have highlighted the diverse impacts of cyberspace on families. Their studies underscore that when appropriately managed, digital platforms can enhance awareness, social engagement, and familial bonds. However, lack of regulation and inadequate media literacy often result in psychological harm, erosion of religious values, and identity fragmentation. These findings suggest that the degree of cyberspace's influence largely depends on a family's value system, cultural context, and level of digital literacy.

Conceptual and Theoretical Framework

Identity: Sociologically, identity reflects an individual's understanding of self in relation to society. It encompasses personal continuity over time and space, linking one's past, present, and aspirations. Identity serves as both a self-perception and a relational construct shaped by interactions with others. According to Nagars (1999), identity can be seen as the individual's internalized image of their

authentic self.

Religious Identity: Religious identity refers to behaviors and beliefs rooted in divine revelation. It emerges as individuals and societies deepen their connection with spiritual teachings and divine authority. Once established, religious identity shapes personal and collective actions based on sacred values and ethical goals. In Islamic thought, nature is often viewed as a sign (*āya*) that points to a transcendent reality, reinforcing a higher order of existence.

Cyberspace: The term cyberspace combines “cyber”—from the Greek *kibernetes* meaning “steersman” or “controller”—with “space”, implying a boundless digital environment. The concept was popularized by William Gibson in his 1984 novel *Neuromancer*, depicting a virtual realm that links humans, machines, and information. Unlike physical “places”, cyberspace is abstract, dynamic, and fluid—lacking fixed boundaries but central to modern social interaction (Roštami & Farnian, 2021).

Opportunities for Islamic Families in Cyberspace

Access to Religious Content

Online platforms provide immediate access to Islamic texts, fatwas, sermons, and scholarly discussions, facilitating religious learning within the family.

Strengthening Family Ties

Digital tools like messaging and video calls allow dispersed family members to stay emotionally connected, supporting familial solidarity.

Faith-Based Social Networking

Muslim-oriented networks foster shared learning and mutual support, helping families collectively engage with Islamic values.

Countering Cultural Invasion

By producing and disseminating Islamic content, cyberspace can serve as a space for cultural resistance and promoting an accurate portrayal of Islam.

Online Religious Counseling

Families benefit from access to Islamic counseling services and educational resources, particularly when addressing moral and spiritual challenges.

Conclusion: Cyberspace is a dual-edged phenomenon: it offers powerful means for religious reinforcement and education, but also presents serious cultural and moral threats. Drawing on cultivation theory, this study argues that the cumulative influence of digital media gradually shapes user attitudes, especially among youth. To ensure that cyberspace remains a tool for empowerment rather than erosion of values, it is vital to promote media literacy, develop faith-based content, and implement culturally aware digital policies. Ultimately, the way Islamic families engage with cyberspace will determine whether it serves as an opportunity or a threat to their religious and cultural identity.

Keywords: Cyberspace; Islamic families; religious identity; opportunities; challenges; cultivation theory



مقاله

فضای مجازی در دهه های اخیر به عنوان یکی از پدیده های مهم و تأثیرگذار در زندگی فردی و اجتماعی انسان ها، جایگاه ویژه ای پیدا کرده است. این فضا با گسترش فناوری های نوین و رشد شبکه های اجتماعی، به بستری بی بدیل برای ارتباطات، انتقال اطلاعات و تأثیرگذاری فرهنگی و اجتماعی تبدیل شده است. در این میان، خانواده های اسلامی که نقش محوری در تربیت نسل ها و حفظ ارزش های دینی و فرهنگی دارند، بیش از دیگر نهادهای اجتماعی تحت تأثیر این فضا قرار گرفته اند.

شبکه های اجتماعی مجازی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدند به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله ای بی بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده اند و زمینه های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آوردند. مفهوم بحران هویت ناشی از شرایط جدید فضای دو جهانی شده کنونی است. از مهم ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات و به ویژه فضای مجازی اینترنت و شبکه های اجتماعی سایبری است (معمار؛ عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱: ۱۵۷).

بنابراین، آنچه در حال حاضر وجود شبکه های اجتماعی را پراهمیت و تأثیر آن ها را پررنگ تر جلوه می دهد، استقبال عمومی کاربران اینترنت به خصوص جوانان به این شبکه ها است. به طوری که روزانه میلیون ها نفر در دنیا به عضویت در این شبکه ها ساعت های متمادی از عمرشان را صرف گشت و گذار در شبکه های اجتماعی می کنند. این حجم از اطلاعات، موجب انتقال ارزش ها، هنجارها و اطلاعات فراوان به اقضا نقاط جهان شده اند (اسمعیلی، ۱۴۰۰: ۲۱۱).

این شبکه های اجتماعی یک رشته از فرایندهای نیرومندی هستند که فرصت ها و تهدیدات را به همراه داشته و نیروی محرکه بسیار مهمی هستند که به طور اساسی، نظم اجتماعی را در جامعه را تغییر و یا بازسازی می کنند. در مرکز این تغییرات، خانواده ها قرار دارند. جوانان به عنوان اعضای خانواده در این میان از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. در حال حاضر، مفاهیم سنتی درباره زندگی خانوادگی، کار، روابط افراد، ارتباط گروه ها با یکدیگر، نقش های مختلف جوانان در خانواده و اجتماع و هنجارهای جنسیتی و شکل گیری هویت به دلیل رشد و گسترش ارتباطات، دگرگون شده است.

به اعتقاد گیدنز، جهان مدرن متأخر، به شدت بازتابی است. اطلاعات فراوان مبادله و بازتابی اطلاعات در زندگی، سبک زندگی الگوهای رفتاری افراد را شکل می‌دهد (اسمعیلی، ۱۴۰۰: ۲۱۲).

با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، فضای مجازی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره افراد تبدیل شده است. بر اساس گزارش‌های موجود، درصد قابل توجهی از خانوارهای ایرانی به اینترنت دسترسی دارند و میانگین زمان استفاده روزانه از فضای مجازی به چندین ساعت می‌رسد. همچنین، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها و بسترهای چندرسانه‌ای، اصلی‌ترین کاربردهای کاربران ایرانی در فضای مجازی را تشکیل می‌دهند.

از این رو، بررسی دقیق فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی برای خانواده‌های ایرانی، به منظور طراحی راهکارهای کارآمد تربیتی، فرهنگی و اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد.

از یک سو، فضای مجازی فرصت‌هایی برای تقویت بنیان‌های خانوادگی و دینی فراهم می‌کند. از جمله این فرصت‌ها می‌توان به دسترسی آسان به منابع دینی، ایجاد شبکه‌های ارتباطی گسترده میان مسلمانان و انتشار آموزه‌های اسلامی اشاره کرد؛ اما از سوی دیگر، این فضا با چالش‌هایی نظیر ترویج فرهنگ‌های غیربومی، گسترش محتوای مغایر با ارزش‌های اسلامی و تهدیدات مربوط به حریم خصوصی همراه است. این مسائل می‌توانند هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی را تحت تأثیر قرار دهند و ارزش‌های بنیادین آن‌ها را تضعیف کنند.

این پژوهش بر تحلیل نقش دوگانه فضای مجازی در تقویت یا تضعیف هویت اسلامی خانواده‌ها متمرکز است. از آنجا که این فضا، هم‌زمان می‌تواند عامل پیشرفت و تهدید باشد، شناخت دقیق ابعاد مثبت و منفی آن و ارائه راهکارهای مناسب برای مدیریت صحیح و بهره‌برداری هوشمندانه از آن، ضرورتی انکارناپذیر است. این مطالعه با تکیه بر نظریه‌های ارتباطی و تحلیل اسنادی، به دنبال آن است تا ابعاد این پدیده را روشن سازد و راهکارهایی عملی برای خانواده‌های اسلامی ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

در مورد فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در زندگی خانواده‌های اسلامی، فعالیت‌های پراکنده پژوهشی به زبان فارسی نگاشته شده است که به برخی از مقالات

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

انجام شده در این زمینه اشاره می‌گردد:

مشایخ و حاجی‌زاده (۱۴۰۲)، در این مقاله پژوهشگران به یافته‌های رسیده‌اند که فضای مجازی و شبکه اجتماعی که بخش عمده کاربر را دارد با تمام قابلیت‌هایی که دارد همانند سایر دستاوردهای بشر آثار و پیامدهایی نیز به‌همراه دارد فرصت‌هایی در حوزه آموزش الکترونیک برقراری عدالت و برابری و سرگرمی و غیره را داراست که علاوه بر این آسیب‌های فردی خانوادگی و تحصیلی و شخصیتی هم به‌همراه دارد در نتیجه فناوری‌های ارتباطی جدید آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدات هستند و بسته به میزان بسترسازی فرهنگی و سرمایه‌گذاری جوامع در این جهت می‌توان از میزان تهدیدات کاست و بر میزان فرصت‌های آن افزود.

شیخ انصاری (۱۴۰۰)، در تحقیق جامعه‌ای ایرانی و فضای مجازی به این نتیجه رسید که فضای مجازی مشارکت سیاسی و سرمایه اجتماعی کاربران را افزایش می‌دهد و کاربران از نظم اطلاعاتی باز که فضای مجازی به وجود آورده است برای گسترش دموکراسی و حوزه عمومی استفاده می‌کنند و کسب و کارها را برای رونق اقتصادی از رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند علاوه بر نتایج مطالعه‌شان کاربران آزادی فردی به معنای آزادی تحرک که فناوری‌های وب ۲ برای آن فراهم آورده‌اند به خوبی استفاده کردند و به کمک اینترنت و رسانه‌های اجتماعی توانستند فارغ از قید زمان و مکان روابط اجتماعی خود را گسترش دهند.

مهدیانی (۱۴۰۰)، در مقاله جایگاه اخلاق در فضای مجازی به این نتیجه رسیده است که امروز مسائل اخلاقی در فضای مجازی با اصطلاحات گوناگون مانند اخلاق اطلاعاتی، اخلاق تکنولوژی و اخلاق رایانه‌ای توصیه توصیف می‌شود در هر جامعه‌ای باید با تأکید بر فرهنگ و ارزش‌های اخلاقی موجود در جامعه واقعی و وضع قوانین و منشورهای متناسب با آن جامعه، به حل مشکلات و مبارزه با آسیب‌های فضای مجازی پرداخت زیرا فضای مجازی فصل جدیدی از روابط اجتماعی است که توانسته زندگی مردم را تحت تأثیر قرار دهد.

پریسا زاهدی (۱۳۹۴)، تأثیرات فضای مجازی بر اخلاق اجتماعی، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد رشد اخلاق گرایش فلسفه اخلاق، دانشگاه قم که به مزایا و اهمیت آسیب‌های فضای مجازی به‌ویژه اخلاق اجتماعی پرداخته و تا حدودی راهکارهای را برای زندگی جامعه اسلامی ارائه داده است.

پرویز خالصی و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای با عنوان چالش‌ها، فرصت‌ها

و اثرات سیاسی فضای مجازی در نظام جمهوری اسلامی ایران، به بررسی ابعاد فرصت‌ها و تهدیدها فضای مجازی پرداخته است و معتقد است داشتن سواد رسانه‌ای یک نیاز اجتماعی است.

دانیال رضاپور و علی اسکندری نسب (۱۳۹۸)، با مقوله امنیت فضای سایبر در رویکرد فرهنگی مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در این پژوهش مطرح می‌کند که با توجه به ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی که دارای ظرفیت بالقوه از قدرت نرم است و توجه به رهنمودها و بیانات معظم‌له علاوه بر صدور مفاهیم انقلابی به امنیت اجتماعی در جامعه پرداخته است.

سیده مریم چاوشی (۱۳۹۴). در پژوهشی با عنوان نقش رسانه ملی در مورد بحران‌های سیاسی پرداخت که رسانه ملی با توجه به گستردگی مخاطبان و پرشماری شبکه‌های ملی، استانی و برون‌مرزی و اصلی‌ترین مرجع اعتراض آن کشور شمرده می‌شود از این رو در مدیریت بحران هم نقش مؤثرتری از دیگر رسانه‌ها دارد.

مبانی مفهومی و نظری

۱-۱. هویت

در اصطلاح جامعه‌شناختی، کوشش فرد است به منظور تحقق یکتایی خویشتن، در شرایطی که در حال شکل دادن به رفتار خویش است به عبارتی دیگر هویت، مجموعه عناصری از شخصیت فرد است که به وی امکان می‌دهد تا موضع خود را نسبت به جهان و دیگران مشخص کند. هویت داشتن؛ یعنی تصویر روشنی از چگونگی بودن که ریشه در گذشته داشته، در حال حاضر ادامه دارد و به آینده دور نیز نظر داد رد. هویت از یک منظر، نگرشی به خود و از منظر دیگر، نگرشی برون است که به رابطه بین خود و دیگران مربوط می‌شود و سرانجام، هویت هر فرد، تصویری است که انسان از خویشتن واقعی خویش می‌یابد. (نگارش، ۱۳۷۹: ۶۷).

۱-۱-۱. هویت دینی

هر رفتار و سلوکی که ریشه در وحی داشته باشد، دارای هویت دینی است. به عبارت دیگر هویت دینی پس از تحکیم ارتباط انسان با عالم وحی و خداوند و قبول حاکمیت الهی، در وجود انسان و جامعه شکل می‌گیرد. پس از تثبیت هویت دینی، رفتارهای فردی و اجتماعی بر اساس آرمان و هدف دینی شکل می‌گیرد. هویت دینی همواره به انسان می‌نمایاند که طبیعت، بخش نازل هستی است و هستی، بخش برتری نیز دارد که بر

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

طبیعت نیز تأثیر می‌گذارد. طبیعت در تعبیرهای اسلامی، به آیات، یا نشانی یادشده است که از بخش دیگر عالم حکایت می‌کند (نگارش، ۱۳۷۹: ۶۸).

۱-۲. تعریف فضای مجازی (سایبر)

به‌منظور درک بهتر مفهوم فضای سایبر^۱ لازم است دو واژه سایبر و فضا به‌طور جداگانه تعریف و ابعاد آن مشخص شود. «سایبر از ریشه لغت یونانی کیوبرنتس^۲ به معنی سکان‌دار، راهنما یا کنترل‌کننده مشتق شده‌است. نخستین بار اصطلاح سایبرنتیک^۳ توسط ریاضی‌دانی به‌نام نوربرت واینر^۴ در کتابی با عنوان سایبرنتیک و کنترل در ارتباط بین حیوان و ماشین در سال ۱۹۴۸ به‌کار برده شد که دلالت بر سیستم‌های کنترلی فناوری‌های رایانه‌های به‌هم‌پیوسته و واقعیات مصنوعی با راهبردهای دستیابی و کنترل سیستمی دارد. اصطلاح فضای سایبر را نخستین بار ویلیام گیسون^۵ نویسنده کانادایی داستان‌های علمی تخیلی در کتاب نورومونس^۶ در سال ۱۹۸۴ به‌کار بود. برای وی فضای سایبر، فضای تخیلی است که از اتصال رایانه‌ها پدید آمده که تمام انسان‌ها و ماشین‌ها و منابع اطلاعاتی در جهان را به‌هم متصل کرده‌است. مفهوم دوم به‌کاررفته در واژه فضای سایبر، مفهوم فضا است. معمولاً فضا در مقایسه با مفهوم مکان توصیف و تعریف می‌شود و بدون شک نخستین وجه که در مقایسه مکان و فضا متمایز است، سطح انتزاعی این دو مفهوم است. فضا در مقایسه با مکان مفهومی بسیار انتزاعی و به‌سختی تصور شدنی است؛ به‌طوری‌که درک این مفهوم بدون واسطه درک مکان برای ما موجودات فیزیکی ناممکن است. در حقیقت فضا دال بر همه جاست و مکان دلالت بر جایی معین می‌کند و از همین‌رو تصور هم‌جایی بسیار دشوارتر از جای خاصی از مکان دارای محتوا، اما فضا خلاً است. مکان دارای دو بعد است. درحالی‌که فضا مفهومی سه‌بعدی است. مکان مفهومی مرز پذیر دارد و محدود شونده است اما فضا مفهومی مرکز و تا حدودی نامتناهی است. مکان همواره به تثبیت تصلب‌گرایش دارد، اما فضا به سیالی و راه‌شدگی» (رستمی و فرنیان، ۱۴۰۰: ۶-۷).

«تعاملات انسانی در این فضا، برخلاف فضای واقعی که به شکل رودررو و در یک سرزمین واحد است، به شکلی جهانی است و در این فضا معمولاً افراد ناشناس باقی

1. Cyberspace
2. Kuberbetes
3. Cybernetics
4. Norbert Wiener
5. William Gibson
6. Neuromons

می‌مانند. این فضا، در هر زمان و در هر مکانی به راحتی در دسترس است. اینترنت، بارزترین مشخصه چنین فضایی است که دارای سیگنال‌های مختلف و بی‌شمار ارتباطی است و در آن میلیون‌ها نفر از نقاط مختلف جهان از طریق شبکه‌های مجازی اجتماعی، پست‌های الکترونیکی، اتاق‌های گفتگو (چک) با هم در ارتباط هستند. این فضا، محیطی است که به واسطه عدم حضور نشانه‌های فیزیکی، هم در آن بی‌جسم، بی‌مکان و متعاقباً گمنام و به طرز محسوسی کنترل‌ناپذیر است و در عین حال، به واسطه خصوصیات و چارچوب‌های مستحکم فناوری آن، به شدت تحت کنترل ساختارهای بی‌شمار مرئی و نامرئی موجود در این فضا هستند» (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۳).

«چنین فضایی به واسطه ظهور و گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در عصری که آن را عصر جهانی شدن^۱ می‌نامند، به سرعت در حال گسترش است. در واقع، در دنیای مجازی هیچ‌گونه ساختار اجتماعی مشترک وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است» (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۵: ۳۴).

به طور کلی، «با گسترش ارتباطات و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی جهان وارد عرصه جدیدی شده است که دیگر نمی‌توان با معیارهای سنتی آن را توصیف کرد؛ ظهور فناوری‌های الکترونیکی، منجر به شکل‌گیری فضای مجازی شد که بارزترین شکل چنین فضایی، اینترنت و وجود شبکه‌های متعدد در آن است این فضا با ویژگی‌ها و کارکردهای خاص خود الگوی تعاملاتی و ارتباطی انسان را دگرگون کرده است. این ویژگی‌ها شامل مواردی چون: فراسرزمینی بودن، غیر مرکزی، دیجیتالی، فراگیر بودند، آزادی عمل استفاده افراد از آن و عدم حضور هنجارها و قوانین دولتی در آن است. این فضا خود نیز می‌تواند یکی از عوامل بحران‌ساز بر روی هویت‌ها باشد. هویت در فضای مجازی، بسیار متفاوت با هویت در دنیای واقعی است. در دنیای واقعی، هویت ما از طریق ساخت‌های اجتماعی، مانند خانواده، فرهنگ، منافع مشترک و ایجاد یک حس تعلق سرزمینی شکل می‌گرفت؛ در حالی که در دنیای مجازی هیچ ساختار اجتماعی مشترک بین افراد وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است» (Deborah, 2008: 5).

۱-۳. تعریف رسانه

رسانه در معنای وسیع خود، «شامل کلیه وسایل ارتباطی است که در سطحی گسترده به انتشار اطلاعات، اخبار، عقاید و نظریات می‌پردازد. این وسایل، دارای تنوع

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

فراوان‌اند؛ از صنعت چاپ در اوایل قرون وسطی تا ظهور اینترنت در پایان قرن بیستم را در برمی‌گیرد؛ روزنامه، مجله، کتاب و رادیو، تلویزیون، شبکه‌های رایانه‌ای و... امروز رسانه‌ها از ابزارهای کنترل اجتماعی تلقی شده، بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی بشر را تشکیل می‌دهند؛ به طوری که زندگی مدرن بدون آن‌ها امکان تداوم ندارد. رسانه و فناوری‌های نوین، کارکردهای گوناگونی دارند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: هویت‌بخشی، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، انسجام‌بخشی و گسترش روابط اجتماعی و نظارتی» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۸۱-۸۲).

«رسانه‌های مدرن عموماً متعلق به دوران پس از انقلاب صنعتی‌اند، هرچند برخی از آن‌ها ریشه در سنت نیز دارند و شاید بتوان آن‌ها را در بین سنت و مدرن مدرنیته جای داد؛ اما به‌عنوان مثال، کتاب را از آن جهت جزء رسانه‌های مدرن می‌داند که با اختراع چاپ، استفاده از آن عمومیت یافت؛ والا نفس وجود کتاب، متعلق به دوره‌های نه‌چندان نزدیک زندگی بشر است. به هر جهت؛ کتاب، مطبوعات (روزنامه‌ها، مجلات)، رادیو، تلویزیون، سینما و ویدیو، از مهم‌ترین وسایل ارتباط‌جمعی مدرن محسوب می‌شود.

به صورت کلی رسانه‌ها در زندگی روزمره چهار نقشه کلی به قرار زیر دارد:

۱. رسانه‌ها به فرایند ساخته شدن هویت (هویت‌سازی) کمک می‌کند.
۲. رسانه‌ها به فرایند معنایابی کمک می‌کند.
۳. رسانه‌ها برای مردم لذت‌بخش است.
۴. رسانه‌ها به شکل‌گیری زندگی روزمره کمک می‌نماید (موسوی، ۱۳۸۹: ۹۷).

شاید بتوان برای جوامع مختلف، وسایل و ابزارهای رسانه‌ای دیگر نیز سراغ گرفت؛ «ما در تاریخ فرهنگی اجتماعی ایران اسلامی، عمده‌ترین مراکز ارتباطات سنتی عبارت‌اند از: مساجد، تکایا و حسینیه‌ها، مجالس روضه‌خوانی و وعظ و خطابه، حوزه‌های علمیه، بازارها، قهوه‌خانه‌ها، زورخانه‌ها، عتبات متبرکه، میدانگاه‌ها و بازارچه‌های محلی، کاروان‌سرا و نیز شب‌نشینی‌ها و دیدوبازدیدهای دوره‌ای میان افراد خانواده، دوستان یا اهالی یک محله و منطقه. هرکدام از این مراکز در طول تاریخ، کارکردهای خاص خود را داشته و در عین حال، بسیاری مواقع به‌ویژه در مقاطع حساس تاریخی، به صورت یک شبکه ارتباطی مشترک عمل کرده‌اند» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۸۳).

۱-۴. شبکه‌های اجتماعی

مفهوم «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با قالب امروزی نخستین بار در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه ایلی نویزا در ایالات متحده آمریکا مطرح گردید و از اواسط دهه ۱۹۹۰، به صورت یک شبکه همگانی و جهان‌شمول درآمد. در ۱۹۹۷ سایت اینترنتی به آدرس SixDegrees به کاربران اجازه ایجاد پروفایل و فهرست کردن دوستانشان را داد. البته این سایت تا سه سال فعال بود اما با انفجار تجارت در وبسایت‌های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ شاهد راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی فرنداستر^۲، اورکات^۳ و لینکداین^۴ هستیم که قارچ‌گونه وبسایت‌های شبکه‌های اجتماعی دیگری را بر هم به این مقوله پیوستند. در سال ۲۰۰۴، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی فرنداستر با ۷ میلیون کاربر و مای اسپیس^۵ با ۲ میلیون کاربر صاحب بیشترین کاربران در این حوزه بودند و در همین سال سایت شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک^۶ راه‌اندازی شد» (رستمی و فرنیان، ۱۴۰۰: ۱۱-۱۲).

«از سال ۲۰۰۶ به بعد شبکه‌های اجتماعی مجازی به ظهور فیس‌بوک و یوتیوب گسترش یافتند. افزایش انواع برنامه‌ها در گوشی‌های هوشمند نیز موجب شد تا برنامه‌های متنوعی چون تلگرام، اینستاگرام، لاین و غیره نیز ایجاد شد و حتی سایت‌ها نیز سعی کردند نسخه‌های گوشی همراه خود را نیز معرفی کنند با این حال گفتنی است اصطلاح شبکه‌های اجتماعی برای نخستین بار توسط بارنز^۷ به سال ۱۹۵۴ مطرح شد. در نظریه شبکه‌های اجتماعی سنتی، شبکه‌های اجتماعی، به مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی همچون مردم و سازمان‌ها اشاره داشت که به وسیله گروهی از روابط معنی‌دار اجتماعی به یکدیگر متصل بوده و در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها با هم تعامل دارند. شکل سنتی شبکه‌های شبکه اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی‌ها و روابط چهره‌به‌چهره تأکید داشته، لیکن خدمات شبکه‌های اجتماعی در جوامع معاصر بیشتر بر جامعه مجازی بر خط و تعاملات رایانه‌ای واسط متمرکز هستند» (معمار؛ عدلی‌پور و خاکسار، ۱۳۹۱: ۱۵۷).

1. University of Illinois
2. Friendster
3. Orkut
4. LinkedIn
5. Myspace
6. Face book
7. Barenz

۱-۵. جنگ رسانه‌ای

«استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت‌های رسانه‌ها، اعم از نوشتاری دیداری و شنیداری و به‌کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی به‌منظور کسب منافع را جنگ رسانه‌ای می‌گویند» (ضیایی‌پور، ۱۳۸۴: ۱۹). استارک^۱ جنگ مجازی را چنین تعریف می‌کند: «جنگ مجازی عبارت است از استفاده هدفمند یا تهدید به استفاده از جنگ رایانه‌ای توسط به‌خسوت بر ضد اهداف رایانه‌ای با انگیزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی یا مذهبی از سوی گروه‌های غیردولتی و گروه‌های تحت هدایت و حمایت دولت به‌منظور ایجاد ترس و نگرانی و وحشت در جمعیت موردنظر و آسیب رساندن به دارایی‌ها و اموال نظامی و غیرنظامی. این جنگ با هدف از هم گسیختن سیستم‌های اطلاعاتی و مخابراتی، سیستم‌های کنترل و فرماندهی، ارتباطات، خبرگیری و جاسوسی نیروهای نظامی دشمن و غیرعملیاتی کردن آن‌ها در صحنه نبرد یا در حالت عادی صورت می‌گیرد» (نجات‌پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۶).

۱-۶. نظریه کاشت

«جرج گرینر^۲ متولد هشتم اگوست ۱۹۱۹ متوفی ۲۴ دسامبر ۲۰۰۵، استاد رشته ارتباطات و بنیان‌گذار نظریه کاشت^۳ است او در بوداپست مجارستان متولد شد و در اواخر سال ۱۹۳۹ به ایالات متحده مهاجرت کرد. گرینر مدرک لیسانس خود را در روزنامه‌نگاری از دانشگاه کالیفرنیا و کارشناسی ارشد ۱۹۵۱ و دکتری ۱۹۵۵ خود را در رشته ارتباطات در دانشگاه‌های کالیفرنیا جنوبی اخذ نمود. پایان‌نامه‌ای در خصوص ارائه نظریه عام در موضوع ارتباطات با عنوان «به سوی یک نظریه عمومی در ارتباطات» تنظیم نمود که برنده جایزه بهترین پایان‌نامه شد. وی رئیس دانشکده آننبرگ در دانشگاه پنسیلوانیا بود و پس از ترک آننبرگ، استاد ارتباطات در دانشگاه تمپل در سال ۱۹۹۷ شد وی می‌گوید: تلویزیون یک سیستم متمرکز از فرایند داستان‌گفتن است. مجموعه‌ای از برنامه‌های درام، آگاهی‌های بازرگانی، اخبار و دیگر برنامه‌های خود را به‌صورت یک سیستم نسبتاً منسجم از تصاویر و پیام‌های تصویری و گویا یا به داخل هر خانه ارسال می‌کند. این سیستم منسجم به‌صورت یک سیستم کاشت و ترویج بروی افراد از دوران طفولیت، دو امر مهم را کاشت داده و ترویج می‌کند: اول کاشت استعدادها و تمایلات اولیه در افراد دوم: کاشت برتری‌ها و اولویت‌ها برای فرد.» (ایران‌دوست، ۱۳۹۶: ۲۶-۲۷).

1. Stark
2. George Gerbner
3. Cultivation Theory

«این نظریه از دهه ۱۹۷۰ به بعد تحت تأثیر نظریه‌های مارکسیستی در خصوص مشروعیت بخشی رسانه‌ها در جوامع سرمایه‌داری و فراگیر شدن تلویزیون نظریه‌هایی پدیدار شد که اعتقاد به تأثیر قدرتمند رسانه داشتند... نظریه کاشت تأثیر عمده تلویزیون را تصویرسازی از دنیای پیرامون، مفهوم‌سازی از واقعیت و ترسیم چارچوب معنایی مخاطب به‌خصوص بینندگان پرمصرف تلویزیون می‌داند. گربنر استدلال می‌کند که اهمیت رسانه نه در تشکیل توده، بلکه در خلق راه‌های مشترک انتخاب و نگریستن به رویدادهاست که به راه‌های مشترک نگریستن و فهم جهان می‌انجامد. او همین را کاشت الگوهای انگاره‌ای غالب می‌خواند. در واقع رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون گرایش دارد که روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد توافق از واقعیت اجتماعی ارائه و مخاطب خود را نیز سازگار با آن، فرهنگ‌پذیر کند. نظریه‌پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون اثرات درازمدت دارد، اثرات تدریجی و غیرمستقیم اما مترکم و بااهمیت و بیشتر اثرات نگرشی دارد تا رفتاری.» (خانیکی و عبدی، ۱۴۰۰: ۵۸).

چندلر از محققان رویکرد کاشتی نیز معتقد است «تماشای زیاد تلویزیون به‌عنوان کاشت نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهان واقعی که برنامه‌های تلویزیونی به تصویر می‌کشند هماهنگ است تا با جهان واقعی. این رویکرد با سه پیش‌فرض، مدلی را برای تحلیل اثر پیام‌های تلویزیونی ارائه می‌کند: نخست آن‌که احتمال تأثیرگذاری نوع با ژانرها و برنامه‌های تلویزیونی خاص و منفرد بر مردم وجود دارد اما اندازه‌گیری این تأثیر بسیار دشوار است. دوم آن‌که تأثیر تلویزیون در مجموعه نمادین است تا رفتاری، سوم آن‌که تأثیر تلویزیون بیشتر در جهت نظم اجتماعی و ایدئولوژیکی موجود است. گربنر اذعان می‌کند که رسانه‌های جمعی نگرش‌ها و ارزش‌هایی را که از قبل در فرهنگ وجود دارد پرورش می‌دهند و این ارزش‌ها را در بین اعضای یک فرهنگ حفظ و تکثیر می‌کند. در عین حال تلویزیون به‌طور فزاینده‌ای یک دیدگاه غیرواقعی از جهان را در ذهن مخاطب کشت می‌کند.» (خانیکی و عبدی، ۱۴۰۰: ۵۹).

همچنین «نظریه کاشت تأکید زیادی بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها بر شکل‌گیری تصورات ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی دارد... این نظریه در درون سنت تأثیر جای می‌گیرد هرچند پژوهش‌های مبتنی بر سنت اثر از اهداف اصلی تلویزیون یعنی مستحیل کردن جریان‌های گوناگون در درون یک جریان اصلی ثابت و مشترک غفلت می‌کردند. گربنر و همکارانش معتقد بودند که

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...]]

نظریه کاشت یک فراگرد بدون جهت نیست بلکه بیشتر شبیه فراگردی جاذبه‌ای است. به این معنا که هر گروه از بینندگان ممکن است در جهت متفاوتی حرکت کنند اما همه گروه‌ها تحت تأثیر جریان مرکزی واحدی هستند لذا کاشت بخشی از یک فراگرد دائمی و پیش‌رونده تعامل میان پیام‌ها و زمینه‌های قبلی است. لذا نظریه کاشت یک رابطه خطی ساده را بیان نمی‌کند و مبتنی بر مدل‌های محرک- پاسخ نیست؛ بلکه به یک رابطه استمرار و تغییر تدریجی در درازمدت متوجه است.

طبق نظر گربنر ارتباطات، تعامل از طریق پیام‌هاست، یک فرایند متمایز انسانی که هم آفریننده محیط نمادین است که فرهنگ را می‌سازد و هم تحت هدایت آن محیط است؛ بنابراین می‌توان گفت ارتباطات جمعی بر قدرت سیاسی و فرهنگی دلالت دارد و از سویی قدرت، خلق پیام‌هایی که آگاهی جمعی را کشت می‌کند این عمل یک فرایند دوسویه است. حق تولید پیام از قدرت اجتماعی نشأت می‌گیرد اما احتمال دارد قدرت اجتماعی از طریق همین حق تولید پیام حاصل شود» (رونقی، ۱۴۰۱: ۴۱).

بنابراین، کاشت به معنای پذیرش و درونی سازی نگرش تلویزیونی و رسانه‌ای توسط مخاطبان و بینندگان است. تماشای زیاد تلویزیون نگرش‌ها یا ادراکاتی را که سازگاری بیشتری با سبک زندگی دارد، پرورش می‌دهد این نظریه بر تأثیرات میان‌مدت رسانه‌ای و پذیرفته شدن کلیشه‌های رسانه‌ای توسط ذهن مخاطبین و شکسته شدن مقاومت آن تکیه دارد (رهبر و گلشاهی، ۱۴۰۱: ۴۳۱).

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی و با رویکرد توصیفی تحلیلی انجام گرفته است. داده‌های مورد استفاده در این تحقیق از طریق روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و تحلیل محتوای منابع معتبر علمی، مقالات پژوهشی و گزارش‌های مرتبط با موضوع گردآوری شده‌اند. در این راستا، تلاش شده است با بررسی منابع فارسی و برخی منابع لاتین مرتبط، دیدگاه‌های نظری و تجربی گوناگون درباره تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی استخراج و تحلیل گردد.

برای تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته شده و چارچوب نظری پژوهش بر اساس نظریه کاشت (Cultivation Theory) جرج گربنر شکل گرفته است. این نظریه به عنوان مبنای نظری اصلی تحقیق، برای تبیین آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها و فضای مجازی بر نگرش‌ها و ارزش‌های فرهنگی و دینی خانواده‌ها مورد

استفاده قرار گرفته است.

جامعه آماری پژوهش شامل منابع کتابخانه‌ای، مقالات علمی و پژوهش‌های پیشین در زمینه فضای مجازی، هویت دینی و خانواده اسلامی است. به دلیل ماهیت کیفی و نظری پژوهش، نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با تمرکز بر منابعی صورت گرفته است که ارتباط مستقیم با موضوع پژوهش داشته‌اند.

هدف این روش‌شناسی، ارائه تصویری روشن از فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی در زمینه حفظ یا تضعیف هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی و ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری مطلوب از این فضا است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فضای مجازی دارای کارکردی دوگانه در زمینه تأثیرگذاری بر هویت دینی و فرهنگی خانواده‌های اسلامی است. از یک سو، این فضا با فراهم آوردن امکان دسترسی گسترده و آسان به منابع دینی، ابزار مؤثری برای تقویت آموزه‌های اسلامی، تحکیم روابط خانوادگی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان مسلمانان سراسر جهان به شمار می‌رود. تولید و انتشار محتوای غنی اسلامی، بهره‌گیری از مشاوره‌های تربیتی آنلاین، و ایجاد زمینه‌هایی برای الگوسازی و اشتراک تجربیات مثبت خانوادگی از جمله فرصت‌هایی است که فضای مجازی در اختیار خانواده‌های اسلامی قرار می‌دهد.

از سوی دیگر، یافته‌ها حاکی از آن است که فضای مجازی می‌تواند تهدیدی جدی برای هویت دینی و فرهنگی خانواده‌ها نیز باشد. نفوذ ارزش‌ها و سبک‌های زندگی مغایر با اصول اسلامی، ترویج فردگرایی، لذت‌گرایی و مصرف‌گرایی، گسترش محتوای غیراخلاقی و تضعیف حریم‌های خصوصی، از جمله چالش‌هایی است که در صورت عدم مدیریت آگاهانه، می‌تواند منجر به تضعیف بنیان‌های هویتی و دینی می‌شود. به‌ویژه در میان نسل جوان، شکل‌گیری هویت‌های مجازی و کاذب، کاهش حساسیت نسبت به مؤلفه‌های دینی و پذیرش ارزش‌های وارداتی، روندی نگران‌کننده است که در صورت بی‌توجهی، بحران هویت را تشدید خواهد کرد.

بر این اساس، پژوهش تأکید می‌کند که راهکار مواجهه صحیح با این چالش‌ها، مدیریت هوشمندانه فضای مجازی، ارتقاء سواد رسانه‌ای در سطح خانواده و جامعه، و تولید محتوای هدفمند و باکیفیت اسلامی است. همچنین، تقویت نگرش انتقادی

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...]...

کاربران و آموزش بهره‌برداری آگاهانه از رسانه‌ها، می‌تواند نقش بسزایی در تبدیل فضای مجازی به بستری برای تقویت هویت دینی و فرهنگی خانواده‌ها ایفا کند.

فرصت‌های فضای مجازی در تقویت هویت خانواده‌های اسلامی

در دنیای امروز، فضای مجازی به‌عنوان یک ابزار قدرتمند برای ارتباطات انسانی و تبادل اطلاعات شناخته می‌شود. این فضای دیجیتال که در آغاز به‌عنوان یک ابزار سرگرمی و اطلاعات عمومی به کار می‌رفت، امروزه به محیطی برای شکل‌دهی به فرهنگ‌ها، ایده‌ها و هویت‌های مختلف تبدیل شده است. یکی از مهم‌ترین جنبه‌هایی که می‌توان از این فضا بهره‌برداری کرد، تقویت هویت خانواده‌های اسلامی است. در اسلام، خانواده به‌عنوان یک نهاد بنیادی و ارزشمند در جامعه شناخته می‌شود که نقش مهمی در تربیت نسل‌ها و حفظ اصول دینی و اخلاقی دارد. فضای مجازی می‌تواند ابزاری مؤثر برای تقویت این هویت و ارتقای ارزش‌های خانوادگی اسلامی باشد.

۱. ترویج آموزه‌های اسلامی و اخلاقی

فضای مجازی، امکان دسترسی آسان به محتوای آموزشی و فرهنگی با محوریت آموزه‌های اسلامی را فراهم می‌کند. خانواده‌ها می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی، کانال‌های تلگرامی، یا وبسایت‌های معتبر به محتوای غنی مانند قرآن، احادیث و توصیه‌های اخلاقی دست یابند و این آموزه‌ها را در سبک زندگی خود به کار گیرند.

۲. تقویت ارتباطات خانوادگی

در دنیای امروز، فاصله‌های جغرافیایی می‌توانند ارتباط بین اعضای خانواده را دشوار کنند. فضای مجازی با ابزارهایی مانند ویدئوکنفرانس، پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی، این امکان را به خانواده‌ها می‌دهد تا ارتباط خود را حفظ و حتی تقویت کنند، حتی اگر اعضای خانواده در نقاط مختلف دنیا باشند.

۳. اشتراک‌گذاری تجربیات مثبت خانوادگی

خانواده‌های اسلامی می‌توانند از فضای مجازی برای به اشتراک گذاشتن تجربیات خود در زمینه تربیت فرزند، سبک زندگی اسلامی و ایجاد محیطی سالم و بانشاط استفاده کنند. این کار می‌تواند منجر به گسترش الگوهای مثبت در جامعه و الهام‌بخشی به دیگران شود.

۴. تقویت هویت جمعی اسلامی

شبکه‌های مجازی بستری برای گردهمایی خانواده‌های مسلمان از سراسر جهان است. این ارتباطات، فرصتی برای تبادل فرهنگی، همفکری و شناخت بیشتر از

سبک‌های زندگی اسلامی در جوامع مختلف ایجاد می‌کند. این فرآیند می‌تواند به تقویت هویت جمعی و حس همبستگی اسلامی منجر شود.

۵. گسترش محتوای اسلامی در مقابل فرهنگ‌های غیرهمسو

فضای مجازی فرصتی برای مقابله با جریان‌های فرهنگی غیرهمسو و تهاجم فرهنگی است. خانواده‌های اسلامی می‌توانند با تولید و انتشار محتوای هدفمند، پیام‌های اسلامی و اخلاقی را به دیگران منتقل کرده و جایگاه ارزش‌های اسلامی را در میان نسل‌های جدید تقویت کنند.

۶. دسترسی به مشاوره و منابع تربیتی

فضای مجازی این امکان را فراهم کرده است تا خانواده‌ها از طریق مشاوره‌های آنلاین و منابع تربیتی اسلامی به راهکارهایی برای حل مسائل و چالش‌های خانوادگی دست یابند. این خدمات می‌تواند در حفظ انسجام و تقویت بنیان خانواده‌ها مؤثر باشد.

در مجموع، فضای مجازی با وجود مخاطرات احتمالی، اگر به‌درستی مورد استفاده قرار گیرد، می‌تواند عاملی برای تقویت ارزش‌ها، باورها و هویت اسلامی خانواده‌ها باشد. آموزش و مدیریت هوشمندانه این فضا، به خانواده‌ها کمک می‌کند تا از این فرصت بی‌نظیر برای ارتقای کیفیت زندگی و گسترش هویت اسلامی بهره‌مند شوند. «فضای مجازی، در بسیاری از موفقیت‌ها و پیشرفت‌های کشور در عرصه‌های مختلف علوم و خدمات و بهبود زندگی مردم، نقشی بی‌بدیل داشته است. فضای مجازی، دارای فرصت‌های بسیار ارزشمند و مفید است که باید در جهت ارتقای علمی و افزایش آگاهی‌ها در حوزه‌های مختلف از آن بهره برد. از آنجایی که فرهنگ ما آمیخته با دین ماست، از شبکه‌های مجازی می‌توان به‌عنوان مکانی برای تبلیغ آموزه‌های انقلاب اسلامی مذهبی استفاده کرد. حضور گسترده نیروهای انقلابی و مذهبی در این شبکه‌ها، مانند شبکه‌های اجتماعی نسل اول، آثار مثبتی نظیر امکان آسان‌تر جذب، ایجاد فرصت‌های شبکه‌سازی برای آن‌ها و بالا بردن قدرت بسیج آنان را به دنبال دارد. مهم‌ترین فایده فضای مجازی که در اختیار همه قرار می‌گیرد، به‌روز بودن اطلاعات آن است» (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۵: ۳۶).

«جایگاه شایسته رسانه‌ها در تنویر افکار و ایجاد فضای مناسب برای گفتگو و برخورد سالم و سازنده نظرات و همچنین اهمیتی که رسانه‌های گروهی در ارتقای سطح آگاهی و تعالی فرهنگ و دانش عمومی دارند، بی‌گمان از مهم‌ترین عوامل توسعه فرهنگی و از نشانه‌های پویایی و تحرک جامعه است. رسانه‌ها در درون خانه و خانواده،

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

اغلب به‌عنوان زمینه همه انواع دیگر رفتارها به‌کار می‌روند، بدون آن‌که این رفتارها را مانع شوند یا جابجا کنند» (مک کوایل، ۱۳۸۰: ۱۴۶).

«امروزه در عصر انفجار اطلاعات، این حقیقت به‌خوبی اثبات شد که از نظر کارکرد آموزشی، رسانه‌ها سهم و نقش فراوانی در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل و انسان‌ها دارد» (نایی، ۱۳۸۸: ۴۵).

در عصر حاضر «قدرت نرم به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم تأثیرگذاری در روابط بین‌الملل و تعاملات فرهنگی و اجتماعی شناخته می‌شود. این مفهوم که جوزف نای آن را به‌عنوان توانایی جذب و ایجاد تأثیرگذاری بدون استفاده از اجبار و تشویق ملموس تعریف کرده است، به ما نشان می‌دهد که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از ابزارهای غیرملموس، به اهداف موردنظر دست یافت. یکی از مهم‌ترین ابزارهای قدرت نرم در دنیای معاصر، فضای مجازی است. جوزف نای پژوهشگر برجسته آمریکایی در سال ۱۹۹۰ میلادی در مجله سیاست خارجی در این خصوص نوشت: «قدرت نرم شیوه‌ای برای رسیدن به نتایج دلخواه، بدون تهدید و تشویق آشکار و ملموس است. بر این پایه، یک کشور و حاکمیت می‌تواند به مقاصد موردنظر خود برسد؛ چون کشورهای دیگر ارزش‌های آن را می‌پذیرند و تحت تأثیر اندیشه و پیشرفت آن قرار می‌گیرند و در نتیجه، خواهان پیروی از آن می‌شوند. در این مفهوم، مهم‌ترین مسئله، تنظیم دستورالعملی برای جذب دیگران است؛ بنابراین، قدرت نرم کسب آنچه می‌خواهید از طریق جذب کردن است، نه از طریق اجبار یا پاداش» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۸۱).

فضای مجازی به‌عنوان بستری گسترده برای اشاعه ارزش‌ها، انتقال پیام‌های فرهنگی و جذب مخاطبان در سراسر جهان فراهم کرده است. این فضا به دولت‌ها، جوامع و افراد این امکان را می‌دهد که با بهره‌گیری از محتوای غنی و جذاب، بر قلب‌ها و ذهن‌ها تأثیر گذاشته و ایده‌ها و ارزش‌های خود را به مخاطبان القا کنند. در این راستا، استفاده هوشمندانه از ظرفیت‌های فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار کلیدی در تقویت هویت دینی، ترویج آموزه‌های فرهنگی و مذهبی و ارتقای سطح آگاهی عمومی به‌کار رود؛ بنابراین، شناخت دقیق فرصت‌های فضای مجازی و استفاده مؤثر از آن، نقشی محوری در تحقق اهداف ملی و بین‌المللی ایفا می‌کند. درنهایت، استفاده صحیح و هدفمند از ظرفیت‌های فضای مجازی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، تولید محتوای باکیفیت و ارتقای آگاهی کاربران است. با این رویکرد می‌توان این ابزار قدرتمند را به فرصتی برای تقویت و اعتلای هویت دینی و

فرهنگی جامعه و خانواده‌ها تبدیل کرد.

تهدیدات فضای مجازی در چالش هویت دینی خانواده‌های اسلامی

فضای مجازی به عنوان یک ابزار ارتباطی جدید در دنیای معاصر، تغییرات چشمگیری در تمامی ابعاد زندگی بشر ایجاد کرده است. این فضا، علاوه بر مزایای فراوانی که برای ارتباطات، کسب و کار و دسترسی به اطلاعات فراهم کرده، تهدیداتی جدی نیز برای هویت دینی و فرهنگی جوامع مختلف به ویژه جوامع اسلامی به وجود آورده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که فضای مجازی برای هویت دینی و فرهنگی به همراه دارد، تسری ارزش‌ها و باورهای غیربومی و بیگانه به جوامع است. دسترسی آسان به اطلاعات و فرهنگ‌های متفاوت، به ویژه در قالب رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های اینترنتی، باعث شده تا بسیاری از جوانان و نوجوانان با ارزش‌ها و سبک‌های زندگی که ممکن است با باورهای دینی و فرهنگی جامعه‌شان در تضاد باشد، آشنا شوند. این آشنایی ممکن است در برخی موارد منجر به تغییر نگرش‌ها و رفتارهایی شود که تهدیدی جدی برای هویت فرهنگی و دینی خانواده‌ها محسوب می‌شود.

علاوه بر این، فضای مجازی گاهی موجب ایجاد سردرگمی در خصوص هویت دینی و فرهنگی می‌شود. با پدید آمدن هویت‌های مجازی و صفحات اجتماعی متعدد، برخی افراد احساس می‌کنند که می‌توانند به طور موقت و بی‌پایان خود را از هر قیدوبندی رها کنند و این امر می‌تواند به تضعیف و تغییر در اصول دینی و فرهنگی منجر شود. به ویژه در میان نسل‌های جوان، برخی از ارزش‌های بنیادین و مذهبی، به دلیل تأثیرات منفی فضای مجازی، در معرض فراموشی و کاهش اهمیت قرار گرفته است.

از سوی دیگر، فضای مجازی ممکن است به طور عمدی یا غیرعمدی به عنوان ابزاری برای ترویج افکار و گرایش‌های نادرست دینی و فرهنگی به کار رود. گروه‌های افراطی، ایدئولوژی‌های خاص یا جریان‌های سیاسی خاص، با استفاده از این فضا، می‌توانند تأثیرات مخربی بر ذهن و روان کاربران بگذارند و باعث تضعیف وحدت و یکپارچگی فرهنگی و دینی جامعه شوند.

«هویت در فضای مجازی که برخی از آن به عنوان، هویت آنلاین یاد می‌کنند، به سرعت در حال گسترش است. لینک کردن هویت افراد، پیامدهایی همچون: نقض حریم خصوصی، خطرات ناشی از سرقت هویت واقعی فرد و صدمه به هویت فرد را در پی دارد. وب سایت‌های مختلف و قابل دسترس در هر زمان و در هر نقطه، می‌توانند ارزش‌های اصولی یک جامعه را به تدریج از بین ببرند» (Sandberg, 2011: 4).

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

در فضای برآمده از ارتباطات الکترونیکی، هویت‌ها شناور و آزاد از هرگونه شرایط ثبات هستند. «در این فضا، بسیاری از افراد معمولاً ناشناس باقی می‌ماند و با تغییر نام و مشخصات خویش، هویت‌های جعلی را برای خود می‌سازند؛ مثلاً فردی می‌تواند اگر فقیر باشد، خود را ثروتمند جلوه دهد و یک بیکار خود دارای بهترین شغل معرفی کند به گفته دونات: «در فضای مجازی، افراد با اتخاذ نقاب‌های متفاوت به ملاقات با دیگران می‌روند و این مسئله، باعث از خود بیگانگی افراد می‌شود. رسانه‌های پیشرفته، مردم را از این طریق از جمله جامعه خود که در آن تعامل به شکل چهره‌به‌چهره است، جدا می‌کنند و تعاملات، از سنت شفاهی به تعامل متنی تبدیل می‌شود (مانند تعامل از طریق ایمیل)» (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۵: ۳۵).

«هویت دینی افراد در شرایطی تحت‌الشعاع این فضای مجازی قرار می‌گیرد که قرار گرفتن در این چنین فضایی نقش مؤلفه‌های دینی، از جمله: گناه، قداست، پاکی و رستگاری و اطاعت را در نظر کاربران، به‌ویژه کاربران جوان ایرانی، از بین می‌برد و در نهایت، منجر به تهدید شده، زمینه‌ساز بحران دینی در بین این جوانان می‌شود. بنا به گفته دونات: «هرچه سیگنال‌ها یا فرستنده‌های ارتباطی قوی‌تر باشند، قدرت نفوذ آن برای فریب کاربران بیشتر است. این سیگنال‌ها از طریق تبلیغات گسترده و با کیفیت بالا، سعی در جلب اعتماد کاربران خود دارند و از این طریق، می‌توانند گیرندگان اطلاعاتی را در دام خود بیندازند و به شخصیت و هویت آن‌ها هرگونه که بخواهند شکل دهند» (Donath, 1998: 3).

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

برخوردارند. این مسئله می‌تواند تأثیرات هویتی، مانند ایجاد هویت‌های مجازی، هویت‌های کاذب و هویت‌های زودگذر و اختیاری رو بر روی جوانان داشته باشد. این جوانان، هر چه بیشتر در این فضا محصور شوند، سنت‌های دینی و مؤلفه‌های آن مانند پرهیزکاری، قداست، گناه، اطاعت و رستگاری، در بین آن‌ها رنگ می‌بازد. تبلیغ فرهنگ مصرفی موجود در این فضا، کاملاً در تقابل با آموزه‌هایی همچون قناعت و عدم اسراف موجود در دین این است» (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۵: ۳۷-۳۸).

فضای مجازی، برقراری ارتباط بین جوانان را آسان‌تر از پیش کرده است. «امروزه از طریق فضای مجازی در مجموع به واسطه این‌که هویت افراد در چت‌روم‌ها پنهان است، روابط ایجادشده می‌تواند موجب ایجاد سوءتفاهم و در نتیجه، ضربات عاطفی و روحی شدید شود؛ حتی این امر می‌تواند با دنیای واقعی نیز کشیده شود و آثار سوئی را در برداشته باشد پیام کوتاه نیز به علت سهولت استفاده و دسترسی، همین شبکه‌های مجازی مانند فیس‌بوک، توئیتر، گوگل پلاس و یوتیوب) و ماهواره، تلفن‌های همراه هوشمند با دارا بودن امکاناتی مانند وی چت (چت از طریق تلفن همراه) و دیگر وسایل دیجیتال پیشرفته که هر روز نوع جدیدی از آن‌ها وارد بازار می‌شود، هویت جوانان ایرانی را شکل می‌دهد و نه به ویژگی‌ها و کارکردهای این فناوری‌ها و رواج ارزش‌هایی مثل فردگرایی، لذت‌گرایی، از نسبی‌گرایی و انزواگرایی و مصرف‌گرایی، همه این ارزش‌ها در تقابل با هویت دینی سنتی قرار دارد. استفاده از فضای مجازی در میان ایرانیان، به‌ویژه نسل سوم به روزه‌روز در حال گسترش است و حتی در مناطق محروم و دورافتاده در بین عشایر نیز جوانانی هستند که از اینترنت و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند از جمله آثار مخرب فضای مجازی، به وجود آمدن اختلالات و انحرافات جنسی است. اینترنت به دلیل داشتن رویکرد آزاداندیشی در روابط جنسی از سوی گردانندگان اصلی آن (غرب و به‌ویژه امریکا) و نگرش تجاری نسبت به مسائل جنسی، موجب پدید آمدن پدیده پلید شهوانی و رواج سرسام‌آور آن گردیده است. این پدیده، مرزهای اخلاقی را درهم می‌شکند و تهدیدی برای فرهنگ‌ها، به‌خصوص فرهنگ‌های دینی همچون فرهنگ اسلامی است. متأسفانه این امکان وجود دارد که جوانان به واسطه دیدن مطالب و تصاویر مستهجن، دچار پدیده‌ای به نام بلوغ زودتر از موعد شد و به تبع آن رفتارهای جنسی از خود بروز دهند. یکی از راه‌های مقابله با تفکر اسلامی در فضای مجازی، مغالطه‌ای آشکار است که در این فضا و با استفاده از بی‌اطلاعی برخی کاربران، جامعه عمل پوشیده است. آشکار بودن ضعف استدلال و اندیشه مخالفان در رویایی با اسلام

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

راستین، آن‌ها را به سوی معرفی نسخه‌های ساختگی و جعلی از اسلام و معرفی انواع آن‌ها به‌عنوان نسخه اصلی اسلام کشانده است. این‌همه در حالی است که به موازات این طرح، طرح‌های دیگری از قبیل ناکارآمد جلوه دادن نظام دینی و ترویج اندیشه سکولاریسم با هدف جدایی دین از سیاست، تشدید دین‌گریزی و تخریب باورها، ارزش‌ها و اعتقادات دینی و مذهبی وی شبیه پراکنی در مورد آیات و حقایق قرآنی، تحریف تاریخ اسلام و زیر سؤال بردن احکام اسلامی نیز در فضای مجازی دنبال می‌شود. در کنار فعالیت‌های ضد هویت دینی و با توجه به اصل نیاز انسان به معنویات فضای مجازی به زمین‌های مساعد برای ترویج فرق ضاله و عرفان‌های نوظهور نیز تبدیل شده است. این فرقه‌ها از این فضا برای تبلیغات و شبکه‌سازی و معرفی خود به‌عنوان راه نجات و سعادت بهره می‌برند» (قاسمی و احمدی، ۱۳۹۵: ۳۹-۳۸).

میشل فوکو معتقد است: «در عصر جدید که هیچ‌گونه پشتوانه تاریخی و گذشته‌ای ندارند. ناامنی، اولین و مهم‌ترین احساسی است که به انسان معاصر دست می‌دهد و وی را دچار بیگانگی از خود می‌کند. حاصل این فراگرد درونی و از خود بیگانگی، نوعی بی‌هویتی و بحران هویت است» (سلیمانی بشلی، ۱۳۸۹: ۱۱۸).

درنهایت، نیاز به رویکردهای نوین و هوشمندانه برای مقابله با تهدیدات فضای مجازی در این حوزه احساس می‌شود. تقویت آموزش‌های دینی و فرهنگی، ترویج آگاهی‌های رسانه‌ای و طراحی سیاست‌های مناسب برای حفاظت از هویت ملی و دینی در فضای مجازی از جمله اقداماتی است که می‌تواند به کاهش این تهدیدات و حفظ هویت فرهنگی و دینی جامعه کمک کند.

نقش رسانه‌ها در تحولات فرهنگی و هویتی عصر جهانی شدن

در عصر جهانی شدن، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ابزارهای کلیدی انتقال اطلاعات و شکل‌دهی به افکار عمومی، تأثیرات عمیقی بر تحولات فرهنگی و هویتی جوامع مختلف دارند. فناوری‌های نوین ارتباطی، از جمله اینترنت و رسانه‌های دیداری شنیداری، علاوه بر تسهیل ارتباطات جهانی، به‌عنوان قدرتی نرم عمل کرده و فرآیندهای اجتماعی، فرهنگی و هویتی را در ابعاد گوناگون تحت تأثیر قرار می‌دهند. این رسانه‌ها بانفوذ در لایه‌های مختلف جامعه، توانسته‌اند هنجارها، باورها و ارزش‌های فرهنگی جوامع را بازتعریف کرده و در برخی موارد، آن‌ها را با چالش‌هایی جدی مواجه سازند. این تحولات فرهنگی و هویتی که در پی گسترش رسانه‌های جهانی اتفاق می‌افتد، گاهی به تقویت هویت‌های بومی و ملی و در برخی موارد به تضعیف آن‌ها منجر می‌شود.

در عصر جهانی شدن، «رسانه‌ها سعی می‌کنند مطابق فرهنگ بومی و ملی کشورها تبلیغات رسانه‌ای خود را طراحی و اجرا کنند و از این طریق، تأثیرگذاری بیشتری بر جای گذارند. به نظر مک لوهان، بزرگ‌ترین نیروی وسایل ارتباطی در این بود که افکار و ادراک ما را در هر عصر و دوره، تحت نفوذ و اصول مربوط به کار خود قرار داده است. وسایل ارتباطی جدید در هر عصر و دوره‌ای به مجرد این که جایی وسایل ارتباطی متداول را می‌گیرند، خود را بر محیط تحمیل می‌کند و به صورت منابع مفروضات و اصول فکری جدیدی درمی‌آیند و از همین راه می‌توانند موجب تغییراتی در اهداف آن‌ها شوند» (یعقوبی پور، ۱۳۸۸: ۱۱۳).

«بسیاری از فناوری‌های جدید رسانه‌ای، همچون اینترنت، ابزاری برای سازمان‌دهی حوزه عمومی است و حتی حوزه خصوصی زندگی را نیز شکل می‌دهد. این فناوری‌ها با خلاقیت و نوآوری خود، به طرز چشمگیری افکار عمومی را هدایت می‌کنند و نقش بالقوه‌ای در نظارت بر روابط میان بخش خصوصی و عمومی زندگی اجتماعی دارند» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۹۱).

همچنین «برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که امروزه نقش تبلیغات رسانه‌ها، برجسته‌تر از نقش آموزشی آن‌هاست. به باور آن‌ها، رسانه‌های مختلف بیش از آن که در پی افزایش دانش مردم باشند، در پی توجیه ایدئولوژیک آنان و القای باورها و نگرش‌های سیاسی بر آن‌ها هستند» (الیاسی، ۱۳۸۶: ۴۲-۴۵).

«رسانه دیداری - شنیداری با همراه کردن گام به گام بیننده با خود، با بهره‌گیری از حالت هم‌بستگی و تعامل بین ذهنی، انگاره‌ها یا مفاهیم کنترل‌کننده‌ای را به مخاطب ارائه می‌کند که شاید به تعبیر فیلسوف فرانسوی، لویی آلتوسر، سازوکاری ایدئولوژیکی برای توجیه وضع موجود تلقی شود. جوزف کلاپر معتقد است که رسانه‌های دیداری - شنیداری سه نوع دگرگونی اساسی را در ذهنیت مخاطبان ایجاد می‌کنند: تغییر عقیده، تقویت و تغییر وضع موجود. بر این اساس، کلاپر به تأثیرگذاری خاص رسانه‌های دیداری شنیداری معتقد است» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۹۰).

بنابراین، «نقشی که رسانه‌ها در عصر حاضر در جنگ نرم بازی می‌کنند در راستای اهداف و مبانی فرهنگ اومانیستی غرب است که از طریق تبلیغات تجاری، ساخت فایل فیلم‌های هالیوودی، اخبار و بعد فرهنگی، در پی استحاله فرهنگ بومی و رسمی جوامع هدف هستند تا به آنان بقبولانند که پیروی از ایدئولوژی و خط‌مشی فرهنگ غربی،

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...]»

زندگی اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی این جوامع را دچار تحول می‌کند» (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۹۳).

«موتورهای جستجوگر مانند یاهو و گوگل و غیره که مقرر اصلی آن‌ها در آمریکا است، می‌توانند به‌هنگام پیدا کردن مطالب موردنظر استفاده‌کننده، مطالبی به نفع خود و به ضرر کشور هدف جستجو کنند یا اطلاعاتی مربوط به کشور هدف را در انتها بیا آورند که کم‌تر مورد استفاده کاربران قرار گیرد. استفاده علنی از اینترنت، مانند ارسال پست الکترونیک برای مسئولان، فیلتر شکنی فیلترهای حکومتی روی اینترنت یا هک کردن سایت‌های خاص، از دیگر موارد سوءاستفاده از اینترنت در تبلیغات سیاسی است» (سیلان، ۱۳۸۲: ۲۴).

در عصر جهانی شدن، رسانه‌ها نه تنها به انتشار فرهنگ‌ها و ارزش‌های بومی می‌پردازند، بلکه با اعمال نفوذ بر ذهنیت‌ها و نهادهای اجتماعی، در پی ایجاد یکپارچگی جهانی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی و اقتصادی هستند.

این تحولات رسانه‌ای در پی گسترش روزافزون ارتباطات جهانی و ظهور فضای مجازی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه و جوامع اسلامی، با چالش‌های جدی در زمینه حفظ هویت فرهنگی و دینی مواجه شده است. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای تحمیل فرهنگ‌های غربی و اومانستی عمل کنند و در مقابل، فرصتی برای ترویج و احیای فرهنگ‌های بومی و ملی نیز فراهم آورند. به همین دلیل، بررسی تأثیرات رسانه‌ها در تحولات فرهنگی و هویتی در این دوران، به‌ویژه در جوامع اسلامی، ضروری به نظر می‌رسد.

«نظام فرهنگی و اخلاقی که هم‌اکنون بر فضای مجازی حکم فرماست، چیزی جز همان اخلاق جامعه مدرن غربی با همان خصوصیات ویژه تاریخی جامعه غربی بعد از رنسانس نیست. نظام هنجاری و فرهنگی که با تأکید بر دو خصلت مادی‌گرایی و رفاه‌طلبی وسیع و عمیق و مخالفت با گذشته و هرگونه مبانی سنتی و مذهبی خود را نشان داده است» (شیرودی و شیرودی، ۱۳۹۸: ۱۹۴).

به‌دنبال آن، «ظهور و گسترش فناوری‌های نوین فضای مجازی به‌ویژه اینترنت، یکی از ویژگی‌های عصر گرایش به مادیات و تجمل‌گرایی و مصرف‌گرایی است. تبلیغات گسترده در این فضا، غالباً متوجه سکولار کردن کاربران است که از سوی صاحبان تبلیغات و در جهت پیشبرد منافع خود و کشورشان طراحی می‌شود» (دغاقله، ۱۳۸۶: ۶۳).

باین حال، «پیش از آن‌که قرار گرفتن در چنین فضایی برای کاربران جوان ایرانی فرصت‌ساز باشد، بیشتر به یک تهدید و چالش برای آن‌ها تبدیل شده است. در

گذشته آموزه‌های دینی را در کاغذ و کتب دینی می‌نوشتند و این متون دینی سالیان دراز بدون تغییر باقی می‌ماند؛ درحالی‌که در فضای مجازی دین زمان ندارد و ثابت باقی نمی‌ماند و بسیاری از پایگاه‌های مذهبی، از نظر ساختار و محتوا تغییر می‌کنند» (رضایت، ۱۳۸۵: ۶۲).

در خصوص فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران باید گفت که «اثرات مثبت و منفی آن نیز قابل غیرقابل انکار است. می‌توان اهداف انقلاب اسلامی از معرفی انقلاب اسلامی، ترویج دین اسلام، پاسخ به دشمن و تحرک علمی، پاسخ به مطالبات معارف اسلامی در داخل و خارج از طریق استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی پیگیری کرد و از سویی دیگر باید توجه داشت که به همان میزان که فضای مجازی می‌تواند مفید واقع شود اما برنامه‌ریزی، محتواسازی و تلاش دشمنان نیز علیه انقلاب اسلامی ایران می‌تواند تهدیدهای فضای مجازی را عیان کند. این تهدیدها به‌عنوان ابزار فضای مجازی به‌عنوان ابزار نوین جنگی دشمن تلاشی برای انحراف و دور کردن جوانان از ارزش‌های ملی و دینی، اشاعه شایعات و دروغ پراکنی، بداخلاقی و تهمت و تبلیغات منفی می‌تواند بروز کند» (رستمی و فرنیان، ۱۴۰۰: ۳).

«در سال ۱۹۹۰ جوزف نای طیفی از قدرت سخت و نرم را در حیطه قدرت رفتاری تمیز داد. قدرت رفتاری سخت براساس ارعاب و تهدید و عقوبت است درحالی‌که قدرت نرم براساس طراحی دستورکار، جذابیت و ترغیب است. پل ویریلیو نظریه‌پرداز فرانسوی معتقد است: قدرت‌های جهانی اقدام به جنگ اطلاعاتی از راه ماهواره‌ها و فضای مجازی بر ضد کشورهای دیگر و حتی شهروندان خود می‌کنند. چنین کنترلی همچنین به توانایی و آلوده کردن مبادله اطلاعات از راه ارائه اطلاعات غلط، ربط داده می‌شود» (عسکری، ۱۳۹۵: ۷۰).

فضای سایبر دارای دو دیدگاه خوش‌بینانه و بدبینانه است. «در نگاه خوش‌بینانه و انترناسیونالیستی (آرمان‌گرایی) رسانه‌ها نقش فراملی دارند و جریان آزاد ارتباطات و اطلاعات در جستجو، کسب، تنظیم، انتشار و توزیع اطلاعات یک اصل پذیرفته‌شده جهانی قلمداد می‌شود. دولت‌ها نمی‌توانند با نگاه سیاسی، حزبی، قومی و مذهبی خود مانع این فرآیند شوند که به‌عنوان جریان بین‌المللی اطلاعات خود را نشان می‌دهد. نتیجه این فرآیند هم‌گرایی جهانی از طریق ابزارهای ارتباطی است. نگاه دوم نگاه بدبینانه رسانه را مجبور می‌کند در چارچوب منافع و خواست تنها یک دولت گام بردارد و به سمت سویی گام بردارند که از پرتوی بحران به‌وجودآمده به‌نحو خود

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...] |

استفاده کنند. رسانه‌ها باید بیشتر در جستجو و انعکاس مطالبی باشند که مصالح راهبردی موضوع را کالبدشکافی کنند تا بیشترین نفع و سود را از این بحران به دست آورند» (رضاپور و اسکندری نسب، ۱۳۹۸: ۱۸۳-۱۸۲).

نتیجه‌گیری

فضای مجازی به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور و تأثیرگذار، ابعاد مختلفی از زندگی فردی و اجتماعی را دگرگون ساخته و نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری و تحول هویت‌های فردی، جمعی، دینی و فرهنگی ایفا می‌کند. بررسی حاضر نشان داد که این فضا دارای کارکردی دوگانه است: از یک‌سو، می‌تواند ابزار توانمندی برای گسترش معارف اسلامی، تحکیم ارتباطات خانوادگی، ترویج سبک زندگی دینی و ارتقاء هویت جمعی مسلمانان باشد؛ و از سوی دیگر، با ترویج ارزش‌های مغایر با آموزه‌های دینی، تضعیف حریم‌های اخلاقی و فرهنگی و ایجاد هویت‌های جعلی و بی‌ریشه، خطراتی جدی را متوجه بنیان خانواده اسلامی و هویت دینی جوانان می‌سازد.

مطالعه حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌های ارتباطی، تأکید می‌کند که تأثیرات فضای مجازی، گرچه در نگاه نخست ممکن است سطحی و گذرا به نظر برسد، اما با توجه به نظریه کاشت، در طول زمان به‌صورت تدریجی و عمیق در نگرش‌ها، باورها و سبک زندگی کاربران به‌ویژه جوانان نهادینه می‌گردد. از این‌رو، مدیریت هوشمندانه، ارتقاء سواد رسانه‌ای، سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی متناسب با شرایط جدید و تولید محتوای بومی، اخلاقی و اسلامی، ضرورتی انکارناپذیر برای مقابله با تهدیدات و بهره‌گیری حداکثری از فرصت‌های این فضا است.

درنهایت، می‌توان گفت که فضای مجازی نه ذاتاً فرصت است و نه تهدید؛ بلکه نوع مواجهه ما با آن، تعیین‌کننده نتایج آن خواهد بود. اگر خانواده‌های اسلامی بتوانند با آگاهی، مسئولیت‌پذیری و تجهیز خود به دانش و مهارت‌های رسانه‌ای، این فضا را به‌درستی مدیریت کنند، می‌توانند آن را به ابزاری کارآمد برای تقویت هویت دینی و فرهنگی خود تبدیل نمایند. چنین رویکردی، راه را برای حفظ ارزش‌ها و ارتقاء سرمایه فرهنگی و اجتماعی در دوران جهانی‌شدن و گذار دیجیتال هموار خواهد ساخت.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

اسمعیلی، معصومه، رادفر، مجید و علی باصری (۱۴۰۰). بررسی پیامد جامعه‌شناختی شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران مرکز، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، ۱۰(۱)، ۲۴۵-۲۱۰.

الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۶). مبانی نظری و عملی رسانه اثربخش و کارآمد، فصلنامه عملیات روانی، ۵(۱۷)، ۷۵-۵۰.

ایراندوست، محمدحسین (۱۳۹۶). فرایند تغییر ارزش‌های اخلاقی از منظر گربنر و نقد آن، نشریه پژوهش‌های اخلاقی، ۷(۲۸)، ۲۳-۳۹.

خانیک، هادی و عبدی سیروان (۱۴۰۰). شبکه‌های تلویزیونی استانی و هویت ملی، دو فصلنامه علمی (مقاله علمی پژوهشی رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات)، ۱۱(۱)، ۴۷-۷۳.

دغافله، عقیل (۱۳۸۶). نسبت سنجی هویت‌های اجتماعی و الگوهای هویت‌یابی در جهان امروز، فصلنامه راهبرد، ۱۵(۳)، ۴۹-۷۱.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.10283102.1386.15.3.3.1>

ذکایی، محمدسعید و فاخر خطیبی (۱۳۸۵). بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی، فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۳(۳۳)، ۱۱۱-۱۵۳.

<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351162.1385.13.33.4.2>

رستمی، محسن و اصغر فرنیان (۱۴۰۰). فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی از منظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، فصلنامه دانشنامه علوم سیاسی، ۲(۲)، ۱-۳۶.

رضایپور، دانیال و علی اسکندری نسب (۱۳۹۸). امنیت فضای سایبر در رویکرد فرهنگی مقام معظم رهبری، مرکز مطالعات راهبردی روابط فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۵(۱۰)، ۱۷۳-۲۰۳.

رضایط، علیرضا (۱۳۸۵). دین آنلاین، چالش یا فرصت؟، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۲.

رهر، عباسعلی و گلشاهی محمدمهدی (۱۴۰۱). رویکرد شناختی در بهینه‌سازی دیپلماسی رسانه‌ای، دو فصلنامه علمی دانش سیاسی، ۱۸(۵)، ۴۲۷-۴۵۴.

رونقی، مرضیه (۱۴۰۱). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات کاربران متأهل در خانواده، فصلنامه رهپویه ارتباطات و فرهنگ، ۲(۲)، ۳۷-۵۱.
<https://doi.org/10.22034/rcc.2022.254147>

سبیلان اردستانی، حسن (۱۳۸۲). عملیات روانی و دیپلماسی رسانه‌ای، فصلنامه عملیات روانی، ۲(۷)، ۱۸۹-۲۱۵.

سلیمانی بشلی، محمدرضا (۱۳۸۹). جهانی شدن، بحران هویت و تضعیف تربیت دینی، اسلام پژوهش‌های تربیتی، ۲(۲)، ۱۰۹-۱۲۵.

سمیعی اصفهانی، علیرضا و عبدالرضا فتحی مظفری (۱۳۹۱). راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای زمینه‌ساز در مواجهه با جنگ نرم، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۵(۵۷)، ۷۹-۱۱۶.

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...]

- شیرودی، مرتضی و شیرودی، محمد سجاد (۱۳۹۸). نقشه مجازی ناجا در شکل‌دهی و تداوم بخشی به جامعه اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی ناجا، ۱۴ (۱۲)، ۱۷۷-۲۰۲.
- ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۴). جنگ نرم-۲، ویژه جنگ رسانه‌ای، تهران، ابرار معاصر.
- عسگری، زهرا (۱۳۹۵). ظرفیت سنجی فضای مجازی تلفن همراه در حوزه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات گرایش حج و زیارت، دانشگاه قرآن و حدیث.
- قاسمی، مرضیه و مهدی احمدی (۱۳۹۵). فضای مجازی؛ فرصت‌ها و چالش‌های هویت دینی در بین جوانان ایرانی، نشریه ره‌آورد نور، ۱۵ (۵۶)، ۲۸-۴۱.
- معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد و فائزه خاکسار (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی در ایران)، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱ (۴)، ۱۵۵-۱۷۶.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۰). مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- موسوی، سیدکمال‌الدین (۱۳۸۹). قدرت اجتماعی موبایل، تهران، شرکت نشر بهینه فراگیر.
- نایی، هوشنگ (۱۳۸۸). فرهنگ، رسانه و نقش سیاست‌های رسانه‌ای در توسعه فرهنگی کشور، ماهنامه مهندسی فرهنگی، ۳ (۳۱ و ۳۲)، ۴۱-۵۲.
- نجات‌پور، مجید؛ محمدی، مصطفی؛ اصغری، امید و حیدر شهریاری (۱۳۹۰). جنگ نظم و امنیت در فضای سایبرنتیک، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۵ (۵۴)، ۴۹-۶۹.
- نگارش، حمید (۱۳۷۹). هویت دینی و دشمنی استکبار، فصلنامه مریبان، ۱ (۱)، ۶۵-۷۸.
- یعقوبی‌پور، مهدیه (۱۳۸۸). تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت ملی، نشریه سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۶۷ -
صص ۱۱-۱۲۰. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/876454>
- Approach in Optimizing Media Diplomacy, Two Quarterly Journals of Political Science, 18(5), 427-454. [In Persian]
- Asgari, Zahra (2016). Assessing the capacity of mobile phone cyberspace in promoting the culture of sacrifice and martyrdom, Master's thesis in Communication Sciences, Hajj and Pilgrimage, University of the Quran and Hadith. [In Persian]
- Daghaqleh, Aqil (2007). Ratiometric analysis of social identities and patterns of identification in today's world, Strategy Quarterly, 15(3), 49-71. [In Persian]
- Esmaili, Masoumeh, Radfar, Majid and Ali Basri (1400). Investigating the sociological consequences of social networks on the cultural identity of youth (students of the Faculty of Social Sciences, University of Central Tehran), Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies, 10(1), 210-245. [In Persian]
- Eliasi, Mohammad Hossein (2007). Theoretical and practical foundations of effective and efficient media, Psychological Operations Quarterly, 5(17), 50-75. [In Persian]
- Ghasemi, Marzieh and Mehdi Ahmadi (2016). Cyberspace; Opportunities and challenges of religious

- identity among Iranian youth, *Rahavard Noor Journal*, 15(56), 28-41. **[In Persian]**
- Irandoost, Mohammad Hossein (2017). The process of changing moral values from the perspective of Gerbner and its critique”, *Journal of Ethical Research*, 7(28), 23-39. **[In Persian]**
- Khaniki, Hadi and Abdi Sirvan (1400). Provincial Television Networks and National Identity, *Two Quarterly Scientific Journals (Scientific-Research Article of Media and Culture, Institute for Humanities and Studies)*, 11(1), 47-73. **[In Persian]**
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.10283102.1386.15.3.3.1>
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351162.1385.13.33.4.2>
- Memar, Soraya; Adlipour, Samad and Faezeh Khaksar (2012). Virtual Social Networks and Identity Crisis (with Emphasis on Identity Crisis in Iran), *Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran*, 1(4), 155-176. **[In Persian]**
- McQuail, Dennis (2002). *Audience Studies*, translated by Mehdi Montazer Ghaem, Tehran, Center for Media Studies and Research. **[In Persian]**
- Mousavi, Seyed Kamaluddin (2009). *The Social Power of Mobile*, Tehran, Comprehensive Optimal Publishing Company. **[In Persian]**
- Naybi, Houshang (2009). Culture, Media and the Role of Media Policies in the Cultural Development of the Country, *Cultural Engineering Monthly*, 3(31 - 32), 41-52. **[In Persian]**
- Nejatpour, Majid; Mohammadi, Mostafa; Asghari, Omid and Heydar Shahriari (2011). The War of Order and Security in Cyberspace, *Basij Strategic Studies Quarterly*, 15(54), 49-69. **[In Persian]**
- Negaresh, Hamid (1990). Religious Identity and Enmity to Arrogance, *Quarterly Journal of Educators*, 1(1), 65-78. **[In Persian]**
- Rostami, Mohsen and Asghar Farnian (1400). Opportunities and threats of cyberspace from the perspective of the Supreme Leader (Supreme Leader), *Quarterly Encyclopedia of Political Sciences*, 2(2), 1-36. **[In Persian]**
- Rezapour, Daniyal and Ali Eskandari Nasab (2019). Cyberspace Security in the Cultural Approach of the Supreme Leader, *Center for Strategic Studies of Cultural Relations, Islamic Culture and Communications Organization*, 5(10), 173-203. **[In Persian]**
- Rozat, Alireza (2006). Online Religion, Challenge or Opportunity?, *Quarterly Journal of Social Sciences*, No. 2. **[In Persian]**
- Rahbar, Abbas Ali and Golshahi Mohammad Mehdi (2012). Cognitive Ronaghi, Marzieh (2022). Investigating the impact of virtual social networks on the communication of married users in the family, *Quarterly Journal of Communication and Culture*, 2(2), 37-51. **[In Persian]**
- <https://doi.org/10.22034/rcc.2022.254147>
- Sabilan Ardestani, Hassan (2003). Psychological Operations and Media Diplomacy, *Psychological Operations Quarterly*, 2(7), 189-215. **[In Persian]**

فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی در حفظ هویت [...]

Soleimani-Bashli, Mohammad Reza (2010). Globalization, Identity Crisis and Weakening of Religious Education, *Islam Educational Research*, 2(2), 109-125. [In Persian]

Samiei Esfahani, Alireza and Abdolreza Fathi Mozaffari (2012). Media strategies and solutions that pave the way for confronting soft war, *Basij Strategic Studies Quarterly*, 15(57), 79-116. [In Persian]

Shiroudi, Morteza and Shiroudi, Mohammad Sajjad (2019). NAJA's virtual map in shaping and sustaining the Islamic society of Iran, *NAJA Strategic Studies Quarterly*, 14(12), 177-202. [In Persian]

Yaghoubipour, Mahdieh. (2009). The Impact of Cultural Globalization on National Identity, *Political-Economic Journal*, No. 267-268, pp. 11-120. [In Persian]

<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/876454>

Zakai, Mohammad Saeed and Fakher Khatibi (2006). Studying the relationship between presence in cyberspace and modern identity among young Iranian internet users, *Quarterly Journal of Social Sciences*, 13(33), 111-153 [In Persian]

Ziaei-pour, Hamid (2005). *Soft War-2, Special on Media War*, Tehran, Abrar Moaser. [In Persian]



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

