



اینترنت

اسلام



شبکه های اجتماعی



عصر ارتباطات؛ دامنه نفوذ و اقتضائات آن

دنیای امروز عرصه ای است که در اثر گسترش نوگرایی در سطح جهانی، دچار تغییر و تحولاتی شده است. عصر کنونی را بسیاری «عصر انقلاب اطلاعات و ارتباطات» نامیده‌اند و وسایل ارتباط جمعی، پیچیده‌ترین ابزار ترویج اندیشه‌ها و کارآمدترین سلاح‌ها برای تسلط آرام بر جوامع هستند. سرعت تغییر در زندگی انسان قرن بیست و یکم، محصول انتقال سریع اطلاعات است؛ در عصر انفجار اطلاعات، وسایل ارتباط جمعی که گسترش دهنده اطلاعات هستند، جایگاه ویژه‌ای دارند و خود نیز دچار تحولات این عصر شده‌اند. گسترده‌ترین جامعه انسانی در عصر کنونی، وجود رسانه‌های جمعی را در صحنه مناسبات اجتماعی انسان‌ها، امری اجتناب‌ناپذیر کرده است. امروزه رسانه یک ابزار ارتباط جمعی قدرتمند است که قادر به شکل دهی، جهت بخشی و تثبیت مبانی فکری، فرهنگی و اخلاقی هر جامعه‌ای است. محتوای هر رسانه‌ای می‌تواند در شکل دادن به بینش‌ها، نحوه تفکر و نگرش افراد، موثر باشد. بگونه‌ای که مفهوم «رسانه» با «تغییر» گره خورده است و مواجهه زیاد با رسانه‌های جمعی در تغییر فکر، ارزش، هویت و علایق فردی و جمعی تأثیرگذار است. به تعبیر دیگر، نظام ارزشی و هنجاری افراد زیر تأثیر رسانه‌هاست و

پیشگفتار؛

نگاهی انتقادی به تأثیر رسانه
و شبکه های اجتماعی بر
سبک زندگی ایرانی-اسلامی



رسانه‌ها برای مخاطب خود، چارچوبی مفهومی می‌سازند و همهٔ مسائل را از آن چارچوب مفهومی برای مخاطب تفسیر می‌کنند و او پس از مدتی با رسانه «هم تحلیل» می‌شود و از آن چارچوب فکری - معرفتی به دنیا می‌نگرد. رسانه‌ها همچنین دارای کارکرد انگاره‌سازی بوده و از سوی دیگر، موضوعات را ساده، ملموس و عینی می‌کنند و پذیرش آن را برای مخاطب راحت تر می‌نمایند. تا آن جا که به ادعای بسیاری از کارشناسان، هر کس وسایل ارتباط جمعی را در اختیار داشته باشد، فرهنگ عام را تحت نفوذ دارد؛ زیرا افراد جامعه، بخش عمده ای از شناخت و معرفت خود از دنیای پیرامون را از طریق رسانه دریافت می‌کنند. به این فهرست کارکردها باید این نکته را نیز افزود که رسانه‌ها تولید نیاز می‌کنند، الگوی مصرف را تعیین می‌نمایند، نحوه گرایش‌ها و ذهنیات را تغییر داده و رفتارها و اقدامات را سامان می‌دهند. تعجب‌آور نیست که زیر همین فضای ناشی از غلبه فضای مجازی، امروزه بیش از ۲۷۰ هزار دلار در دقیقه به صورت آنلاین هزینه می‌شود. همچنین مبادلات از طریق تجارت اجتماعی، در مدت ۵ سال آینده به بیش از ۳۰ میلیارد دلار می‌رسد و پول الکترونیکی جایگزین پول رایج خواهد گشت.

از دیگر پیامدهای عمده ناشی از کارکردهای رسانه، نقش آن در جامعه‌پذیری نسل آتی و جایگزین خانواده شدن این ابزار است. تا آن جا که نسل جدید را نسل C یا نسل ارتباطات (connection) نامیده اند. بر پایهٔ برخی آمارها، نوجوانان امروز به طور متوسط حدود یازده و نیم ساعت را با رسانه‌ها سپری می‌کنند و بدیهی است این همراهی تأثیرات فراوانی را با خود به همراه خواهد آورد.

فضای مجازی و تحولات ناشی از آن

در میان رسانه‌های عصر جدید، اینترنت به دلیل ماهیت چندکارکردی خود جایگاه ویژه‌ای دارد. اینترنت هم ابزار انتقال اطلاعات علمی و هم وسیله سرگرمی کودکان است. قدرت نفوذی که اینترنت در میان اقشار مختلف جامعه دارد، تأثیرگذاری آن را بر زندگی اجتماعی افزایش می‌دهد. پدیده‌ای که می‌تواند موجب شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی شود، امروز به اغلب خانه‌ها راه یافته است.

به عنوان نمونه‌ای از کارکردهای آن در تحول اجتماعی، می‌توان به این نکته اشاره کرد که گرچه از ابداع اینترنت سه دهه می‌گذرد، تبدیل آن به یک رسانه در دسترس عموم به دههٔ ۱۹۹۰ و پس از فروپاشی شوروی باز می‌گردد. در فضای پس از فروپاشی، ابزاری لازم بود تا سلطهٔ فرهنگی و سیاسی بدون منازع آمریکا را در جهان تحکیم بخشد و اینترنت این جایگاه را به خود

اختصاص داد. خانواده نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی به اذعان بسیاری از کارشناسان، از همین رسانهٔ تحول‌آفرین تأثیرات منفی فراوانی را متحمل شده و در برخی کشورها تا مرز نابودی پیش رفته است. توسط اینترنت نوعی فضا ایجاد می‌شود که به جهت غیرواقعی بودن و فقدان زمان و مکان، به آن فضای مجازی گفته می‌شود. در فضای مجازی همان طور که «بودیوار» می‌گوید، ما دیگر آدمیان نیستیم، بلکه پیام‌هایی روی صفحه رایانه‌های یکدیگریم. از جمله فضاهای مجازی می‌توان سایت‌ها، وبگاه‌ها، وبلاگ‌ها، اتاق‌های گپ، تالارهای گفتگو، شبکه‌های دوست‌یابی و پست الکترونیک را نام برد. «شبکه جهانی وب، محبوب‌ترین بخش اینترنت به حساب می‌آید که از نظر تیم برنزیلی کارویژه اصلی آن اجتماعی است». وب با داشتن امکاناتی همچون پست الکترونیکی، وبلاگ‌ها و دایره المعارف‌های مشارکتی زمینه را برای اشتراک‌گذاری اطلاعات را در میان کاربران فراهم می‌کند.

امروزه بر اساس شناختی که از این رسانه حاصل شده است، می‌توان این ویژگی‌ها را برای آن برشمرد: اینترنت، فرد گراترین رسانه‌هاست که گزینش برنامه‌های آن بر اساس تمایلات فرد، نه توافق گروهی صورت می‌گیرد؛ دوم آنکه این رسانه امکان ارتباط دوسویه را، به هیچ‌رندی، برای فرد فراهم می‌سازد؛ سوم آن‌که از قابلیت ثبت خطوط، صداها و تصاویر برخوردار است و

می‌توان با نگهداری تصاویر و صداها به عقب بازگشت و وقایع را بارها مشاهده کرد.

نتیجه این ویژگی‌های سه‌گانه آن است که مرزهای جغرافیایی، صنفی، جنسیتی، فرهنگی و اخلاقی درنور دیده می‌شود و می‌توان آزادانه اقتدار خود را در این فضا به نمایش گذاشت و لذت‌های بیشتری را در دسترسی به هر چیز و در هر زمان تجربه کرد.

رسانه‌های عمومی و شبکه‌های اجتماعی؛ تحولات و پیامدها

رسانه‌های اجتماعی محبوب‌ترین بخش‌های فضای مجازی برای استفاده همگان هستند. شبکه‌های اجتماعی (Social Network) به عنوان یکی از زیربخش‌های رسانه‌های اجتماعی (Social Media) دسته‌بندی می‌شوند. این شبکه‌ها فضای وب را از یک ارتباط یکسویه به تعاملی دوسویه تبدیل کرده‌اند. شاهد آن هستیم که روز به روز بر تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی افزوده می‌شود. بر اساس گزارشات و مستندات، ۳۸ سال زمان برد تا رادیو در دسترس ۵۰ میلیون نفر قرار بگیرد، این تعداد برای تلفن ۲۰ سال و برای تلویزیون ۱۳ سال بوده؛ برای وب جهانی ۴ سال طول کشید تا ۵۰ میلیون نفر کاربر بدست آورد، برای فیس‌بوک ۳/۶ سال و برای توئیتر اندکی کمتر و برای گوگل پلاس ۸۸ روز! همچنین در دوران معاصر، بیش از یک و نیم میلیارد کاربر آنلاین گفته‌اند که رویدادها را از طریق برندهای اجتماعی دنبال می‌کنند! این رقم ۲۰ درصد جمعیت جهان است. از سوی دیگر گفتنی است که امپراطوری فیس‌بوک امروزه بیش از ۵۰ میلیون عضو فعال و ۴۰۰ میلیون عضو رسمی دارد. در مجموع هر روز کاربران بیش از ۲۰ هزار سال در فیس‌بوک وقت صرف می‌کنند.

بر پایه شواهد و به اذعان کارشناسان، اوپاما پیروزی خود در انتخابات ریاست جمهوری را مدیون بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی است. همچنین در جنگ ۲۲ روزه غزه، توئیتر به عنوان یک ابزار جنگی مورد استفاده قرار گرفت و به گفته رسانه‌ها اگر ۲۰ سال پیش این CNN بود که اولین گزارش‌ها را از جنگ به خانه‌ها می‌برد، در این جنگ، نظامی‌ها با دور زدن رسانه‌ها تلاش کردند تا خودشان به طور مستقیم با مخاطبان روبه‌رو شوند. طرفین منازعه با استفاده از اکانت‌هایشان در توئیتر، آخرین اخبار پیرامون رویدادها و اتفاقات جنگ را از نگاه خود مخابره می‌کردند.

رسانه‌های اجتماعی هر روز امکان و قابلیت جدیدی را برای کاربرانشان

فراهم می‌کنند؛ چرا که ادامه حیات و رتبه و جایگاه آنها بسته به حضور و فعالیت‌های کاربرانشان است. این سرعت تحول، تغییرات در زندگی ما را نیز با روندی شتابان تسریع می‌کند. هر روزه تبلت‌ها و تلفن‌های همراه که دارای قابلیت بیشتر ارتباطی نسبت به گذشته هستند، فروخته می‌شوند و با خود، یک گام سبک زندگی جامعه را به سمت تاثیر از دنیای مدرن که آن نیز متأثر از تکنولوژی‌های ارتباطی است نزدیک می‌کنند. این فضا این امکان را فراهم کرده که افرادی که در جامعه دیده نمی‌شوند و یا با مخاطبان محدودی سر و کار دارند، در رسانه‌های اجتماعی مجال یابند حرف‌ها، عقاید و نظرات خود پیرامون هر موضوعی را به هر شکلی که دوست دارند بدون اعمال هیچ قید و بندی با مخاطبان بسیاری در میان بگذارند.

نکته دارای اهمیت این است که رشد سریع تحولات ارتباطی سبب شده یک گام از شبکه‌های اجتماعی فراتر رفته و امروزه سخن از «جهان مجازی» زده شود. جهان مجازی عملکردی شبیه شبکه اجتماعی دارد با این تفاوت که افراد در این محیط همانند دنیای واقعی فعالیت خواهند کرد. شیوه کار به این ترتیب است که کاربر ابتدا برای خود یک آواتار ساخته و سپس همانند دنیای واقعی برای خود محل زندگی، کار و تفریح تعیین و همچنین خانواده و گروه دوستان تشکیل خواهد داد.

مطالعه انتقادی فضای مجازی؛ مروری بر نگرانی‌ها و آسیب‌ها

مطالعه انتقادی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به واسطه همه هدفمند رقیبان فرهنگی و دامنه گسترده کارکردهای منفی آنها که امروزه کاملاً محسوس و ملموس است، ضروری و جدی است ولی نباید این مطالعه انتقادی به معنای بی توجهی به استفاده از جنبه‌های اثباتی و کاستن از مخاطرات و بهره‌مندی از فواید آن باشد. بر این اساس، نگرانی‌هایی که در این بخش مورد اشاره قرار می‌گیرد، سبب نمی‌شوند از ویژگی‌های مثبت رسانه و فضای مجازی چشم‌پوشی کنیم. این نوشتار تلاش دارد به این نکته توجه دهد که ایران در زمره کشورهای است که میزان استفاده از فضای مجازی در آن، بیش از آنکه به انگیزه‌های علمی و پژوهشی و به منظور بهره‌گیری از کارکردهای مثبت رسانه و شبکه اجتماعی صورت گیرد، جنبه سرگرمی و گذران اوقات فراغت به خود گرفته و از فواید مثبت آن کمتر بهره برداری شده است. در ادامه به برخی از نگرانی‌ها و آسیب‌ها در این زمینه اشاره می‌شود:

در جنگ ۲۲ روزه غزه، توئیتر به عنوان یک ابزار جنگی مورد استفاده قرار گرفت و به گفته رسانه‌ها اگر ۲۰ سال پیش این CNN بود که اولین گزارش‌ها را از جنگ به خانه‌ها می‌برد، در این جنگ، نظامی‌ها با دور زدن رسانه‌ها تلاش کردند تا خودشان به طور مستقیم با مخاطبان روبه‌رو شوند.



استعمار نو که بعد از جنگ جهانی دوم آغاز شد، فضای مجازی ظرفیت عظیمی را برای تحقق خواسته‌های استعماری فراهم آورد و رسانه‌های جدید در زدودن مفهوم مرز، (مرزهای اعتقادی و سیاسی)، نقش مهمی ایفا می‌کنند. در جریان انتقال اطلاعات، فرهنگ‌های خاصی بیش از همه در جایگاه پیام‌فرست و فرهنگ‌ساز نشستند و زمینه‌ای را پدید می‌آورند تا ساکنان جامعه جهانی

یک. نبود امکان نظارت و کنترل و در نتیجه بروز ناهنجاری‌های اخلاقی.

امروزه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جای تلویزیون را گرفته اند و اگر در گذشته از طریق نظارت‌ها تلاش می‌شد برنامه‌های تلویزیونی آسیب کمتری داشته باشند، امروزه این کنترل بر شبکه‌های اجتماعی نامقدور است. گستردگی فضای مجازی امکان کنترل دقت و صحت آنها و اعتبار سنجی داده‌های آنها را دشوار کرده و حجمی از اطلاعات را بصورت گزینشی و هدفمند با میان‌داری موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی در اختیار کاربر قرار می‌دهد که نتیجه آن تأثیرگذاری بر انتخاب‌های او به صورت ناخواسته خواهد بود.

یکی از مهم‌ترین تأثیرهای منفی فضای مجازی بر افراد، از راه محتوای نامناسبی است که به راحتی در اختیار همه افراد قرار دارد و می‌تواند امنیت اخلاقی خانواده‌ها را به خطر اندازد. بر این اساس، اینترنت همانگونه که امکانات جدیدی در اختیار افراد قرار داده، مخاطرات جدیدی نیز به وجود آورده است. در اینترنت مشکلات و مسائل اخلاقی جدیدی ایجاد شده که پیش از این وجود نداشته و نیازمند رسیدگی است. دسترسی آسان به محتوای هزننگارانه را از این نوع می‌توان دانست. این جهان مجازی مبتنی بر ارزش‌های نظام لیبرالیستی است و فرهنگ برساخته پسادرن غربی را ترویج می‌کند. به همین دلیل نمی‌توان منکر شد که زشتی‌زدایی، تغییر الگوها و ارزش‌ها و دامن زدن به مصرف‌گرایی از ویژگی‌های برنامه‌های رسانه‌ای است.

دو. کم رنگ شدن قدرت تامل و اندیشه در اثر بمباران رسانه.

ویژگی رسانه این است که تمام تمرکز مخاطب را به خود معطوف داشته و او را چنان با روایت خود همراه می‌کند که مجال تامل و اندیشه را از او می‌گیرد و مفهوم مورد نظر خود را ناخواسته و ناآگاهانه بر او تحمیل می‌کند. در اثر سرعت و حجم انبوه اطلاعات، چگونگی و اندازه و کوچکی بسیاری از پیام‌های رسانه که اغلب به طور غیر مستقیم ارسال می‌شود، بر ما پوشیده است. به بیان دیگر، این نکته که موضوعات عمده مورد توجه در پیام‌های منتشر شده چیست؟ و اهداف و روش این پیام‌ها کدام است؟ و این که این پیام‌ها به چه نیازی از نیازهای انسانی پاسخ می‌گویند؟ و از چه تکنیک ساختاری برخوردارند؟ پوشیده مانده است. در واقع بر ما معلوم نیست که این پیام‌ها چه سبکی از زندگی را به مردم معرفی می‌کنند و حاوی کدام الگوها و ارزش‌های اجتماعی هستند؟

سه. نقش رسانه‌ها در زدودن مرزهای فرهنگی و سیاسی و غلبه‌دادن فرهنگ غربی - امریکایی و در نتیجه بروز تهدیدات امنیتی. در دوران

از زاویه نگاه آنان جهان را تحلیل کنند. در این میان، جریان تبلیغ اعتقادات برای همه فرهنگ‌ها یکسان نیست و فرهنگ غربی با توجه به امکاناتی که در اختیار دارد بیشترین میزان تبلیغ و ترویج را به خود اختصاص داده و در حال تبدیل شدن به فرهنگ مسلط جهانی است. اینترنت در این فرآیند جهانی شدن فرهنگ نقش مهمی دارد.

نمی‌توان منکر شد که فناوری اطلاعات و ارتباطات، اجتماعات و هویت‌های قومی و محلی را به طور مستقیم به هویت‌های جهانی پیوند می‌زند و موجب تزلزل پایه‌های انسجام و هویت ملی و محلی می‌گردد. باید یادداشت کرد که غربی‌ها برای آن که خود را بشناسانند، شرق را بر ساخته‌اند و به هر چه غیر از آنان است این عنوان را اطلاق کرده‌اند. به همین خاطر بدون توجه به تنوعات و تکثرات فرهنگی که آنها شرقی می‌نامند آن را، به تبلیغ درآمیختگی شرق با کهننگی، غیرعقلانی و غیراخلاقی بودن می‌پردازند و خود را مدرن و عقلانی و حساب‌گر و اخلاقی معرفی می‌کنند. این دو گانه‌ها به فروکاهش ارزش‌های سبک زندگی شرقی در مقابل سبک زندگی غربی انجامیده است. بدون شک حداقل تاثیر شبکه‌های مجازی در برتر جلوه دادن ارزش‌های غربی و امریکایی است و حتی اگر هیچ تبلیغ مستقیمی انجام ندهند، فرهنگ برتر بوجود آورنده این شبکه‌ها به صورت ناخودآگاه برای خود، تبلیغ و جذب نموده است.

به همین واسطه، از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، الگوی رفتار غربی برای اعضای سایر جوامع از جمله جامعه ایران بازنمایی می‌شود و به تدریج به صورت الگوی غالب در جوامع مختلف پذیرفته می‌شود. به این ترتیب سبک زندگی غربی در این جوامع رواج پیدا می‌کند. چرا که بسیاری از امپراتوری‌های مجازی از آن آمریکا هستند و خوانش امریکایی از مفاهیم و ارزش‌های غربی همچون لیبرالیسم، پلورالیسم، فردگرایی، اومانیزم، حقوق بشر و... را عرضه می‌کنند. چنین می‌شود که در فضای مجازی، کاربران ناخواسته و عمدتاً ناآگاهانه به عضویت یک نظام اجتماعی دارای غلبه فرهنگ و سبک زندگی امریکایی در می‌آیند.

میزان هماهنگی و مشارکت بخش‌های سیاسی و امنیتی امریکا در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی حاکی از آن است که این ورود آنان به فضای مجازی، صرفاً فرهنگی و اجتماعی نیست و کاملاً حائز منافع سیاسی و امنیتی برای مدیران این شبکه‌هاست. برخی کارشناسان بر این باورند در فتنه سال ۱۳۸۸، نقشی که توییتر در ایجاد تشنج و جهت‌دهی به اعتراض‌ها بازی کرد با نقش سی‌ان‌ان در جنگ خلیج فارس برابری می‌کند و این حاکی از اهمیت

شبکه‌های اجتماعی است. لذا دیگر نباید انتظار دخالت امریکایی و انگلیسی به سبک ۲۸ مرداد در ایران را داشته باشیم و بیش از هر چیز می‌بایست منتظر تغییرات با ابزار توییتری و به سبک رخداد‌های پس از انتخابات ۱۳۸۸ باشیم. این تاثیر فرهنگی و سیاسی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی آن‌گاه اهمیت چند برابر می‌یابد که نیم‌نگاهی به پشت صحنه آنها انداخته شود. از دهه ۱۹۹۰، پس از فروپاشی شوروی سابق و افزایش تأثیرات جهانی انقلاب اسلامی، شاهد تحولاتی در رسانه‌های جهانی به سمت حاکمیت هرچه بیشتر صهیونیست‌ها هستیم. موج ادغام شرکت‌های رسانه‌ای و تشکیل شدن غول‌هایی جدید، از ویژگی‌های این مقطع زمانی است که البته یهودیان جایگاه ممتازی در مدیریت آنها دارند.

هم‌اکنون بزرگ‌ترین شرکت رسانه‌ای جهان، که از ادغام امریکن آنلاین، AOL و تایم‌وارنر پدید آمده، تحت سیطره صهیونیست‌ها (برادران وارنر) است؛ چنان که دومین شبکه بزرگ رسانه‌ای ادغام‌شده، والت دیزنی، را یک مدیر اجرایی یهودی، به نام میشل آیزنر، مدیریت می‌کند. ریاست سومین شرکت بزرگ رسانه‌ای، با نام ویاکام، را یهودی‌ای به نام سامر رودستون بر عهده دارد. NBC یونیورسال، غول رسانه‌ای دیگری است که اوگار برافمن آن را مدیریت می‌کند که پدرش رئیس کنگره جهانی یهودیان است؛ و بالاخره پنجمین غول رسانه‌ای جهان، شرکت نیوز کورپوریشن، مشتمل بر شبکه‌های پرشماری از جمله شبکه تلویزیونی فاکس (fox) است که روبرت مرداک آن را اداره می‌کند. شبکه فاکس نماینده‌ای کلیدی برای تبلیغ برنامه یهودیان نومحافظه‌کار است.

در سال ۲۰۰۲، خبرگزاری یونایتدپرس فاش ساخت که نتانیا‌هو، نخست‌وزیر وقت رژیم صهیونیستی، به امریکا پیشنهاد داده است که با ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای، با محوریت سکس، ایران را آماج هجوم قرار دهد. این نشان دهنده آن است که جنگی حقیقی در جریان است. بر همین اساس، تأسیس شبکه ام بی سی فارسی با همکاری امریکا و برخی دولت‌های عربی، تأسیس شبکه تلویزیونی صدای امریکا (Voa)، و نیز راه‌اندازی تلویزیون BBC فارسی و شبکه فارسی وان و من و تو در سال‌های اخیر را می‌توان در راستای جنگ نرم بر ضد انقلاب اسلامی تحلیل کرد. به این لیست باید نقش برجسته برخی شبکه‌های اجتماعی از جمله توییتر بر روی ایران را در ایجاد اغتشاش در ایران افزود.

چهار. کمرنگ‌سازی ارزش‌ها و نهادهای دینی و چیره‌کردن اقتصاد بر فرهنگ و دین و در نتیجه کاهش همبستگی اجتماعی.



آن به اطلاعاتی دست پیدا می‌کنند که والدین فاقد آن هستند. همچنین در تعامل با فضای جهانی، فرزندان به ارزش‌هایی احساس تعلق می‌کنند که وابسته به دنیای مدرن است و ممکن است با نظام ارزشی جامعه یا فضای خانوادگی آنها متفاوت باشد و به همین سبب میان والدین و فرزندان کشمکش‌هایی ایجاد شود.

همچنین، قوانین و مناسبات حاکم بر جوامع مجازی به تغییر در آداب و شئون حاکم بر جوامع حقیقی و خانواده‌ها انجامیده است و نمادها را با قدرت جایگزینی برای رفتارهای حقیقی عرضه نموده است. اینترنت و فضای مجازی که به وسیله آن ایجاد می‌شود، به دلیل ناوابستگی به زمان و مکان، می‌تواند تمایز میان فضاهای متفاوت را از بین ببرد. لذا در فضای مجازی خیال‌پردازی جای عمل‌گرایی را می‌گیرد و سبب می‌شود فرزندان ما با نگاهی غیرواقع‌بینانه و ایدئالیستی وارد دنیای عینی شوند.

به این فهرست، این نکته را نیز باید افزود که میان کاربران اینترنت نوعی از روابط متفاوت از فضای واقعی شکل می‌گیرد و افراد را وابسته به روابط اینترنتی می‌کند. در نتیجه این امر، روابط فرد با دیگران در فضای واقعی کاهش می‌یابد؛ زیرا او در فضای مجازی با نوعی از فرهنگ اینترنتی جامعه‌پذیر شده است که برای سایرین در فضای واقعی ناشناخته است. به همین دلیل افراد از ارتباط مؤثر با اعضای خانواده خود باز می‌مانند. در پی این امر، تأثیر

ویژگی و آنچه سبب اهمیت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی شده این است که در شرایطی که دین به سمت فردی و خصوصی شدن سوق می‌یابد و نهادهای دینی به خاطر تحمیل ارزش‌های دینی تقبیح می‌شوند، همان نقش ایدئولوژیک که در گذشته منفی دانسته می‌شد، امروزه با اشتیاق به رسانه داده می‌شود و ارزش نهادهای دینی به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سپرده می‌شود. در واقع الگوهای دینی اثرگذاری خود را از دست داده و نقش آنها به ارزش‌ها و قواعد ترویج یافته از سوی رسانه‌ها و شبکه‌ها واگذار شده است. از سوی دیگر، عصر اطلاعات، عصر حاکمیت نگاه اقتصادی بر مقوله فرهنگ است و امر دین و ارزش‌های فرهنگی جوامع، زیر سایه ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. تکثر افکار و عقاید موجود در این فضا، علاوه بر کاهش ارزش و جایگاه دین و فرهنگ، به کمرنگ‌سازی انسجام اجتماعی نیز می‌انجامد. چرا که این شرایط، به هر فردی اجازه می‌دهد آنچه را متناسب با سلیقه خود می‌داند انتخاب کند. اندیشه‌ها و حتی شیوه‌های رفتاری که توسط هر فرد انتخاب می‌شود، ممکن است با ارزش‌های حاکم بر جامعه پیرامون متفاوت باشد، لذا این فرد با ایده‌های جدید از جامعه جدا خواهد شد. اگر این مسئله در مورد افراد دیگر هم تکرار شود و هر کدام عقایدی متفاوت با دیگری انتخاب کنند، با جامعه‌ای دارای اندیشه‌ها و ارزش‌های ناهمگون روبه‌رو خواهیم شد که با توجه به نقش بی‌همتای اعتقادات و دین در انسجام بخشی، اعضای آن همبستگی نخواهند داشت و به جای آن با فرهنگی متعلق به جامعه‌ای دیگر پیوستگی خواهند یافت.

پنج. ایجاد خدشه در نقش خانواده در تربیت صحیح و اجتماع پذیری کودکان و پدید آمدن شکاف بین نسلی و تضعیف خانواده.

شتاب تحولات فرهنگی و اجتماعی از ویژگی‌های مهم عصر ارتباطات است و به اذعان کارشناسان، شبکه‌های اجتماعی مفاهیمی همچون: خانواده، هویت، ارتباط، مشارکت، دوستی، جامعه، گزاره‌های اخلاقی و حریم خصوصی را بازتعریف کرده‌اند. با سیطره رسانه‌ها و تبدیل شدن آنها به مهم‌ترین ابزار گذران اوقات فراغت، نه تنها مرجعیت خانواده در انتقال ارزش‌ها به نسل آتی رنگ باخته است، بلکه والدین رسانه‌های مدرن را به منزله یکی از مهم‌ترین منابع خود برای آشنایی با شیوه‌های جامعه‌پذیر کردن فرزندان برگزیده‌اند. از این رو، الگوی هویت‌پذیری نسل نو تا حد زیادی از اوقات فراغت و محصولات فرهنگی فراغتی تأثیر می‌پذیرد. از سوی دیگر می‌توان مدعی شد که فضای مجازی و اینترنت در افزایش شکاف نسل‌ها مؤثر است؛ زیرا فرزندان از طریق

اینترنت بر زندگی خانوادگی موجب نگرانی برخی جامعه شناسان شده است. به تعبیر گیدنز «برخی از جامعه شناسان، بیم آن دارند که گسترش فناوری اینترنت به انزوا و انفراد اجتماعی روزافزون منجر بشود. بنابر استدلال آنان، یکی از آثار و عواقب دسترسی فزاینده به اینترنت در خانواده‌ها، این است که مردم اوقات مفید خود را کمتر با خانواده و دوستان می‌گذرانند.» از طریق اینترنت، افراد بدون تغییر مکان و پیمودن مسافت از نظر ارتباطی، در کنار دیگری قرار می‌گیرند و در سمت مقابل می‌توانند در یک فضای فیزیکی قرار داشته باشند و با اطرافیان خود ارتباط برقرار نکنند. این مسأله برای اعضای خانواده و به ویژه همسران مخاطرات بسیاری را به دنبال دارد.

یکی از نیازهای اصلی انسان برقراری ارتباط با دیگران است و در مورد همسر، انتظار برقراری ارتباط افزایش می‌یابد، اما زمانی که فرد این نیاز خود را از طریق اینترنت تأمین کند، ارتباط با همسر خود را کاهش می‌دهد. همیشه برخط (آنلاین) بودن، و تقسیم زندگی بین جهان واقعی و جهان مجازی تأثیرات فراوانی را در پی دارد. به عنوان نمونه اگر خانواده در فرهنگ ایرانی - اسلامی بسیار مهم است و از آن به عنوان مهم‌ترین بنا در نزد خداوند نام برده شده است. و اگر این نهاد مبتنی بر ارتباطات است و خانواده پویا نیازمند وقت جدا برای خانواده (Family time) و گفتگوهای رودرروی اعضا با یکدیگر است، میزان مزاحمتی که دنیای مجازی برای دنیای حقیقی می‌سازد از کیفیت و کارآمدی ارتباطات خانواده می‌کاهد. بودن در دنیای مجازی نبودن در دنیای حقیقی را رقم می‌زند و این امر گریز ناپذیر است. این امر خدشه ناپذیر است که ارتباطی مجازی نمی‌تواند کارایی‌های ارتباط حقیقی را دارا باشد. به این ترتیب یکی از نیازهایی که باید در فضای خانواده تأمین شود برای همسر او بی‌پاسخ می‌ماند و میزان رضایت او از زندگی خانوادگی کاهش می‌یابد. علاوه بر این، حضور در فضای مجازی سبک زندگی و فرهنگ را دچار دگرگونی می‌کند و ارزش‌های جدید، مطالباتی را از همسر به دنبال خواهد داشت که منشأ بسیاری از ستیزه‌ها و ناسازگاری‌های میان همسران است.

از دیگر پیامدهای منفی رسانه‌ها و فضای مجازی بر خانواده می‌توان به این مطلب اشاره کرد که رسانه بر نمایش مدل‌هایی از خانواده اصرار دارد که شبیه به مدل‌هایی جعلی از افرادی است که در اغلب اوقات، وجود خارجی ندارند. به عنوان نمونه، در شبکه‌های اجتماعی تبلیغات و خدماتی معرفی می‌شوند که برای آدم‌هایی که با لباس‌هایی اتو کشیده، ماشین‌هایی شیک و خانه‌هایی در بالای شهر زندگی می‌کنند که مهم‌ترین دغدغه آنها رفتن به سفر و رستوران‌های مشهور شهر است، تناسب دارد. به بیان دیگر، بازنمایی

خانواده در اغلب رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با مفاهیمی همچون خیانت، دروغ‌گویی، بی‌وفایی همسران نسبت به یکدیگر، ارتباطات خارج از چارچوب و از میان رفتن عشق و محبت و پنهان کردن حقیقت، همراه است. به طور کلی می‌توان گفت وقت‌گذاری در دنیای مجازی کودک را از حضور در پارک و فوتبال در کوچه و همسران را از ارتباط عاطفی با یکدیگر محروم کرده است. در نتیجه شکاف بین نسلی و کم‌رنگ شدن ارتباطات کارآمد در خانواده، تأثیرات منفی را برجای گذاشته است.

جمع‌بندی

پیدا است که امروزه هیچ یک از رسانه‌های داخلی و خارجی دغدغه قابل‌اعتنایی در شناخت و ارائه سبک زندگی دینی از خود نشان نداده‌اند و آنچه با آن مواجه هستیم بیش از هر چیز امریکایی‌سازی فرهنگ و زندگی ایرانی است. این اهتمام نه در کارشناسان دینی دیده می‌شود و نه در فعالان رسانه‌ای و روند تولیدات مفاهیم در حوزه سبک زندگی دینی بسیار کندتر از روند شتابان دگرگونی‌ها در ناحیه ارائه سبک زندگی غربی است. در اثر این دگرگونی‌ها، حساسیت‌های فرهنگی کم شده و قشر متدین جامعه امروز در مقابل برخی جلوه‌های انحرافی رسانه چنان خاموش و بی‌اعتناد رفتار می‌کند که در گذشته نمی‌توان همانندی برای آن به یاد آورد. انتظار می‌رود نسل بعدی تأثیرات به مراتب بیشتری از این دگرگونی‌ها بپذیرد.

البته جای خوشوقتی است که فرهنگ شفاهی حاکم بر جامعه ایرانی، هنوز این فرصت را در اختیار ما می‌گذارد که شبکه‌های اجتماعی نتوانند قدرتمایی چشمگیری داشته باشند و دامنه نفوذ آنان بیشتر در نسل جوان است تا متوسط و کهنسال. از سوی دیگر تنها ۲۰ تا ۲۵ درصد ایرانیان از فضای مجازی استفاده می‌نمایند و این در حالی است که بالغ بر ۷۵ درصد مردم تلویزیون را به عنوان رسانه اصلی خود برگزیده‌اند.

باید توجه کرد که اینترنت فضایی است که انبوهی از فرصت‌ها و تهدیدها را برای انسان امروز به ارمغان آورده است و مانند بسیاری از محصولات رشد علم، پیامدهای مثبت و منفی دارد که باید منطقی با آنها برخورد کرد و نمی‌توان به طور مطلق آن را نفی یا اثبات نمود. بدون شک برای کاستن از آسیب‌ها و تهدیدات نیازمند حضور موثر و تعریف شده در این فضا هستیم. باید قبول کرد که بشر امروز هیچ گریزگاهی از زندگی در دنیایی که ساخته دست مجموعه‌های رسانه‌های مدرن است، ندارد. مهم این است که آگاهانه به مدیریت این فضا همت گماریم و سبک زندگی خویش را به گونه‌ای سامان دهیم که ذوب در این دنیای جدید نگردد.