

چالش فرهنگ و هویت در فضای مجازی

<?xml encoding="UTF-8?">

گسترش فزاینده فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در سال های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تحت تاثیر قرار داده است. همان طور که تلگراف، تلفن و راه آهن در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باعث تحول چشم اندازهای ملی و بین المللی شدند، فناوری ارتباطات و وجه مشخص آن، یعنی اینترنت در زمان ما، تحولات بی سابقه را به دنبال داشته اند؛ تا آن جا که به وجه غالب جهان معاصر تبدیل شده است. گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، که مانوئل کاستلز از آن به عنوان «جامعه شبکه ای» یاد می کند، (2) منجر به تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی شده است. ویژگی های جامعه شبکه ای همچون اقتصاد اطلاعاتی، فرهنگ مجازی و کاهش اهمیت زمان و مکان در تعاملات اجتماعی ویژگی متمایزی به هزاره سوم بخشیده است که اصل بنیادین آن اهمیت محوری فرد در عرصه فعالیت های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی با بهره گیری از ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی است. در چنین فضایی که با عنوان فضای سایبر توصیف می شود، مجموعه هایی از ارتباطات درونی انسانها از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی شکل می گیرد. یک سیستم آن لاین نمونه ای از فضای سایبر است که کاربران آن می توانند از طریق ایمیل با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. بر خلاف فضای واقعی، در فضای سایبر نیاز به جابجایی های فیزیکی نیست و کلیه ی اعمال فقط از طریق فشردن کلیدها یا حرکات «ماوس» صورت می گیرد. فضای مجازی (اینترنت) دارای پنج خصوصیت است که آن را از سایر رسانه ها متمایز کرده است. ویژگی های منحصر به فرد و متمایز کننده فضای مجازی عبارتند از: (3)

1. دیجیتالی بودن: اینترنت مبتنی بر اعداد و منطق ریاضی است. از این رو توانایی تغییر و دخالت در این فضا آن طور که خواست کاربر است کاملاً ممکن می شود. براین اساس کاربر می تواند با تغییر در رنگ ها و انتخاب فضای کار خود در اینترنت براساس خواست خود، خواست و علایق خود را کاملاً در این فضا پیاده کند. از این رو کاربر اینترنتی بدون دغدغه خاطر می تواند از این فضا استفاده کند و از همین رو تعداد کاربران اینترنتی با توجه به تفاوت های فرهنگی، اعتقادی، قومی، نژادی و... در این فضا قابل توجه است.

2. حافظه مجازی: مهمترین خصوصیت اینترنت آزادی انتشار اطلاعات است. حافظه مجازی اینترنت این فرصت را فراهم کرده است تا با انباشتی از اطلاعات در این فضا روبرو باشیم. این مسئله در تناقض با سیاست محدود سازی قرار دارد. اینترنت ضد سانسور است و امکان دسترسی به هر نوع اطلاعاتی در آن فراهم است.

3. تعاملی بودن: اینترنت یک رسانه دو طرفه است؛ به این معنا که هم تولیدکننده متن در این فضا و هم مصرف کننده آن در ادامه امر تولید با یکدیگر در ارتباط هستند و از هم تأثیر می پذیرند. تعاملی بودن این فرصت را برای کاربران اینترنتی فراهم می کند تا در برخورد با فضای اینترنت فرصت دخالت آرا و نظرات خود را دائماً داشته و از نظرات دیگران نیز مطلع شوند.

4. فرا متن بودن: هاپر تکس بودن به معنای این است که هر صفحه از اینترنت در خود صدها لینک به دیگر صفحات اینترنتی دارد. به این معنا که کاربر، قدرت گزینش و انتخاب بسیاری دارد و با وارد شدن به این فضا و قرار گرفتن در یک موقعیت خاص به راحتی می تواند از آن صفحه خارج شده و وارد فضای جدیدی شود که این

توانایی توسط لینک های موجود در صفحه به او داده می شود.

5. واقعیت مجازی: در فضای اینترنت کاربر می تواند محدودیت های دنیای واقعی خود را جستجو کند اما بدون مرزهای دنیای واقعی، شکل گیری شخصیت های اینترنتی در شهرهای اینترنتی به معنای شکل گیری دنیای جدید است که اگر چه از دنیای واقعی ریشه می گیرد اما امکانات ویژه ی این فضا یک واقعیت مجازی را شکل داده است ؛ واقعیتی که اگر چه در دنیای واقعی معنایی ندارد اما در حیطه ی اینترنت به خوبی عمل می کند و ناخواسته نتایجی نیز در دنیای واقعی به جا می گذارد.

6. غیر مرکزی بودن

هیچ مرز و حکومتی حاکم فضای اینترنتی نیست. به همان میزان که یک نوجوان امریکایی در دسترسی به اینترنت آزاد است یک نوجوان ایرانی نیز از همین حق برخوردار است.

بدیهی است که در فضای جدیدی که بواسطه گسترش فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی بوجود آمده، پایه های بنیادین تشکیل دهنده جوامع مانند فرهنگ و هویت ملی نیز بتدریج متحول می شود. هویت عبارت از نیازهای روانی انسان و پیش نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است. اگر محور و مبنای زندگی اجتماعی را برقراری ارتباط پایدار و معنادار با دیگران بدانیم، هویت اجتماعی چنین امکان را فراهم می سازد. هویت اجتماعی نه تنها ارتباط اجتماعی را امکان پذیر می کند، بلکه به زندگی افراد هم معنا می بخشد. احساس هویت ترکیبی از همسانی ها و تمایزها است، بدین معنا که اعضای یک گروه در درون مرز مشخص و بر اساس مؤلفه های خاصی که به شاخصه های هویتی معروف اند، به نوعی با هم مشابه و همسان اند. به عبارت دیگر، این مرزها که خصلتی نمادین دارند، دربرگیرنده افرادی هستند که به طور کلی شباهت های شان بیشتر از تفاوت های آنهاست. اساساً همین شباهت هاست که به عنوان شاخص هایی برای تعریف هویت آنها، به عنوان عضویت در یک گروه اجتماعی خاص، به کار می آید. (4)

از سوی دیگر، افراد در خارج از این محدوده و در فراسوی مرزهای نمادینی که قلمرو یک گروه را از دیگر گروه ها متمایز می کند، براساس ویژگی های اختصاصی خود و تفاوت های شان با دیگران مشخص می شوند. به بیان دیگر، در خارج از مرزهای گروه، به جای هویت با مفهوم هویت ها روبه رو هستیم که ناشی از تفاوت و گاهی تقابل هویت ها است. در واقع، هر هویتی در تقابل با سایر هویت ها تعریف می شود و اجتماعات بشری با استفاده از قابلیت های نمادین بین خود و دیگری مرزبندی می شوند. مفهوم هویت در دیالکتیک معنایی یک فرد و دیگران با یک گروه یا گروه های دیگر، صورت بندی می شود هر هویتی با ایجاد مرز از سایر هویت ها متمایز می شود و این مرزها بیانگر ویژگی های ساختاری و محتوایی هویت ها هستند.

ظهور فضای مجازی موجب شده تا گروه های دارای مرزهای سخت سنتی، جای خود را به گروه های مجازی با مرزهای منعطف بدهند و به همین دلیل امکان مبادله هر چه بیشتر اطلاعات و پیام ها، منجر به کاهش و در مواردی حذف فاصله میان گروه های مختلف شده است. با نفوذ فزاینده اینترنت به درون خانه ها، امکان اشتراک در تجارب گروه های مختلف ایجاد شده است. از منظر سخت افزارهای ارتباطی، تعداد سایت ها و تکنولوژی های وابسته به آنها نیز در حال گسترش است و این امر ابعاد مختلف زندگی بشری را تحت تاثیر قرار داده و موجب ظهور شکل نوینی از روابط و تعاملات بین افراد انسانی شده است. طبق دیدگاه «جبرگرایی تکنولوژیک» هر تکنولوژی با ظهور خود، باعث تغییرات گسترده ای می شود و جامعه را با تغییرات فرهنگی روبرو می کند. در این دیدگاه، تکنولوژی به عنوان عامل مستقلى در نظر گرفته می شود که می تواند یک جامعه و الگوهای رفتاری حاکم

بر آن را تحت تاثیر قرار داده و شکل نوینی از روابط انسانی را بر اساس ابزارهای نوین ارتباطی شکل می دهد. فضای مجازی در واقع محیطی است، مشتمل بر شبکه های آن لاین (on line) کامپیوتری، که در لحظه، به مبادله اطلاعات با یکدیگر می پردازند. این ارتباطات نه تنها شکل نوینی از روابط اجتماعی را می سازد، بلکه فضای مجازی را شکل می دهد که در این فضا روابط اجتماعی متنوع و متکثر براساس شبکه های گسترده روابط مجازی مبتنی بر هویت های مجازی شکل می گیرد.

زیست جهان انسان اجتماعی از زمان خلقت آدمی به شدت مقید به زمان و مکان بوده است. ساختار فضا زمانی، زندگی اجتماعی، چگونگی کنش اجتماعی و روابط اجتماعی فرد را مشخص می کرد. در روابط اجتماعی و شکل گیری هویت ها اصل جغرافیا محوری عامل تعیین کننده ای محسوب می شد. امکان برخورداری از هویت های مختلف برای افراد وجود داشت اما این هویت ها همگی واقعی و براساس ویژگی های حقیقی افراد بود. در حالی که در فضایی مجازی زمان و فضا دچار تغییر و تحول شده اند. فواصل مکانی و جغرافیایی کاملاً بی معنا شده اند و زمان نیز به واسطه ارتباطات آنی و لحظه ای از معنای قبلی جدا شده است و نهایتاً حس تحرک بی سابقه ای را به درون فضای اجتماعی تزریق کرده است. حس تحرک بدان معناست که در این فضا امکان تغییر طبقه، نژاد و جنسیت برای افراد وجود دارد. فرد در لحظه ای آنی می تواند جنس، نژاد و طبقه اجتماعی خود را پنهان سازد و با ویژگی های جدید کاذب جنسیتی و نژادی ؛ هویتی تازه برای خود تعریف کند و براساس آن به تعامل با هویت های واقعی یا مجازی دیگر بپردازد. در این چار چوب، گذر زمان و قرار گرفتن فرد به دفعات متعدد در این فضا و تعامل با هویت مجازی موجب می گردد تا هویت مجازی در فرد نهادینه گردد و فرد آن را به عنوان یکی از هویت های واقعی خود همچون هویت های خود در جهان واقعی بپندارد.

تاثیر فضای مجازی بر هویت

عامل بنیادین در شکل گیری هویت های اجتماعی تعاملات انسانی است. در واقع فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می پردازد هویت خویشتن را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می شود. ظهور فناوری های نوین ارتباطی دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می گیرد، حوزه فرهنگ که نظام هایی از عقاید و رفتارها را شامل می شود، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی های بنیادین می گردد. ورود فناوری های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. (5) پی آمد این امر شکل گیری نوع جدید از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه های ارتباط جمعی عملاً فرصت های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت، به وجود آورده است. در همین ارتباط بل معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات همزمان و بی شمار، منشاء ظهور فرهنگ های آنی و به دنبال آن ظهور هویت های خلق الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می گیرد و با ظهور هویت های جدید به سرعت از بین می روند.

ویژگی های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر فضای مجازی شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رو در رو را برای کاربران آن فراهم می کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن می تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش

جدیدی تجهیز می کند که می تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی را به چالش کشانده و تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. فضای مجازی این امکان را فراهم می کند تا افراد نیازها، خواسته ها و بازنمایشی در هویت خویش را به درجاتی به دنیای حقیقی خود تسری دهد و شرایط تازه ای را برای گفتگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم می سازد، ذکاوی نیز معتقد است ماهیت غیر رو در روی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی می تواند انگیزه ی بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی فراهم سازد که ریسک شرمندگی در آن کمتر است.

فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی موجب می شود تا اجتماعات و هویت های جدیدی تشکیل شود. در جامعه ای که به ارتباطات مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است، شیوه تولید به گونه ای است که هویتها را به صورت عاقل، سودمند و خود بسنده در می آورد. اما در جامعه اطلاعاتی، جامعه ای که ارتباطات الکترونیک سیطره دارد؛ ذهنیت ها و هویت های ناپایدار، چند لایه و پراکنده ظهور می کند. مارک پاستر در «عصر دوم رسانه ها» تاکید می کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده ها و اطلاعات و یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می سازند و سایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت های بشر امروزی به وجود می آورند، هویت ها را در وضعیت کاملا تازه ای قرار می دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است. هویت در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می کند. در واقع ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می گیرد، چشم اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می سازد که در صورت بندی های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس اند، جان می گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده ای چند لایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه تکه است. پدیده ای که شکل دادن خویش را به گونه ای طراحی می کند که با هرگونه تثبیت هویت می ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. در این جامعه بسا انسان هایی که با همسایه ها، هم محلی ها و همشهری ها و حتی هموطنان خود احساس قربایت نداشته ولی با فرد دیگری در اقصا نقاط جهان احساس هویتی یکسان داشته باشند. هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می شود، اجتماعات مجازی تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع در اجتماعات مجازی معمولا افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می سازند. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است. دیگر سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی کنند، بلکه منافع مقطعی، محدود، و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع می کند و هویت آنها را می سازد.

فناوری های نوین این امکان را فراهم می کند تا افراد فضایی شخصی و خصوصی در فضای مجازی برای خود داشته باشند و بدین ترتیب خلوت جدیدی برای خود با بهره گیری از ابزارهای ارتباطی ایجاد کنند. در این فضا پیام هایی بدون آگاهی دیگران رد و بدل می شود و قرار ملاقاتهایی تنظیم می شود و با بهره گیری از امکانات اینترنت مانند فیس بوک و اتاق های گفت و گو شبکه گسترده ای از روابط میان افراد شکل می گیرد که غیر قابل کنترل و ناملموس است. این امر بتدریج موجبات از هم پاشیدگی شبکه های سنتی روابط مانند همسایگی را فراهم می کند و هویت هایی ماورای جهان واقعی و محیط عینی که افراد در آن زندگی می کنند، ایجاد می کند.

از مهمترین ویژگی های فضای مجازی گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می توانند در گروه های مختلف و گاه متضاد با هویت حقیقی خود حضور داشته باشند؛ می توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی باعث می شود، فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی قدرت انتخاب افراد، همواره تحت تأثیر عواملی چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و... محدود بوده است. اما در جهان مجازی مرزهای محدود کننده از میان برداشته می شود و شخص در مقیاس جهانی با گزینه های فراوانی برای انتخاب روبروست.

مهمترین متغیر در هویت ملی، وحدت بخشی یا تمایز پذیری اجتماعی است. اجتماعی شدن و فردی شدن دو روی سکه تجدد و دوره مدرن هستند. یعنی دوره مدرن دارای یک دوگانگی در ساختار اجتماعی است که از یک طرف به اجتماعی شدن افراد منجر می شود و از طرف دیگر فردی شدن را تقویت می کند.

رادیو، تلویزیون و ابزارهای ارتباطی در این دوره جوامع محلی و ملی را با یک شبکه محدود یکپارچه می سازد و سپس تکثر و تنوع مجاری ارتباطی و قدرت انتخاب افراد در کانال ها و شبکه های ارتباطی موجب می شود تا مخاطبان تکه تکه و پاره پاره شوند. (6) رسانه های جدید، رسانه های فردی شدن و مبتنی بر تعامل فردی انسان رایانه هستند. این رسانه ها به دلیل اینکه همگی متصل به شبکه ها هستند به طور جمعی مورد استفاده قرار می گیرند. رسانه های جدید تقاضاها و درخواست های متکثر کاربران و مخاطبان را پاسخ می دهند. از این رو نتیجه عملی دوگانگی ساختاری رسانه ها، دوگانگی ساختار اجتماعی جامعه است. به نظر می رسد تجلی دوگانگی مذکور نزد کاربران اینترنت و رسانه های مرتبط با آن و آنهایی که به این وسایل جدید ارتباطی و اطلاعاتی دسترسی دارند، قابل ملاحظه تر است. چرا که رسانه های مذکور نوعی مناسبات جدید ایجاد می کنند که در این مناسبات انسانها بیش از پیش گوشه گیر، منزوی و کم تحرک شده و کم کم از زمینه عملی زندگی خود دور می شوند.

به عبارت دیگر شکل گیری اجتماعات در فضای مجازی بر مبنای شاییت های اجتماعی مختلف موجب می شود تا اجتماعات در جهان واقعی بتدریج کم رنگ و بی اهمیت شود. این بدان معناست که منبع هویت بخشی افراد متکثر و متنوع می شود و به همین جهت هویت ملی و انسجام اجتماعی یک جامعه بتدریج تضعیف می شود.

پی نوشت ها :

1. دانشجوی سال سوم دکتری روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی (ره) .
2. مانوئل کاستلز، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، (تهران: انتشارات طرح نو، 1385)، جلد اول، چاپ پنجم، ص 15.
3. سید رضا عاملی، جزوه درسی مطالعات فضای مجازی، دوره کارشناسی، ترم اول سال تحصیلی 8685، صص 35
4. مارک پاستر، عصر دوم رسانه ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: موسسه ایران 1377، ص 30.
5. کاستلز، م واینس، م، گفتگوهایی با امانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاووشیان. (تهران: نشر نی، 1384)، ص

6. رضا حسنوی، شیدا فمی تفرشی، تاثیر جامعه اطلاعاتی بر انسجام اجتماعی، ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، شماره 175، ص 20.