



Irano-Islamic Research in Politics, Vol.3, No4, 92-123.

Study of the role of Identity and political culture in the performance of cyberspace in Iran (with emphasis on Habermas' ideas)¹

Ali etekhari²

Seyed Ali Mortazavian Farsani³

Garineh Keshishyan Siraki⁴

Abstract

The resulting information technology and cyberspace are shaping the new conditions of psychological, sociological, and cultural studies related to the interaction of technology, culture, and human beings in general, and the interaction of cyberspace with culture, identity, and human relations. The present article tries to describe and explain the effect of culture, society and its traditions on cyberspace and the relationships and content within it, and on the other hand, the effect of cyberspace on culture, social actions, identity, attitudes and individual behaviors. And collectively, emphasize this point. Therefore, in this article, the important components of Habermas theory such as: public sphere, communication action, rationality, possibility of participation, open space, two-way communication and the ability to communicate in order to promote criticism and dialogue in political culture and the challenges that these components can create in cyberspace in the Islamic religious identity of Iran will be reviewed. Therefore, it is suggested that two principals were assumed in cyberspace cultural and social research; one of these: Habermas's theory of communicative action, which oversees the formation of public space, is considered an ideal situation (without focusing on the identity of countries) in political development. Secondly, both in theoretical and methodological dimensions, in the study of cyberspace in various cultural and social fields, it is not possible to rely solely on traditional views and methods, and there are new ways in terms of ideas, methods and

¹ . Received: 08/02/2025; Accepted: 15/03/2025; Printed: 15/03/2025

² . Department of Political Science, S. T. C. Islamic Azad University, Tehran, Iran. Ali-etekhari@gmail.com

³ . Department of Political Science, C. T. C. Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author). ۱۹۷۱۱۶۰۱۶۴@iau.ir

⁴ . Department of Political Science and International Relations, S. T. C. Islamic Azad University, Tehran, Iran. G_keshishyan@azad.ac.ir 0054929873@iau.ir

tools. Habermas's theory of communicative action, which oversees the formation of public space, is considered an ideal situation in new ways. The formation of the ideal state of dialogue and the disruption of the former political order resulting from the traditional act of communication is a context that can address the indicators of political and cultural development in societies, namely the role of society in building political power, social participation and individual freedoms is influential. Communication action theory can affect the indicators of political and cultural development in societies, ie the role of society in building political power, social participation and individual freedoms., but from a practical point of view, the study of cyberspace is based on national identity, considering that cyberspace causes a crisis in national and religious identity, and this identity crisis causes identity inequalities in individual contexts, and in a way affects the social. The findings of this article show that the type of policy makers' view of social networks in Iran is not necessarily in conflict with the way users use it, but the cultural inefficiency of existing structures, lack of serious legal and managerial tools, and dispersion Decision-making methods have posed many challenges for social media policy-making Which has made convergence and homogeneity between decision-making institutions very difficult.

Keywords: Public Sphere & Communication Action, Rationality & Possibility of Participation, Open space, Identity, Political Culture.



سیاست پژوهی اسلامی ایرانی، سال سوم، شماره چهارم (پیاپی دوازدهم) زمستان ۱۴۰۳، ۹۲-۱۲۳.

مطالعه نقش هویت و فرهنگ سیاسی در عملکرد فضای سایبری در ایران (با تأکید بر اندیشه‌های هابرماس)^۱

علی افتخاری^۲

سیدعلی مرتضویان فارسانی^۳

گارینه کشیشیان سیری^۴

چکیده

فناوری‌های اطلاعاتی و فضای مجازی برآمده از آن، در حال شکل‌دادن شرایط جدیدی از مطالعات روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و فرهنگی مربوط به تأثیر متقابل فناوری، فرهنگ و انسان به‌طور عام و تعامل فضایی سایبر با فرهنگ، هویت و مناسبات انسانی است. مقاله حاضر سعی دارد ضمن توصیف و تبیین تأثیر فرهنگ، هویت، فضای عمومی جامعه و سنت‌های برآمده از آن بر فضایی مجازی و مناسبات و محتوای درون آن و از دیگر سو تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ، کنش‌های اجتماعی، هویت، نگرش‌ها و رفتارهای فردی و جمعی، بر این نکته تأکید کند که اگر فرهنگ سیاسی یک جامعه و مؤلفه‌های اصلی آن تضمین‌کننده ثبات سیاسی و تقویت‌کننده جامعه مدنی به‌مثابه مؤلفه‌های اساسی توسعه سیاسی نباشند، پیامدهای آسیب‌شناختی خواهند داشت. لذا در این مقاله مؤلفه‌های مهم نظریه هابرماس مانند حوزه عمومی، کنش ارتباطی، عقلانیت، امکان مشارکت، فضای باز، ارتباط دوسویه و توانایی برقراری ارتباط را جهت ارتقا، نقد و گفت‌وگو در فرهنگ سیاسی و چالش‌هایی که این مؤلفه‌ها در فضای مجازی می‌توانند در هویت دینی اسلامی ایران ایجاد کنند، مورد نقد و بررسی قرار گرفته است. هدف از مقاله حاضر از جنبه نظری، بررسی نقش فضای مجازی به‌عنوان زمینه جدید کنش ارتباطی بر توسعه فرهنگ سیاسی از گذر نظریه کنش ارتباطی هابرماس و از جنبه عملی نیز بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی است. با توجه به اینکه فضای مجازی باعث ایجاد بحران در هویت ملی و دینی می‌شود و این بحران هویت در زمینه‌های فردی ناهمگونی‌های هویتی را سبب می‌شود که به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر می‌کند. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد نوع نگاه سیاست‌گذاران به شبکه‌های اجتماعی در ایران، با نحوه استفاده کاربران از آن، لزوماً در تعارض نیست، اما ناآرامی فرهنگی ساختارهای موجود، جدی‌نگرفتن ابزارهای قانونی و مدیریتی و نیز پراکندگی شیوه‌های تصمیم‌گیری، چالش‌های فراوانی را برای سیاست‌گذاری شبکه‌های اجتماعی به دنبال داشته که همگرایی و تجانس میان نهادهای تصمیم‌ساز را بسیار دشوار کرده و همچنین در مواردی ثبات سیاسی را تهدید و جامعه مدنی را تضعیف کرده است.

واژگان کلیدی: فضای عمومی، کنش ارتباطی و عقلانیت، امکان مشارکت و فضای باز، ارتباط دوسویه و توانایی برقراری ارتباط، هویت و فرهنگ سیاسی.

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵؛ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵

۲. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گرایش اندیشه سیاسی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، Ali-eftekhar@yahoo.com

۳. گروه علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) iau.ir@۱۹۷۱۱۶۰۱۶۴

۴. گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. G_keshishyan@azad.ac.ir 0054929873@iau.ir

مقدمه و بیان مسئله

امروزه پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته شده آن یعنی اینترنت، در حال ایجاد تغییرات اساسی و وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع گوناگون اعم از پیشرفته و در حال توسعه است و این امر پژوهشگران را به پرسش درباره میزان و چگونگی این تغییرات و تأثیرات کنونی و آتی اینترنت بر زندگی سیاسی جوامع و رابطه بین دولت‌ها و شهروندان واداشته است. یکی از عوامل توجه روزافزون پژوهشگران علوم سیاسی به این پدیده، نقشی است که شبکه اینترنت می‌تواند در رشد و تقویت دموکراسی و مشارکت سیاسی به شیوه‌هایی کاملاً نو در جوامع گوناگون داشته باشد. هم‌زمانی ارتباط این توانایی به دلیل ویژگی‌هایی همچون تعاملی بودن، فراگیر بودن و متمرکز نبودن شبکه اینترنت است که آن را از رسانه‌های جمعی سنتی مانند مطبوعات، رادیو و تلویزیون متمایز می‌کند. نظریه کنش ارتباطی هابرماس که ناظر بر شکل‌گیری فضای عمومی است، به صورت یک وضعیت ایدئال در توسعه سیاسی در نظر گرفته می‌شود. شکل‌گیری وضعیت ایدئال گفت‌وگو و به هم خوردن نظم سیاسی پیشین ناشی از کنش ارتباطی سنتی بستری است که می‌تواند بر شاخص‌های توسعه سیاسی در جوامع، یعنی نقش جامعه در ساخت قدرت سیاسی، مشارکت اجتماعی و آزادی‌های فردی تأثیرگذار باشد. در این رابطه، توسعه فضای مجازی به مثابه ساختار ارتباطی جدید نقش مهمی در توسعه سیاسی دارد. هدف از بررسی دیدگاه نظری، بررسی نقش فضای مجازی به عنوان زمینه جدید کنش ارتباطی بر توسعه سیاسی از گذر نظریه کنش ارتباطی هابرماس است. این مقاله با بررسی دیدگاه هابرماس درخصوص حوزه عمومی، به عنوان نقطه عزیمت نظریه کنش ارتباطی، نقش آن را بر شاخص‌های سه‌گانه توسعه سیاسی در بستر فضای مجازی تحلیل می‌کند. از این جهت، توجه به توسعه سیاسی باید با نقش تحولات گوناگون صورت‌پذیرفته در تحولات اجتماعی و تأثیرات آن بر خودآگاهی اجتماعی مدنظر قرار گیرد. نوع فرهنگ سیاسی، به‌ویژه در جوامعی که از خصوصیات اجتماعی فرهنگی و ساختارهای مذهبی، قومی، سیاسی و گروهی متکثر و متنوع برخوردارند، نمود بیشتری دارد و این امر در مورد جامعه ایران که از این تنوع ساختاری برخوردار است، صدق می‌کند. وجود گروه‌های قومی متعدد،

گرایش‌های فرهنگی و مذهبی متفاوت و خصوصیات جمعیت‌شناختی پراکنده (به‌ویژه تفاوت‌های نسلی) و مواجهه با تغییرات و دگرگونی‌های سیاسی-اجتماعی عمده در قرن اخیر، در شکل‌گیری فرهنگ‌های متفاوت و انعکاس این تنوع در جهت‌گیری‌های سیاسی جامعه ایران کاملاً مشهود است. اگرچه تئوری هابرماس در تئوری‌های غربی جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده، اما این تئوری که ریشه در بورژوازی اروپایی داشته، برای کاربرد در منطقه‌ای مثل خاورمیانه با چالش‌هایی مواجه است. در سال‌های اخیر و حضور رو به تزاید و متراکم کاربران این شبکه‌ها، شاهد شکل‌گیری الگوهای جدیدی از روابط و تعاملات میان فردی و اجتماعی هستیم. افراد هنگام حضور در شبکه، کوله‌باری از نگرش‌ها، تجربه‌ها و هیجانات مثبت و منفی خود را به درون شبکه می‌برند و هم‌زمان تحت تأثیر اطلاعات، کنش‌ها و تعاملات دیگران حاضر در شبکه قرار می‌گیرند و پذیرش واقعیت تک‌گرایانه فرهنگ‌ها در جهان، موجب اذعان به مؤلفه‌هایی از این قبیل شده است که سیاست صرفاً بازتاب اقتصاد و ساختارهای آن نیست و نگرش و ارزش‌ها در دگرگونی نهادهای حکومتی و اقتصادی مهم‌اند. از این رویکرد توجه به فرهنگ سیاسی و نقش آن به‌ویژه در توسعه سیاسی مورد بازخوانی و تأکید قرار گرفته است. مقاله حاضر تأکید بر این سؤال اصلی دارد: نقش هویت و فرهنگ سیاسی در عملکرد فضای سایبری ایران چگونه است؟

همچنین در پاسخ به سؤال اصلی، این فرضیه اصلی مدنظر بود که فرهنگ سیاسی فضای مجازی در ایران به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، با توجه به خاستگاه غیریومی و عدم آگاهی و اشراف کافی نخبگان سیاسی-امنیتی در عمل نتوانسته است تأثیری بر ارتقا و سوق‌دادن گفت‌وگوها و افکار عمومی به سمت نقد، متمرکز کردن گفت‌وگوها و مشارکت‌های مخاطبان بر مسائل مشترک و هدایت و بسیج عمومی به سمت کنشگری دموکراتیک و هویت‌ساز داشته باشد.

هویت و اشکال جدید ارتباطی در حوزه عمومی

گسترش فضای مجازی ذیل توسعه شبکه‌های اینترنت و فیر نوری باعث شکل‌گیری ابزارهای جدید ارتباطی در جامعه شد. فضای مجازی به محیطی ارتباطی اشاره دارد که افراد می‌توانند بر اساس حساب‌های کاربری خود در آن اقدام به تبادل اطلاعات و گفت‌وگوی فردی و گروهی بکنند. سال ۱۹۶۲ که هابرماس تحول ساختاری حوزه عمومی را نوشت، آغازی بود بر طرح یک حوزه جدید در تئوری‌های سیاسی. در این اثر هابرماس به دنبال آن بود که بداند تحت چه شرایطی مباحثه و گفت‌وگو می‌تواند با ترکیب و پیوند گروه‌ها آغازگر یک کنش سیاسی باشد؛ زیرا حوزه عمومی اگرچه حوزه‌ای است برای گفتن و شنیدن، اما مستقیماً به اعمال قدرت مربوط می‌شود (رجایی، ۱۳۸۰، ۱۳۷).

در گذر عمر موضوع حوزه عمومی، نگاه‌های مختلفی به آن معطوف شده است؛ از کسانی که به دنبال طرح فئودالیزه و خان‌خانی‌شدن دوباره حوزه عمومی و تبلیغاتی‌شدن محور اصلی آن یعنی رسانه‌ها، دیگر نقش و کارکردی برای آن قائل نبوده و نیستند تا کسانی که همراه با تحولات مختلف معتقدند گستره عمومی‌هنوز هم با ماست (داگرن، ۱۳۸۹، ۲۱) و سعی داشته‌اند با بازتعریف آن، حوزه عمومی را به‌عنوان مفهومی امروزی در آثار علمی، تحقیقاتی و کاربردی خود مورد استفاده قرار دهند. حتی خود هابرماس نیز معتقد است فناوری‌ها شکل‌گیری حوزه عمومی را ممکن می‌گرداند (هابرماس، ۱۳۹۴، ۵۷۵). در سال‌های اخیر، در فضای مجازی مفاهیم تولید و توزیع رسانه‌ای دچار تغییراتی شده‌اند که متفاوت با مدل رسانه‌های سنتی است. این روزها دستگاه‌های رایانه شخصی، دوربین‌های دیجیتال، خطوط اینترنت پرسرعت و نرم‌افزارهای رایانه‌ای متنوع با قیمت پایین و فراگیری بالا، در دسترس تعداد زیادی از کاربران اینترنتی قرار گرفته است. به این ترتیب، هر کاربر اینترنتی به راحتی و در مدت زمان چند دقیقه می‌تواند وبلاگ شخصی ایجاد کند یا در انواع سایت‌ها عضو شود و محتوایی را که تولید کرده، اعم از متن، عکس، صدا و ویدئو، به راحتی منتشر کند. پس تولید رسانه‌ای در فرایندی متفاوت با رسانه‌های سنتی صورت می‌پذیرد و کاربران

اینترنتی خود تولیدکننده محتوا در عرصه اینترنت محسوب می‌شوند. از دیدگاه مایفیلد، رسانه‌های اجتماعی گروهی از انواع جدید رسانه‌های آنلاین هستند (Mayfield, 2008, 1).

اینترنت یکی از فناوری‌هاست که به همه مشارکت‌کنندگان و کاربران برای استفاده مشترک، فرصت برابر اعطا می‌کند و برخی هم معتقدند این شبکه می‌تواند نقش «اگورای آتی» را بر عهده بگیرد. آلیتا تورنتون درخصوص وجوه احیاکننده حوزه عمومی از طریق اینترنت به موارد زیر اشاره می‌کند:

۱. توانایی گروه‌های ذی‌نفع کوچک برای یافتن ارتباط
۲. توانایی افراد و گروه‌های کوچک برای ارائه نظرات
۳. دستیابی به نقطه‌نظرات گوناگون
۴. بقا و ماندگاری اطلاعات در اینترنت
۵. ارتباط دوسویه فرستنده و گیرنده (Thornton, 1996, 25).

تنوع فرهنگ سیاسی به‌ویژه در جوامعی که از خصوصیات اجتماعی - فرهنگی و ساختارهای مذهبی، قومی، سیاسی و گروهی متکثر و متنوع برخوردارند، نمود بیشتری دارد و این امر در مورد جامعه ایران که از این تنوع ساختاری برخوردار است، صدق می‌کند. وجود گروه‌های قومی متعدد، گرایش‌های فرهنگی و مذهبی متفاوت و خصوصیات جمعیت‌شناختی پراکنده (به‌ویژه تفاوت‌های نسلی) و مواجهه با تغییرات و دگرگونی‌های سیاسی-اجتماعی عمده در قرن اخیر، در شکل‌گیری فرهنگ‌های متفاوت و انعکاس این تنوع در جهت‌گیری‌های سیاسی جامعه ایران کاملاً مشهود است.

با مرور بحث حوزه عمومی و نگاه‌های متفاوت به آن می‌توان گفت اگرچه تئوری‌ها بر ماس در تئوری‌های غربی جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده، اما این تئوری که ریشه در بورژوازی اروپایی داشته، برای کاربرد در منطقه‌ای مثل خاورمیانه

با چالش‌هایی مواجه است. به عنوان مثال، بی‌تردید یکی از مسائل عمده‌ای که در سال‌های بعد از انقلاب به‌ویژه در سال‌های اخیر مسئولان مطرح کرده‌اند، مسئله بحران هویت است و در سیاست‌گذاری فضای مجازی در ایران لازم به توجه است. زمانی که فرد یا جامعه از عناصر هویت‌ساز خویش مانند دین، زبان، نژاد، قومیت و فرهنگ آگاهی نداشته باشند یا عناصر هویتی جایگاه خود را به عنوان شاخص‌های شناخت يك جامعه از دست بدهند و عناصر دیگر نیز به جای آنها شناخته نشده باشند، فرد یا جامعه با بحران هویتی مواجه می‌شوند. با این اوصاف فرد برای خروج از این بحران بایستی به یافتن ارزش‌های مثبت و پایدار در فرهنگ، مذهب یا ایدئولوژی خود بگردد تا از درهم‌ریختگی و اختلال هویت که دائماً در رنج و عذاب است، رهانیده شود و هویت اصیل خویش را بازیابد.

آنچه امروزه بر اهمیت این بحران در جوامعی شبیه ایران افزوده، ناشی از عوامل بحران‌زای فرایند ارتباطی است. در سه دهه اخیر، مجموعه‌ای از مفاهیم درخصوص بحران هویت در سطح خرد تا ملی و سطح جهانی به وجود آمده است. این مباحث در حال حاضر به‌طور یکپارچه با عنوان بحران هویت مطرح می‌شود. از نظر بایندر، بحران هویت بر مبنای ذهنی، ولی نه همواره احساسی به عضویت در يك جامعه سیاسی اشاره دارد. ابتدایی‌ترین عوامل بحران‌ساز هویتی از تنش بین مفاهیم فرهنگی و روان‌شناختی، هویت شخصی، گروهی، تعریف سیاسی جامعه، ایستارها و ارزش‌های حاکم، تناقض‌های حاکم و تناقض‌های پیش‌آمده از هویت ذهنی و سایر هویت‌ها ناشی می‌شود. مشکل هویت در جوامع مختلف با روش‌های متفاوت بروز کرده و امروزه به يك نگرانی جدی در حوزه سیاست تبدیل شده است. به اعتقاد بایندر، بحران هویت ضرورتاً بحران يك کشور نیست، بلکه بحران عصر ماست (پای و دیگران، ۱۳۸۰، ۹۲-۹۳).

به هر ترتیب، جوامع امروزی در فرایند گذار خود از بحران‌های متعددی، از جمله مشارکت، مشروعیت، توزیع، نفوذ و هویت عبور می‌کنند. نکته حائز اهمیت، پیچیدگی این بحران در دوره پساصنعتی است. این دوران با خصوصیات خاص خود که ناشی از فرایندهای ارتباطی نوین است، نوع

جدیدی از بحران هویت را پیش‌روی جوامع (مانند ایران) قرار داده است. بحران هویت وقتی رخ می‌دهد که يك جامعه دریابد آنچه تاکنون به‌طور درِست و بی‌چون‌وچرا به‌عنوان تعاریف فیزیکی و روان‌شناسانه «خودجمعی» اش پذیرفته است، حتی اگر در حوزه عمومی مطرح شده و پذیرفته شده باشد، تحت شرایط تاریخی جدید، دیگر قابل پذیرش نیست. از طرف دیگر، نیروهای تدریجی و غیرمهیجی مانند گسترش ارتباطات جهانی، می‌تواند بنیان هویت يك جامعه سابقاً منزوی را از طریق آگاه‌سازی مردم آن جامعه از يك دنیای کاملاً نوین از لحاظ فرهنگ سیاسی متزلزل کند. درواقع در اینجا شکل جدید ارتباطی باعث ایجاد هویتی جدید بین مردم شده است و این هویت گسترش‌یافته در فضای عمومی، گونه‌های غالب فرهنگ سیاسی را تغییر می‌دهد.

هویت، فضای مجازی و امکان مشارکت‌کردن

فضای مجازی میزان مشارکت اجتماعی را افزایش داده است؛ به‌طوری که حضور در کمپین‌ها، اخذ رأی برای پیگیری سیاستی خاص در عرصه اجتماعی بیشتر در فضای مجازی مورد سنجش قرار می‌گیرد که در این صورت بر افزایش تأثیرگذاری آن تأکید می‌شود. اگرچه هنوز کاستی‌هایی در این حوزه به‌خصوص در سازماندهی مشخص برای افزایش مشارکت به‌ویژه در قالب‌های رسمی وجود دارد، مشارکت اجتماعی یکی از دستاوردهای مهم گسترش فضای مجازی به‌منظور تأثیر و توسعه در جامعه است. رسانه‌های اجتماعی ارسال بازخورد از سوی مخاطب و همکاری و همگامی با رسانه را تسهیل کرده‌اند و آن را تشویق می‌کنند. این رسانه‌ها مرز و خط‌کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده‌اند.

گفتمان مشارکت‌کردن را بین مردم تغییر داده‌اند و دیگر مثل سابق عمل نمی‌کنند. برای مثال در سابق گفتمان مدرنیسم مطلقه پهلوی، مجموعه پیچیده‌ای از عناصر مختلف از جمله نظریه شاهی ایران، پاتریمونیالیسم سنتی، گفتمان نوسازی به شیوه مدرنیسم غربی، قانون‌گرایی و مردم‌گرایی بود؛ در این گفتمان فرهنگ سیاسی کاملاً آمرانه بود و زمینه‌ای برای مشارکت

و رقابت سیاسی ایجاد نمی‌کرد. اقتدارگرایی، توهم توطئه، فرهنگ خشونت و ستیز ویژگی‌های مشترک دو گفتمان فرهنگ سیاسی قبل از انقلاب بود (شریف، ۱۳۸۱، ۱۰۳). البته بعد از انقلاب ایران موضوع گفتمان مشارکت تغییر کرده است؛ برای مثال واژه عموم و خصوص و مشارکت کردن آن در گفتمان غربی و عربی تعاریف مجزایی دارد و این نوع تعاریف زمانی پیچیده‌تر و غامض‌تر می‌شود که مسئله دین یعنی آنچه در تاروپود بافت اجتماعی منطقه تنیده شده، مطرح می‌شود؛ موضوعی که هابرماس آن را مربوط به حوزه خصوصی زندگی می‌داند و نقشی برای آن در حوزه عمومی قائل نیست، ولی در جوامعی مانند ایران موضوع متفاوت است (Khamis, et al, 2012, 326).

اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در مشارکت‌ها بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. اینها استفاده از فضایی مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. به این ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد تصویر ارائه‌شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود (اسلوین، ۱۳۸۰، ۱۵۶). حتی امکان معرفی خود در سایت‌های مختلف به صورت‌های گوناگون وجود دارد؛ به‌طوری که افراد بتوانند در جریان مشارکت، «هویت الکترونیک چندگانه‌ای» برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. تلویزیون و سایر رسانه‌ها فاقد این ویژگی خاص فضایی مجازی‌اند. در مجموع، هویت اینترنتی یا هویت مجازی با دیدگاه‌های متعارف درباره هویت جور نیست. دیدگاه‌های متعارف درباره هویت به دنبال کلیت‌سازی درباره مفهوم هویت و یکپارچه نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می‌گیرند (بل، ۲۰۰۱، ۱۱۴).

با این اوصاف، در فضایی مجازی استفاده از چنین تعاریفی برای هویت دشوار می‌شود و با گسترده‌تر شدن مرزهای هویتی، مرزبندی هویت واقعی و تخیلی در اینترنت و حتی امکان مشارکت در فرهنگ سیاسی مخدوش می‌شود.

به هر حال، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی محصول درهم‌شکستگی هستی‌شناختی و پیچیده‌تر شدن فزاینده تفاوت‌های فردی هستند و با آن سنخیت تام دارند. امروزه حتی اعضای خانواده‌ها و همسایگان نیز به ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند؛ این مسئله نحوه مشارکت افراد در امور فضای مجازی را غیراصل و غیرواقعی می‌داند. این امر تشخیص اصالت‌ها را روز به روز دشوارتر می‌کند. آلن تورن به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض‌آمیز انسانی را توصیف کرده است: «ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر می‌بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده‌ایم» (تورن، ۱۳۸۰، ۱۶۰).

از این حیث، هویت مجازی را می‌توان با فرایند اساساً مدرن تشکیل هویت به وسیله خویشستن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست. فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد، بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و توأماً مهم‌ترین جنبه پست‌مدرنیستی اینترنت را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند، بلکه موجب تکرر بیشتر می‌شود. در عین حال، هم‌زمان با افزایش میزان تفاوت‌ها بر اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان‌بینی‌های افراد واگراتر می‌شود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۸، ۷۸). لذا این نوع مشارکت‌ها همان‌طور که هابرماس می‌گوید در امور عمومی است، اما امور هویتی و فرهنگی را در امور خصوصی می‌داند. امروزه مشارکت در امور عمومی را در گروه‌ها و کانال‌های مختلف مجازی در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به خوبی شاهد هستیم و از طرفی افزایش دسترسی به اطلاعات به منظور کسب حداکثر قدرت تصمیم‌گیری می‌تواند مشارکت را در کنار آزادی‌های فردی به ارمغان آورد. اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکرر هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند؛ در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن مشارکت اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارند. همچنین اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل

تخیلات و تصورات و پندارهای فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت‌های سیاسی بر هویت‌سازی‌های فردی تمام می‌شود و می‌تواند به شکل‌گیری منابع جدید هویتی بینجامد (معینی‌علمداری، ۱۳۸۴، ۱۱۵-۱۱۶).

در تجزیه و تحلیل منصفانه تفکرات هابرماس باید تصدیق کرد که هابرماس با آن سابقه مارکسیستی خود به جایی می‌رسد که می‌گوید دین را در عرصه سیاسی نه تنها نباید با زور بیرون کرد، بلکه به‌عنوان یک واقعیت که در حوزه عمومی می‌تواند مشارکت داشته باشد، باید قبولش کرد.

هویت، فرهنگ سیاسی و فضای باز مجازی

اغلب رسانه‌های اجتماعی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد باز هستند. آنها رأی‌دادن، کامنت گذاشتن و به اشتراک گذاری اطلاعات را تشویق می‌کنند. به ندرت مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این رسانه‌ها وجود دارد. همچنین این مسئله که حوزه عمومی مبتنی بر درجه‌ای از مدارا و همزیستی با سنت‌ها و تفکرات مختلف است، درحالی که این حقیقتی است که در جامعه سنتی به‌ویژه سنت قدیمی سنت حاکم است و خیلی پذیرای این موضوع نیست. برای مثال مرور حوزه عمومی مصر نشان می‌دهد حوزه عمومی و جامعه مدنی در زمان حسنی مبارك ضعیف بود، اما آنها ناامید نبودند و عواملی وجود داشت که افراد می‌توانستند فضای خصوصی خود را ایجاد کنند؛ برخی از مردم قادر به انجام تعاملات در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی بودند، اما بخش اصلی سیاست و اقتصاد در کنترل دولت بود و در عمل موقعیت‌های ممتاز و موفق در اختیار ارتش و بوروکراسی اداری بود و فقط حوزه سرگرمی به‌عنوان فرصتی برای طبقه متوسط و سایر طبقات پیشنهاد می‌شد و می‌توان گفت دارای یک فرهنگ سیاسی بسته بودند. همان‌گونه که اشاره شد، رسانه و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری حوزه عمومی آنلاین و فضای باز بسیار مهم هستند؛ زیرا در حقیقت ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی به شیوه‌ای متقارن به گفت‌وگوهای آزاد و نقادی دیدگاه‌ها کمک می‌کنند و این در رژیم‌های اقتدارگرایی همچون رژیم

مصر با سیاست‌های رسانه‌ای خاص، نقش ویژه‌ای داشته است، تا جایی که وائل غنیم معتقد است: اگر رسانه‌های اجتماعی نبود، وقوع تحولات انقلابی در مصر ممکن نبود و مصطفی لعلالی تأکید دارد: رسانه‌های اجتماعی، طیف وسیع برنامه‌ها، گفت‌وگوهای انتقادی و عقلانیت را که در حوزه عمومی عربی مفقود شده بودند، احیا و تشویق کردند (lahlali, 2011, 66).

هیرشکند هم معتقد است: ظهور وبلاگ‌نویسی که در سال‌های اخیر پنج نوع آن دسته‌بندی و مطرح شده است، مورد استقبال قرار گرفت و امکان پیونددهی و دسته‌بندی علایق مشترک را فراهم کرد؛ والا این موضوعات همچنان مخفی می‌ماند یا حداقل این امکان وجود نداشت تا در جریان کنش‌های سیاسی ابراز شوند (Hirshkind, 2010, 24).

فرهنگ سیاسی در ایران با ظهور گفتمان انقلاب اسلامی بعد از انقلاب ۱۳۵۷ تکوین می‌یابد. در این گفتمان، سنت اسلامی به عنوان راه‌حلی برای مسائل جامعه و عصر مدرن طرح شد (بشیریه، ۱۳۸۱، ۶۹). گفتمان‌های مسلط فرهنگ سیاسی ویژه خود را دارند، در همان حالی که تحولات جامعه این فرهنگ‌های سیاسی را به چالش می‌کشند و خرده‌فرهنگ‌های سیاسی جدیدی را عرضه می‌کنند. در زمینه جامعه‌پذیری سیاسی در ایران عواملی همچون دولت و دستگاه‌های ایدئولوژیک آن، نیروهای طبقاتی و دینی، فرهنگ جدید زنان و جوانان، رسانه‌های بین‌المللی و تکثر قومی جامعه ایرانی دخالت دارند. این عوامل در همه زمینه‌ها متضاد نیستند، همچنان که همیشه نیز همدیگر را تقویت نمی‌کنند. برای مثال، آزادی‌های فردی می‌تواند در برابر جوامع ایدئولوژیک به شدت آسیب‌پذیر بوده و انسان را دچار ازخودبیگانگی و به دور از شناسایی خواست‌های فردی بکند (قانع‌راد و همکاران، ۱۳۹۴، ۳۱).

ازجمله مشکلات فضای باز اینترنت، ایجاد تغییرات فرهنگی در مواجهه فرهنگ دینی با سازوکارهای فرهنگ غربی است. این مواجهه در سپهر سیاسی ایران در ترکیب سنت دینی با دموکراسی و فرهنگ سیاسی منتج از آن

بازنمایی می‌شود. فضای باز اینترنت، امکاناتی را در اختیار شهروندان می‌گذارد که خارج از کنترل دولت ملی است؛ همین امر ناگزیر به تحول فرهنگ سیاسی منجر می‌شود. می‌توان گفت فضای باز اینترنت یکی از فاکتورهای فرهنگ جهانی شدن است. در سطح فرهنگ جهانی شدن موجب پیدایش جامعه مدنی جهانی شده است. اعتراضات بین‌المللی درخصوص بسیاری از امور جهانی (جنگ، محیط زیست، جنبش زنان و امثالهم) گویای این امر است. در خاورمیانه می‌توان امواج متداخل جهانی و محلی -دموکراسی و اسلام‌گرایی- را مشاهده کرد. این زمینه‌ها، فضای باز مجازی ساختارهای سابق را متحول کرده است. این ساختار سنتی سبب بیگانگی فرهنگی سیاسی توده‌ها از فرهنگ‌های سیاسی گفتمان‌های مسلط شده است. پیامد آن را می‌توان در آنچه جامعه‌شناسان «فروپاشی اجتماعی» نامیده‌اند، دید (اباذری، ۱۳۷۹، ۴۱).

فروپاشی اجتماعی در سطح خرد و در مناسبات اجتماعی در افزایش عدم اعتماد، عدم مسئولیت‌پذیری و نابهنجاری‌های اجتماعی قابل مشاهده است. درواقع فضای مجازی باعث آزادی‌های فردی می‌شود. البته نگاه هابرماس درکنش ارتباطی بر فضای واقعی بوده است، اما این چارچوب در فضای مجازی قابل تبیین است؛ یعنی از طرفی توسعه فضای باز مجازی باعث توسعه فردی و سیاسی شده و از طرف دیگر این توسعه فردی در جوامع سنتی، مبتنی بر ایجاد تغییرات هویتی و فرهنگی در مواجهه فرهنگ دینی با سازوکارهای فرهنگ غربی شده است. با این وجود، فضای مجازی با تولید مفاهیم جدید نیاز به شکل‌دادن آگاهی‌های فردی و اجتماعی دارد تا افراد از این فضا آسیب نبینند.

فرهنگ سیاسی و ارتباط دوسویه

رسانه‌های سنتی عمل انتشار را انجام می‌دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می‌کردند، ولی در رسانه‌های اجتماعی فضایی برای گفت‌وگو و محاوره دو طرف وجود دارد و جریان ارتباطی از حالت یک‌سویه به دوسویه تغییر پیدا کرده است.

از این رو، به صورت مبسوط به بررسی نظریه کنش ارتباطی هابرماس می‌پردازیم تا بتوانیم دست به تحلیل کنش ارتباطی در فضای مجازی ارتباطی بزنیم. نظریه کنش ارتباطی هابرماس از جمله نظریات جدیدی است که با توجه به کنش بین افراد جامعه دست به تبیین شکل‌گیری ساختارهای جدید می‌زند. هرچند فضای ترسیم‌شده عمدتاً در قالب گفت‌وگو مدنظر است، اما می‌توان این نوع کنش را به حوزه عمومی در فضای مجازی نیز تسری داد. هابرماس نظریه‌پردازی است که در چارچوب سنت نظریه انتقادی گام برمی‌دارد و طی چند دهه حیات فکری خویش، در زمینه مقابله با انواع سلطه به خصوص سلطه‌های فکری تلاش کرده است. فلسفه عقلانیت ارتباطی، بر جهت کارایی عقل در الگوی مفاهمه متقابل تأکید می‌کند. «زبان» که قلب این نوع عقلانیت را شکل می‌دهد، در کنار توانایی کار و تعامل اجتماعی، به عنوان یکی از ممیزه‌های بنیادین انسان به کار می‌رود. زبان در آنجا به عنوان واسطه‌ای در نظر گرفته می‌شود که انسان‌ها خودشان را از طریق آن بیان می‌کنند و به کنش‌ها و گفته‌های دیگران معنی می‌بخشند. زبان نه صرفاً به منظور انتقال اطلاعات، بلکه برای اجرای کنش‌های اجتماعی است؛ بنابراین، علاقه هابرماس به زبان در درون علاقه وسیع‌تر آنچه «توانش ارتباطی» می‌نامد قرار می‌گیرد؛ یعنی در توانایی انسان‌ها، نه فقط نسبت به مشارکت در اطلاعات معنی‌دار، بلکه همچنین نسبت به خلق و ایجاد روابط اجتماعی و نسبت به تحقق تعامل اجتماعی مابین یکدیگر اطلاق می‌شود (Edgar, 2006, 77).

هابرماس، عقلانیت ارتباطی را به عنوان یک دیدگاه جدید و مستقل، اولین بار در کتاب دوجلدی خود تحت عنوان «نظریه کنش ارتباطی» ارائه داد. طبق این استدلال، آدمی برای بقا و رشد و نمو بایستی هم قادر به کنترل محیط طبیعی خود باشد (از طریق علم و فناوری) و هم توانا به ارتباط مؤثر تا بتواند خود را از گروه‌های اجتماعی کارآمد و پیچیده سازمان دهد. بنابراین در آنجا، عقل ارتباطی که در قالب یک مدل هرمونیتیکی ایفای نقش می‌کند، به عنوان مکمل برای عقل ابزاری مطرح می‌شود. عقل ارتباطی به تنهایی کافی نیست و نیازمند تکمیل شدن با تئوری انتقادی است تا به رسوخ در انحرافات نظام‌مند قادر باشد که به علت نابرابری‌های سیاسی موجود در جامعه، امکان

ارتباط را از میان برداشته است. عقل ارتباطی بازتاباننده تمرین و پرورش یک توانایی بنیادین است که در همه انسان‌ها، حداقل به صورت بالقوه، موجود است (حاتمی و روشن چشم، ۱۳۹۱، ۱۰۲).

این توانایی بنیادین عبارت است از قابلیت درگیر شدن با دیگری در استدلال انتقادی و عقلانی. عقلانیت ارتباطی، عقلانیتی است که به پیش فرض امکان گفت‌وگو بر تمرین و پرورش عقل طی یک فعالیت جمعی و همگانی مبتنی است. عقلانیت ارتباطی، اولاً نه یک فرایند هرمنوتیکی، بلکه حاصل فرایندی است که شرکت‌کنندگان در یک گفت‌وگو یا در هر تعامل اجتماعی لازم می‌دانند آنچه را می‌گویند و انجام می‌دهند، توجیه کنند. این فرایند باید چنان باشد که اگر گوینده‌ای توسط افراد دیگر به چالش کشیده شود، آن گوینده بخواهد و بتواند شواهد و دلایل لازم را در حمایت از باورهای خود، راجع به جهان و محقق بودنش نسبت به انجام کنش‌هایی که اکنون انجام می‌دهد، ارائه دهد. ولی اگر در مواجهه با چالش‌های موجه و معقول وی، فرمان خود را مثلاً از طریق تهدید به اجرا درآورد، آن وقت عقل ارتباطی فرو خواهد ریخت (الهی‌منش و همکاران، ۱۳۹۹، ۶۸). نهادینه شدن جامعه مدنی توسعه یافته و پویا نیازمند ارزش‌هایی همچون مدارا، پذیرش اجتماعی دیگری و اتخاذ عقلانیت جمعی است. ارزش‌هایی که فرهنگ گروهی و فرقه‌ای فاقد آن است و اساساً در تضاد با آن قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، برجستگی فرهنگ‌های خاص‌گرایانه و ضعف بنیادهای جامعه مدنی در عرصه سیاسی می‌تواند به بی‌ثباتی سیاسی بینجامد؛ زیرا ثبات سیاسی در چارچوب یک نظام سیاسی نتیجه انسجام، یکپارچگی و اتحاد گروه‌ها و خرده‌فرهنگ‌هاست و چنانچه این گروه‌ها نتوانند به گونه‌ای مسالمت‌آمیز در کنار هم قرار گیرند و به تبادل سیاسی اجتماعی و اقتصادی دوسویه ندهند، ثبات سیاسی در سطح کلان سست و متزلزل خواهد شد.

از این رو پیشنهاد می‌شود دو اصل در تحقیقات فرهنگی و اجتماعی فضایی سایر بر اساس نظریه کنش ارتباطی مفروض گرفته شود؛ اول اینکه نظریه کنش ارتباطی هابرماس که ناظر بر شکل‌گیری فضای عمومی است، به صورت یک وضعیت ایدئال (بدون تمرکز بر هویت کشورها) در توسعه

سیاسی در نظر گرفته می‌شود. دوم اینکه هم در ابعاد نظری و هم در ابعاد روشی، در مطالعات فضاي مجازي در حوزه‌هاي مختلف فرهنگي و اجتماعي نمي‌توان صرفاً به نظرگاه و روش‌هاي سنتي تکیه کرد و می‌بایست در نظر و روش و ابزارها، راه‌هاي جديدي در پيش گرفت.

نظريه کنش ارتباطی می‌تواند بر شاخص‌های توسعه سیاسی و فرهنگی در جوامع، یعنی نقش جامعه در ساخت قدرت سیاسی، مشارکت اجتماعی و آزادی‌های فردی تأثیرگذار باشد. اما افراد در مواجهه با فضای مجازی و تکرر منابع در ساخت هویت، دچار تعلیق (به معنی معلق بودن و سردرگمی) می‌شوند.

بحران هویت و شکل‌گیری جماعت‌هاي آنلاين

رسانه‌هاي اجتماعي اين امکان را برقرار مي‌کنند که جماعت‌ها و گروه‌ها به سرعت شکل بگیرند و ارتباط مؤثري برقرار کنند. اين جماعت‌هاي آنلاين مي‌توانند پيرامون علايق مشترکي مانند عکاسي، یک تیم ورزشي یا یک برنامه تلویزیوني شکل گرفته باشند. اين جماعت‌هاي آنلاين به نوعی دچار بحران هویت می‌شوند، براي تبیین بحران هویت در فضاي مجازي، توجه به يك نکته مهم ضروري است. جوامع در حال گذار، عمدتاً در حال سپري کردن و مواجه شدن با بحران‌هاي هویت دوره تاریخی خود معادل با دوره صنعتی شدن اروپا بوده‌اند. با این حال، به‌طور گریزناپذیر با پدیده‌هاي جهانی شدن و فضاي مجازي در فرایند ارتباطات نوین مواجه شده‌اند. دوره تاریخی جدید نیز همراه خود، نوعی از عناصر بحران‌زاي هویتی را حمل می‌کند و مسئله کشورهاي در حال توسعه از آنجا پیچیده‌تر می‌شود که این کشورها هم‌زمان بدون طی دوره تاریخی خود بحران‌هاي تودرتوي هویتی را تجربه می‌کنند که ناشی از روهم‌افتادگی دو دوره تاریخی است.

به نظر کاستلز، سیاست‌هاي مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد. یکی از عوامل مهم در تاریخ و جغرافیا، مؤلفه فضاي مجازي و قدرت آن است که نیروي قوام‌بخش هویت و بسياري ديگر از پدیده‌ها و

فرآورده‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی است. جهانی شدن نیز روندی تاریخی و دگرگونی‌ای مفهومی است که تغییرات و تحولاتی را در برداشت‌ها، باورها، اندیشه‌ها و سلیقه‌های ملت‌ها به همراه دارد و دامنه آن هویت فرهنگی را نیز فرا گرفته است. جهانی شدن و فضای مجازی به‌طور مداوم و گسترده با شیوه‌ها و داده‌های مختلف به‌نوعی دائماً در حال ایجاد تغییر در باورها، انگاره‌ها، عقاید، ارزش‌ها، چشم‌داشت‌ها و حتی نیازها هستند. بسیاری معتقدند مهم‌ترین عامل هویت‌ساز «معنا» است و این معناست که دائماً در عصر اطلاعات در حافظه تاریخی جوامع دستخوش تغییر، هرچند تدریجی، می‌شود. کاستلز با توجه به اهمیت معنا در عصر اطلاعات و تلاش کنشگران مختلف اجتماعی جهت نیل به معنایی خاص، آن را در تقابل با مفهوم قدیمی «کارکرد» قرار می‌دهد که از سوی نهادهای مسلط اعمال می‌شود. این هویت ناشی از هنجارهای اجتماعی است و وابسته به روابط و ترکیب و چینش افراد، نهادها و سازمان‌های جامعه است. هویت منبع معنا برای خودکنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰، ۲۳).

هویت، فیس‌بوک و حوزه عمومی

علاوه بر اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک، به دنبال ایجاد جوامع مجازی هستند. این جوامع مجازی بر اساس ساختار و تعاریف خود بالطبع دارای ارزش‌های مختلف فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هستند؛ به‌طوری که این جوامع مجازی توانسته‌اند مفاهیمی همچون «دوست»، «ارتباط»، «خانواده»، «هویت» و حتی مسائلی جزئی مانند نحوه احوال‌پرسی کردن را بازتعریف کنند. اگرچه کاربران خود در شکل‌دهی این جوامع نقش چشمگیری ایفا می‌کنند، اما قوانین این جوامع مجازی و گفتمان حاکم بر آنان در تأثیرگذاری و شکل‌دهی هویت اعضای خود نقش مهمی ایفا می‌کنند. ابتدایی‌ترین تأثیر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر کاربران این است که هویت فعلی او را به چالش می‌کشند؛ ابتدا کاربر را از خود واقعی تهی می‌کنند و سپس به او فرصت می‌دهند خود ایدئال‌ش را بروز دهد، درحالی که به‌طور ناخودآگاه، این خود جدید در فضایی گفتمانی شبکه‌های اجتماعی

برساخته شده است. شبکه‌های اجتماعی صحنه‌ای فراهم می‌آورند که کاربران می‌توانند از هر جنسیت، سن، طبقه اجتماعی، نژاد و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند.

در این سطح، شبکه‌های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویتی فرم‌دار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می‌دهند. در واقع با شبکه‌های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می‌شود تا خود را هرگونه که می‌خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند. بنابراین، با قبول این فرض که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده‌اند، خود منشأ بازتولید مکرر چنین جامعه‌ای می‌شوند. ریچارد بارتل این‌گونه استدلال می‌کند که دنیاهای مجازی برای مردم آینه‌ای را فراهم می‌آورند که هرچه فرد تصویر خود را در آن مانوس‌تر با خود واقعی یا ایدئالش بیابد، بیشتر با آن ارتباط برقرار می‌کند (بارتل، ۲۰۰۴، ۱۶۴).

در واقع، راز موفقیت و جذب کاربر برای وب‌سایت‌های عمده این است که کاربر خود را در آینه جهان مجازی پیش‌رویش ببیند. به این ترتیب، در باب هویت در دنیای مجازی، مسئله این است که کاربر چه میزان انعکاس تصویر خود را در این آینه می‌پسندد. زمانی این تلقی وجود داشت که هویت افراد در فضای مجازی، هویتی ناشناخته و چندانگانه است، اما اکنون کاربران ادامه هویت تعریف‌شده خود در فضای مجازی را به صورت آفلاین پی می‌گیرند یا در فعالیت‌های آفلاین در بسیاری از مواقع برای خود نام و نشان تعریف می‌کنند و با آن همزادپنداری زیادی دارند. بنابراین، معادلات پیشین هویت دچار تحول شده است. به این ترتیب، بازتعریف هویت فردی و اجتماعی در فضای مجازی در ابعاد گوناگون قابل بررسی است. در این فضا، همگرایی جامعه مصرفی و تخصص حرفه‌ای تولیدکنندگان و تجار به بازآفرینی مفاهیم انسانی همچون بلوغ، سن و مراحل مختلف زندگی انجامیده است. شاید این تعجب‌برانگیز باشد که مفاهیم انسانی با ابعاد زیست‌شناختی مانند بلوغ نیز در دنیای مجازی تعابیر جدید بیابند، اما ریشه استحاله این مفاهیم ناشی از تأثیرگذاری قوی فضای مجازی بر نوع تفکر کاربران است (کاتز و مارشال، ۲۰۰۶، ۴۴).

همان‌گونه که بارتل (۲۰۰۴) خاطرنشان می‌کند، «هویت، حاصل تفکر است که در قالب‌های گوناگون (در عمل یا در قالب لغات) ظهور می‌کند» و با توسعه عرصه مجازی زندگی بشر، این حقیقت غیرقابل انکار است که این فضای مجازی با کاربر ارتباطی دوسویه قرار دارد؛ نحوه تفکر او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در مقابل گستره وسیعی را فراهم می‌آورد که کاربر هویت خود را در آن بر اساس ترجیحاتش ابراز می‌کند و به منصفه ظهور می‌رساند. به عبارت دیگر، فضای مجازی امروز تنها آینه منعکس‌کننده کاربر مقابل خود نیست، بلکه تا حد زیادی چگونگی کیفیت کاربر خود را نیز تعریف می‌کند. زمانی تلقی منتقدان فرهنگی این بود که چون فضای مجازی عرصه‌ای است که مهندسان فنی و نه مهندسان فرهنگی آن را ساخته‌اند، بنابراین نقطه‌ضعف آن عدم وجود روایت است (بل و کندی، ۲۰۰۰، ۲۳۴)، اما امروز دنیای مجازی آنچنان با زندگی و فرایند هویت‌سازی بشر درآمیخته است که نه‌تنها روایت‌های بی‌شمار در آن قابل درک است، بلکه این روایت‌ها بر روایت دنیای واقعی پیشی گرفته‌اند؛ چنان‌که بودریار از «فراواقعیت» مجازی سخن می‌گوید و به قول آنجل آدریان «همان‌قدر که تجارت الکترونیک از تجارت جدا نیست، هویت‌های الکترونیکی در فضای مجازی نیز از هویت‌های واقعی قابل بازشناسایی نیستند» (آدریان، ۲۰۰۸، ۳۶۶).

هویت و توانایی برقراری ارتباط

اغلب شبکه‌های اجتماعی همیشه در حال گسترش اتصالات و ارتباطاتشان هستند و با سایت‌ها، منابع و افراد دیگر پیوند برقرار می‌کنند. رسانه‌های مشارکتی شامل وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، سرویس آراس‌اس، سرویس‌های تسهیم فیلم، عکس و موزیک، پادکست، داستان‌گویی‌های دیجیتال، اجتماعات مجازی، سرویس شبکه‌های اجتماعی، محیط‌های مجازی و ویدئوبلاگ‌ها هستند، اما به همین موارد محدود نمی‌شوند. این رسانه‌ها با سه ویژگی مشترک و به‌هم‌پیوسته مشخص و متمایز می‌شوند (Rheingold, 2008, 100).

صدای عموم نه تنها با ویژگی فعال بودن، بلکه با ویژگی «زایا» بودن می تواند توصیف شود. یک «عامه» زمانی نمود می یابد که با ایجاد برخی متون در برخی رسانه ها، خود را مشخص و متمایز کند. با نوشتن یک فهرست وبلاگی درباره یک موضوع، یک بلاگر، مردی را با علایق مشترک گردهم می آورد و رابطه ای میان غریبه ها ایجاد می کند که احتمالاً به شیوه دیگری امکان وجود نداشت. ایجاد یک ویکی درباره یک مسئله محلی، این پتانسیل را دارد که سرعت عامه ای ایجاد کند که قادر به مطلع سازی خویش و ایجاد بحث و گفت و گو است و حتی می تواند کنش جمعی را سازماندهی کند (Rheingold, 2008, 102).

معرفت به تمامیت خود نزد هیچ ذهن منفردی یافت نمی شود، بلکه هر ذهن شناسنده ای بهره ای خاص نزد خود دارد که بایستی تلاش کنیم زمینه چکاندن آن بهره و نیز به هم پیوستن این بهره ها و راه افتادن جویبار معرفت را فراهم کنیم. فرایند عقلانیت ارتباطی که دربردارنده یک عمل ارتباطی است که معطوف به حصول، حفظ و تجدید وفاق و اجماع است و در واقع معطوف به اجماعی است که مبتنی بر پذیرش بین الذهانی داعیه های نقدپذیر اعتبار باشد. عقلانیت موجود در درون این عمل، در این امر نهفته است که یک توافق به دست آمده بر اساس ارتباط، سرانجام باید بر استدلال ها متکی باشد و عقلانیت کسی که در این عمل ارتباطی مشارکت می کند از این طریق معین می شود که آیا آنها توانسته اند در مواقع لزوم و تحت شرایط مناسب، دلایلی برای اظهارات خود فراهم کنند یا نه (هابرماس، ۱۳۸۲، ۸۵).

هویت در محیط مجازی به طور مشخص متفاوت با هویت در محیط واقعی است؛ زیرا تفاوت بین محیط ها وجود دارد. شخص مختار است از هویت واقعی اش در محیط مجازی استفاده کند یا نکند. در محیط مجازی، شخص هویتش را در مسیری شکل می دهد که او می خواهد آن را در مقابل دیگران به نمایش بگذارد. به عبارت دیگر، او هویتش را به دیگران تحمیل می کند. تماماً سه ویژگی اینترنت و شبکه های اجتماعی را بیان می کند: به هم فشردگی فضا-زمان، حس نکردن مکان و محدوده های محوشده و

جماعت تغییر یافته. باید توجه داشته باشیم که ضروری است هر انسانی در يك فضا یا زمان خاص قرار گرفته باشد (پراپروتنیک، ۲۰۰۴، ۱).

هویت نقشی کلیدی را در ارتباطات مجازی ایفا می‌کند. بعضی مدعی‌اند توانایی استقرار يك هویت بدون بدن و مستقل از ارزشمندترین جنبه‌های فرهنگ آنلاین است که به مردم اجازه می‌دهد نقش‌ها و روابطی را که به گونه‌ای دیگر هستند، جست‌وجو کنند؛ اما دیگران ادعا می‌کنند گمنامی، بی‌مسئولیتی و رفتار خصومت‌آمیز را تشویق می‌کند. واقعیت مجازی امکان انواع تجارب ذهنی را فراهم می‌کند که می‌توانستند انواع مدرن سلطه را منقطع یا متوقف کنند. توانایی واقعیت مجازی در فراگرد خودش نهفته است و اشخاص می‌توانند در يك محیط با واسطه کامپیوتری خاص، خود و جهان را بازسازی کنند. بنابراین، واقعیت مجازی و کارکردهای این راه می‌تواند در جهت غیرطبیعی کردن فرضی درباره هویت‌های طبیعی داده‌شده عمل کند. در اتاق‌های گفت‌وگوی مجازی مردم می‌توانند دقیقاً «به چیزی که آنها می‌خواهند باشند» یا «دقیقاً چطور می‌خواهند مردم دیگر آنها را ببینند» تبدیل شوند (پراپروتنیک، ۲۰۰۴، ۳). ماهیت مکان و فضا در دنیای دیجیتال کاملاً دگرگون شده است. امروز، دنیای واقعی با دنیای مجازی چنان در هم فرورفته که تفکیک آن دو بسیار دشوار شده است. زمان، مفهوم مکان‌مند گذشته را ندارد. فرهنگ‌ها به شدت در هم ادغام شده و خلوص مکانی و زمانی دیروز خود را از دست داده‌اند. بنابراین، طبیعی است که هویت در بند مکان-زمان و فرهنگ مکان‌مند و زمان‌مند در فضایی جدید دچار بحران شود (پراپروتنیک، ۲۰۰۴، ۳۷).

شاید بتوان بحران‌های ناشی از گمنامی را در دو دسته تقسیم کرد: يك دسته بحران‌های کلی ناشی از مواجهه انسان با فضایی مجازی است که از آن به اضطراب دیجیتال یاد می‌کنند و دوم، بحران‌های ناشی از هویت‌های مجازی عاملی اضطراب را به سه دوره اضطراب طبیعی، صنعتی و دیجیتال تقسیم می‌کند. اضطراب دیجیتال اضطرابی است که ناشی از ظهور صنعت ارتباطات هم‌زمان و انفجار اطلاعات و مواجهه با انبوهی از دانستی‌ها و ندانستی‌هاست که انسان را گرفتار ناتوانی در مدیریت ارتباط و بی‌تعادلی هم

در حوزه ارتباطات درون فردی و هم در حوزه ارتباطات بین فردی می‌کند که جهان بیرونی و عینی انسان را تشکیل می‌دهد. وی ادامه می‌دهد: جهان مجازی درون خود، انسان را با فضاهای جدیدی مواجه کرده که برای بعضی قابل فهم است و برای بخش عظیمی از جمعیت جهان؛ منشأ گم‌گشتگی، غربت، تنهایی، تضاد و سردرگمی است. علاوه بر این، عدم انطباق جهان مجازی با جهان واقعی زمینه‌ساز اضطراب‌های جدیدی است که در گذشته تجربه نشده است (عاملی، ۱۳۸۸، ۴۸).

بحران‌های ناشی از هویت‌های ساختگی با توجه به اینکه فرد معمولاً امکان انتخاب هویت‌های دیگری دارد که در نظر دیگران مطلوب‌تر یا خاص‌تر جلوه می‌کند، به وجود می‌آید. در این صورت، فرد هنگام استفاده از امکانات ارتباطی مجازی، هویت واقعی خود را که در سراسر زندگی واقعی با آن درگیر است، کنار می‌گذارد و با هویت جدیدی مواجه می‌شود. به این ترتیب، معناهای جدیدی وارد ذهن فرد می‌شود و هویت جدیدی در کنار هویت واقعی و قدیم او قد علم می‌کند که ذهن فرد را درگیر و دچار بحران می‌کند؛ زیرا این دو هویت در وضعیت هم‌زمانی قرار می‌گیرند و فرد نمی‌تواند به راحتی مفاهیم و خصایص هویتی جدید را با هویت قدیمی و همیشگی‌اش تطبیق دهد یا اساساً ممکن است میان آنها تعارض پدید آید. این بحران احتمال خستگی، تنش، فشار عصبی و ناکامی را برای فرد به همراه می‌آورد. این بحران به‌خصوص برای کسانی که شکل جدیدتر مطرح می‌شود که تغییرات هویتی فراوان در فضای مجازی برای خود ایجاد می‌کنند و تطابق و هماهنگ کردن این تغییرات با هویت واقعی برایشان دشوارتر می‌شود. همچنین کسانی که در جهان واقعی امکان برخی رفتارهای ناهنجار اجتماعی یا ارتباطات خاص را ندارند، در این فضا این امکان را به دست می‌آورند و ممکن است در وضعیتی قرار گیرند که اعمال آنها در قالب هویت مجازی با هنجارهای اجتماعی زندگی واقعی به شدت در تعارض باشد؛ به این ترتیب، دچار بحران بزرگ‌تری خواهند شد (خلقی، ۱۳۸۷، ۳).

تحلیل نظریه کنش ارتباطی و چارچوب‌های مجازی آن

نظریه کنش ارتباطی، یکی از شناخته شده‌ترین ایده‌های هابرماس است که در آن کنشگران برای رسیدن به یک درک مشترک از طریق استدلال، وفاق و همکاری با همدیگر ارتباط متقابل برقرار می‌کنند. در واقع هابرماس از طریق این نظریه می‌کوشد تا ثابت کند منازعات اجتماعی به‌طور ایدئال می‌بایست بدون قهر و خشونت حل و فصل شود و برای رسیدن به این منظور، باید نظامی اجتماعی تحقق یابد که در آن تصمیمات و به اجرا درآوردن آنها از طریق استدلالی صورت گیرد (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۵، ۳).

هابرماس برای رسیدن به این ایده، از مفهوم عقلانیت شروع می‌کند. عقلانیت از نظر او به معنی از میان برداشتن موانعی است که ارتباط را تحریف می‌کنند، اما به معنای کلی‌تر، نظامی ارتباطی است که در آن افکار آزادانه ارائه می‌شوند و در برابر انتقاد حق دفاع دارند. طی این نوع استدلال، توافق غیرتحمیلی توسعه می‌یابد. برای فهم این قضیه، «هابرماس از مفاهیم جهان زیست و نظام کمک می‌گیرد. به نظر او همبستگی جوامع به وجود رابطه متعادل بین فرایندهای جهان زیست (فرهنگی- اجتماعی) و نظام (اقتصادی- سیاسی) بستگی دارد (نوذری، ۱۳۸۹، ۲۱). در جوامع مدرن این تعامل به نفع نظام جابه‌جاشده و باعث بروز بحران شده است. راه حل این بحران بازگرداندن این تعادل و توجه به حوزه عمومی است که این حوزه از طریق ایجاد کنش ارتباطی متقابل احیا خواهد شد (Habermas, 1972, 8).

به‌طور کلی، هابرماس درصدد ایجاد رابطه‌ای بین سطوح خرد و کلان است و این رابطه را از طریق ایجاد کنش ارتباطی متقابل بین کنشگران پیگیری می‌کند و کنش ارتباطی را به‌عنوان مرکز و اصل تئوری خود قرار می‌دهد. جامعه مدنظر هابرماس، جامعه‌ای است که کنشگران می‌توانند بدون تحریف و به‌طور باز با یکدیگر ارتباط داشته باشند و به درک مشترک برسند و تفاوت‌هایشان را از طریق استدلالی که آزاد و فارغ از محدودیت‌ها و فشار است برطرف کنند. به عبارت دیگر، هابرماس دوباره حوزه عمومی را احیا کرده تا زمینه برای کنش ارتباطی بین کنشگران فراهم شود. فضای مجازی

به‌منزله عرصه تبادل اطلاعات و امکان برقراری ارتباط به صورت فردی و گروهی بستر ساز شکل‌گیری حوزه جدیدی است. به عبارتی، فضای مجازی فارغ از سطوح فنی و نرم‌افزاری به‌وجود آمده، ارتباط میان اعضای جامعه در ساختار ارتباطی نوین است. اگرچه در نگاه نخست فضای مجازی به دلیل نوباد بودن در جوامع کمتر مورد اعتماد و اطمینان شهروندان قرار می‌گیرد، با این حال فضای مجازی به دلیل ایجادکننده بودن سطح برابری و امکان گفت‌وگو و حتی گفت‌وگوی گروهی تبیین‌کننده حوزه عمومی است (جعفری و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۳۰).

هابرماس در شکل‌دادن به حوزه عمومی که نقطه عزیمت نظریه وی به شمار می‌رود، کمتر به زیرساخت‌های ارتباطی در گذر زمانی توجه کرده بود و شکل‌دادن به این حوزه در جامعه انسانی که بر اساس ارتباطات چهره به چهره و در قالب‌های حزبی قرار داشتند، بسیار دشوار می‌نمود. فضای مجازی بستری از کنش ارتباطی را که هابرماس در نظر دارد، می‌تواند با قابلیت بالا در خود داشته باشد. امکانات فضای مجازی به خوبی تبیین‌کننده این ساخت است؛ به گونه‌ای که حتی فضای مجازی از حصار ملت‌ها عبور کرده و قابلیت جهانی و فراملی را نیز به خود می‌گیرد. برای نمونه، تشکیل گروه‌های متنوع مانند حقوق حیوانات در فضای مجازی و امکان پیوستن افراد و دعوت آنان به گروه که اختیارات گفت‌وگو و مطالعه مباحث را برای اعضا تأمین می‌کند، علاوه بر اینکه فارغ از فضای اقتدارگرایی است، حتی افراد می‌توانند با پروفایل‌های جعلی حضور داشته و خواسته‌های خود و نظرات خود را به راحتی بیان کنند (Cavelty, 2007, 146).

به عبارت بهتر، افراد در حوزه عمومی از طریق مفاهیم، استدلال و در شرایطی عاری از هرگونه فشار، اضطراب یا اجبار درونی (خودخواسته) یا بیرونی (قهری) و بر مبنای آزادی و آگاهی تعاملی و در شرایط برابر برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده در حوزه عمومی مذکور، مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری را تولید می‌کنند که در نهایت به صورت ابزاری مؤثر برای تأثیرگذاران بر رفتار و عملکرد دولت به‌ویژه در عقلانی کردن قدرت دولتی عمل می‌کنند (Habermas, 1984, 81).

بر این اساس، فضای مجازی بستر ارتباطی است که به خوبی با تشکیل اتاق‌های گفت‌وگوی مجازی و موردی پیرامون موضوعات سیاسی و اجتماعی امکان عقلانی‌شدن و تحت تأثیر قراردادن رفتار دولتی بر اساس خواست اجتماعی را تولید کند. اگرچه زمانی سخن گفتن از این‌گونه فضای عمومی آرمان‌گرایانه به نظر می‌رسید، اما اکنون با توسعه فضای مجازی تا حدود قابل توجهی این آرمان تحقق پیدا کرده است.

فضای مجازی و بحران هویت در ایران

همان‌طور که اشاره شد، نظریه کنش ارتباطی هابرماس می‌تواند باعث رفتار عقلانی دولت‌ها بر اساس خواست اجتماعی شود؛ البته بایستی به این نکته نیز توجه کرد که زیرساخت‌های فضای مجازی به واسطه دولت‌ها توسعه می‌یابد و ممکن است محدودیت‌ها و کنترل‌هایی بر آن اعمال شود، عمده این کنترل‌ها توسط دولت‌ها می‌تواند در ایجاد بحران‌های هویتی توسط فضای مجازی بررسی شود. در بررسی بحران هویت ناشی از فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی در ایران، نمی‌توان بحران‌های هویتی ناشی از دوران گذار جامعه ایران را نادیده گرفت. به اعتقاد ربیعی، جامعه ایران امروز با دو گونه بحران هویتی با دو منشأ و علل مختلف روبه‌رو است. مطالعات گسترده درخصوص بحران‌های دوران صنعتی‌شدن در جوامع مختلف نشان می‌دهد این‌گونه جوامع در معرض بحران‌های ناشی از تغییرات ساختاری در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاست و اجتماع قرار می‌گیرند. جامعه امروز ایران در عین حال که بحران‌های هویت ناشی از یک دوره تاریخی را با خود حمل می‌کند، در سه دهه اخیر با بحران‌های دوره تاریخی فراصنعتی بدون آنکه به‌طور طبیعی وارد این دوره شده باشد نیز روبه‌رو شده است. بیشتر تحقیقات انجام‌شده در مورد اینترنت نشان می‌دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارند. بنا بر یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، ازجمله مسائل هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند. فارغ از شکاف‌های به‌وجودآمده ناشی از فرایند رسانه‌های نوین، شکاف نسلی موجود ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی جامعه ایران باعث شده

است انتقال ارزش‌ها و آموزه‌ها در قالب سنت از نسلی به نسل دیگر با اختلال روبه‌رو شود. این پدیده از يك سو، به روند انتقال فرهنگ آسیب می‌رساند و از سوي ديگر، حافظه تاریخی را مختل می‌کند و به این ترتیب، انتقال تجربیات سیاسی و فرهنگی دوره‌های پیشین به زمان حاضر با دشواری انجام می‌شود (ربیعی، ۱۳۸۷، ۱۶۵-۱۶۶).

یکی از ویژگی‌ها و نیازهای ضروری جامعه جوان ایرانی، کسب هویت اجتماعی (دینی و ملی) است و هویت اجتماعی جوانان، در صورتی کسب می‌شود که نظام اجتماعی از طریق نهادهای واسطه خانواده، مدرسه، رسانه‌های جمعی و دولت، زمینه‌های لازم را برای کسب هویت اجتماعی آنان فراهم کند. در این صورت، آحاد جامعه نسبت به نظام اجتماعی خود، احساس هویت اجتماعی خواهند کرد و به‌طور طبیعی، گرایش‌های آنان که به سه سطح ایستاری (شناختی و ارزشی)، کنشی (هنجاری و رفتاری) و نمادی (ظاهری) تقسیم می‌شود، بر اساس الگوها و هنجارهای نظام اجتماعی شکل خواهد گرفت (اوت و شومیکر، ۱۳۷۶، ۹۸).

در واقع، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و به‌ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند؛ هویت، مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های هویتی را پدید آورده است و برخلاف گذشته، فرایند انتقال هویت بیش از آنکه در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها باشد، از شبکه‌های مجازی، رسانه‌ها، صنعت فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر متأثر هستند. شبکه‌های اجتماعی عاملی تأثیرگذار بر هویت اجتماعی جوانان هستند و با افزایش مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه‌شده در این شبکه‌ها، هویت ملی و دینی کاربران تضعیف می‌شود (قادری، ۱۳۹۰، ۶۲).

با گسترش روزافزون رسانه‌های نوین همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌ویژه در جوامع در حال گذار، روند نوسازی به تضعیف پیوندهای

سنتی می‌انجامد. این رسانه‌ها می‌توانند در نگرش‌ها و رفتار شهروندان تأثیر گذاشته و باعث کاهش همدلی، احساس تعلق ملی و انسجام اجتماعی شوند (کوهی و حسنی، ۱۳۹۱، ۹۶). اینگلهارت با طرح مفهوم انقلاب خاموش، بر این نظر است که ورود سریع ارزش‌ها و ایده‌های جدید از طریق تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند گسست‌های جدی در مبانی هویتی جامعه ایجاد کند. همچنان که کاستلز بیان کرده است، ماهواره و اینترنت با دگرگون کردن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت ملی شهروندان ایفا می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۰، ۳۸۴-۳۸۵).

علاوه بر آن، پاستر بر نقش اینترنت در گسترش فرهنگ و هویت و روش جدید ساخته شدن هویت ملی تأکید کرده است. در این ارتباط، وی فرایند جهانی شدن رسانه‌ها را با به وقوع پیوستن افول هویت ملی تحلیل کرده است (پاستر، ۱۳۷۷، ۵۲). پدیده مهم دیگری که از بحران هویت به وجود می‌آید، ترکیبی از بحران هویت فردی و اجتماعی است. شواهد نشان می‌دهد وقتی افراد در معرض فضایی مجازی قرار می‌گیرند، به نوعی از دگرخودپنداری از خویش مبتلا می‌شوند. این پدیده که در روان‌شناسی از آن به بیماری امپاتی یاد می‌شود، وضعیتی پدید می‌آورد که افراد در فضایی مجازی، خود را در شرایطی ایدئال و دست‌نیافتنی‌تر تعریف می‌کنند و در مواجهه با واقعیت دچار نوعی بحران می‌شوند. به نظر می‌رسد این بحران، پایه‌ساز بحران‌های سیاسی و اجتماعی در جوامع در حال توسعه است.

نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد به نقش هویت و فرهنگ سیاسی در عملکرد فضای سایبری در ایران بر اساس نظریه کنش ارتباطی هابرماس پرداخته شود. عمده توجه هابرماس در نظریه کنش ارتباطی پیرامون فضای عمومی و شکل‌گیری وضعیت ایدئال گفت‌وگو استوار است که این گذر را به عنوان به هم ریختن نظم سنتی و فئودالیستی برای توسعه سیاسی جوامع مورد توجه قرار می‌دهد. آنچه در حوزه عمومی مورد توجه است، امکان کنش ارتباطی و

ساختاربنندی زیست‌جهان به‌عنوان منطق عمل و آگاهی اجتماعی است که در ساختار سرمایه‌داری و فئودالی توسط سیستم تسخیر و به حاشیه رانده می‌شود. فضای مجازی به‌عنوان ابزار ارتباطات در جوامع زمینه‌ساز شکل‌گیری گفت‌وگو و کنش ارتباطی است که کمتر با محدودیت‌های مکانی و زمانی مواجه است. فضای عمومی به‌عنوان تلاقی میان خواسته‌های فردی و منطق اجتماعی در جوامع تبیین‌کننده نقش جامعه در ساخت قدرت است. به عبارت بهتر، فضای عمومی قابلیت نقش‌آفرینی جامعه در ساختار سیاسی، همین‌طور تأکید بر آزادی‌های فردی به صورت آگاه‌سازی فردی و حق انتخاب نمود پیدا می‌کند. از این‌رو، فضای مجازی با ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی میان اعضای جامعه، ضمن شکل‌گیری فضایل عمومی در جامعه، زمینه‌ساز نقش‌آفرینی جامعه در ساخت سیاسی است. به بیان دیگر، فضای مجازی از گذر شکل‌دادن فضای عمومی تأثیر مشخصی بر شخصیت‌های توسعه سیاسی ازجمله نقش جامعه در ساخت سیاسی دارد. از طرفی دیگر، فضای مجازی باعث شکل‌گیری وضعیت ایدئال گفت‌وگو می‌شود؛ به‌طوری که افراد می‌توانند با انتخاب فردی در گروه‌های مورد علاقه عضو شوند و به صورت آزادانه درخصوص مسائل اظهارنظر کرده و منتقد باشند و در عین حال نظرات مخالفان خود را نیز بشنوند. این محیط هم آن‌گونه که هابرماس به آن تأکید دارد، نوعی فقدان اقتدار و اجبارگونگی در برابر آزادی افراد و خواست افراد است. آزادی‌های فردی عنصری مهم در توسعه و تعالی است که این امر را می‌توان بر اساس ایجاد شرایط و زیرساخت اجتماعی لازم برای انتخاب بیان کرد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد «فرهنگ سیاسی شبه‌عشیره‌ای»، «فرهنگ‌های سیاسی چندپاره قومی»، «فرهنگ سیاسی پوپولیستی»، «فرهنگ سیاسی دینی» و «فرهنگ سیاسی معطوف به هویت جوانان و زنان»، مهم‌ترین گونه‌های فرهنگ سیاسی در جامعه معاصر ایران هستند که بر کنش‌های سیاسی مردم تأثیرات تعیین‌کننده‌ای دارند. فضای مجازی با گسترش و تسریع و شکل‌گیری فضای عمومی و وضعیت ایدئال گفت‌وگو باعث به‌هم‌خوردن نظم‌های پیشین، به‌خصوص در قالب سنتی شده و تولیدکننده شاخص‌های توسعه ازجمله نقش جامعه در ساخت

قدرت، مشارکت اجتماعی و آزادی‌های فردی می‌شود. فضای عمومی هابرماس عمدتاً ایدئالیستی تلقی می‌شود، اما با توسعه فضای مجازی می‌توان به فضای عمومی و در نهایت به سمت شاخص‌های توسعه سیاسی سوق پیدا کرد. البته باید به این نکته نیز توجه کرد که زیرساخت‌های فضای مجازی به واسطه دولت‌ها توسعه می‌یابد و ممکن است محدودیت‌ها و کنترل‌هایی بر آن اعمال شود. عمده این کنترل‌ها توسط دولت‌ها می‌تواند در ایجاد بحران‌های هویتی توسط فضای مجازی بررسی شود.

اگرچه هویت مجازی، هویت ساختگی تلقی می‌شود، بعضی اوقات نیز ممکن است هویت واقعی یا مثل آن باشد. بحران هویت مجازی هنگامی رخ می‌دهد که فرد به واسطه امکان تغییر در هویت واقعی در فضای مجازی با معانی و هویت جدیدی روبه‌رو شود که ساخته خود او است و هم‌زمان در کنار هویت واقعی قرار می‌گیرد و در صورتی که این دو هویت از یکدیگر فاصله زیادی داشته باشند، به‌خصوص که فرد بتواند به واسطه هویت مجازی برخی اعمال خلاف هنجار اجتماعی را انجام دهد، بحران هویت مجازی شکل می‌گیرد. در واقع با توجه به گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی در دنیا و ایران، استفاده نوجوانان و جوانان ایرانی از اینترنت رو به گسترش است که این افزایش ورود بی‌رویه جوانان به فضاهای مجازی آسیب‌های زیادی را به همراه خواهد داشت. تغییرات اجتماعی با زمینه‌های ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی در کنار تغییرات ناشی از آثار معناساز مطرح‌شده در فضای مجازی شبکه‌ای اجتماعی، وضعیتی قابل تأمل از بحران هویت اجتماعی پدید آورده است. یکی از بحران‌های فردی و اجتماعی، دیگرخودپنداری ناشی از تعامل کاربران با فضای مجازی بوده و «امپاتی» در چنین شرایطی مانند یک سندروم اجتماعی، بحران‌های هویتی را دامن می‌زند و این امر زمینه‌ساز بسیاری از تعارضات سیاسی خواهد شد.

به نظر می‌رسد با توجه به فرایند جهانی‌شدن و مواجه‌شدن نسل متراکم جوان ایرانی با فضای مجازی، ضروری است عواقب این مواجهه در ایجاد بحران‌های هویتی بررسی شود. همان‌گونه که اشاره شد، جامعه ایران به لحاظ قرارداشتن در دوره تاریخی خاص، از جنبه‌های «گذار» امروزه علاوه

بر بحران هویت دوره تاریخی صنعتی، بحران‌های هویتی دوره پسا صنعتی و فضای مجازی را نیز تجربه می‌کند.

فهرست منابع

۱. اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). **اینترنت و جامعه**، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران.
۲. الهی‌منش و همکاران (۱۳۹۹). نقش فضای مجازی در توسعه سیاسی در ایران بر اساس نظریه کنش ارتباطی هابرماس، **رهیافت انقلاب اسلامی**، دوره ۱۴.
۳. بشیریه، حسین (۱۳۹۴). **از بحران تا فروپاشی**، تهران، نشر نگاه معاصر.
۴. پاستر، مارک (۱۳۷۷). **عصر دوم رسانه‌ها**، ترجمه غلامحسین صالح‌یار، تهران، مؤسسه ایران.
۵. پای، لوسین و دیگران (۱۳۸۰). **بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی**، ترجمه غلامرضا خواجه‌سروی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۶. تورن، آلن (۱۳۸۰). **نقد مدرنیته**، مرتضی مردی‌ها، تهران، گام نو.
۷. جعفری، علی، روحانی، مهدی (۱۳۹۳). بررسی نقش اینترنت در توسعه سیاسی، **پژوهش‌های ارتباطی**، سال ۲۱، شماره ۱.
۸. حاتمی، محمدرضا، روشن‌چشم، حامد (۱۳۹۰). **راهکار همگرایی رشته‌های علمی و مطالعات میان‌رشته‌ای**، **مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی**، دوره سوم، شماره ۴.
۹. خلقتی، مرضیه (۱۳۸۷). **بحران‌های هویت‌های مجازی در گمنامی چت**، درس مدیریت بحران، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۱۰. دالگرن، پیتر (۱۳۸۹). **تلویزیون و گستره عمومی**، ترجمه مهدی شفق‌تی، تهران، سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.

۱۱. ربیعی، علی (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و بحران هویت، **مطالعات ملی**، سال نهم، شماره ۴.
۱۲. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۰). **پدیده جهانی‌شدن**، ترجمه عبدالحسین آذرنگ، تهران، آگه.
۱۳. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۸). **شبکه‌های علمی مجازی**، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۴. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). **شبکه‌های خشم و امید**، مجتبی قلی‌پور، تهران، نشر مرکز.
۱۵. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). **کنش ارتباطی هابرماس**، **رهیافت**، سال ۱۴ شماره ۵.
۱۶. کوهی، کمال و حسنی، محمدرضا (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز، **پژوهش‌های ارتباطی**، سال نوزدهم، شماره ۱۰۹.
۱۷. مهدوی، محمد مصدق، مبارکی، محمد (۱۳۸۵). تحلیل نظریه کنش ارتباطی هابرماس، **علوم اجتماعی**، سال دوم، شماره هشتم.
۱۸. معینی‌علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴). **هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنتی، مطالعات ملی**، شماره ۴.
۱۹. نودری، حسینعلی (۱۳۹۳). **بازخوانی هابرماس**، تهران، نشر چشمه.
۲۰. هابرماس، یورگن (۱۳۹۴). **نظریه کنش ارتباطی**، ترجمه کمال پولادی، تهران، نشر مرکز.

English

21. Adrian, A. (2008). "No One Knows You Are a Dog: Identity and Reputation in Virtual Words", **Computer Law and Security Report**, Vol. 24: 366-374.
22. Bartle, R. (2004), **Designing Virtual Worlds**, London: Routledge.

23. Bell, D. (2001). **An Introduction to Cyberspace**, London: Rutledge.
24. Bell, D.; Kennedy, B. (2000). **the Cybercultures Reader**, London: Rutledge. Boyd, D.
25. Cavelty, M. D. (2007). **Cyber-Security and Threat Politics; US Efforts to Secure the Information Age**. New York: Routledg.
26. Dalgren, Peter (2010). **Television and Public Scope**, translated by Mehdi Shafaghati, Tehran: Soroush and Center for Research, Studies and Program Evaluation.
27. Edgar, Andrew (2006). **Habermas: The key concept, first Published**, London and New York: Rutled.
28. Habermas, J. (1972). **Knowledge and Human Interests**, translated by Jeremy.j. Shapiro, London Action and: Heinemann Pre.
29. Habermas, J. (1984). **Theory of Communicative Action**, Vol.1, translated by Thomas McCarthy, Boston: Pre.
30. Hatami, Mohammad Reza, Roshan Cheshm, Hamed (2011). **the Convergence Strategy of Scientific Fields and Interdisciplinary Studies**, **Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities**, Volume 3, Number 4.
31. Hirschkind, Charles (2010). **New Media and Political Dissent in Egypt**, Revista -De Dialectologia Y Tradiciones Populares.
32. Katz, S.; Marshal, B. (2006). "New Sex for Old: Life Style, Consumerism and the Ethics of Aging Well", **Journal of Agibg Studies**, Vol. 17: 3- 16.

33. Lahali, EiMustapha (2011). **Contemporary Arab Broadcast Media**, Edinburg.
34. Pai, Lucien et al. (2001). **Crises and Sequences in Political Development**, translated by Gholam Reza Khajeh Sarvi, Tehran: Research Institute for Strategic Studies.
35. Rabi'i, Ali (2008). New Media and Identity Crisis, **Quarterly Journal of National Studies**, Year 9, Issue 4.
36. Thornton Alinta (1996). **Does Internet Greate Democracy?** Diss: University of Technology: Sydney.