

راهکارهای نهادینه شدن تقوا در رفتار کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی

چکیده

امروزه بخش قابل توجهی از کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری، مؤمنان و دینداران هستند و به تبع ورود این فناوری بر جهان بینی و کنش دیندارانه آنها تأثیرگذار است. به نظر می‌رسد این فناوری، با برخورداری از برخی فرصت‌ها و مزایا، تفاوت‌هایی از نظر ساختاری با فضای حقیقی دارد که دینداری و رعایت تقوا را با چالش‌های اساسی روبرو کرده است. به دلیل همین تفاوت‌ها، فعالیت کردن در فضای مجازی و پاکدامنی در آن تقوای دو چندانی می‌خواهد.

مقاله حاضر پس از توصیف مختصر چالش‌ها، تلاش کرده توضیح دهد که چرا حفظ تقوا در محیط‌های سایبر نسبت به محیط حقیقی دشوارتر است. در این مقاله روش مردم‌نگاری مجازی شامل مشارکت مشارکتی و غیرمشارکتی، مصاحبه‌های عمیق و مصاحبه‌های گروه متمرکز به کار گرفته شده و در آن نظریه الگوی درونی کردن ارزش‌های اخلاقی، مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. در نهایت مقاله توانسته بر اساس داده‌های به دست آمده، راهکارهایی را برای نهادینه کردن تقوا در رفتار کاربران ایرانی و تعامل بهتر با این جهان مجازی در سه بخش «بینشی»، «گرایشی» و «ارادی» ارائه کند که مهم‌ترین آنها آموزش سواد رسانه‌ای، الگوبرداری عملی والدین در استفاده از اینترنت و ارائه بسته راهکارهای عملی جهت مصون ماندن از گناه در اینترنت است.

■ واژگان کلیدی

اینترنت، تقوا در فضای مجازی، شبکه اجتماعی سایبری، گناه، سواد رسانه‌ای.

سید حسین شرف الدین

استادیار موسسه امام خمینی (عج)

sharaf@qabas.net

محمد جواد نوروزی اقبالی (نویسنده مسئول)

کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)

mj.norouzi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۴/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۰۲

۱. مقدمه

پیشرفت رسانه‌ها به خصوص اینترنت، افراد را به طور مداوم با امکانات و موقعیت‌های جدیدی مواجه می‌کند که در نهایت منجر به تغییر در افق زندگی آنها شده و دامنه و محدوده تعاملات اجتماعی آنها را دگرگون می‌کند و در نهایت سبک زندگی فرد را تغییر می‌دهد.

در کشور دینمدار ما نیز این فضا به خوبی جای خود را در میان جوانان باز کرده است به نوعی که کاربران ایرانی در مراحل گوی سبقت را از رقیبان خود در مراحل رپوده و رتبه نخست را در این فضا به خود اختصاص داده‌اند.

اما استفاده نادرست و به دور از فرهنگ اسلامی بعضی از کاربران در این فضا و ناآگاهی نسبت به قابلیت‌ها و امتیازهایی که فضای مجازی می‌تواند در جهت پیشبرد اهداف علمی، فرهنگی و حتی مذهبی داشته باشد، این محیط را ابزاری برای سرگرم کردن و به بطالت گذراندن عمر جوانان و نوجوان ما تبدیل کرده است.

اینکه چطور و چگونه این اتفاق می‌افتد و چرا در این فضا، کاربران، خدای حاضر را در تمام حالات فراموش می‌کنند نیز جای سؤال دارد. کاربرانی که به راحتی دروغ می‌گویند، عکس‌های خود را به نامحرمان عرضه می‌کنند، ساعت‌ها وقت خود را با گفتگو کردن بدون هدف با دیگران می‌گذرانند و بسیاری از این مسائل، اتفاقاتی است که هر روز به علت نداشتن فرهنگ استفاده صحیح از فضای مجازی در کشور ما رخ می‌دهد.

نتایج یک تحقیق در سال ۱۳۹۱ حاکی از آن است که بیش از ۸۳ درصد کسانی که ارتباط صمیمانه در محیط‌های شبکه اجتماعی کلوب داشته‌اند، ارتباطشان با جنس مخالف بوده است و کمتر از ۱۷ درصد بقیه با جنس موافق صمیمی شده‌اند. این آمار از قدرت جذابیت جنسی بین دو جنس خبر می‌دهد. از جالب‌ترین نتایج این پژوهش این بود که اکثر افرادی که در شبکه اجتماعی کلوب در ایجاد رابطه صمیمانه موفق بوده‌اند، از ابتدا قصد ایجاد چنین رابطه‌ای را نداشته‌اند. این آمار حدود ۶۰ درصد کل نمونه را تشکیل می‌دهد. این قضیه نشان‌دهنده آن است که ساختارهای شبکه‌های اجتماعی چطور به طور نامحسوس می‌توانند اندک اندک فرد را به سوی گناه سوق دهند (نوروزی اقبالی، ۱۳۹۱: ۱۴۱ و ۱۴۲).

بنابراین می‌توان گفت که محیط سایبر، از لحاظ ساختاری می‌تواند محیطی متفاوت را به نسبت محیط واقعی پدید آورد که فرد حتی بدون آنکه نیت بی‌تقوایی داشته باشد، به ورطه گناه آلوده می‌شود.

«باورها و ارزش‌های دینی» یکی از محرک‌های درونی است که فرد را به رفتار درست و هنجارمند سوق می‌دهد. اخلاق دینی، هم نقش تحریکی برای رفتار متقیانه دارد و هم نقش بازدارنده برای رفتار غیرمتقیانه. از این رو اخلاق دینی هم در فضای واقعی زندگی ما نقش‌های تحریکی و کنترلی ایفا می‌کند و هم در فضای مجازی. تقوا به معنای خودکنترلی مستمر و محافظت دائم خود از وسوس و رفتارهای شیطانی و نفسانی می‌تواند از طریق توانمندسازی افراد به خودبازدارندگی، سعادت دنیوی و اخروی آنان را رقم بزند.

اهمیت رعایت تقوا به عنوان مهم‌ترین سلاح در برابر آسیب‌های فضای مجازی بسیار مشهود به نظر می‌رسد؛ چرا که برخلاف محیط حقیقی، اینترنت به صورت ساختاری زمینه گناه را فراهم می‌کند و تنها شخصی می‌تواند خود را در برابر گناه مصون نگاه دارد که بتواند در برابر تمام وسوس بایستد و عنان نفس خویش را به شیطان نسپارد. اما سؤال این است، راه نهادینه کردن تقوا در میان عموم کاربران اینترنتی چیست؟ آیا رعایت تقوا در فضای سایبر تعریفی جدای از تقوا در فضای حقیقی دارد؟ چطور می‌توان به بهترین شکل کاربران را به تقوای درونی در فضای سایبر مسلح کرد؟ اینها همه سؤالاتی هستند که این مقاله در جست و جوی جواب آنهاست.

بنابراین می‌توان سؤال اصلی مقاله را این‌چنین بیان کرد:

چگونه می‌توان تقوا را در رفتارهای سایبری کاربران ایرانی نهادینه کرد؟

ضمن آنکه به دو سوال فرعی نیز پاسخ داده خواهد شد:

۱. چه عواملی باعث سهل شدن ارتکاب گناه در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌گردد؟

۲. رایج‌ترین گناهان در شبکه‌های اجتماعی چه هستند؟

این پژوهش می‌تواند گامی به سوی سیاست‌گذاری صحیح فرهنگی و اسلامی در زمینه فضای سایبر بردارد و راهکارهای نهادینه کردن تقوا در فضای سایبر به خصوص شبکه‌های اجتماعی اینترنتی را اول به مسئولان و بعد به کاربران نشان دهد.

۲. مفهوم شناسی

۲-۱. نهادینه کردن

وقتی می‌گویند چیزی، فکری، یا پدیده‌ای نهادینه شده که در روند استواری مبتنی بر سازمان یافته شدن، سیستماتیک شدن و ثابت شدن قرار گیرد و نقش و کارکردهای آن مشخص شود. در این صورت است که ما در معرض نهادینه شدن آن پدیده هستیم. بر این اساس می‌توان تعریف ذیل را برای «نهادینه کردن» ارائه داد:

نهادینه کردن یعنی درونی کردن رفتار مطابق با ارزش به طوری که:

۱. ثبات و تداوم داشته باشد.

۲. نیاز به عامل بیرونی نداشته باشد.

۳. در صورت بروز رفتار مخالف موجب اعتراض یا سرزنش از درون بشود.

۲-۲. تقوا

تقوا نیز از مهم‌ترین شاخص‌های تربیت دینی است که در معارف ناب اسلامی بسیار به آن سفارش شده است. بنابر همین ارزش و جایگاه، بزرگان اخلاقی و پیشروان تعلیم و تربیت اسلامی نیز به مسئله تقوا بیش از هر چیز توجه می‌کنند. در این میان، هر کدام تعریف‌های گوناگونی از تقوا ارائه داده‌اند که «پرهیزکاری» وجه مشترک همه آنهاست. می‌توان در مجموع تقوا را چنین تعریف کرد: «تقوا همان نیروی بازدارنده و احساس مسئولیت و تعهدی است که به دنبال رسوخ ایمان در قلب انسان در وجود او پیدا می‌شود و او را از مرتکب شدن به گناهان بازداشته و همواره او را به نیکی و پاکی و رعایت عدالت فرا می‌خواند، اعمال و کردار را خالص، فکر، نیت و قصد او را از آلودگی‌ها مصون نگه می‌دارد.»

۲-۳. شبکه اجتماعی سایبری

برای شبکه‌های اجتماعی سایبری تعاریف متفاوتی ذکر شده که هر کدام از آنها به نوعی می‌کوشد تا این پدیده بزرگ جهانی را توصیف کند؛ اما حق این است که خواسته‌های کاربران و به کارگیری امکانات جدید است که هر لحظه شأن جدیدی را برای این پدیده جهانی به وجود می‌آورد اما

به صورت کلی اگر خواسته باشیم، شبکه‌های اجتماعی را به عمومی‌ترین حالت آن تعریف کنیم باید بگوییم شبکه اجتماعی عبارت است از سرویس خدماتی تحت وب که به افراد اجازه می‌دهد:

۱. یک پروفایل عمومی یا نیمه عمومی در داخل سیستم بسازند؛
۲. به فهرست مفصل ارائه شده از کاربران و ارتباطاتشان در داخل شبکه دسترسی داشته باشند؛
۳. اطلاعات ارائه شده سایر کاربران در داخل شبکه را مرور و ملاحظه نمایند. (بوید و الیسون^۱،

(۲۰۰۷)

از جمله شبکه‌های اجتماعی می‌توان به تلگرام^۲ فیس بوک^۳، گوگل پلاس^۴، کلوب^۵، نت ایران^۶، ... اشاره کرد. در این شبکه‌ها می‌توان مطالبی را تولید کرد، به اشتراک گذاشت، لایک‌گذاری کرد، نظر داد، ایمیل زد، گفت و گو کرد و ...

۳. چارچوب نظری

۳-۱. نظریه الگوی نهادینه کردن ارزش‌های اخلاقی

در این پژوهش برای بررسی روش‌های نهادینه کردن تقوا به عنوان یکی از مهم‌ترین ارزش‌های اسلامی، از نظریه‌ای که باقری (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «تدوین مبنای انسان‌شناختی اسلام برای علوم انسانی» انجام داد، به عنوان مبنایی نظری استفاده می‌شود.

او در این پژوهش به دنبال آن بود که براساس انسان‌شناسی اسلامی، مبنایی پیشنهاد کند که بتوان از آن برای انجام دادن تحقیق در عرصه‌های علوم انسانی استفاده کرد. در این پژوهش، نظر بر آن است که الگوی پیشنهاد شده در زمینه نهادینه کردن ارزش‌ها به کار بسته شود. به این سبب خلاصه‌ای از مبنای انسان‌شناختی پیشنهاد شده در آن تحقیق بیان می‌شود.

در خصوص اینکه مبنای زیرساز چه نوعی دارد، از بررسی متون اسلامی به ویژه قرآن می‌توان نتیجه گرفت که مبنای عمل دست کم در سه نوع مبنای اساسی خلاصه می‌شود که می‌توان آن‌ها

1. Boyd & Ellison
2. Telegram
3. Facebook.com
4. Google+
5. Cloob.com
6. Netiran.net

را مبانی شناختی، گرایشی و ارادی- اختیاری نامید. از این رو، هرگاه رفتاری (اعم از مشهود یا نامشهود) بر سه مبنا شناختی، گرایشی و ارادی- اختیاری مبتنی باشد، آن رفتار، عمل محسوب می‌شود اما در تعریف سه مبنا زیرساز عمل، نکات زیر قابل ذکر است:

۱. مبنا شناختی عمل، ناظر بر تصویر و تصویری است که فرد از عمل و نتایج مترتب بر آن دارد. طبیعی است که امکان دارد این تصویر و تصور، امری پویا و متحول باشد و متناسب با آن مبنا شناختی عمل، تغییر و تحول می‌یابد.

۲. مبنا گرایشی عمل به تمایلات و هیجان‌های فرد مورد نظر آن عمل اشاره دارد؛ اعم از آنکه این هیجان‌ها معطوف به اقدام (مانند شوق) یا پرهیز (مانند ترس) باشد.

۳. مبنا ارادی- اختیاری ناظر بر تصمیم‌گیری و گزینش فرد در مورد انجام دادن عمل است. هنگامی عمل تحقق خواهد یافت که علاوه بر وجود تصویر شناختی و هیجان‌های درونی، تصمیم و انتخاب نیز در مورد آن تحقق یابد. (باقری، ۱۳۸۰: ۸۰)

نسبت میان مبانی سه‌گانه عمل بدین گونه است: مبنا شناختی بر هیجان‌های فرد مؤثر است؛ چنان‌که هیجان‌ها نیز بر مبنا شناختی تأثیر می‌گذارند اما نمی‌توان آنها را یکی دانست. شناخت همواره به تصویر و تصویری که از عمل و نتایج آن داریم، مربوط است اما گرایش و هیجان، ناظر بر احساسات مثبت و منفی در زمینه این عمل است.

در خصوص مبنا سوم هم می‌توان گفت که شناخت و احساس در تصمیم و انتخاب مؤثرند؛ چنان‌که تصمیم و انتخاب نیز به نوبه خود بر شناخت و احساس آدمی تأثیر می‌گذارند؛ ولی این دو با هم متفاوتند (باقری، ۱۳۸۰: ۸۲).

در الگوی مورد نظر توجه بر آن است که روش‌های تربیت ارزشی به نحوی تنظیم شوند که به شکل‌گیری هر سه بعد منجر شوند. با آنکه تفکیک روش‌های تربیتی به صورت قاطع با عناوین شناختی، گرایشی و ارادی، امر ممکن نیست، می‌توان گفت که روش‌های تربیت ارزشی، «به نحو غالب» بر جنبه‌های شناختی، گرایشی و ارادی ناظرند. با توجه به این مفهوم، در الگوی نظری مورد بحث، باید جایگاه روش‌های متفاوتی را که به نحو غالب به تکوین این جنبه‌های سه‌گانه منجر می‌شوند، مشخص کرد و توجه داشت که هیچ یک از این سه بعد مورد غفلت قرار نگیرد.

به عبارت دیگر، تربیت ارزشی نه تنها صرفاً معطوف به فراهم آوردن رفتار بیرونی نیست، بلکه باید این رفتار را طی فرایند تربیت، بر سه مبنای مورد نظر استوار ساخت. (باقری، ۱۳۸۰: ۸۴ و ۸۵)

برای تربیت می‌توان سه شیوه آموزشی زیر را در نظر گرفت:

۱. مستقیم: در شیوه‌های مستقیم، محتواهای مورد نظر یا روش‌های یاددهی و یادگیری و ارزشیابی، به‌صورتی صریح و آشکار مطرح می‌شوند مانند تدریس معلم.
۲. نیمه‌مستقیم: در این شیوه، ارزش‌های مورد نظر به‌صورتی عرضه می‌شوند که صراحت کمتری داشته باشند و در ضمن کار و فعالیت دیگری قرار گرفته باشند مانند روش بحث و گفت‌وگو.
۳. غیرمستقیم: سرانجام، در شیوه‌های غیرمستقیم آموزش و تربیت ارزشی و اخلاقی، ارزش مورد نظر به‌صورت غیرمستقیم و بدون آنکه در کانون توجه قرار گیرد، مطرح می‌شود مانند الگودرآزی عملی.

۱۱۷

حال اگر آنچه در قسمت مبانی سه‌گانه عمل اخلاقی مطرح شد با آنچه در مورد شیوه‌های آموزشی گفته شد، هم‌زمان مورد توجه قرار گیرند، می‌توان آن‌ها را به یکدیگر متصل کرد و الگویی را برای نهاده‌شده شدن ارزش‌های اخلاقی برحسب مبانی عمل اخلاقی و شیوه‌های آموزش به‌صورت جدول زیر بیان داشت:

جدول (۱): الگوی نهاده‌شده شدن ارزش‌های اخلاقی براساس مبانی عمل اخلاقی

مبنای عمل / شیوه	شیوه مستقیم	شیوه نیمه‌مستقیم	شیوه غیرمستقیم
مبنای شناختی	تبیین ارزش‌های اخلاقی	بحث و گفت‌وگو در مورد معماهای ارزشی	الگودرآزی عملی در رفتار مربیان
مبنای گرایشی	تشویق رفتارهای مثبت ارزشی	تأکید بر شخصیت‌های اخلاقی در قالب داستان	الگودرآزی عملی در رفتار مربیان
مبنای ارادی	توصیه به انجام دادن رفتار ارزشی	استفاده از دانش‌آموزان در قالب طرح‌های اجتماعی	طراحی و اجرای خودجوش فعالیت‌های اجتماعی به‌وسیله دانش‌آموزان

مأخذ (باقری، ۱۳۸۰: ۸۶)

۲-۳. دو راهبرد تربیتی در مورد رعایت تقوا در اینترنت

به طور کلی و بر مبنای عقل و منطق می‌توان دو رویکرد برای ایجاد فضای مجازی پاک و تقوا مدار اتخاذ کرد:

۱. ساختار اینترنت بر مبنای فرهنگ غرب ساخته شده است و این شبکه‌ها بر اساس فرهنگ ما نیست و ارزش‌های ما را دنبال نمی‌کند. باید ساختارهای غیرمنطبق با فرهنگ‌مان را طوری کنترل کنیم که کمترین آسیب به فرهنگ اسلامی و ایرانی وارد آید. از طرف دیگر باید تلاش کرد تا ساختارهای منطبق با فرهنگ بومی خودمان را تا آنجا که می‌توانیم تولید کرده و نشر دهیم.

۲. ما نیازمند انسان‌های با تقوا هستیم، در غیر این صورت هر اندازه تلاش کنیم به نتیجه مطلوب نخواهیم رسید، باید خودکنترلی را در میان کاربران ایجاد کرد و سواد رسانه‌ای و معرفت فضای مجازی کاربران را افزایش داد.

با استفاده از دو ویژگی فوق، می‌توان از دو رویکرد برای نهادینه کردن تقوا در فضای سایبر نام برد. این دو رویکرد هرگز با یکدیگر تناقضی ندارند، بنابراین می‌توان به صورت هم‌زمان هر دو را پیش برد. با وجود اینکه رویکرد اول بسیار مهم بوده و تأثیر زیادی در ایجاد فضای پاک در اینترنت دارد؛ اما این مقاله تنها رویکرد دوم را مورد بررسی قرار داده است.

بنابراین دو دیدگاه در مورد چگونگی رفتار کاربران در اینترنت وجود دارد:

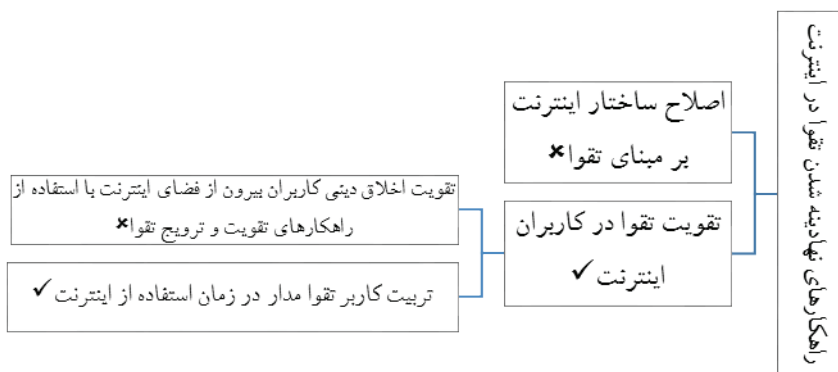
دیدگاه اول، قائل به وجود تربیت درونی افراد خارج از فضای سایبر است که هر قدر افراد به خود کنترلی رسیده باشند، بهتر می‌توانند رفتار اخلاقی در اینترنت داشته باشند و هر قدر در تربیت اخلاقی افراد کاستی‌هایی وجود داشته باشد، رفتارهای ایشان در دنیای سایبر هم انعکاسی از دنیای واقعی است. «کسی در فضای سایبر مؤمنانه و متقیانه رفتار خواهد کرد که در بیرون از این فضا نیز ملتزم به اسلام و مسلح به سلاح تقوا باشد». این اعتقاد، اساس این راهبرد را شکل می‌دهد.

دیدگاه دوم، هم تربیت اخلاقی فرد در دنیای واقعی را مؤثر بر رفتارهای او در فضای سایبر می‌داند و هم تربیتی که ناظر بر ویژگی‌ها و ابعاد فضای سایبر باشد. به عبارت دیگر، لازم است فرد مثلاً بداند که در دنیای سایبر با هر کسی نمی‌توان رابطه دوستی داشت، نباید اطلاعات شخصی را با کسی به اشتراک گذاشت، در اینترنت جعل هویت بسیار آسان‌تر از دنیای واقعی است، هر

صفحه‌ای را نباید باز کرد، نباید به راحتی تعاملات سایبری را به زندگی واقعی سرایت داد و بسیاری از مواردی که فقط در دنیای سایبر امکان تحقق دارد و تحت خصوصیات بی‌زمانی و بی‌مکانی آن می‌گنجد. بنابراین تربیت افراد برای رفتار در دنیای واقعی همراه با فضای سایبر با تربیت افراد برای زندگی در دنیای واقعی، تفاوت‌هایی دارد که در دیدگاه دوم به آن پرداخته می‌شود (شرف الدین و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۲۳).

اگر کاربران «ضرورت و لزوم فضای ایمن» در ارتباطات خودشان را باور نکنند، چنانکه تجربه چندساله نشان داده است، سازوکارهای فناورانه به سبب پیشرفت فناوری و قرار گرفتن برنامه‌های عبور از موانع تعبیه شده بر سر راه استفاده کنندگان، عملاً تدابیر کنترلی را با بن بست روبه‌رو می‌سازد. ساختار اینترنت نیز هنوز راه زیادی تا بومی شدن دارد. با این حساب، راهبرد اخلاقی با استفاده از راهکارهای نهادینه‌سازی اخلاق کاربری با محوریت دستورات دینی به صورت متمم کنترلی، اهمیت خاصی خواهد داشت.

هر چند باز هم توجه به راهبرد اول بسیار ضروری به نظر می‌رسد (به‌طور مثال موضوع ازدواج جوانان تأثیر زیادی در ارتکاب یا عدم ارتکاب گناه آنان در اینترنت دارد)، اما این مقاله مبنای خود را راهبرد دوم قرار داده است. بدین ترتیب باید گفت که این مقاله تنها در یکی از حوزه‌های سیاستی برای نهادینه شدن تقوا در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی آن ورود پیدا کرده که در نمودار زیر بهتر مشخص شده است:



بنابراین در این مقاله تنها به بخشی از راهکارهایی می‌پردازد که مستقیماً به کاربر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مربوط می‌شود.

۴. روش پژوهش

مردم‌نگاری مجازی^۱ حوزه جدیدی در مردم‌نگاری است که از مفهوم سنتی حوزه و مطالعه اتنوگرافی توسعه یافته است و از مشاهده در تعاملات چهره به چهره، به تعاملات واسطه‌مند به‌وسیله فناوری در شبکه‌های مجازی و اجتماعات مجازی تغییر یافته است (بل، ۱۳۸۹: ۳۰۰). روش این پژوهش، به مردم‌نگاری مجازی بسیار شبیه است. زیرا همانند دیگر پژوهش‌های مردم‌نگاری، محقق در محیط پژوهش غرق شده و سعی می‌کند اطلاعاتی را برای توصیف و سپس تحلیل شرایط به‌دست آورد. از این‌رو در این مقاله از روش‌هایی همچون مصاحبه عمیق، مصاحبه گروه متمرکز، مشاهده مشارکتی و غیرمشارکتی استفاده شده است. تجربه زیسته پژوهشگر نیز در جمع‌آوری داده مؤثر بوده است. هرچند می‌توان این مقاله را نوعی مردم‌نگاری مجازی دانست اما باید دانست، که این تحقیق به‌دنبال توصیف دقیق تمام روابط و جنبه‌های مختلف زندگی فرد در فضای مجازی نیست، بلکه آن جنبه‌هایی را بررسی می‌کند که به سبک زندگی اسلامی وی مربوط می‌شود آن هم از زاویه رعایت تقوا. بنابراین هرچند این مقاله از روش‌های مردم‌نگارانه استفاده می‌کند؛ ولی در نهایت خروجی آن با یک پژوهش مردم‌نگارانه کمی تفاوت دارد. از این منظر بهتر است روش این مقاله را همان تحقیق کیفی با متد برخط ذکر کرد که در آن از مشاهده و مصاحبه استفاده شده است.

مصاحبه به دو روش انجام گرفته است: مصاحبه برخط و مصاحبه گروه متمرکز.

در مصاحبه برخط با برخی از فعالان شبکه‌های اجتماعی مذکور که از ظاهر رفتارهای درون فضای سایبرشان معلوم است که دغدغه رعایت تقوا در این محیط را دارند، به‌صورت برخط مصاحبه عمیق گرفته می‌شود. در واقع با استفاده از ابزار گفت‌وگو^۲ تلاش می‌شود سؤالاتی درباره حضور این افراد در فضای مجازی به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی پرسیده شود.

1. Cyber ethnography

2. Chat

در مصاحبه گروه متمرکز نیز گروه‌هایی بین ۶ الی ۱۲ نفر از اعضای شبکه‌های اجتماعی مذکور از طریق همین شبکه‌ها انتخاب و با آنها مصاحبه حضوری به روش گروه متمرکز گرفته می‌شود. مصاحبه‌ها چه در بخش مصاحبه برخط و چه در مصاحبه گروه متمرکز به صورت مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته انجام گرفته است. از این رو پژوهشگر پرسش‌هایی را از قبل با توجه به نظریه درونی کردن ارزش‌ها و با استفاده از تجربه زیسته و مشاهدات خود در فضای مجازی و با نظرسنجی از اهل فن آماده کرده است که معمولاً به صورت مشترک از کاربران می‌پرسد اما به فراخور شرایط، از کاربران سؤالات مجزایی برای به دست آوردن پاسخ‌های مبسوط‌تر و نزدیک‌تر به هدف پژوهش پرسیده شده است.

در مجموع باید گفت در این مقاله، پژوهشگر برای رسیدن به راهکارهایی عقلانی و عقلایی برای رعایت تقوا در شرایط گناه‌آلود اینترنت، با توجه به تجربه زیسته و همچنین تحقیقات صورت گرفته و نظریات موجود (به خصوص نظریه درونی شدن ارزش‌ها) با سؤالات مشخص و هدف معین مدتی را در دو شبکه کلوب و پلاس به اصطلاح زندگی مجازی کرده و با روابط و پیچیدگی‌های این محیط از نزدیک آشنا شده است. سپس توانسته ضمن دسته‌بندی عوامل ایجاد بی‌تقوایی در محیط اینترنت و مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی آن، توصیف‌ها و تحلیل‌هایی را به دست آورد که از آنها به عنوان پشتیبان محتوایی ارائه راهکار استفاده کند. در نهایت براساس نظریه درونی کردن ارزش‌ها، راهکارهایی را در سه رده بینشی، گرایشی و کنشی پیشنهاد دهد.

پژوهشگر برای انجام این پژوهش، حدود ۱۴ ماه حضور مستمر و فعال در شبکه‌های اجتماعی داشته است تا بتواند مشاهدات خود را تکمیل کند. در این پژوهش به صورت برخط از تعداد ۲۳ نفر از کاربران فعال و به نسبت مذهبی شبکه‌های اجتماعی مصاحبه به عمل آمده است. ضمن آنکه دو گروه متمرکز از کاربران شبکه اجتماعی تشکیل شده است.

۴-۱. شیوه نمونه‌گیری

انتخاب آزمودنی‌ها در پژوهش کیفی هدفمند است؛ یعنی نمونه‌ها بر این اساس انتخاب می‌شوند که بتوانند بیشترین اطلاعات را بدهند.

خصوصیات نمونه‌های انتخابی برای مصاحبه عمیق برخط و گروه متمرکز، به این شرح است:

۱. جوان: گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال

کاربر فعال در شبکه‌های اجتماعی سایبری حداقل در یکی از شبکه‌های گوگل پلاس^۱، کلوب^۲.

۲. معتقد به اسلام و رعایت ارزش‌های اسلامی (فقط برای مصاحبه متمرکز)

۳. ملتزم به رعایت آداب و ظواهر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی سایبری.

برای انتخاب نمونه‌ها برای مصاحبه با روش گروه متمرکز، پروفایل‌ها و فعالیت‌های افراد حاضر به‌عنوان کاربر شبکه اجتماعی در چند دوره زمانی بررسی شد. همچنین برای اطمینان کامل از احراز خصوصیات مورد نظر در نمونه‌ها، از دوستان مشترک، سؤالاتی به‌عمل آمد. سپس جلسه‌ها با حداقل زمان ۷۵ دقیقه و در مجموع ۲ جلسه یکی با آقایان و دیگری با خانم‌ها برگزار شد. جلسات مصاحبه گروهی به‌صورت نیمه ساخت یافته تنظیم شد و مدیر گروه به‌عنوان فردی فعال اعضای ساکت گروه را به فعالیت تشویق می‌کرد.

۵. توصیف اجمالی داده‌ها و اطلاعات

۵-۱. رایج‌ترین گناهان در شبکه‌های اجتماعی

طبق یافته‌ها رایج‌ترین گناهان در فضای شبکه‌های اجتماعی عبارتند از:

جدول (۲): رایج‌ترین گناهان در فضای مجازی

دسته‌بندی	نام گناه
گناهان جنسی	<ul style="list-style-type: none"> • رابطه صمیمانه میان دختر و پسر نامحرم • اشاعه فحشاء • عادی کردن روابط دختر و پسر نامحرم و موضوع خیانت • ترویج تجرد • انتشار مطالب و عکس‌های جنسی
تعدی به حریم خصوصی	<ul style="list-style-type: none"> • انتشار عکس‌های خصوصی • هک کردن

1. Google+

2. www.cloob.com

دسته‌بندی	نام گناه
توهین و تمسخر	<ul style="list-style-type: none"> • ناسزا و تکلم به دور از ادب • تمسخر دین اسلام و توهین به اعتقادات • توهین به روحانیت، اشخاص سرشناس و... • توهین به اقوام و نژادها
اشاعه فحشاء	<ul style="list-style-type: none"> • ترغیب و وسوسه کردن به گناه • ترویج سنت‌های باستانی مانند چهارشنبه سوری، سیزده‌بدر و... • عادی جلوه دادن گناهایی که در خلوت انجام می‌گیرد
دیگر گناه‌ها	<ul style="list-style-type: none"> • دروغ • اتلاف وقت و تضییع عمر

در بین گناهان نام برده شده گناهایی مانند: ارتباط خارج از حد و حدود شرع با نامحرم (اعم از گفت‌وگو کردن، نظر‌گذاری، ارسال مطلب و تصویر و...)، دیدن تصاویر بی‌حجاب و تحریک‌کننده نامحرم و اتلاف وقت، با رأی اکثر کسانی که با آنها مصاحبه صورت گرفت، در صدر گناهان رایج بودند.

۲-۵. توصیف انگیزه‌های حضور در شبکه‌های اجتماعی

این نکته را باید توجه داشت که کاربران مذهبی معمولاً درباره انگیزه‌های حضور خود در شبکه‌های اجتماعی، آنچه را که ممکن است آبروی آنها را به خطر بیندازد مخفی نگاه می‌دارند. به همین دلیل در این مقاله به جای اینکه از انگیزه خود فرد، پرسش صورت گیرد، از انگیزه‌های حضور افراد و کاربران دیگر در شبکه‌های اجتماعی، سؤال پرسیده شد.

با این شیوه پرسش، کاربران انگیزه‌های خوب (یا به اصطلاح مبتنی بر تقوا) و انگیزه‌های بد (یا به اصطلاح غیرمبتنی بر تقوا) را برشمردند.

جدول (۳): انگیزه‌های حضور در شبکه‌های اجتماعی

انگیزه‌های غیرمبتنی بر تقوا	انگیزه‌های مبتنی بر تقوا
<ul style="list-style-type: none"> • پیدا کردن دوست و همراه جنس مخالف • بیکاری و سرگرم شدن محض و اتلاف وقت • فرار گرفتن در کانون توجه دیگران و تأیید گرفتن • کنجکاو • اطلاع از جزئیات زندگی افراد مشهور مانند بازیگران 	<ul style="list-style-type: none"> • استمرار ارتباط با دوستان قدیمی • آگاهی و کسب اطلاعات دلخواه • تبادل نظر در مورد مسائل و افزایش قدرت تحلیل • تبلیغ دین • صلح و رحمت • امر به معروف و نهی از منکر

کاربران به اتفاق واقف به این مسئله بودند که وارد شدن به شبکه‌های اجتماعی با انگیزه‌های بد، بسیار خطرناک بوده و این شبکه‌ها کمک زیادی به افراد برای گسترش دامنه گناهان‌شان می‌کند. همچنین وارد شدن با انگیزه‌های خوب نیز بالقوه خطرناک بوده و ممکن است هر لحظه افراد به دام گناه بیافتند.

هر چند این انگیزه‌ها را نمی‌توان کامل و شامل دانست، اما به یقین می‌توان گفت اکثر کاربران مذهبی علاوه بر اینکه بین انگیزه‌های نیک و بد تمییز قائل می‌شوند، خود به خطرات حضورشان در این شبکه‌ها واقف‌اند. با این نتیجه‌گیری که برای اکثر کاربران مذهبی احتمالاً مشکل بی‌تقوایی از ندانستن مسئله نیست بلکه باید ریشه آن را در جای دیگری جستجو نمود.

۳-۵. دلایل ساختاری بی‌تقوایی در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی

به طور معمول، در تحقیقات غیراسلامی هدف از ارائه راهکار، پیشگیری از آسیب است. منظور از آسیب در این تحقیقات آن چیزی است که مستقیماً به جسم یا روان آدمی ضرری وارد نماید؛ مثلاً نگاه به عکس مستهجن فقط برای سنین زیر ۱۸ سال ممنوع است، چرا که تأثیرات روانی جبران‌ناپذیری بر آنان می‌گذارد. اما در نگاه اسلامی، گناه به معنای عدم اجرای دستورات الهی فی‌نفسه امری مضر شناخته می‌شود. حال ممکن است این ضرر دنیوی باشد یا اخروی، مستقیم باشد یا غیر مستقیم.

با این مقدمه، باید گفت این پژوهش با رویکرد پیشگیری از گناه (در مقابل رویکرد پیشگیری از آسیب) تلاش کرده با توجه به مشاهدات، مصاحبه‌ها و تجربیات زیسته پژوهشگر، دسته‌بندی جدیدی از عوامل ساختاری بی‌تقوایی و گناه ارائه کند.

در جدول زیر، این عوامل توضیح داده شده است:

جدول (۴): دسته‌بندی جدیدی از عوامل ساختاری بی‌تقوایی و گناه

ردیف	دسته بندی عوامل	عامل ساختاری گناه	توضیح مختصر
۱	عوامل مربوط به نحوه نظارت	شناخته نشدن (گمنامی)	<ul style="list-style-type: none"> این ویژگی باعث می‌شود که فرد با جرأت و جسارت بیشتری بدون احساس خطر از ریخته شدن آبروی خود، به گناه آلوده شود. بیشتر خصوصیات مشخصه فرد در فضای سایبر قابلیت پنهان شدن دارد، بنابراین تمایل به گناهایی که افراد پیش از این از ترس آبروی خود انجام نمی‌دادند افزایش می‌یابد.
		دیده نشدن (خلوت)	<ul style="list-style-type: none"> نامرئی بودن جسارت افراد را برای انجام اعمال غیراخلاقی افزایش می‌دهد.
		کنترل نشدن	<ul style="list-style-type: none"> منظور از کنترل نشدن این است که فرد از هرگونه امر و نهی تربیتی مصون است. کاربر می‌تواند تقریباً در هر مکان و هر زمان وارد فضای سایبر شود که امر کنترل کردن وی را بسیار سخت می‌کند.
۲	عوامل مربوط به حضور کاربران دیگر	فضایی برای جلب توجه	<ul style="list-style-type: none"> وقتی که همه هم و غم‌مان پذیرش اجتماعی به معنای کسب تأیید از جانب دیگران خواه به صورت موردپسند بودن یا نوشتار اینترنتی باشد، آن وقت زندگی‌مان هر لحظه در معرض گناه است؛ زیرا یا هراس از دست دادن داریم یا وسوسه به دست آوردن و این هر دو به یک اندازه ویرانگرند.
		هم‌رنگی با جماعت و ترک امر به معروف و نهی از منکر	<ul style="list-style-type: none"> ترسی که بعضی کاربران از برجسب‌هایی مثل «دگم» و «امل» در دل دارند آن‌ها را از هر کاری که احتمالاً موجب گرفتن این برجسب شود برحذر می‌دارد. از این‌رو، تلاش می‌کنند یک شخصیت مدرن و امروزی از خود نشان دهند و هر چیزی را که در نظر دیگر کاربران آن‌ها را از این شخصیت دور می‌کند، ترک کنند. این مسائل اندک اندک آن‌ها را از مرزهای تقوا دور می‌کند و به کارهایی می‌کشاند که شاید روز اول اندیشه آن هرگز به ذهن‌شان خطور نمی‌کرد.
		تاثیر افراد مجازی	<ul style="list-style-type: none"> در فضای واقعی، افراد خود را مقید می‌کنند که با طیفی از افراد رابطه نداشته باشند اما در فضای مجازی بسیاری از این امور نادیده گرفته می‌شود و دوستی با فردی ناشناس و بیگانه با حداقل بهانه یعنی دوست دوست ما بودن، به‌سادگی برقرار می‌شود و به‌شدت ممکن است فرد را به انتخاب دوستان بی‌تقوا و در نتیجه ارتکاب اعمال ضدتقوا سوق دهد.

۳	دسته بندی عوامل	عامل ساختاری گناه	توضیح مختصر
۳	عوامل مربوط به ساختار محتوایی	فراهم بودن شرایط گناه	<ul style="list-style-type: none"> • شخص در فضای سایبر قادر است با یک جست‌وجوی ساده یا کلیک بر روی یک پیوند، به محتوای ضاله و گناه‌آلود دسترسی بیابد. این شرایط حتی در صورتی که فرد در ابتدای ورودش به اینترنت قصد انجام گناه را نداشته باشد، باعث ایجاد وسوسه در دل می‌گردد و شخص را به انجام گناه سوق می‌دهد.
		بستر وقت‌گذرانی و سرگرمی	<ul style="list-style-type: none"> • اینترنت و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی سایبری به‌خاطر ویژگی‌هایی که دارند مانند تعاملی بودن، چندرسانه‌ای بودن، انتخابی بودن و... جذابیت‌های زیادی را برای مخاطبین ایجاد می‌کند و این جذابیت‌ها مقدمه‌ای برای وقت‌گذرانی‌های بیهوده و در نهایت اعتیاد اینترنتی است.
۴	عوامل روانشناسانه (مبتنی بر غریزه)	یکسان شدن تفاوت‌های ارزشی	<ul style="list-style-type: none"> • صفحه‌ای که پیوندی دربارهٔ داستان سخن گفتن خداوند با موسی در وادی طوی در آن وجود دارد، پیوند دیگری شما را به دیدن تصاویر روسپی‌های اوکراینی دعوت می‌کند یا تبلیغی درخصوص انواع لوازم آرایشی وجود دارد. همه چیز یکسان است و تمام تفاوت‌های کیفی از میان برداشته شده است. این وضعیت، شخصی را که در محیط حقیقی، تقوا داشته به بی‌تقوایی وسوسه می‌کند.
		حس مجازی بودن و حقیقت‌نداشتن	<ul style="list-style-type: none"> • فرد وقتی به‌عنوان یک کاربر اینترنتی و یک عضو از اعضای شبکه اجتماعی نقش ایفا می‌کند، نوعی حس خویشتن خود نبودن، مانند حس شرکت کردن در یک بازی رایانه‌ای به او دست می‌دهد، به‌طوری که فرد خود را یک فرد حقیقی بیرونی می‌داند که پس از مقداری هم‌ذات‌پنداری با یک کاراکتر و شخصیت مجازی، به میزانی که آن شخصیت را در تخلیش بیرواند، هویتی غیر از آنچه که هست پیدا می‌کند. گو آنکه گناه را به‌پای شخص دیگری می‌نویسند و این خود یک نوع گناه مجازی و غیرواقعی محسوب می‌شود.
		عادی شدن تدریجی گناه	<ul style="list-style-type: none"> • فردی که در ابتدا از دیدن تصاویر مبتذل شرمگین می‌شده، به‌تدریج به دیدنش عادت کرده و وسیله تفریح‌اش را فراهم می‌کند بنابراین حیای خود را از دست داده و در مقابل همگان دست به خطا می‌زند، چرا که یکی از عوامل بی‌حیایی، بی‌آبرو شدن افراد است.

۶. تحلیل داده‌ها

با توجه به نظریه الگوی درونی کردن ارزش‌های اخلاقی و براساس جدول ارائه شده برای نهادینه‌سازی تقوا در کاربران سایبری می‌توان راهکارهای تربیتی را به‌صورت زیر تقسیم‌بندی کرد:

۱-۶. راهکارهای مبتنی بر مبنای شناختی (سواد رسانه‌ای)

همانطور که گفته شد، مبنای شناختی عمل، ناظر بر تصویر و تصویری است که فرد از عمل و نتایج مترتب بر آن دارد. بنابراین راهکارهای نهادینه‌سازی براساس مبنای شناختی در فضای سایبر، همان افزایش سواد رسانه‌ای است؛ چرا که سواد رسانه‌ای با توانمند کردن انسان بر درک نحوه کار رسانه‌ها و نحوه معناسازی آنها، ماهیت و اهداف تولید پیام رسانه‌ها، تأثیرات و تکنیک‌های رسانه‌های گوناگون، او را از مصرف‌کنندگی، صرف خارج کرده و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد. وقتی که فرد خود بداند که با چه وسیله‌ای سروکار دارد و این وسیله چه تأثیراتی را می‌تواند بر او و جامعه پیرامونی او بگذارد و به‌خصوص اینکه آسیب‌های استفاده از این وسیله چه می‌تواند باشد، خود به‌خود تلاش می‌کند، از بروز آسیب‌ها جلوگیری کرده و به سمت استفاده صحیح از آن برود. در انتقال مفاهیم سواد رسانه‌ای، همانطور که اشاره شد، می‌توان از سه شیوه مستقیم، نیمه‌مستقیم و غیرمستقیم استفاده کرد.

در شیوه مستقیم مفاهیم سواد رسانه‌ای به‌صورت صریح و آشکار مطرح می‌شوند. در شیوه نیمه‌مستقیم همین آموزش‌ها و ارائه محتوا می‌تواند به صورت بحث و گفت‌وگو یا برگزاری مسابقه باشد. به‌طور مثال صدا و سیما می‌تواند برنامه‌ای بسازد که به‌صورت چالشی به سبک زندگی سایبری پرداخته و مخاطبان سبک‌های مختلف زندگی را نقد صحیح کند و در نهایت توسط کارشناس جمع‌بندی شود.

در شیوه غیرمستقیم نیز باید توجه داشت که والدین و مربیان در زمینه استفاده از رسانه‌ها الگوی کودکان و نوجوانان محسوب می‌شوند. وقتی والدین (یا مربیان) با فناوری‌های روز و شبکه‌های اجتماعی آشنایی کافی دارند؛ ولی استفاده از این رسانه‌ها را به‌درستی انجام می‌دهند، به اندازه مصرف می‌کنند و از مزایای فناوری‌های جدید به‌خوبی بهره می‌برند و مسائل شرعی و به‌خصوص حدود بین نامحرمان را کاملاً رعایت می‌کنند، همین کار باعث می‌شود که فرزندان (یا مربیان) آنها به‌خوبی راه و رسم استفاده از این رسانه‌ها را بیاموزند و به‌راحتی به دام گناه نیافتند.

۲-۶. راهکارهای مبتنی بر مبنای گرایشی

اگرچه افزایش سطح سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش بسزایی در نهادینه‌سازی تقوا در کاربران

داشته باشد، اما باید توجه داشت که سواد رسانه‌ای تمام ماجرا نبوده و حتی اگر تمام کاربران ایرانی، کاربرانی با سطح سواد رسانه‌ای فوق‌العاده باشند، باز هم به احتمال زیاد شاهد بی‌تقوایی در محیط سایبر خواهیم بود. و دلیلش آن است که انسان‌ها تنها با توجیه عقلانی و دانستن نتایج و عواقب گناه، دست از گناه بر نمی‌دارند و باز هم ممکن است دچار خطا شوند؛ چرا که قسمت بزرگی از رفتارهای آدمی براساس گرایش‌ها و علایق او صورت می‌پذیرد. باید دانست که بسیاری از گناه‌ها و جرائم در ذات خود لذتی دارند که مقابله با آنها را دشوار می‌کند. به‌طور مثال پسر جوانی را در نظر بگیرید که تمام آموزش‌های لازم در مورد آسیب‌های اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را دیده است و از طرف دیگر والدین، دوستان و اطرافیان او نیز در این مورد با او درست برخورد می‌کنند؛ ولی وقتی این پسر در شرایطی قرار می‌گیرد که در شبکه اجتماعی می‌تواند با دختری به راحتی ارتباط برقرار کند، غرایز جنسی و عاطفی او به سرعت او را به سمت ارتکاب گناه پیش می‌برد.

در روش مستقیم باید «باتقوا» بودن به‌عنوان یک ارزش مطرح شود. این همان چیزی است که کاربران مذهبی مورد مصاحبه نیز بر آن تأکید داشتند. باید زندگی افرادی که متقیانه زندگی می‌کنند و در استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اصول اسلامی را رعایت می‌کنند، به‌عنوان افرادی معرفی می‌شوند که در زندگی موفق هستند و مشکلات کمتری دارند. حتی می‌توان در روشی ساده‌تر عکس این اتفاق عمل کرده و زندگی افرادی که با آلوده شدن به گناه در فضای سایبر، خود و خانواده خودشان را گرفتار کرده‌اند و باعث بسیاری از مشکلات شده‌اند، را نیز می‌توان معرفی کرد. صدا و سیما به‌خصوص در این قضیه نقش بسزایی دارد و بعد از این سازمان آموزش و پرورش و پس از آن دیگر نهادهای فرهنگی می‌باید قبیح بودن گناه را طوری نشان دهند که از رغبت فرد به گناه کاسته شود. واقعیت آن است که در جامعه کنونی ما بسیاری از گناهان زشت و قبیح تلقی نمی‌شوند و گناهکار بدون هیچ ابایی به گناه خود اعتراف کرده و حتی افتخار می‌کند. در میان داده‌های پژوهش، افرادی که به‌خصوص مربی یا والدین بودند به مشکلاتی اشاره می‌کنند که شرکت‌های ارائه‌دهنده اینترنت ایجاد کرده‌اند. این شرکت‌ها برای سوددهی بیشتر، تلاش می‌کنند تا سبک زندگی افراطی و اشتباه را در زمینه اینترنت تبلیغ کنند. این تبلیغات اصولاً دو امر اشتباه را برای سبک زندگی کاربران ترویج می‌کند که عبارتند از:

۱. کاربران را تشویق می‌کنند تا بیش از نیازشان از اینترنت استفاده کنند (تقویت عامل بستر وقت‌گذرانی و تضييع عمر)،

۲. کاربران را تشویق می‌کنند تا در ساعاتی (معمولاً نیمه‌شب) از اینترنت استفاده کنند که احتمال ارتکاب گناه و وسوسه کاربر بیشتر است. (تقویت عوامل دیده نشدن و کنترل نشدن).

این نوع تبلیغات با تقویت عوامل ساختاری بی‌تقوایی در محیط سایبر و همچنین با تقویت بیش از حد گرایش کاربران به اینترنت، باعث زمینه‌سازی گناه در جامعه می‌شوند.

در شیوه نیمه‌مستقیم در بعد عاطفی، می‌باید ارزش‌های اخلاقی در قالب شخصیت‌های داستانی بیان شوند. در این شیوه پیشنهاد می‌شود که از داستان‌های علما و بزرگان و همچنین رزمندگان دفاع مقدس و شهدا استفاده حداکثری به عمل آید. این افراد معمولاً داستان‌هایی تعریف می‌کنند در مورد اینکه در شرایطی که همه اسباب و لوازم گناه فراهم بوده، از گناه دست کشیده و رستگار شده‌اند. بازگو کردن این گونه داستان‌ها در ترغیب و گرایش افراد و کاربران به سمت تقوا می‌تواند تأثیر خوبی داشته باشد. همچنین معمولاً این افراد ارتباط معقولانه و درستی با رسانه‌ها داشته‌اند و به اندازه نیاز استفاده می‌کرده‌اند. تولید داستان‌هایی که قهرمانان آنها ارتباط صحیح با رسانه را به‌عنوان یک الگو پذیرفته‌اند و تبدیل این داستان‌ها به پویانمایی، فیلم، کتاب و... می‌تواند در ایجاد سبک زندگی سایبری صحیح، در کاربران مؤثر باشد.

نقش الگوها نیز در شیوه غیرمستقیم بسیار پررنگ است. وقتی که والدین علاقه شدیدی به اینترنت و ابزارهای ارتباطی نوین نشان می‌دهند و اوقات بسیاری را به‌جای گذراندن با خانواده با این شبکه‌ها پر می‌کنند، باعث می‌شوند که این گرایش در فرزندان‌شان نیز به‌وجود آید. وقتی افراد مشهور و الگوهای جامعه که به‌عنوان افراد موفق مطرح می‌شوند، مانند بازیگران یا فوتبالیست‌ها و... در بیشتر شبکه‌های اجتماعی معروف و حتی غیرمجاز و فیلتر شده عضو هستند، قطعاً در سوق دادن افرادی که آنها را دوست می‌دارند به سمت ناهنجاری و گناه موثرند. این افراد در واقع نشان می‌دهند که برای موفق بودن باید از همه حد و حدودها گذشت و خطوط قرمز را جابه‌جا کرد.

۳-۶. راهکارهای مبتنی بر مبنای ارادی

در این دسته از راهکارها تمام تضمین‌های اجرایی، درون‌فردی بوده و شخص با بهره‌گیری از تعهد دینی و تقوا محوری، مراقبت‌های لازم را درخصوص طرز استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عمل می‌آورد. اهمیت این روش در مقایسه با روش‌های دیگر این است که در سطوح مختلف زندگی قابل اعمال بوده و ظرفیت تأثیرگذاری بر اطرافیان کاربر را نیز دارد.

در شیوه مستقیم بر مبنای اراده و تصمیم، می‌توان راهکارهایی را به فرد آموزش داد که باعث می‌شوند در زمان تصمیم‌گیری‌ها بهتر عمل کنند و رفتار آنها را اصلاح می‌کند. در این قسمت به برخی از این راهکارها که براساس نتایج این تحقیق به دست آمده اشاره می‌شود:

- کسب اطلاعات و آگاهی لازم در این خصوص و مزایا و معایب آن قبل از استفاده از این ابزار؛
- از بین بردن مقدمات گناه

مقابله با عوامل ساختاری گناه در اینترنت:

◊ مقابله با عامل دیده نشدن: عدم استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در محل‌های خلوت و استفاده از آن در مکان‌هایی که افراد بتوانند رفت و آمد داشته باشند و حتی صفحه کار شما را نیز ببینند نه اینکه بخوانند. زمان خلوتی خانه را (مانند نیمه شب) برای ورود به اینترنت انتخاب نکنید.

◊ مقابله با عامل شناخته نشدن: اسم مستعار داشتن دلیل بر این نیست که خطری در کار نیست، پس فلسفه گناه از بین می‌رود و می‌توان آزادانه‌تر برخورد کرد بلکه ناشناس بودن گناه خود آسیب است چرا که انسان وقتی ناشناس است جرأتش بر انجام گناه بیشتر می‌شود.

◊ مقابله با عامل عادی شدن تدریجی گناه: هیچ گناهی نباید کوچک شمرده شود. گناهان کوچک پله‌های ارتکاب به گناهان بزرگتر هستند.

◊ مقابله با عامل فراهم بودن شرایط گناه: استفاده نکردن از نرم‌افزارهای فیلترشکن.

◊ مقابله با عامل تأثیر افراد مجازی: دنبال نکردن افرادی که اهل گناه هستند و درخواست ندادن دوستی به آن‌ها یا رد درخواست دوستی.

◊ مقابله با عامل بستر وقت‌گذرانی:

■ اطمینان از نیت ورود به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی قبل از استفاده از آن. نیت‌هایی مانند پر کردن اوقات فراغت یا پرسه‌زنی در سایت‌ها یا گفت‌وگو با افراد ناشناس، نیت‌های خطرناکی هستند.

■ حد گذاشتن برای حضور در شبکه‌های اجتماعی؛ مثلاً با خود شرط کنید روزانه بیش از نیم ساعت از این شبکه‌ها استفاده نکنید. بیش از نیازتان در فضای سایبر نمانید.

◇ مقابله با عامل جلب توجه: عدم فعالیت در فضای سایبر برای اینکه مورد پسند (لایک) قرار بگیرید؛ چرا که معمولاً مطالبی مورد پسند همگانی هستند که عامیانه بوده و فاقد ارزش‌های دینی می‌باشند. برای جلب توجه دیگران کار کردن، انسان را گام به گام به سمت بی‌تقوایی پیش خواهد برد.

● عدم اشتراک فوری مطالب بدون تأمل و دقت کافی.

● عدم اتلاف وقت در شبکه‌های اجتماعی:

◇ عدم دوستی و ارتباط با کسانی که مطالب غیرمفید و مبتذل ارسال می‌کنند.

◇ عدم عضویت در کانال‌ها و گروه‌هایی که مطالب مفیدی ندارند.

● ذکر و یاد خدا: یاد خدا و پناه بردن به او چاره وسوسه شدن است پس:

◇ پناه بردن به خدا در صورت وسوسه شدن «وَأِمَّا يَنْزَغَنَّكَ مِنَ الشَّيْطَانِ نَزْغٌ فَاسْتَعِذْ بِاللَّهِ إِنَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ» و اگر از شیطان وسوسه‌ای به تو رسد، به خدا پناه بر؛ زیرا که او شنوای داناست (اعراف/۲۰۰). (تقوای قوت یا ستیز)

◇ یاد خدا در صورت وسوسه شدن «إِنَّ الَّذِينَ اتَّقَوْا إِذَا مَسَّهُمْ طَائِفٌ مِّنَ الشَّيْطَانِ تَذَكَّرُوا فَإِذَا هُمْ مُبْصِرُونَ» پرهیزگاران، هنگامی که گرفتار وسوسه‌های شیطان می‌شوند، به یاد خدا می‌افتند؛ پس (در پرتو یاد خدا) بصیرت می‌یابند. (اعراف/۲۰۱)

◇ استفاده از تصاویر و جملاتی که می‌تواند باعث تذکر و یاد خدا و در نهایت موجب عدم ارتکاب به گناه شوند، در قسمت‌های مختلف رایانه مانند پس زمینه ویندوز، کنار صفحه نمایش، پس زمینه مرورگر و...

● فاصله گرفتن از اینترنت در صورت تکرار وضعیت وسوسه و از بین بردن شرایط گناه (تقوای ضعف یا گریز)

● توبه و استغفار سریع پس از ارتکاب گناه و دوری گزیدن از اینترنت تا زمانی که وسوسه گناه در دل وجود دارد. « إِنَّمَا التَّوْبَةُ عَلَى اللَّهِ لِلَّذِينَ يَعْمَلُونَ السُّوءَ بِجَهَالَةٍ ثُمَّ يَتُوبُونَ مِنْ قَرِيبٍ فَأُولَئِكَ يَتُوبُ اللَّهُ عَلَيْهِمْ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا » پذیرش توبه از سوی خدا، تنها برای کسانی است که کار بدی را از روی جهالت انجام می‌دهند، سپس زود توبه می‌کنند. خداوند، توبه چنین اشخاصی را می‌پذیرد؛ و خدا دانا و حکیم است. (نساء/۱۷) (مقابله با عامل عادی شدن تدریجی گناه)

● پرهیز از ارتباط گرفتن بدون هدف و غیرضروری با نامحرم.

● رعایت حداکثر حدود در صورت ضرورت در ارتباط با نامحرم. گاه مرز بین حرف کاری و حرف شخصی خیلی باریک می‌شود.

● کاربران دختر نباید به‌صورتی با کاربران پسر ارتباط داشته باشند که از لحاظ ارتباطی پایین‌تر بوده و در برابر بالاتر خضوع کنند. این امر مسببات پیروی از این گروه را خواسته و ناخواسته فراهم می‌آورد.

● تعلق در پاسخ به نامه‌ها، مطالب و پرسش‌های کاربر غیرهمجنس؛ فوراً پاسخ نگویند.

● خودداری از ارتباطات غیرضروری نوشتاری و صوتی با کاربر غیرهمجنس مخصوصاً به صورت زنده و عدم ارتباط تصویری با آنها. در ارتباط‌های اینترنتی تلاش کنید به حداقل‌ها اکتفا شود.

● خودداری از هرگونه به‌کاربردن افعال و ضمائم مفرد در مخاطب قرار دادن کاربر غیرهمجنس.

● خودداری از ارتباط مداوم با کاربر غیرهمجنس خاص: این ارتباط یا به‌صورت رصد کردن فعالیت‌های طرف مقابل، یا ارتباط‌گیری به‌صورت اظهارنظر بر مطالب است.

● اطمینان از عدم ارتباط به‌خاطر جذابیت فردی طرف مقابل: در رابطه با نامحرم دل سریع جذب می‌شود. مطمئن شوید کاری که در فضای مجازی انجام می‌دهید، به خاطر جذب شدنتان به شخص خاصی نباشد. اگر چنین است آن کار را ترک کنید.

● عدم سرایت روابط مجازی به دنیای واقعی: با کسانی که هیچ سابقه‌آشنایی در دنیای واقعی ندارید، قرار و مدار در پارک و دانشگاه و ... نگذارید و یا تبادل شماره همراه انجام ندهید.

• عدم ترک امر به معروف و نهی از منکر در فضای مجازی.

• حساسیت نسبت به عدم انتشار اطلاعات، تصاویر و فیلم‌های شخصی خود و خانواده، محل زندگی، آدرس منزل، محل کار پدر و مادر، مدرسه، دانشگاه و شماره تلفن و ... از جمله مسائلی است که نباید در فضای مجازی منتشر شود.

• جلوگیری از خودافشایی اطلاعات شخصی توسط کاربران دیگر و تذکر به آنها.

• پرهیز از بازنمایی هویت مجازی یا به اشتراک‌گذاری مطالبی که موجب جلب توجه و جذب کاربران غیرهمجنس به شخصیت فرد در شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

• پرهیز از تجسس از هویت، فعالیت‌ها و خصوصیات واقعی کاربر غیرهمجنس.

• عدم به اشتراک‌گذاری مطالب خاص پسرانه یا دخترانه در پیش روی عموم کاربران.

در شیوه نیمه‌مستقیم، زمین بازی کاربر را شما تعیین می‌کنید و تلاش می‌کنید که او را در فضای سایبر در نقشی به کار گرفته‌اید که در بررسی‌هایتان کار مفید و کم‌آسیبی است و در انجام این کار به وی کمک می‌کنید. برای مثال صفحه‌ای را در شبکه اجتماعی ساخته و به کاربر نحوه مدیریت کردن آن را می‌آموزید و نحوه قرار دادن مطالب مفیدی را که با علایق و توانایی‌های او سازگاری دارد، به وی نشان می‌دهید. با این کار کاربر علاوه بر اینکه با طرز استفاده مفید از فضای سایبر آشنا می‌شود، حضورش در فضای سایبر هدفمند شده و استعدادهایش نیز شکوفا می‌شود بنابراین کمتر آسیب متوجه او خواهد شد. این شیوه به‌خصوص در مورد فرزندان به نظر کارآمد می‌رسد. والدینی که از سواد رسانه‌ای لازم برخوردار باشند می‌توانند با استفاده از این شیوه و همچنین نظارت بر کار فرزندان و تشویق و ترغیب آنها نقش به‌سزایی در رشد و تربیت فرزند خود ایفا کنند.

در شیوه غیرمستقیم کاربر به‌صورت خودجوش فعالیتی را در فضای سایبر تعریف می‌کند. تفاوت این شیوه، با شیوه نیمه‌مستقیم این است که در این شیوه زمین بازی را خود شخص طراحی می‌کند؛ در حالی که در حالت قبل زمین از طرف شخص دیگری طراحی شده و تنها کاربران در آن قسمت به کار گرفته می‌شدند. در این شیوه کاربران با آموزش دیدن برخی مهارت‌های سایبری مانند وبلاگ‌نویسی، طراحی سایت، گرافیک سایت، تجارت الکترونیک و ... می‌توانند به‌صورت خودجوش فعالیت لازم را در فضای سایبر طراحی کنند.

۷. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اینترنت و فضای سایبر و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی سایبری زندگی بشر کنونی را به‌شدت تحت تأثیر خود قرار داده‌اند و آن‌طور که از شواهد برمی‌آید دنیای آینده دنیای دیجیتالی است که نقش رسانه‌های نوین در آن همانند نقش برق در ۱۰۰ ساله اخیر است. این رسانه فراگیر هرچند محاسن بسیاری را در اختیار بشر امروزی قرار داده است؛ اما معایبی هم دارد که نمی‌توان از آنها چشم‌پوشید. این مشکلات و معایب به‌خصوص برای کشورها و حکومت‌هایی که پایبند به فرهنگ یا دین خاصی هستند چندین برابر خواهد بود؛ چون در این کشورها فرهنگی اصالت دارد که با فرهنگ غربی و آمریکایی فاصله داشته و آرمان‌شهری را برای خود متصورند که هیچ شباهتی به آرمان‌شهر آمریکاییان ندارد. در حال حاضر حکومت‌های اسلامی بیشترین چالش را با رسانه اینترنت دارند، چون این رسانه براساس قانون آزادی بیان و دسترسی اطلاعات سبب شده ساختار و محتوایی ایجاد کند که شهروندان مسلمان را به سمت دین‌گریزی و دنیاپرستی سوق دهد. در این بین تنها چاره کار استفاده از سلاح تقوا در برابر این حمله فرهنگی است.

۱۳۴

در این مقاله تلاش شد تا با در نظر گرفتن واقعیت‌های جهان کنونی و زندگی نوین مسلمانان، چالش‌های مهم زندگی در فضای سایبر بررسی شده و برای تعامل بهتر با این جهان مجازی راهکارهایی ارائه شود. بر این اساس، نظریه «درونی‌شدن ارزش‌ها» به‌عنوان مبنای نظری مقاله انتخاب شد.

در این نظریه، نهادینه شدن ارزش‌ها براساس این پایه نظری انجام می‌شود که عمل آدمی برمبنای سه‌گانه «شناختی، گرایشی و ارادی» شکل می‌گیرد. بنابراین، نهادینه شدن ارزش‌های اخلاقی به این معناست که مبانی شناختی، گرایشی و ارادی مناسب در مورد رفتارهای ارزشی، در درون فرد فراهم شود. بر اساس هر کدام از این مبانی، سه شیوه مستقیم، نیمه‌مستقیم و غیرمستقیم پیشنهاد شده است.

در مقاله حاضر تلاش شد برمبنای نظریه درونی‌کردن ارزش‌ها و با توجه به مصاحبه‌ها و مشاهدات صورت گرفته، راهکارهایی برای نهادینه کردن تقوا در سبک زندگی سایبری کاربران ارائه شود. در جدول ذیل، راهکار اساسی در هر بخش ذکر شده است:

جدول (۵): نهادینه کردن تقوا در سبک زندگی سایبری کاربران

مبنای عمل / شیوه	شیوه مستقیم	شیوه نیمه مستقیم	شیوه غیرمستقیم
مبنای شناختی (سواد رسانه‌ای)	آموزش سواد رسانه‌ای	بحث و گفت‌وگو در مورد مسائل فضای سایبر	الگوپردازی عملی در رفتار مربیان برای آموزش سواد رسانه‌ای
مبنای گرایش	ترغیب به رفتارهای مثبت سایبری و ترساندن از عواقب بی‌احتیاطی و بی‌تقوایی در این محیط	تأکید بر شخصیت‌های اخلاقی سایبری در قالب داستان	الگوپردازی عملی گرایش به اینترنت در رفتار والدین و نزدیکان
مبنای ارادی	توصیه به انجام دادن رفتارهای پیشگیرانه برای نیافتادن در دام گناه	تعیین زمین بازی از طرف والدین و نزدیکان	طراحی و اجرای آموزش افراد برای ایجاد فعالیت‌های خودجوش سایبری

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. باقری، خسرو (۱۳۸۰)، *تدوین مبنای انسان‌شناختی اسلام برای علوم انسانی*، تهران: پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، وزارت آموزش و پرورش.
۳. بل، دیوید (۱۳۸۹)، *درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر*، ترجمه مسعود کوثری، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۴. نوروزی اقبالی، محمد جواد (۱۳۹۱)، *عوامل ایجاد روابط صمیمانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی و حدود فقهی آن*، رساله کارشناسی ارشد، استاد راهنما: مهدی محسنیان‌راد، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات.
۵. شرف الدین، حسین، و همکاران (۱۳۹۲)، *مصادیق ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
6. Boyd d. m. & Ellison ,N. B. (2007) **Social network sites: Definition ,history and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, (1)13, article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.

