

Religion & Communication, Vol.26, No.1, (Serial 55), Spring & Summer 2019

Chaste Relations in Cyber Life; a Phenomenological Approach

Abdorrasoul Alamolhoda *

Received: 2018/05/11

Accepted: 2018/12/19

Islamic Iran's encounter with modern communication technologies, especially the internet and cyberspace, has created a new situation in religious people's lives and a lack of media literacy and rational action can cause a lot of challenges in both individual and collective ethics. This article brings a theoretical analysis of cyber life by relying on the concept of chaste relations and discusses how ethical values, especially chaste relations, are expressed in the internet users' activities. To this end, we have formulated chaste cyber relations with a phenomenological method of understanding the religious people's life experience. The research results show that among key elements of the formation of chaste relations in cyber life one can refer to personal characteristics, commitment to religion, cyber literacy and chastity, virtual identity, and selecting one's virtual acquaintances. Hence, reaching a typology of users in four groups: well-aware religious person, simple religious person, unscrupulous religious person and liberal user. Besides, in the relation between the ethical- jurisprudential teachings about chastity and the essential issues in users' typology, we reached a conceptual model of chaste relation in cyber life and some practical suggestions about achieving that.

Keywords: Ethical Values, Modest Relation, Cyberspace, Media Literacy, Cyber Life, Religious People.

* Assistant Professor, Department of Thought and Cultural Studies Imam Hossein University
ralamolhoda@gmail.com

دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال بیست و ششم، شماره اول (پیاپی ۵۵)، بهار و تابستان ۱۳۹۸، صص ۲۴۸-۲۱۹

ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری؛ رویکردی پدیدارشناختی

عبدالرسول علم الهدی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۲۸

چکیده

مواجهه جامعه اسلامی ایران با فناوری‌های ارتباطی جدید، به خصوص اینترنت و فضای سایبر، شرایط جدیدی را در زندگی متدینین بوجود آورده که عدم سواد رسانه‌ای و کنش عاقلانه موجب چالش‌های بسیاری در ارزش‌های اخلاقی فردی و اجتماعی می‌شود. در این مقاله ضمن بررسی نظری ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری به این مسئله پرداخته می‌شود که چگونه ارزش‌های اخلاقی خصوصاً ارتباط عقیفانه در کنش‌های کاربران اینترنت منعکس می‌شود. برای این کار با روش پدیدارشناسی به گردآوری اطلاعات با مصاحبه نیمه ساختاریافته و مشاهده رفتارهای کاربران دین دار به فهم تجربه زیسته ایشان و در نتیجه صورت‌بندی ارتباط عقیفانه سایبری پرداخته‌ایم. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که انگیزه‌های حضور در فضای سایبر، مشخصات فردی، التزام به دین‌داری، سواد سایبری و عفاف، ساخت هویت مجازی و انتخاب همراهان از جمله نقاط کلیدی شکل‌گیری ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری است. در نتیجه به گونه‌شناسی کاربران در چهار گونه «متدین آشنا»، «متدین ساده»، «متدین بی‌مبالا» و «کاربر بی‌قید» دست یافتیم. همچنین در پیوند آموزه‌های فقهی - اخلاقی عفاف با مقولات محوری گونه‌شناسی کاربران سایبری به مدلی مفهومی از ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری و پیشنهادهایی کاربردی برای برخورداری از ارتباط عقیفانه سایبری رسیدیم.

واژگان کلیدی: ارزش‌های اخلاقی، ارتباط عقیفانه، فضای سایبر، زندگی سایبری، کاربران دین دار.

ralamolhoda@gmail.com

* استادیار گروه اندیشه و مطالعات فرهنگی، دانشگاه جامع امام حسین (ع)

مقدمه

تحول فن‌آوری‌های اطلاعاتی و فرآیند ارتباطات، از یک سو موجب افزایش تقاضای دسترسی به رسانه‌ها با موضوعات و گرایش‌های مختلف شده و از سوی دیگر در عرصه زندگی انسان‌ها موجب تحولاتی چون جامعه اطلاعاتی، انفجار اطلاعات، تبادل و جریان اطلاعات، جهانی شدن^۱، تجاری شدن فرهنگ، اهمیت یافتن اوقات فراغت، شکاف دیجیتالی، جریان افکار عمومی و افزایش روند تغییرات فرهنگی جوامع شده است. یکی از مهم‌ترین فناوری‌های ارتباطی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری^۲ است.

شبکه اجتماعی ساختاری اجتماعی است که از گره‌هایی (که عموماً فردی یا سازمانی هستند) تشکیل شده است و توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی مانند ایده‌ها و تبادلات مالی، دوستی‌ها، خویشاوندی، لینک‌های وب به هم متصل اند (سرت، ۲۰۱۷). نتایج تحقیقات مختلف بیانگر آن است که می‌توان از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از سطوح فردی و اجتماعی به منظور شناسایی مسائل و تعیین راه‌حل آن‌ها، برقراری روابط اجتماعی، اداره امور تشکیلاتی، سیاست‌گذاری و رهنمون‌سازی افراد در مسیر دستیابی به اهداف استفاده نمود (قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴). تحلیل شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک تکنیک کلیدی در جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، علوم ارتباطات دیگر حوزه‌های علوم اجتماعی همانند یک موضوع محبوب در زمینه تفکر و مطالعه پدیدار شده است.

این فناوری به‌گونه‌ای وارد زندگی امروز انسان شده که شبکه‌های اجتماعی را بخش جدایی‌ناپذیر از جامعه مدرن می‌دانند (ژانگ، ۲۰۱۷). شبکه‌های اجتماعی چنان سرعت و عمقی به تغییرات اجتماعی داده که فرهنگ را تغییر داده و افراد جامعه را دچار یک دگرگونی فرهنگی کرده است. همچنین جهانی شدن به وسیله فناوری‌های نوین بر فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای کشورهای مختلف جهان تأثیر می‌گذارد (قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴). هیچ کشوری از حضور و تأثیر شبکه‌های اجتماعی مستثنی نیست و ایران نیز در سال‌های اخیر شاهد کاربرد گسترده شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی در میان مردم از قشرها و سنین مختلف بوده است.

شبکه‌های اجتماعی سایبری موجب تغییراتی در رفتارها و تعاملات جامعه متدینین

که جامعه‌ای شکل گرفته براساس آموزه‌های دینی است، سبب پیچیدگی‌هایی در روش زندگی می‌شود. یکی از آموزه‌های فقهی و اخلاقی اسلام در حوزه ارتباطات انسانی، عفاف است که توجه به دستورات مختلف آن موجب روابط عقیفانه براساس کرامت نفس در زندگی می‌شود. این خویشن‌داری خصوصاً در مصرف رسانه‌های تعاملی نمود بیشتری می‌یابد، زیرا با توجه به فراگیری و تنوع رسانه‌ای در عصر حاضر، اختیار فرد در انتخاب رسانه و برنامه رسانه‌ای دلخواه خود افزایش یافته و او نیز بر اساس خواسته‌ها، تمایلات و نیازهای خود دست به انتخاب می‌زند. رسانه‌های اجتماعی، امکان گمنامی و برخورداری از هویت مجازی و مخفی بودن از دیگران را برای کاربران فراهم کرده‌اند و از این جهت بسیاری از گفتارها یا رفتارهایی که افراد از انجام آن در فضای حقیقی پرهیز داشته‌اند، در فضای مجازی امکان بروز یافته است. بنابراین تربیت عقیفانه، باید توأم با سواد رسانه‌ای در مصرف رسانه‌های جدید صورت گیرد تا فرآیند خودکنترلی نهادینه شده و متربی به صورت عملی با رفتار عقیفانه آشنا شود. از طرف دیگر با پرورش عقیفانه، تمایلات فرد را جهت دهی کرده و مصرف رسانه‌ای او سبب رشد برنامه‌ها و رسانه‌هایی که با اهداف اسلامی سازگارند، می‌شود.

در شبکه‌های اجتماعی اختیار و انتخاب فرد در فراگرد استفاده از آن بسیار بالا بوده و تمایلات، نیازها و تصمیم او تعیین‌کننده چگونگی مصرف رسانه‌ای اوست. زندگی جدید در شبکه‌های اجتماعی سایبری سبب بروز سؤالات فقهی و اخلاقی به خصوص در موضوع ارتباط با نامحرم برای دین‌داران شده است که لازم است حوزه‌های علمیه با شناخت کافی از ویژگی‌ها و ابعاد رفتار در شبکه‌های اجتماعی به پاسخگویی آن‌ها بپردازند. اهمیت توجه به این سؤالات در مصرف رسانه‌ای با دیدن آمارهای رو به افزایش طلاق‌های ناشی از ازدواج‌های اینترنتی یا رفتارهای ضد عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی، ناامنی جنسی بواسطه نوع استفاده از اینترنت (رستگار و محمدیان، ۱۳۹۲) و بالاخره به هم‌ریختگی‌های شخصیتی و هویتی بیش از پیش آشکار می‌شود. شاید مهم‌ترین تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر زنان، دگرگونی در تولید و بازتولید هویت دینی آن‌ها باشد، که به تبع آن تغییراتی در چگونگی پوشش و رفتارهای معاشرتی رخ می‌دهد. نتایج تحقیقات گوناگون نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت

دینی و پوشش و حجاب بانوان تأثیر دارد (الیسون و همکاران، ۲۰۱۴؛ سرمدی و همکاران، ۱۳۹۴؛ قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۱).

بسیاری از کاربران به چگونگی رفتار دینی در رعایت ارتباط عقیفانه آگاه نیستند و موارد متعددی در لایک‌گذاری، چت‌های آنلاین، نظردهی زیر مطالب و ... مشاهده می‌شود که با ارزش عفاف مطابق نیست. بسیاری از جرائم اینترنتی و جنسی ناشی از آن، مربوط به عدم وجود سواد سایبری، سادگی‌ها و اعتمادهای کاربران به دوستان اینترنتی، خصوصاً از سوی دختران است (روزنامه جام جم، ۲۶ مرداد ۱۳۸۸). از آنجایی که اکثر کاربران شبکه‌های اجتماعی را نوجوانان و جوانان تشکیل می‌دهند، ضرورت سیاست‌گذاری برای تربیت عقیفانه بر اساس سواد رسانه‌ای و تقوای عملی دوچندان می‌شود. این کار جز با فهم پدیداری ارتباط عقیفانه سایبری به عنوان مدلی برای عمل در شبکه‌های اجتماعی سایبری ممکن نیست.

در این مقاله ابتدا با روش توصیفی - تحلیلی به تعریف فقهی و اخلاقی عفاف در ارتباطات انسانی پرداخته می‌شود. سپس با رویکرد پدیدارشناختی^۳ به مصاحبه با کاربران شبکه‌های اجتماعی سایبری پرداخته و همچنین رفتارهای افراد به صورت مشاهده غیرمشارکتی ثبت می‌شود تا پدیداری ارتباط عقیفانه سایبری صورت‌بندی شود. نمونه‌هایی که در فرآیند تحقیق، مورد گفتگو و مشاهده فعالیت‌ها قرار گرفته‌اند از میان کاربران مذهبی شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند که مقید به رعایت ارزش‌های دینی هستند. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش چگونگی ارتباط عقیفانه (فقهی و اخلاقی) در شبکه‌های اجتماعی سایبری است.

پیشینه تحقیق

تحقیقات متفاوتی در حوزه فرهنگ و اینترنت شده است که به طور خاص می‌توان کارهایی را با موضوع رابطه دین‌داری یا اخلاق با اینترنت و بهره‌برداری از آن بررسی کرد. اما تحقیقاتی که بتواند پیشینه این مقاله باشد در دو دسته قرار می‌گیرد. اول، تحقیقاتی در مورد دین‌داری و اینترنت که می‌توان به رساله دکتری کرم‌اللهی (۱۳۸۷) با عنوان «بررسی آثار استفاده از اینترنت بر وضعیت دین‌داری کاربران» اشاره کرد. ایشان

به این سؤال اساسی پاسخ می دهد که میزان و نوع استفاده از اینترنت، چه تأثیری بر میزان التزام جوانان به ابعاد و نشانه‌های دین‌داری دارد؟

دوم، تحقیقاتی که در مورد رابطه اخلاق و به خصوص عفاف و حجاب با استفاده از اینترنت است. پایان‌نامه خانم نیک‌بخش با عنوان «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنت» که در سال ۱۳۸۳ در دانشگاه تهران دفاع شده است. علم‌الهدی و نوروزی هم تحقیقی در حوزه مصداق‌شناسی ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری در سال ۱۳۹۲ انجام دادند که به شاخص‌سازی ارتباط عقیفانه سایبری انجامید. همچنین نوروزی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد به «عوامل ایجاد روابط صمیمانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی و حدود فقهی آن»، پرداخت.

نوآوری این تحقیق استفاده از رویکرد پدیدارشناسی برای صورت‌بندی ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری است. خصوصاً که با گونه‌شناسی کاربران متدین به مؤلفه‌هایی برای تفسیر بیشتر و تعمیق این زندگی نیز دست یافته شد.

روش تحقیق

این مقاله درصدد یافتن چگونگی ارتباط عقیفانه در کنش‌های ارتباطی کاربران شبکه‌های اجتماعی سایبری به مثابه سبکی از زندگی است. بنابراین رویکردی اکتشافی داشته و روش این تحقیق، کیفی^۴ است. در پژوهش کیفی، مقصود اساساً تفسیر است و از دیدگاه پارادایمی، مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایی - برساخت‌گرایی اجتماعی است (محمدپور، ۱۳۹۲، ص ۹۳). برای یافتن آن چاره‌ای جز تحقیق میدانی و رجوع به خود کاربران نیست و این‌که از گفته‌ها و تجربه زیسته ایشان در فضای سایبر پدیده مورد نظر را کشف کرد، یعنی پدیده را در شناخت فضای وجودی آن و در ارتباط با دیگر عناصر فضا شناسایی نمود.

بنابراین از یک طرف ارتباط عقیفانه سایبری با روشی تحلیلی - توصیفی مورد کنکاش قرار گرفت و از طرف دیگر با رویکردی پدیدارشناسانه تجربه زیسته کاربران در شبکه‌های اجتماعی سایبری بررسی شد. با توجه به موضوع مورد بررسی که با

تجارب زیسته افراد ارتباط دارد و از سویی موضوعی حساسیت‌برانگیز است، بهترین راه جمع‌آوری اطلاعات، گفتگو است. از این رو تکنیک جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و باز بوده، و انجام مصاحبه و نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه می‌یابد (اشتراوس و کربن، ۱۹۹۸، ص ۵۶). شیوه نمونه‌گیری، با روش نمونه‌گیری موارد مطلوب^۵ (گال و همکاران، ۱۳۹۰) از میان کاربران شبکه‌های اجتماعی سایبری خصوصاً گوگل پلاس^۶، فیس‌بوک^۷، کلوب^۸ و نت ایران^۹ در دو جنس دختر و پسر، متأهل و مجرد، گروه سنی ۱۸ تا ۴۰ سال، و در طبقات اجتماعی مختلف انجام شد. مطلوبیت نمونه از این جهت مورد اهمیت بود که کاربرانی مورد مصاحبه قرار گیرند که معتقد به اسلام و ملتزم به رعایت ارزش‌های اسلامی در فضای مجازی باشند. در کل تعداد ۳۲ نفر مورد مصاحبه نیمه‌ساختاریافته قرار گرفتند.

جنس	گروه سنی	تأهل	تحصیلات
مذکر ۱۵ نفر	۱۸ تا ۲۲ سال ۷ نفر	مجرد ۱۹ نفر	دیپلم ۱۱ نفر
مؤنث ۱۷ نفر	۲۲ تا ۳۰ سال ۱۸ نفر	متأهل ۱۳ نفر	لیسانس ۱۲ نفر
	۳۰ تا ۴۰ سال ۷ نفر		فوق لیسانس ۹ نفر

برای انتخاب نمونه‌ها با روش مشاهده‌ای، پروفایل‌ها و فعالیت‌های کاربران در چند دوره زمانی بررسی شد. همچنین برای اطمینان کامل از احراز خصوصیات مورد نظر در نمونه‌ها، از دوستان مشترک، تحقیق به عمل آمد. سپس جلسه‌ها با حداقل زمان ۴۵ دقیقه در مصاحبه رودررو یا به صورت چت آنلاین برگزار شد.

با تجربیات طولانی‌مدت محقق در فضای شبکه‌های اجتماعی سایبری و در اختیار قرار دادن داده‌ها در ارزیابی دیگر محققین، اعتبار داده‌ها و قابلیت ارزیابی^{۱۰} آن تضمین شد و برای انتقال‌پذیری^{۱۱} داده‌ها به نمونه‌های دیگر، سعی شد در حد امکان شاخص‌های نمونه‌ها در حوزه دین‌داری و تجربه زیسته در شبکه‌های اجتماعی مشخص شود. همچنین برای تأییدپذیری^{۱۲}، داده‌ها چندبار مرور شد.

به منظور تحلیل، مصاحبه‌ها با اجازه مصاحبه‌شونده‌ها ضبط و در چند نوبت پاسخ‌ها مرور شد. سپس با کدگذاری تفسیری از همه بحث‌ها و موضع‌گیری‌ها، تقلیل داده‌ها^{۱۳} صورت گرفت و مقوله‌ها استخراج شد. پس از هماهنگی و کشف ارتباط بین

مقولات، در نهایت مفاهیم اصلی که همان مصادیق ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری بود به دست آمد.

چارچوب مفهومی

ارتباطات انسانی در زندگی سایبری

به نظر می‌رسد برساخت هویتی فرد در شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای کاربر شامل ارتباط‌گیری‌ها با دیگر کاربران، ارسال و دریافت پیام، بحث کردن، رفع نیازهای عاطفی و مادی، مرور مطالب دیگران و پرسه‌زنی در اینترنت را بتوان تحت عنوانی به نام زندگی سایبری^{۱۴} قرار داد. زندگی سایبری به معنای زیستی است که انسان‌ها در اینترنت دارند. ارزش‌ها و هنجارهای این زندگی جدای از زندگی واقعی انسان نیست اما شرایط جدیدی در این زندگی وجود دارد که چالش‌هایی را برای تسری ارزش‌ها به رفتارهای کاربران ایجاد کرده است. در این پژوهش برای واژه سایبر از ترجمه مجازی استفاده نشده زیرا در ادبیات فارسی معمولاً مجازی در برابر حقیقی می‌آید درحالی‌که زندگی سایبری در همین دنیای حقیقی انسان‌ها معنا دار است.

با توجه به گستردگی حیطه موضوعی پژوهش حاضر، آن دسته از نظریاتی در این قسمت مورد توجه قرار گرفت که به موضوع ارتباطات انسانی میان‌فردی از یک طرف و ارتباطات از طریق رایانه (ارتباطات رایانه واسط) پرداخته‌اند. در نتیجه، هم‌نظریاتی که بر هویت، ادراک‌ها و دریافت‌های شخصی در ارتباطات میان‌فردی اشاره دارند و هم‌نظریاتی که ارتباطات انسانی را به واسطه رسانه‌ای همچون رایانه دنبال می‌کنند، می‌توانند ابزارهای تحلیلی در دست ما برای تحلیل ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری باشند. در این میان نظریه نفوذ اجتماعی، جاذبه و مدیریت ادراک از یک طرف و نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی از طرف دیگر برای تحلیل ارتباط عقیفانه سایبری مناسب بوده و مورد استفاده قرار می‌گیرند.

نظریه نفوذ اجتماعی^{۱۵} بر تلاش برای شرح چگونگی گسترش روابط بین‌فردی از عدم آشنایی بین افراد تا دوستی بین آن‌ها می‌باشد. از نظر آلتمن^{۱۶} و تیلور^{۱۷} روابط میان‌فردی به تدریج پیشرفت می‌کند و طی فرایندی از طریق تبادل دوطرفه بین افراد

غیرصمیمی به سطح صمیمیت می‌رسد. در این فرایند چهار مرحله دخالت دارند: (۱) تبادلات کلامی یا همان آشنایی اولیه در مطالب و نظرها، (۲) کاربرد نشانه‌های غیرکلامی؛ استفاده از شکلک‌ها، (۳) تأثیرات محیط فیزیکی؛ حضور در شبکه اجتماعی سایبری سبب می‌شود فرد خیلی از قیود حتی شرعی که در زندگی حقیقی رعایت می‌کند را در نظر نگیرد، (۴) برداشت بین‌فردی؛ یعنی هر دو طرف در این فرایند ارتباط به برداشتی از هم برسند که احساس کنند، می‌توانند از پیام‌های یکدیگر درک مناسبی داشته باشند (برن، ۱۹۹۳، ص ۴) تمامی رفتارهای ارتباطی در فرایند نفوذ اجتماعی و همچنین کنش متقابل نمادین، توأم با ادراکات ذهنی بین افراد از یکدیگر است.

از این منظر در همان حال که مردم به ادامه تعامل با هم و برقراری و گسترش روابط می‌پردازند، از طریق بکارگیری کلام، رفتارهای غیرکلامی و عوامل زمینه‌ای به سوی محدوده عمیق‌تری از ارزیابی شخصیت یکدیگر گام برمی‌دارند (چی‌نالت، ۱۹۹۸، ص ۲).

در نظریه جاذبه «لوینگر»^{۱۸} و «اسنوک»^{۱۹}، جاذبه به عنوان عاملی در ایجاد و گسترش روابط میان‌فردی شامل ویژگی‌های فیزیکی و ظاهری افراد، ویژگی‌های رفتاری و ویژگی‌های شخصیتی یا عقیدتی افراد می‌شود. آن‌ها ارتباطات میان‌فردی را در سه سطح تعریف می‌کنند:

سطح اول: آگاهی: در این سطح افراد فقط از ویژگی‌های فیزیکی و برخی از ویژگی‌های رفتاری یکدیگر آگاه هستند.

سطح دوم: تماس سطحی: در سطح بعدی، افراد نقش معینی را در قبال یکدیگر به عهده دارند.

سطح سوم: تماس دوطرفه: در آخرین سطح، تماس بین افراد دوستانه و گاهی صمیمانه است و هر فرد توسط دیگری به عنوان فردی متمایز از سایرین ادراک می‌شود. در این سطح است که خودافشایی^{۲۰} مهم‌ترین عامل در ادامه و گسترش روابط می‌باشد. هنگامی که یکی از ارتباط‌گران اطلاعات بیشتری را درباره خود فاش می‌سازد، ارتباط‌گر دیگر نیز متمایل به افشاء اطلاعاتی خصوصی از خود خواهد شد و این روند ادامه خواهد داشت تا جایی که یکی از ارتباط‌گران تمایلی به ادامه خودافشایی نشان ندهد، در آن صورت ادامه مکالمات سخت خواهد شد و تعامل با محدودیت مواجه

می‌شود (برن، ۱۹۹۳، صص ۶-۸).

جاذبه‌های جنسی و جذب جنس مخالف محوری‌ترین عامل در ارتباط عقیفانه است که در ارتباطات کلامی و غیرکلامی رخ می‌دهد. انتخاب آواتار، علاقه‌مندی‌ها، پست‌ها و عکس‌های شخصی از جمله جاذبه‌هایی است که معمولاً دو جنس مخالف را برای برقراری و تداوم ارتباط تحریک می‌کند و می‌تواند مورد توجه این تحقیق باشد.

نظریه مدیریت ادراک^{۲۱}: از نظر گافمن هر فردی هنگامی که سایرین نگاهش می‌کنند، رفتارش را به منظور ایجاد یک برداشت مثبت از خود در ذهن طرف مقابل تغییر می‌دهد. به این ترتیب افراد در حضور دیگران نقش بازی می‌کنند، نمایشنامه می‌نویسند، سعی می‌کنند برداشت مطلوبی از خود ایجاد کنند درحالی‌که شاید در پشت صحنه رفتار خود را تغییر دهند (بامیستر، ۱۹۹۹، ص ۱۷۹).

نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی: والتر در نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی به شیوه‌ای اشاره دارد که طی آن انسان‌ها به سمت برقراری تعامل با یکدیگر هدایت می‌شوند و هر ارتباط‌گری در هر زمینه‌ای از ارتباط، خواهان دادوستد شخصی و پاداش گرفتن است و به همین دلیل ساده، افراد از ارتباطات رایانه‌واسط برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند (برن، ۱۹۹۳، ص ۱۰). والتر در سال ۱۹۹۶ مدل خود را گسترش داد و این ادعا را مطرح کرد که ارتباطات رایانه‌ای گاهی می‌تواند حتی بیش از ارتباطات رودررو صمیمانه و اجتماعی باشد. از نظر وی کاربران در ارتباطات رایانه‌واسط به دلیل گمنامی می‌توانند خود را آن‌گونه که مایل‌اند اظهار کنند.

وقتی فرد در شرایط گمنامی قرار دارد بدون ترس از قضاوت سایرین به افشای خواسته‌ها و نظراتش بپردازد. در این حالت ممکن است ارتباط وی به راحتی به سمت ارتباطی غیرعقیفانه پیش برود. این در حالی است که همین فرد در دنیای واقعی هرگز نمی‌تواند چنین رفتارهایی را از خود بروز دهد. بنابراین، سطحی از احساسات که ارتباط‌گران در ارتباطات رایانه‌واسط منتقل می‌کنند، حتی از آنچه در تعاملات رودررو می‌گذرد، پیشی گرفته است. والتر این پدیده را «ارتباط تشدید شده فردی»^{۲۲} می‌نامد (والتر، ۱۹۹۳، ص ۱۰) چنین ارتباط‌های صمیمانه‌ای به طور معمول با ارتباط عقیفانه در تقابل و تضاد است.

در تعامل رایانه‌واسط نیز کاربران همانند بازیگران تئاتر عمل می‌کنند ضمن آن‌که در ارتباطات رایانه‌واسط یا همان شبکه‌های اجتماعی سایبری، کاربران در نقش مخاطبان تئاتر نیز بازی می‌کنند. افراد در تعامل با یکدیگر به خوداظهاری می‌پردازند به طوری که هر آنچه در این نوع از ارتباطات رخ می‌دهد نمایش است (ترند، ۲۰۰۱، ص ۱۱۰).

ارتباط عقیفانه سایبری

عفاف، ملکه دوری از گناه در زندگی مؤمن است (ابن منظور، ۲۵۲/۹) که در معنای خاص به پاکدامنی و غلبه عقل بر شهوت جنسی دلالت دارد (ملااحمد نراقی، ۱۳۷۷، ص ۲۴۳/ راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۵۷۳)، همان‌طور که آیت الله مکارم شیرازی می‌نویسد: «عفت دارای مفهوم عام و خاص است؛ مفهوم عام آن خویشتن‌داری در برابر هرگونه تمایل افراطی و نفسانی است و مفهوم خاص آن خویشتن‌داری در برابر تمایلات بی‌بندوباری جنسی است» (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ج ۲، ص ۲۸۳). بنابراین عفاف مفهومی اخلاقی است که رفتارهایی در انسان به صورت ایجابی و سلبی بوجود می‌آورد. در علم اخلاق، مرحوم ملا احمد نراقی در معراج السعاده می‌نویسد: «عفت عبارت است از: مطیع و منقاد شدن قوه شهوانیه از برای قوه عاقله که در اقدام به خوردن و نکاح، حدود اوامر الهی را به لحاظ کمی و کیفی، نگهدارد» (ملااحمد نراقی، ۱۳۷۷، ص ۳۰۵). عفت همان اعتدال عقلی و شرعی است و افراط و تفریط در آن مذموم است، پس در تمامی اخلاق و احوال، حد وسط و راه میانه «عفت» است. امیرمؤمنان می‌فرماید: «اساس عقل، عفاف است و ثمره آن دوری از زشتی است»^{۲۳} (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۵، ص ۷).

اگر ارتباط را با توجه به سنت روان‌شناسی اجتماعی در ارتباطات (Craig 1999, pp. 142-144) و سنت مبادله معنا در دو مکتب ارتباطی جان فیسک بدانیم، پس ارتباط مبادله معنا بین فرستنده و گیرنده که بواسطه آن، معنای جدیدی در گیرنده بوجود می‌آید و یا نمادی برای برانگیختن معنای مورد نظر فرستنده در گیرنده است، (علم الهدی، ۱۳۹۱، ص ۵۲) بدانیم، بنابراین ارتباط عقیفانه «فرایند مبادله معنا بین فرستنده و گیرنده براساس کرامت انسانی است به گونه‌ای که معنایی از شهوت که موجب تحریک شهوت

جنسی شود، در دو سوی ارتباط مگر در چارچوب ازدواج، برانگیخته نشده، و بوجود نیامده باشد». با توجه به این تعریف، مفهوم عفاف در ارتباطات با دو عنصر پیام (کلام و رفتار) و معنا گره خورده و اگر بخواهیم این تعریف را خلاصه تر بیان کنیم: حاکمیت عفاف در ارتباطات انسانی موجب تأمین نیاز جنسی در رابطه زوجیت و عدم ارسال و دریافت پیام شهوت‌انگیز می‌شود (علم الهدی، ۱۳۹۵، ص ۳۶).

تعریف ارتباطی از عفاف موجب توجه به عناصر ارتباط همچون پیام، فرستنده، گیرنده، تأثیر، وسیله ارتباطی و زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی می‌شود. وقتی عفاف بر رفتارها و گفتارهای افراد حاکم باشد، حریم‌های شخصی حفظ شده و امنیت روانی کسی خدشه وارد نخواهد شد. در یک نگاه نشانه‌شناختی، حجاب و رفتارهای معاشرتی به عنوان نمادهای ارتباطی عفاف تعریف می‌شود، به این معنا که نوع معاشرت، معنایی را در دیگران برانگیخته می‌کند و پیامی را به دیگران می‌دهد. این تعریف در دو بعد سلبی و ایجابی از لحاظ ارتباطی قرار دارد. در معنای ایجابی، ارتباطات میان نامحرمان در فضای سایبر براساس کرامت نفس ایشان برقرار می‌شود. همچنین معنای سلبی این است که نباید مورد خطاب قرار دادن زن و مرد سبب تحریک شهوت جنسی یا جلب توجه دیگری (نامحرم) شود. کسی که به صورت مدام ارتباط‌گیری می‌کند و از نشانک‌های لاو^{۲۴} استفاده می‌کند و با اسم کوچک، دیگری را خطاب قرار می‌دهد، کلیشه‌های جنسی را در مبادله معنا قرار داده است.

شبکه‌های اجتماعی سایبری با امتداد رابطه‌های فردی، گروهی و جمعی انسان در یک فضای فرامکانی (هرجا و همه‌جا) و فرازمانی (رابطه آفلاین و آنلاین) فضای جدیدی را در ارتباطات انسانی به صورت کلامی و غیرکلامی بوجود آورده است. با توجه به تعاریفی که از ارتباط و ارتباط عقیفانه ارائه شد، با تسری این مدل از ارتباط در فضای سایبری و ارتباطات رایانه واسط، به وضع مفهوم پرداخته و ارتباط عقیفانه سایبری را با توجه به تعریف قبلی در پژوهش شرف‌الدین، علم‌الهدی و نوروزی (۱۳۹۳)، تعریف می‌کنیم. *ارتباط عقیفانه سایبری^{۲۵} به گونه‌ای از ارتباط گفته می‌شود که در مبادله معنا و پیام بوسیله رایانه و در محیطی فرازمانی و فرامکانی، معناهایی که موجب تحریک شهوت جنسی در اطراف ارتباط می‌شود، وجود نداشته و همه افراد*

با در نظر گرفتن کرامت انسانی یکدیگر به ارتباط‌گیری و مبادله معنا می‌پردازند.

وقتی یک مسلمان در ارتباطات درون‌فردی خود به عفاف درونی دست یافت، یعنی فکر او پیرامون گناه مشغول نشد و چشم و گوش و کلام خود را کنترل کرد، به راحتی می‌تواند به رفتار عفیفانه در رابطه با دیگران دست یابد. در زندگی روزمره، فرد مسلمان هرچند رفتار عفیفانه را از توجه خدای متعال انتخاب نکرده باشد اما چون خود را در نگاه جامعه و خانواده و گروه دوستان، مقید به آموزه‌های دینی می‌یابد، سعی در رفتار عفیفانه می‌کند؛ اما در فضای سایبر که می‌توان به راحتی به فضای خلوت در تعامل با نامحرم دست یافت و در عین حال گمنام و با هویت‌های ساختگی فعالیت کرد، رفتار عفیفانه از حساسیت‌های بیشتری برخوردار می‌شود. ایمیل، چت آنلاین، لایک‌گذاری، انتخاب دوست، عضویت در گروه از جمله فضاهای چالشی در رفتار عفیفانه است. در ارتباط مرد با زن نامحرم، اولاً پوشش که در حوزه ارتباطات غیرکلامی است، برای زن و مرد در برابر یکدیگر از نظر شرع دستور داده شده است (معصومی، ۱۳۸۶، صص ۱۰۲-۱۱۳) و ثانیاً به هر کدام توصیه شده که چشم‌های خود را فرو اندازند (نور: ۳۱ و ۳۰) و ثالثاً از کلامی که در آن ریبه باشد خودداری کنند (احزاب: ۳۲) تا پیامی که معنای شهوت در آن باشد به طرفین ارتباط ارسال نشود.

مردان و زنان باید در محتوای کلام از هرگونه سخنی که اولاً اشاره‌ای به معنای جنسی داشته و ثانیاً شهوت را برانگیزاند، پرهیزند. خداوند متعال می‌فرماید: «...وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا» (احزاب: ۳۲) این آیه به جنبه‌های ارتباطات عفیفانه اشاره دارد که سخن درست و یا به درستی سخن گفتن موجب عدم بکار بردن کلمات هیجان‌بار در لذت شهوت جنسی است (قرطبی، ۱۳۶۴، ج ۱۴، ص ۱۷۸). همچنین خطاب به مردان نیز می‌فرماید که با زنان به معروف و نیکی ارتباط داشته باشید «...وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ..» (النساء: ۱۹).

در احکام مراودات نامحرم آمده است که اگر هرگونه صحبت و رابطه غیرکلامی مرد و زن نامحرم موجب ریبه و فساد باشد حرام است و باید از آن اجتناب کرد. بدین ترتیب صحبت‌هایی که به قصد شهوت انداختن دیگری گفته می‌شود مانند تعریف کردن صحنه‌های تحریک‌کننده، حرام است. حتی صحبت غیرضرور مرد با زن جوان

نامحرم مکروه است. البته به طور کلی صحبت کردن با هر کسی درباره هر چیزی از روی شهوت و لذت جایز نیست (معصومی، ۱۳۸۶، صص ۱۵۳-۱۵۶). خانم‌ها نیز در صحبت کردن با نامحرم باید سه شرط را رعایت کنند: (۱) به قصد لذت و ریبه نباشد. (۲) صدای خود را ترفیق و تلطیف نکنند. (۳) خوف از به گناه افتادن نداشته باشند (معصومی، ۱۳۸۶، ص ۱۵۸). از نظر شرع، تفاوتی بین این‌که دو نفر با هم ارتباط هم‌زمان نوشتاری (چت) داشته باشند یا این‌که ارتباطشان غیرهم‌زمان باشد (مانند نظر‌گذاری، نامه‌نگاری، شرکت در انجمن و...) و یا مکالمه صوتی (چت صوتی) داشته باشند، نیست (حسینی، ۱۳۸۵، صص ۶۹-۷۲).

مجموعه دستورات دین اسلام در مورد عفاف، نظام ارتباط عقیفانه را در زندگی انسان به وجود می‌آورد که می‌توانیم با تقسیم‌بندی ارتباطات به ارتباطات کلامی و غیرکلامی به وجوه مختلف عفاف اشاره کنیم. این شاخص‌ها با بررسی سه پژوهش رشکیانی (۱۳۹۳)، باهنر و علم‌الهدی (۱۳۹۲)، علم‌الهدی (۱۳۹۱) و کرمی و علم‌الهدی (۱۳۹۴) به دست آمده است:

ارتباطات کلامی: ۱. محتوای سخن و کلام سالم، ۲. عدم شوخی بین نامحرمان (محتوا و قالب بیانی)، ۳. سخن گفتن با نامحرم در حد ضرورت؛ ارتباطات غیرکلامی: ۴. حجاب زن، ۵. پوشش مناسب مرد، ۶. غیرت مرد، ۷. کنترل نگاه در برخورد با نامحرم (ارتباط رو در رو، عکس، فیلم)، ۸. کنترل فکر از افکار آلوده، ۹. عدم خودارضائی، ۱۰. پرهیز از نازکی صدای (ناز و کرشمه) زن در ارتباط با نامحرم، ۱۱. پرهیز از بلند خندیدن بین نامحرمان، ۱۲. راه رفتن زن همراه با وقار و طمأنینه، ۱۳. عدم نمایش زینت زنانه و تبرج در جامعه، ۱۴. پرهیز از انس و صمیمیت با نامحرم، ۱۵. اجتناب از خلوت و ارتباط خصوصی با نامحرم، ۱۶. عدم تقلید از الگوهای رفتاری غیرهمجنس، ۱۷. عدم استفاده از عطر تحریک‌کننده در برخورد با نامحرم، ۱۸. عدم شنیدن موسیقی‌های تحریک‌کننده، ۱۹. کسب اجازه در ورود به خلوت دیگری (استیذان)، ۲۰. عدم اختلاط نامحرمان در مکان‌های عمومی، ۲۱. عدم تماس جسمی نامحرمان، ۲۲. رقص همسر برای همسر، ۲۳. ازدواج دائم و ۲۴. ازدواج موقت.

با توجه به آموزه‌های اسلامی، یک انسان مسلمان در رعایت عفاف باید به سطوح

مختلف آن از یک طرف و به ارتباطات کلامی و غیرکلامی از طرف دیگر توجه داشته باشد. البته ارتباطات درون‌فردی می‌تواند مقوم حضور بهتر فرد در سطوح دیگر ارتباطات به مثابه کنش‌های متقابل با دیگران باشد.

تحلیل یافته‌ها

در تحلیل مصاحبه‌ها و توجه به تجربه زیسته کاربرانی که معتقد به رعایت قواعد اخلاقی و دینی هستند به پنج مؤلفه خاص در صورت‌بندی ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری دست یافتیم.

۱. انگیزه‌های حضور در فضای سایبر

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که ارتباط مستقیم با نوع رفتار کاربر دارد انگیزه‌هایی است که او را وارد شبکه‌های اجتماعی کرده و ادامه فعالیت در آن را موجب می‌شود. حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی سایبری به طور معمول با کارکرد سرگرمی پیوند خورده اما به هر صورت موضوع فعالیت ایشان می‌تواند یکی از مؤلفه‌های ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری باشد. از جمله موضوعات فعالیت ارتباط‌گیری با دوستان قدیمی، آموزش و یادگیری، فعالیت اقتصادی و تجاری برای تبلیغات، ارتباط‌گیری برای تبلیغات دینی، تبلیغات فرهنگی، ارائه تحلیل سیاسی و حضور در بحث‌های مختلف است. به طور کلی این موضوعات با انگیزه‌ها در تناظر هستند. مرد ۳۲ ساله، لیسانس: «شبکه‌های اجتماعی برای فعالیت‌های تجاری ما خیلی خوب‌اند، فرصت‌های جدی برای ارتباط‌گیری با مشتری هامون فراهم میشه، البته خوب ارتباط‌گیری‌های نامناسب هم شاید بوجود بیاد».

به طور معمول کسانی که با انگیزه‌های سرگرمی وارد این فضا می‌شوند، وقت زیاد و پرسه‌زنی بیشتری در این فضا دارند. همین می‌تواند زمینه‌ای برای انحراف‌های اخلاقی باشد و سبک زندگی عقیفانه فرد را مختل می‌کند. دختر ۲۳ ساله، دانشجو: «من فقط دانشگاه میرم و خیلی هم واحد برنمی‌دارم. اوقات فراغت زیادی دارم. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی تنها جایی‌اند که می‌تونم بگردم، اتفاقاً جذاب هم هست. خیلی وقت‌ها هم چیزهایی می‌بینم که شاید درست نباشد». همچنین خانم ۳۹ ساله، دیپلم:

«تو خونه حوصله ام سر میره، همسرم و بچه‌ها که از صبح تا شب نیستن؛ من هم تو شبکه‌های اجتماعی می‌گردم، بعضی وقت‌ها دوستای جدید پیدا می‌کنم. مردها بیشتر باهام حرف می‌زنن».

انگیزه‌ها با احساسات و نیازهای افراد نیز گره می‌خورد. احساساتی همچون نیاز عاطفی، هیجانانگیز، کنجکاوی و نیاز جنسی و ارتباط‌گیری برای ازدواج؛ دختر ۲۰ ساله، دیپلم: «وقتی دلم می‌گیره، خصوصاً از مادر و پدرم که بهم گیر میدن خسته می‌شم، تو شبکه اجتماعی راحت‌تر و آزادترم، پسرها معمولاً به درد و دل‌هام گوش میدن و راهنمایی‌ام می‌کنند». همچنین پسر ۲۱ ساله، دانشجوی: «فکر می‌کنم شبکه‌های اجتماعی و ارتباط‌گیری با دیگران خصوصاً غیرهمجنس خیلی هیجان‌داره، برای همین معمولاً جوون‌ها خیلی استفاده می‌کنند. به هر حال ما هم احتیاج به تفریح داریم» و دختر ۲۵ ساله، دانشجوی فوق لیسانس: «مهم‌ترین انگیزه رابطه با خانم‌ها و دوست دختر داشتن برای آقایون است، بعضی‌ها هم خودشون رو گول می‌زنند می‌گویند بیا خواهر یا مادرم بشو... دخترها هم که ساده». به طور معمول برای کاربران تفریح و شادی در ارتباط‌گیری با غیرهمجنس با بی‌هنجاری رفتاری تناظر داشته و قابلیت توجیه دارد.

از جمله انگیزه‌های دیگری که به رفتار عقیفانه کاربران در شبکه‌های اجتماعی مرتبط است می‌توان به فرار از سرخوردگی‌های اجتماعی، افسردگی و انزوا به احساس اهمیت پیدا کردن، بهتر دیده شدن و لذت بردن از زندگی اشاره کرد. دختر ۲۳ ساله، دانشجوی لیسانس: «وقتی از شهرستان اومه باشی، بهره رو هم نداشته باشی، تو کلاس تحویل نمی‌گیرن که هیچ، دستت هم می‌ندازن؛ فضای مجازی جای خوبی برای خالی کردن خودت؛ اتفاقاً میتونی جذاب‌تر هم باشی... معمولاً هر شب برام کلی پیام میاد».

۲. التزام به دین‌داری

دین‌داری^{۲۶} به عنوان مفهوم و مقوله‌ای چند بعدی اعم از نگرش‌ها و قرائت‌های دینی بوده و ناظر بر رفتارها و درگیری‌های افراد با امر دینی نیز می‌شود. بنابراین دین‌داری در یک حالت کلی، داشتن اهتمام دینی است به نحوی که نگرش، گرایش و کنش‌های فرد را متأثر سازد (شجاعی زند، ۱۳۸۴). همچنین می‌توان گفت دین‌داری به معنای درگیری^{۲۷} و دغدغه دینی داشتن است. دین‌داری علاوه بر این، به معنای دینی

بودن و التزام دینی نیز در نظر گرفته شده است (سراج‌زاده، ۱۳۸۴، ص ۵۹). برخی از کاربران معتقدند که اساساً فعالیت در شبکه‌های اجتماعی سایبری با دین‌داری در تضاد بوده و انسان را بیش از پیش به گناه تحریک می‌کند. پسر ۲۲ ساله، دانشجوی لیسانس: «از وقتی در فضای مجازی آمدم هم چیزهایی می‌بینم و هم ارتباط‌گیری‌هایی برایم پیش می‌آید که احساس گناه می‌کنم. اصلاً در زندگی واقعی‌ام اینجوری نبودم، اصلاً خود این فضای مجازی با دین‌داری متناقض است».

به عقیده بسیاری از مصاحبه‌شوندگان، هر کس در زندگی حقیقی التزام بیشتری به آموزه‌های دینی دارد در فضای سایبر هم عقیفانه‌تر رفتار می‌کند. خانم، ۲۷ ساله، لیسانس: «هر کس در خانواده بیشتر با دین آشنا شده باشد، حتماً در فضای مجازی هم کمتر دنبال بی‌حیایی و دوستی با جنس مخالف است. مراقب رفتارهایش هست». همچنین پسر ۲۰ ساله، دانشجوی لیسانس: «من همیشه سعی می‌کنم در ارتباط‌گیری‌هام در فضای مجازی خودم را در دین‌داری در فضای حقیقی قرار دهم، این طوری کمتر باعث می‌شه که با دخترها صمیمی بشم».

البته برخی دیگر میزان آشنایی و مهارت‌های رسانه‌ای در فضای سایبر را مکمل دین‌داری دانسته و امکان تحت تأثیر میدان قرار گرفتن را برای دین‌داران سستی یا ناآشنا به فضای سایبری را محتمل می‌شمرند. دختر ۲۰ ساله، دانشجوی لیسانس: «اصلاً مهم نیست که دین‌دار باشیم یا نباشیم، مهم این است که بلد باشیم چگونه در فضای مجازی رفتار کنیم». همچنین پسر ۲۲ ساله، دانشجوی لیسانس: «بارها شده که دیدم دخترهای مذهبی گاف می‌دهند. عکس پروفایلشان را با حجاب کامل و صورت گرد می‌گذارند، اصلاً فکر نمی‌کنند که جذاب‌تر شده‌اند. خوب این‌ها هرچند دین‌دارند اما عقیفانه رفتار نمی‌کنند».

امکان تعارض و درگیری بین دین‌داری با احساسات هیجانی و لذت از ارتباط‌گیری با غیرهمجنس در فضای سایبر به شدت افزایش می‌یابد. پسر ۲۴ ساله، دانشجوی فوق لیسانس: «به هر حال برای یک مرد مجرد ارتباط‌گیری با دخترها هیجان دارد و امکان لغزش هست، این با دین‌داری در تعارض هست و یک وقت امکان دارد به ارتباط جنسی برسد». یا مرد ۲۵ ساله، لیسانس: «در برخی ارتباطات که گناه آلود است مثل ارتباط خانم‌های متأهل که با پنهان داشتن تأهل خود طرح دوستی با مردان را

می ریزند، که اگر این مردان مذهبی باشند بعداً گرفتار عذاب وجدان خواهند شد». همچنین دختر ۲۹ ساله، فوق لیسانس: «زمانی که سن من کم بود و نگرشم به دنیا مثل الان نبود، درگیر رابطه‌ای شدم که به خاطر دین ما که با یکدیگر متفاوت بود، از ازدواج با همدیگر گذشتیم و سال‌ها طول کشید تا هر دو مون آروم بگیریم».

۳. سواد سایبری و عفاف

سواد سایبری به معنای مهارت‌هایی است که کاربر بکار می‌گیرد تا بتواند حداکثر بهره‌برداری با کمترین آسیب را در اینترنت داشته باشد. سواد سایبری می‌تواند به کاربری که ملتزم به دین‌داری و رعایت قواعد عفاف است کمک کند. یکی از حوزه‌های سواد سایبری، مرزبندی در حریم خصوصی و عمومی در اینترنت است. دختر ۲۲ ساله، لیسانس: «هرچند هر دو فضای عمومی و خصوصی در فضای سایبر قابل تعریف و حد و رسم است. اما ادعای وجود حریم خصوصی در اینترنت، تقریباً غیرقابل قبول است. وقتی عکس‌های مهمونی‌ام رو روی صفحه خصوصی‌ام گذاشته بودم، چند روز بعد دیدم پسرای کلاس دارن تو موبایلشون همه‌اش رو مرور می‌کنن (با خنده تلخ)». همچنین مرد ۳۰ ساله، فوق لیسانس: «وقتی موبایلم رو عوض کردم و اکانت گوگل رو ثبت کردم دیدم به طور خودکار عکس‌هام از گوگل فوتو منتقل شد و حسابی شوکه شدم. اصلاً حریم خصوصی رو نمی‌تونیم بفهمیم کجاست و کجانیست؟!».

البته حریم خصوصی می‌تواند وجهی برای دیده شدن در شبکه‌های اجتماعی سایبری باشد که بدین جهت افشای آن مزیتی برای کاربران به حساب می‌آید. مرد ۲۸ ساله، دانشجوی دکتری: «در شبکه‌های اجتماعی سایبری کاربران به عنوان یک رسانه^{۲۸} به دنبال دیده شدن هستند و هر چیزی که به دیده شدن آن‌ها کمک کند را بکار می‌گیرند. برای همین حریم خصوصی خودش را افشا کند تا دیده شود زیرا اطلاعات شخصی همچون سرگذشت زندگی، خاطرات خصوصی با دوستان و خانواده، مسافرت‌ها و بازدیدها، وضعیت تحصیلی، شرایط محیط اشتغال و کار و علاقه‌مندی‌های خاص همه از جمله اطلاعاتی است که کاربران دوست دارند از یکدیگر بدانند».

اگر سواد سایبری در کاربران محقق شود به راحتی به هر کاربر دیگری اعتماد نمی‌کنند. مرد ۲۴ ساله، لیسانس: «واقعاً نمی‌شود در فضای مجازی که امکان دروغ

خیلی زیاد و راحت است به کسی اعتماد کرد. اما نمی‌دونم چرا دخترا به این راحتی به حرفا و قول‌های پسرها اعتماد می‌کنند!». همچنین دختر ۲۹ ساله، لیسانس: «پسرها از اعتمادهایی که دخترها می‌کنند سوءاستفاده می‌کنند. خودم یک‌بار به حرفای یک کاربر مرد در مورد شهدا اعتماد کردم و جذب او شدم، بعد از مدتی به بهانه تعریف خواب شهدا با من قرار حضوری گذاشت و ...».

سواد سایبری سبب می‌شود که کاربر نسبتی واقعی بین هر دو ساحت زندگی برقرار کند، به صورتی که هر دو را در زندگی حقیقی خود بداند. کاربران هوشمند اساساً از این‌که رابطه‌های سایبری به رابطه‌های واقعی در زندگی تبدیل شوند پرهیز کرده و با احتیاط زیاد اقدام می‌کنند. دختر ۲۵ ساله، لیسانس: «با پسری سر بحث‌های سیاسی اشتراکاتی داشتم و خیلی همراهی هم را در گروه‌های تلگرام می‌کردیم، بعد از مدتی درخواست کرد برای این‌که بحث هامون رو با هم چک کنیم یک جلسه در پارک بذاریم، وقتی دیدمش خیلی سریع از من تقاضاهای دیگری مطرح کرد... خیلی شوکه شدم. از اون به بعد بیشتر دقت می‌کنم».

۴. مشخصات فردی

از جمله متغیرهایی که بر شکل‌گیری ارتباط عفیفانه در فضای سایبر مؤثر است، مشخصات فردی همچون جنسیت، تأهل، گروه سنی و طبقه اجتماعی است که مورد تأکید کاربران قرار داشت. دختر ۲۶ ساله، دانشجوی فوق لیسانس: «پسرهایی که مرتب دنبال راه میافتن خیلی مشخصه که شهرستانی‌اند، خیلی ساده ارتباط می‌گیرن و سریع هم می‌خوان صمیمی بشن، کم سن و سال هم هستن، اصلاً معلومه که تا حالا از این‌کارا نکرده».

این متغیرها می‌تواند موجب تغییر رفتارهای کاربران می‌شود. پسر ۲۷ ساله، لیسانس: «وقتی می‌بینم کاربر دختری در پروفایلش متأهل هست، نه درخواست دوستی براش می‌فرستم و نه اصلاً باهاش صحبتی می‌کنم». هر چند موجب کنترل رفتارها هم می‌شود. پسر ۲۳ ساله، لیسانس: «اصلاً با کاربرهای دختر کاری ندارم مگر این‌که ببینم ازدواج کرده باشند که می‌تونم با احتیاط همراهی بفرستم. چون به هر حال این‌ها بیشتر قیود رو حفظ می‌کنند و خودم هم احساس شرم‌ام بیشتر می‌شه».

به طور معمول کاربرهای کم سن و سال از کنجکاوی بیشتری برخوردار بوده و ارتباط‌گیری‌های خطرناکی می‌توانند داشته باشند. دختر ۳۵ ساله، فوق لیسانس: «دخترها و پسرهای کم‌سن‌تر خیلی وقت می‌گذارند و ارتباط‌گیری‌های زیادی هم انجام می‌دهند که اخبارش در حوادث گفته می‌شه». اما کاربرهای با سن و تحصیلات بالاتر کمتر رفتارهای خطرپذیر دارند. مرد ۳۲ ساله، فوق لیسانس: «قبلاً خود من هم خیلی وقت می‌گذاشتم اما با گذشت سن دیگر برای هر کاری سراغ این فضا نمی‌روم و کمتر هم دنبال دوستی با دخترها هستم».

تأهل هم از جمله متغیرهایی است که در ارتباط عقیفانه مهم شمرده می‌شود. مردان متأهل به هر دلیلی به دنبال دخترها هستند و امکان افشای ارتباط احتیاط آن‌ها را بیشتر می‌کند. برای همین شاهد تعارضاتی در رفتارهای این‌گونه از کاربران هستیم. این تعارضات بین هویت و زندگی واقعی ایشان با زندگی سایبری پیش می‌آید، خصوصاً اگر همسر یا خانواده او یا آشنایی متوجه رفتارهای بی‌هنجار فرد در فضای سایبر شوند، خسارت‌های جبران‌ناپذیری بوجود می‌آید. مرد ۳۴ ساله، فوق لیسانس: «یکی از دوستانم متوجه می‌شود که خانمش در ارتباط‌گیری گسترده‌ای با مردهای دیگر البته فقط در فضای مجازی است. اما محتوای ایمیل‌ها و پیام‌هاشون جالب نبوده... دیگه نتونست با خانمش زندگی کنه و طلاق گرفت».

۵. ساخت هویت مجازی

هویت مجازی شامل اطلاعات شخصی به عنوان پروفایل، فعالیت‌های کاربر و دنبال‌کننده‌هاست. هر فردی به عنوان کاربری در فضای سایبر می‌تواند هویتی بسازد که یا عین یا بخشی از هویت واقعی ایشان در فضای حقیقی است. پسر ۲۲ ساله، لیسانس: «کاربر می‌تواند به صورت حرفه‌ای اطلاعات شخصی خود را گزینشی وارد کند. نه دروغ بگوید و نه همه را راست بگوید. این‌طوری می‌تواند هر قدر که می‌خواهد شناخته شود». هویت مجازی می‌تواند برآمده از همان هویت حقیقی باشد چنانکه مرد ۳۰ ساله، فوق لیسانس: «زندگی مجازی جدای از زندگی حقیقی انسان‌ها نیست. چون همان اخلاق و ارزش‌ها در رفتارها وجود دارد و مشخص می‌شود. اگر کسی در زندگی بی‌حیا باشد در فضای مجازی هم بی‌حیاست و اگر اهل مراعات باشد، خب تبعاً هر کاری نمی‌کند».

همچنین می‌تواند هویتی کاملاً دروغین باشد. هویت‌های دروغین می‌توانند از خصوصیت گمنامی در فضای مجازی استفاده کرده و خیلی بی‌قید و بندتر رفتار کنند. دختر ۲۴ ساله، لیسانس: «من خیلی در ارتباط‌گیری با کاربران دختر مراقب‌ام، چون یک‌بار با یکی از کاربران دختر که همراه شده بودم بعد از مدتی متوجه شدم بعضی عکس‌ها رو که باهاش به اشتراک گذاشتم داره بین پسرها پخش می‌کنه و بعد یک نفر دیگه به من گفت که اصلاً اون پسره!» گمنامی و هویت دروغین برای افرادی که می‌خواهند جور دیگری دیده شوند و تصویر خود را مدیریت کنند، کاربرد زیادی دارد. استفاده از حساب کاربری با هویت غیرهمجنس سبب رفتارهایی در شخص می‌شود که به نوعی باید خود را مطابق کاربر غیرهمجنس کند^{۲۹} زیرا فضای ارتباطی او کاملاً متفاوت خواهد بود. تصویر شکل گرفته از وی این امکان را فراهم می‌کند که وارد گفتگوها و گروه‌های غیرهمجنس شده و به نوعی مورد اعتماد ایشان قرار گیرد، از زندگی خصوصی آن‌ها مطلع شود و حریم‌های مختلفی برای او باز شود. حتی به نظر می‌رسد بسیاری از چالش‌ها و تصاویر دریافت شده از او در مدیریت ادراک و خواسته‌های از پیش تعیین شده خود او ننگجیده و با حوادث غیرقابل‌پیش‌بینی مواجه خواهد شد. بنابراین چنین شخصی در یک دایره ارتباطی غیرعفیفانه گرفتار می‌شود. البته هویت بازنمایی شده از فرد در شبکه‌های اجتماعی لزوماً قابل کنترل نیست و امکان سوءاستفاده از آن هست. پسر ۲۴ ساله، دانشجوی لیسانس: «بارها دیدم که اکانت شخصیت‌ها و بازیگران مشهور هک می‌شود یا بدل آن را می‌زنند. بعد شروع می‌کنند به فالوور گرفتن تا به یک مرحله جدی می‌رسن، سراغ همون شخصیت می‌روند و از او اخاذی می‌کنند».

کاربران حرفه‌ای می‌توانند هویت افراد گمنام را از جهت جنسیت، خصوصاً در توجه به مدل ارتباط‌گیری و فعالیت‌های پیشین او شناسایی کنند. پسر ۲۰ ساله، دانشجوی لیسانس: «فیک‌ها^{۳۰} داد می‌زنند. چون خیلی‌ها بلد نیستند شخصیت دوگانه داشته باشند و همه‌اش بازیگری است. دو تا سؤال از فعالیت‌هاشون بررسی متوجه میشی که فیک‌اند».

۶. انتخاب همراهان

یکی دیگر از مؤلفه‌هایی که در ارتباط عقیفانه و زندگی سایبری بسیار مؤثر است، انتخاب همراهان^{۳۱} است. همراهان می‌توانند بر هویت مجازی کاربر مؤثر باشند. خانم ۳۲ ساله، دیپلم: «اصلاً با کسانی که عکس‌های پروفایل‌شان زننده است یا پیام‌های زشتی در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند فالو نمی‌شم، چون اگر هم صفحه‌هاشون رو چک نکنی ولی بدنامی‌اش روت می‌مونه و دیگران فکر می‌کنن من هم اینکارم». البته برخی از کاربران برای انتشار بیشتر مطالبشان هر همراهی را قبول می‌کنند و اتفاقاً به صورت ناخواسته مطالب نامناسبی در دیواره‌ها و صفحه‌هایشان از سوی کاربران بی‌هنجار می‌آید. پسر ۲۲ ساله، دانشجوی لیسانس: «یکبار پدرم در جلوی لپ‌تاپم نشسته بود و با من صحبت می‌کرد که در دیواره فیس‌بوکم همین‌طور عکس‌ها و پست‌های پورنو می‌آمد».

امکان صمیمیت به خاطر راحت بودن و استمرار ارتباط بین همراهان وجود دارد که در نتیجه تعادلات روانی افراد را به هم می‌زند. خانم ۳۲ ساله، فوق لیسانس: «حواست نیز بعد از مدتی متوجه می‌شی که به یک کاربر علاقه‌مند شدی، از پست‌هاش خوشت می‌یاد و به ارتباط‌گیری‌هاش زود پاسخ می‌دی، واقعاً خیلی راحت و اصلاً فکر نمی‌کنی که شاید هویت‌اش دروغی باشه. بعد اگر پا ندی ولت می‌کنه و تو هم یک مدت افسرده و سرخورده می‌شی. به همین سادگی». ارتباط‌گیری کاربر غیرهمجنس به نوعی زمینه‌سازی برای ارتباطات احساسی است که احساسات طرف مقابل را درگیر می‌کند.

طبق نظریه نفوذ اجتماعی که در تلاش برای شرح چگونگی گسترش روابط بین فردی از عدم آشنایی بین افراد تا دوستی بین آنها است، می‌توان روابط عاطفی در شبکه‌های اجتماعی سایبری را تحلیل کرد. ارتباط‌گیری کاربر غیرهمجنس به نوعی زمینه‌سازی برای ارتباطات احساسی است که احساسات طرف مقابل را درگیر می‌کند، مثلاً پسری که برای کاربر دختر مذهبی عکس‌های شهدا را ایمیل می‌کند و بعد شروع به ارتباط‌گیری‌های مداوم می‌کند. همچنین استفاده از ضمائم مفرد یا خطاب قرار دادن طرف مقابل با نام کوچک از جمله شیوه‌های ارتباطی برای ایجاد صمیمیت و ارتباط احساسی با کاربر غیرهمجنس است. همچنین شکلک‌ها در انتقال پیام و تصویرسازی

احساسات بسیار مؤثرند. طبق نظریه جاذبه نیز کاربران به مؤلفه‌هایی در شخصیت و رفتارهای یکدیگر می‌رسند که صمیمیت و علاقه میان ایشان را قوت می‌دهد. به نظر می‌رسد گروه‌هایی که تجربه زیسته کمتری در برخورد با نامحرم دارند یا در فضای سستی زندگی می‌کنند، همچون جوانان شهرستان‌های کوچک یا برخی اقوام و گروه‌های مذهبی، در برخورد با نامحرم در شبکه‌های اجتماعی حریم‌های خصوصی را رعایت نکرده، بلیحانه رفتار کرده و به راحتی اعتماد می‌کنند. یکی دیگر از آسیب‌های ارتباط‌های آزاد و آسان بین نامحرمان در شبکه‌های اجتماعی که بسیاری از کاربران شاهد آن هستند، ارتباط‌های صمیمی بین افراد و شکست‌های عشقی است که موجب افسردگی می‌شود.

نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی سایبری، انسان را در شرایط جدیدی از ارتباط میان‌فردی در ارتباطات جمعی قرار می‌دهد که مؤلفه‌های زمان و مکان را برای او حذف کرده و فرد احساس دیگری نسبت به ارتباط با غیرهمجنس پیدا می‌کند. بنابراین نمی‌توان شبکه‌های اجتماعی را صرفاً یک ابزار دانست و تعامل سازنده با آن را به تربیت فرد در زندگی واقعی منوط کرد، بلکه قسمتی از این تعامل سازنده در تجربه زیسته و شکل‌گیری نظام نشانه‌ای و معنایی این فضا در زندگی حقیقی فرد سامان می‌یابد. تربیت افراد برای رفتار در دنیای واقعی همراه با فضای سایبر با تربیت افراد برای زندگی در دنیای واقعی تنها، تفاوت‌هایی دارد که معمولاً از تربیت نوع اول به سواد رسانه‌ای^{۳۲} یاد می‌شود.

چنانکه بسیاری از کاربران تأکید می‌کردند، زندگی سایبری لزوماً جدای از فضای واقعی زندگی انسان نیست هر چند اقتضائات و شرایط متفاوتی را برای انسان بوجود می‌آورد. بنابراین هنجارها و ارزش‌های حاکم بر زندگی انسان در این محیط نیز تسری می‌یابد، اما با توجه به تفاوت شرایط امکان خطای رفتاری بالا می‌رود. برای همین هم تربیت اخلاقی فرد در دنیای واقعی و هم تربیتی که ناظر به ویژگی‌ها و ابعاد فضای سایبر باشد بر رفتارهای کاربر در فضای سایبر مؤثر است.

نتایج پژوهش فقهی (شرف الدین، علم الهدی و نوروزی، ۱۳۹۵) نشان می‌دهد که هرگونه تلذذ از نامحرم یا انجام هر عملی که در آن خوف افتادن به گناه وجود دارد، حرام است. انس با نامحرم و اظهار این علاقه به دلیل ریبه جایز نیست (حسینی، ۱۳۸۵، ص ۸۲). همچنین نتایج این پژوهش حاکی از آن است که هرگونه ارتباط کلامی با نامحرم در صورتی که در آن تلذذ و ریبه رخ ندهد بلاشکال است. در این موضوع طرح مسائل شهوت‌انگیز به دلیل آن که قطعاً شامل عنوان تلذذ می‌شود جایز نیست (حسینی، ۱۳۸۵، صص ۶۹-۷۲). لازم به ذکر است که منظور از ارتباط کلامی در این قسمت، هرگونه ارتباط از طریق صوت یا متن با نامحرم است.

از آنجایی که رویکرد پژوهش حاضر، پدیدارشناسی بود، بنابراین می‌توان به گونه‌شناسی کاربران با توجه به مقولات محوری و چارچوب مفهومی ساخته شده دست یافت. در بازخوانی مقولات محوری ارتباط عقیفانه سایبری همچون انگیزه‌های حضور، التزام به دین‌داری، انتخاب همراهان، مشخصات فردی، ساخت هویت مجازی و سواد سایبری به چهارگونه دست می‌یابیم:

اول. کاربر متدین آشنا، به گونه‌ای از کاربران گفته می‌شود که نه تنها اعتقاد به ارزش‌های اسلامی داشته بلکه مقید به رعایت این ارزش‌ها و آداب اسلامی در زندگی سایبری دارند. بنابراین به دنبال سرگرمی و تفریح در ارتباط با دیگری غیرهمجنس نبوده و زمینه‌های این ارتباط را با برخورداری از سواد سایبری کنترل می‌کنند. سواد سایبری و تقید به احکام دین موجب فعالیت هوشمندانه ایشان در پرهیز از زمینه‌های ارتباط غیرعقیفانه سایبری می‌شود. مشخصات فردی خود را به صورت کامل انعکاس نداده و از همراهی کاربران بی‌مبالات خودداری می‌کنند.

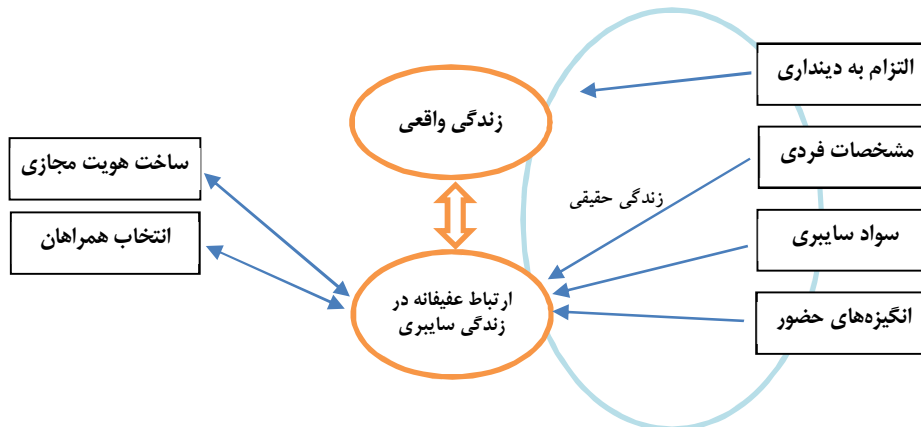
دوم. کاربر متدین ساده، به گونه‌ای از کاربران گفته می‌شود که هم اعتقاد به ارزش‌های اسلامی داشته و هم سعی در رعایت این احکام در زندگی سایبری دارند. هرچند به خاطر عدم وجود سواد سایبری، مشخصات فردی خود را انعکاس داده، متوجه حریم خصوصی نبوده و به راحتی به کاربران دیگر اعتماد می‌کنند. بنابراین امکان قرار گرفتن در چالش‌های ارتباط غیرعقیفانه سایبری را دارند.

سوم. کاربر متدین بی‌مبالات، به گونه‌ای از کاربران گفته می‌شود که اعتقاد به

احکام و ارزش‌های اسلامی همچون عفاف داشته اما در فضای مجازی خود را ملتزم به رعایت آداب اسلامی نمی‌دانند. انگیزه سرگرمی بر دیگر انگیزه‌ها برای حضور در فضای سایبر غالب بوده و در ارتباط با دیگری غیرهمجنس بی‌مبالا رفتار می‌کنند، به این معنا که انتخاب همراهان غیرعفیف، خطاب با اسم کوچک، تداوم ارتباط و ایجاد صمیمیت برای ایشان محدودیت نداشته و حتی زمینه‌های ارتباط غیرعفیفانه در فضای سایبر با ساخت هویت غیرواقعی و بکار بردن جذابیت‌های محرک را فراهم می‌کنند.

چهارم. کاربر بی‌قید، کاربری است که هر چند معتقد به خدا و اصول دین داشته باشد، اما ملتزم به رعایت احکام و ارزش‌های اسلامی نیست. در انعکاس مشخصات فردی و رفتارهای محرک برای برخورداری از بیشترین تفریح در ارتباط‌گیری با غیرهمجنس قیدی نداشته و از به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و پیام‌های پورن ابایی ندارند. کاربران متدین از ارتباط‌گیری با این دسته احراز می‌کنند زیرا همراهی با این‌گونه سبب قرار گرفتن در دایره ارتباط غیرعفیفانه خواهد شد.

با توجه به زیست کاربران در فضای سایبر نمی‌توان زندگی سایبری را از زندگی واقعی جدا دانست، بنابراین هر دو را در مفهومی به نام زندگی حقیقی می‌فهمیم. التزام به دین‌داری می‌تواند بر ارزش‌ها و نوع رفتار فرد در هر دو ساحت تأثیرگذار باشد. متغیرهایی که بر ارتباط عفیفانه در زندگی سایبری مؤثر بودند مشخصات فردی (سن، جنسیت، تحصیلات و طبقه اجتماعی)، التزام به دین‌داری، سواد سایبری (شناخت گمنامی، اعتماد، رفتارهای متفاوت)، انگیزه‌های حضور و تداوم (سرگرمی و لذت بردن، بهتر دیده شدن، فرار از انزوا و سرخوردگی‌های اجتماعی، ارضاء نیازهای عاطفی، کنجکاوی، ازدواج) است. اما توجه به ارتباط عفیفانه در زندگی سایبری بر ساخت هویت مجازی، انتخاب همراهان و حل تعارضات فردی اثرگذار است. بنابراین مدل مفهومی زیر که برگرفته از چارچوب مفهومی و پدیدارشناسی کاربران است، می‌تواند گویای متغیرهای مرتبط با ارتباط عفیفانه در زندگی سایبری باشد.



در این مقاله با توجه به چارچوب نظریه عفاف اسلامی در زندگی سایبری، به جمع‌آوری داده‌ها با روش مصاحبه و مشاهده غیرمشارکتی در شبکه‌های اجتماعی سایبری پرداخته و در تحلیل اطلاعات، با توجه به مصادیق ارتباط عقیفانه به مواردی که چگونگی ارتباط عقیفانه سایبری را در شبکه‌های اجتماعی مشخص می‌کند، اشاره می‌شود. این موارد هرچند به رفتارهای فردی اختصاص دارد اما رویکردی تربیتی و در نهایت شکل‌دهنده جامعه‌ای سایبری منطبق با ارزش اسلامی عفاف است.

الف) خودآشنایی و ساخت هویت مجازی:

- کاربران می‌توانند با هویت واقعی خود نه به صورت کامل در فضای مجازی زندگی کنند. بنابراین از ساخت هویت غیرهمجنس و هویت‌های دروغینی که اطمینان حاشیه‌گناه را فراهم می‌کند، پرهیز می‌کنند.
- اطلاعات حریم خصوصی خود یا کاربر دیگر در شبکه‌های اجتماعی سایبری به صورت کامل افشا نشود.
- عدم بازنمایی هویت مجازی یا به اشتراک گذاری مطالبی که موجب جلب توجه و جذب کاربران غیرهمجنس به شخصیت فرد در شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

ب) ارتباط‌گیری با دیگران:

- در برقراری ارتباط با کاربر غیرهمجنس، همیشه سعی شود که او را با یک کاربر همجنس مساوی دانست و بعد خویشتن را در چگونگی و اهمیت این

ارتباط به آزمون گذاشت.

- شوخی و مزاح در ارتباط‌گیری‌ها به‌طور معمول وجود دارد. اما بین نامحرمان قدری غرور و متانت به همراه کم‌گویی در ارتباطات، می‌تواند فضای ارتباط عقیفانه را مستحکم کند.
 - کاربران می‌توانند در پاسخ به نامه‌ها، مطالب و سؤالات دیگری غیرهمجنس، تعلل ورزیده و معمولاً این تأخیر را به صورت نامنظم اعمال کنند.
 - حتی الامکان از ارتباطات زنده نوشتاری و صوتی با کاربر غیرهمجنس خودداری شود و به‌هیچ‌وجه ارتباطات زنده تصویری برقرار نگردد.
 - در هرگونه ارتباط با کاربر غیرهمجنس، خلاصه‌گویی و خلاصه نوشتن رعایت شود و به حد ضرورت پیام منتقل شود.
 - از هر گونه به‌کاربردن افعال و ضمائر مفرد در مخاطب قرار دادن کاربر غیرهمجنس خودداری شود.
 - از ارتباط مداوم با کاربر غیرهمجنس خاص خودداری شود زیرا امکان صمیمیت را افزایش می‌دهد. این ارتباط یا به صورت رصد کردن فعالیت‌های طرف مقابل، یا ارتباط‌گیری به صورت اظهار نظر و خوشم آمد بر مطالب است.
 - کاربران دختر نباید به صورتی با کاربران پسر ارتباط داشته باشند که از لحاظ ارتباطی پایین‌تر بوده و در برابر بالاتر خضوع کنند.
- ج) فعالیت در شبکه‌های اجتماعی:
- هویت، فعالیت‌ها و خصوصیات واقعی کاربر غیرهمجنس تجسس نشود.
 - مطالب خاص پسرانه یا دخترانه در پیش روی عموم کاربران اشتراک‌گذاری نشود.
 - عدم فعالیت بیش از اندازه در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به صورتی که مصداق اعتیاد اینترنتی قلمداد شود.
 - فرد با انتخاب کاربرانی که در دنیای واقعی ایشان را می‌شناسد یا کاربرانی که به‌طور قطع خود را با هویت واقعی در فضای مجازی معرفی کرده و فعالیت‌های مورد اطمینانی در رعایت ارزش‌های اسلامی دارند، روابط دوستی در شبکه‌های اجتماعی داشته و فضای ارتباطی اصلی خود را در ارتباطات

مداوم با متدینین تنظیم کند.

این موارد، نه تنها می‌تواند ترسیم‌کننده رسم ارتباط عقیفانه در زندگی سایبری باشد بلکه راهکارهایی عملی برای برقراری ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری است که کاربران با توجه به مجموعه این راهکارها می‌توانند به صورت نسبی ارتباط‌گیری خود را تنظیم کنند، هرچند راهکار اصلی توجه به خدا در همه این موارد بوده که هم نیت و هم رفتار فرد را در فضای کرامت انسانی قرار می‌دهد.

به هر حال در مواجهه با چالش‌های غیراحتمالی عفاف در شبکه‌های اجتماعی، تربیت و آموزش رسانه‌ای ضمن تربیت دینی در فضای حقیقی برای افراد لازم است. بنابراین مهم‌ترین توصیه سیاستی، آموزش عفاف اسلامی در فضای سایر به دانش‌آموزان براساس سواد رسانه‌ای است که در سه بستر می‌تواند انجام شود: خانواده، مدرسه و کانون‌های فرهنگی محلات همچون مساجد.

یادداشت‌ها

1. Globalization
2. Social network Cybernetic
3. Phenomenology
4. quantity research
5. Intensity Sampling
6. www.plus.google.com
7. www.facebook.com
8. www.cloob.com
9. www.netiran.net
10. Credibility
11. transformability
12. confirm ability
13. Data Reduction
14. Cybernetic Life
15. Social Penetration Theory
16. Altman
17. Taylor
18. Levinger
19. Snoek
20. Self-disclosure
21. Perception Management Theory
22. Hyperpersonal Communication

۲۳. إِنَّ أَصْلَ الْعُقُلِ الْعَفَافُ وَ ثَمَرَتُهُ الْبِرَاءَةُ مِنَ الْإِثْمِ

۲۴. Love نشانک‌هایی برای ابراز عشق و محبت

- 25 Cybernetic Efaf Communicate
26. religiosity

27. Religious Involvement
28. Media

۲۹. حرمت تشبیه به غیرهمجنس در فقه

۳۰. در اصطلاح به شخصیت دروغین در فضای مجازی گفته می‌شود.

31. Followers

۳۲. Media literacy: به نوعی آگاهی و نگاه انتقادی نسبت به رسانه و کارکردهای آن گفته می‌شود که سبب استفاده بهینه و با احتیاط از رسانه‌ها خواهد شد (شرف الدین، علم الهدی و نوروزی، ۱۳۹۵).

کتابنامه

- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق). لسان العرب. (چاپ سوم). بیروت: دار صادر.
تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۶۶). تصنیف غرر الحکم و درر الکلم. قم: دفتر تبلیغات.
حسینی، سید مجتبی (۱۳۸۵). احکام نگاه و پوشش. قم: دفتر نشر معارف.
خسروی، شراره و سعیدی، ژیلایا عابد (۱۳۸۹). گروه متمرکز، روشی در گردآوری اطلاعات. نشریه پرستاری ایران، دانشگاه علوم پزشکی تهران، دوره ۲۳، شماره ۶۸، اسفندماه، ۱۹-۳۰.
دهخدا، علی اکبر (۱۳۴۱). لغت‌نامه دهخدا، تهران: دانشگاه تهران.
رستگار خالد، امیر و محمدیان، فاطمه (۱۳۹۲). استفاده از اینترنت و احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه دانشگاه باهنر کرمان)، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۴، شماره ۵۴، تابستان، صص ۵۳-۸۹.
راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق). المفردات فی غریب القرآن، بیروت: دارالعلم.
سرمدی، محمدرضا؛ اسماعیلی، زهره؛ شیرینی، مریم؛ و مرادی، علی (۱۳۹۴). بررسی رابطه استفاده از ابزارهای جهانی شدن با حجاب بانوان لیگ برتر فوتسال ایران. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۲(۷)، ۲۹-۴۰.
سراج‌زاده، حسین (۱۳۸۴). چالش‌های دین و مدرنیته. تهران: نشر طرح نو.
شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دین‌داری. نامه جامعه‌شناسی ایران. دوره ششم. شماره اول. بهار.
شرف الدین، سیدحسین؛ علم الهدی، سیدعبدالرسول و نوروزی، محمدجواد (۱۳۹۳). ارتباط عقیفانه در شبکه‌های اجتماعی سایبری. فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۵(۵۹)، ۷-۳۷.
صفایی، پروین (۱۳۹۱). تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر سبک زندگی کاربران اینترنت. سایت مشرق نیوز، تاریخ آخرین بازدید: ۶ اسفند، <http://www.mashreghnews.com>
طریحی فخرالدین (۱۳۷۵). مجمع البحرین. (چاپ سوم). تهران: کتابفروشی مرتضوی.
قرشی، سید علی اکبر (۱۳۷۱). قاموس قرآن. (چاپ ششم). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
علم‌الهدی، سیدعبدالرسول (۱۳۹۱). ارتباط عقیفانه در تلویزیون و سینما. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

علم‌الهدی، سیدعبدالرسول (۱۳۹۵). سیاست‌گذاری تربیتی ارتباط عقیفانه در دانشگاه‌ها با توجه به دریافت دانشجویان. رساله دکتری در رشته سیاست‌گذاری فرهنگی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری.

قرطبی، محمد بن احمد (۱۳۶۴). الجامع لأحكام القرآن. تهران: انتشارات ناصر خسرو، ۱۳۶۴.
 کرمی، محمدتقی و علم‌الهدی، سیدعبدالرسول (۱۳۹۴). ارتباط عقیفانه به مثابه نظریه‌ای فرهنگی - ارتباطی، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ششم، شماره سوم، ۲۷-۴۹.
 گال، مردیت، بورگ، والتر و گال، جویس (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق کمی و کیفی در روان‌شناسی و علوم تربیتی، ترجمه احمدرضا نصر و همکاران، تهران: انتشارات سمت.
 قصابی، فاطمه و نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۹۴). نقش ارزش‌های فرهنگی بر محتوای شبکه‌های اجتماعی. رسانه و فرهنگ، ۸۳-۱۰۹.

محمدی، میثم؛ نقی‌پور ایوکی، سحر؛ و رستگار خالد، امیر (۱۳۹۱). کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره. مطالعات راهبردی زنان، ۱۴(۵۶)، ۷-۸۲.
 محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش (منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی)، (چاپ دوم). تهران: جامعه‌شناسان.

مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۴ق). بحار الأنوار، بیروت: مؤسسة الوفاء.
 مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۶). اخلاق در قرآن: فروع مسائل اخلاقی. (چاپ سوم). قم: مدرسه الامام علی بن ابی طالب (ع).

معصومی، مسعود (۱۳۸۶). احکام روابط زن و مرد و مسائل اجتماعی آنان، قم: بوستان کتاب، چاپ سی هشتم، ویرایش هفتم.

مینینگ، فلیپ (۱۳۸۰)، اروینگ گافمن و جامعه‌شناسی نوین، (ثریا کامیار، مترجم). تهران: کامیار.
 نراقی، ملا احمد (۱۳۷۷). معراج السعاده. تهران: انتشارات دهقان.

Bumeister, Ray F. *The self in social psychology*, Taylor and Francis Group, 1999.

Byrne, Elizabeth. *The formation of relationships on IRC*, 1993. Available at: www.irchelp.org/communication-research/academic. Accessed in: 2012/3/3

Craig, Rabert T (1999). Communication Theory as a Field. *Communication theory*, nine: two, 119-161.

Chenault, Brittney G. *Developing personal and emotional relationships via computer mediated communication*, CMC magazine, May 1998.

Trend, David. *Reading digital culture*, Blackwell publishers, 2001.

Walther, J. B. *Impression development in computer mediated interaction*, Western Journal of communication, 1993.

Strauss, A.L. Corbin, J. (1998), *Basic of Qualitative Research* (2nd edn). London: SAGE.

Ahmed, S., & Matthes, J. (2017). *Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis*. *International Communication Gazette*, 79(3), 219-244.

Ellison, N.B., Vitak, J., Gray, R., & Lampe, C. (2014). *Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 855-870.

Serrat, O. (2017). *Social network analysis*. In *Knowledge Solutions*. Springer Singapore, 39-43.

Zhang, Z., Tay, W.P., Draief, M., Wang, X., Chong, E.K., & Hero, A.O. (2017). *Introduction to the issue on distributed information processing in social networks*. *IEEE Transactions on Signal and Information Processing over Networks*, 3(2), 219-221.

