

مسئولیت‌ناپذیرتر می‌کند. در برخی از پژوهش‌های میدانی اثبات شده‌است که «بین احساس گمنامی کاربر در اینترنت و نوع استفاده اینترنتی رابطه وجود دارد».

احساس گمنامی یا ناشناختگی به این معناست که کاربر تصور کند در فضای مجازی کسی او را نمی‌شناسد یا حتی اگر او را بشناسند، اهمیت چندانی ندارد. وجود این نوع تصور نیز کاربر را به انجام دادن برخی فعالیت‌های اینترنتی، به‌ویژه در حوزه سرگرمی و ارتباط، سوق می‌دهد که در وضعیت شناخته‌شدگی، از انجام دادن آن‌ها پرهیز می‌کند.^۱ فرض کنید از دانشجویی که از لحاظ شأن اجتماعی جزو طبقات متدین شناخته می‌شود هرگز توقع نمی‌رود که در پارتی‌های شبانه حضور داشته باشد، ولی تصادفاً متوجه می‌شوید در یکی از گروه‌های تلگرامی حضور دارد که مناسب این شأن اجتماعی نیست یا حداقل شما انتظار ندارید یا برعکس، دختری که از لحاظ پوشش ظاهری متفاوت با شماست، ولی در فضای مجازی مثلاً در کلاب‌هاوس یا در تلگرام در یک گروه مذهبی عضو است و حضور فعال هم دارد. حضور بی‌هدف در فضای مجازی، به دلیل جذابیت‌های منحصر به فرد این فضا، نتایج مثبتی به دنبال نخواهد داشت. اباحه‌گری و عادت به گناه از جمله نتایج رهاشدگی و حضور بی‌هدف در فضای مجازی است.

۱-۱-۲. اباحه‌گری

اباحه‌گری به معنای بی‌توجهی به فضایل اخلاقی و دستورات شریعت اسلامی یا ادیان دیگر است. اباحه‌گری را می‌توان با شاخص‌های زیر سنجش کرد:

- بی‌توجهی به عباداتی که در شریعت اسلامی دستور داده شده‌اند، مانند نماز، روزه، بخشش‌های مالی مثل زکات، صدقه و خمس؛
 - بی‌توجهی به ارزش‌های والای انسانی، مانند احترام، صداقت، مسئولیت‌پذیری و عفت؛
 - شنیدن انواع موسیقی‌های غیرمجاز از لحاظ شریعت اسلامی؛
 - اختلاط زن و مرد در مجالس مختلف؛
 - رعایت نکردن پوشش مناسب شرعی و عرفی.
- رهاشدگی در فضای اینترنت، به مرور زمان و به صورت پنهان، افکار و اندیشه‌هایی را برای

۱. نعمت‌الله کرم‌اللهی، اینترنت و دین‌داری، ص ۳۸۸.

کاربر تصویرپذیر می‌کند که قبلاً اعتقاد یا توجهی به آن‌ها نداشت. از آنجا که در این نوع از کنشگری، یعنی حضور مستمر بی‌هدف در این فضا، سمت و سوی استفاده و مصرف به طرف محتوای سرگرم‌کننده، جذاب و بعضاً هنجارشکن است، غالباً ارزش‌های اجتماعی و مذهبی تحت الشعاع قرار می‌گیرند و میزان باور به آن‌ها کاهش می‌یابد. کاهش باور در رفتارهایی مثل بی‌نمازی، بی‌توجهی به دیگران، پوشش‌های زننده و... مشخص می‌شود.

فضای مجازی با تصویرپذیر کردن بسیاری از باورها می‌تواند هویتی ضد دینی را برای انسان مذهبی فراهم کند.

۲-۱-۲. عادت به گناه (حساسیت زدایی)

حساسیت اخلاقی ویژگی‌ای است که شخص را به تشخیص کشمکش‌های اخلاقی، برداشت حسی و فکری از موقعیت‌های آسیب‌پذیر، و آگاهی از نتایج اخلاقی در تصمیم‌گیری درباره دیگران قادر می‌سازد. این حساسیت که ترکیبی از آگاهی فرد از ابعاد اخلاقی (نظیر تحمل، آرامش، مسئولیت‌پذیری و اهمیت دادن به مسائل اخلاقی) است در نگرانی‌های فرد درباره عمل برای دیگران منعکس می‌شود و به افراد کمک می‌کند عمل درست و غلط را تشخیص بدهند.^۱ یکی از عوامل رشد اخلاقی فرد، حساسیت اخلاقی و دغدغه‌های اخلاقی در امور مختلف است و در صورتی که شخص طوری برخورد کند که باعث ایجاد اختلال در حساسیت نسبت به امور اخلاقی شود، موجب بروز آسیب اخلاقی می‌شود.

برخی در فضای مجازی با فعالیت‌های تبلیغی وسیعی در صدد حساسیت زدایی و دست برداشتن جوامع اسلامی از اصولی‌ترین اعتقادات دینی خود هستند، فعالیت‌هایی مانند عادی‌سازی گناهان و منکرات مسلم دینی، مثل عادی‌سازی ارتباط زن و مرد نامحرم با یکدیگر، عادی‌سازی نوع پوشش غیرشرعی زن برای مرد نامحرم و برعکس، عادی‌سازی آرایش مردان به سبک زنان، عادی‌سازی توهین به مقدسات دینی، و بی‌پرده و خرافی و استبدادی و ضدپیشرفت نشان دادن دین.^۲

در رسانه‌های اجتماعی، وقتی ویدئویی منتشر می‌شود که محتوای آن غیراخلاقی است

۱. بهاره نصیری و دیگران، *سواد اخلاقی به عنوان یکی از رهیافت‌های سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی*، ص ۳۴.

۲. روح‌الله آهنگران، *آداب اسلامی در شبکه‌های اجتماعی*، ص ۲۸۲.

اما در قالب طنز ساخته شده است و مخاطبان نیز از این گونه کلیپ ها استقبال می کنند، این امر موجب ریخته شدن قبح محتواهای غیراخلاقی می شود و متأسفانه بازدید زیادی هم از این مدل کلیپ ها می شود. هنجارشکنی درباره انتشار این پیام های غیراخلاقی موجب می شود که بقیه کاربران نیز از این مدل کلیپ ها با محتواهای غیراخلاقی تولید کنند. انتشار انحرافات اخلاقی و ترویج سریع یک معضل اخلاقی در رسانه های اجتماعی به مرور بر نگرش کاربران تأثیر می گذارد و می تواند حساسیت مخاطب را درباره امور دینی و اخلاقی کم کند و به تدریج از بین ببرد.

۲-۲. مسئله خودنمایی در فضای مجازی^۱

در طبقه بندی نیازهای انسان، یکی از نیازها عبارت است از نیاز به خودنمایی، یعنی خود را طرف توجه قرار دادن و بر دیگران تأثیر گذاشتن.^۲

خودنمایی در دین

در نگاه دینی، هر خودنمایی ای غیراخلاقی به شمار نمی رود، بلکه خودنمایی ای که از نوع «تبرج جاهلی» باشد مذموم است: «وَلَا تَبْرَجَنَّ تَبْرُجُ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى»^۳ مانند دوره جاهلیت پیشین، با آرایش و خودآرایی بیرون نیایید. «تبرج» در لغت عرب به معنای «آشکار کردن زیبایی های زن توسط او» است. جاهلیت اولی همان فرهنگی است که مردم صدر اسلام با آن آشنایی داشتند، یعنی همان جاهلیت متصل به ظهور اسلام که فرهنگ مخاطبان را می ساخت. با توجه به معنای جاهلیت و تبرج، به خوبی معلوم می شود که منظور از تبرج جاهلی این است که زنان خود را با آرایش های عصر خویش می آراستند و قسمت هایی از مو و گردن و سینه خویش را برای خودنمایی و نشان دادن به دیگران برهنه می گذاشتند. نمونه ای از تبرج جاهلیت اول: برخی از زنان مکه ضمن خودآرایی و آرایش های خاص، بر سردر خانه خویش پرچمی بلند می کردند به معنای آمادگی برای پذیرش مشتری.

خودنمایی بدون خودآرایی معنا ندارد. از نظر روان شناختی، خودآرایی یکی از نیازهای روانی به شمار می رود و به اقتضای اعتدال در انسان، باید به آن توجه شود. در صورت

۱. این بحث از منبع ذیل بهره گرفته است: علی کیادربندسری، مدیریت بدن با تأکید بر نگرش اسلامی.

۲. اعظم رحیمی نیک، تئوری های نیاز و انگیزش، ص ۱۶.

۳. سوره احزاب، آیه ۳۳.