

هویت انسانی در رسانه های مجازی

محمد اخگری

رسانه های جدید به ویژه اینترنت عرصه هایی تازه در مقابل انسان عصر حاضر گشوده است. تعاملی بودن اینترنت و قابلیت های آن، این امکان را فراهم آورده که انسانها بتوانند از طریق صفحه کلید به صفحه کلید (کی برد - کی برد) با یکدیگر ارتباط پیدا کنند و در فضایی مجازی انواع هویت های مجازی را جعل کنند و با این شیوه فضای اینترنت به فضای تعامل میان هویت های مجازی تبدیل گردد. در اینترنت تعاریف فلسفی از "هویت" من و "خود" تغییر می کند. هویت که - صرفنظر از تفاوت هایی که فلاسفه در تعریف هویت داشته اند- به عنوان مولفه ای ثابت و در واقع این همانی فرد تعریف می شد، در دنیای اینترنت عبارت از مولفه هایی متغیر در فضایی متغیر است؛ گاه بیانگر آرمان های فرد است و گاه جنبه های مخفی شخصیت فردی او که در اجتماع زیر نقابی که بر صورت داشته قادر به بیان آن نبوده است. از دیگر سوی در عالم واقع یک فرد با یک هویت با طرف مقابل ارتباط برقرار می کند اما اینترنت به او این امکان را می دهد که بتواند در یک لحظه چند هویت مختلف و گاه متضاد داشته باشد. بنابراین رسانه های مدرن برای انسان امروزی فضاهایی مجازی پدید آورده اند. تعریف و برداشت انسان در عصر حاضر از زمان و مکان دگرگون شده و از این رو در این فضاهای مجازی هویت مجازی یا به عبارت دیگر "من اینترنتی" پدید آمده است: هویت + مجاز (فضای مجازی) = هویت مجازی. (Hypertextuality)، فرامتنی (Interactivity) برخی صاحب نظران فلسفه اینترنت را در سه مبحث کنش متقابل و بررسی می کنند. که این نوشتار تنها بخش کنش متقابل و هویت انسانی را در تعاملات رسانه ای اینترنت بررسی می کند. در عصر حاضر رسانه ها هستند که تصویر ما را از واقعیت شکل می بخشند. رسانه ها با نظامی از نشانه های دیداری، نوشتاری و گفتاری برداشت انسان را از واقعیت تحت تأثیر قرار می دهند. تصویر، گفتار و نوشتار طی قرن بیستم مرکز ثقل بسیاری از مباحث و مجادلات فلسفی بوده است. البته این مولفه ها چه در رسانه های مکتوب چه در رادیو و تلویزیون بر فهم انسانی از زمان و مکان و همچنین چگونگی استفاده از تصاویر، آواها و حروف تأثیر گذاشته اند. با پیدایش شبکه داده های جهانی یا اینترنت این شرایط پیچیده تر شده و زمان و مکان و هویت، تعریفی تازه یافته اند. اینترنت در واقع مکان بی مکان است؛ جایی که انسانها می توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب دشواری ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می یابد. این توصیفی موجز از فضای مجازی اینترنت است و این نوشتار بر آن است. که به تأثیر اینترنت بر تجربه ما از زمان، مکان و برداشت ما از هویت فردی بپردازد همانند سازی و واقعیت مجازی

"Isidor نویسنده و ادیب آلمانی قرن بیستم در یکی از داستانهایش با عنوان "ایزیدور (Max Frish) ماکس فریش واقعیت دنیای رسانه را به شیوه ای جالب بیان می کند. فریش در بخشی از این داستان، زن و مردی را تصویر می کند که برای سفر به اقیانوس و تماشای دیدنیهای آن به یک موسسه توریستی مراجعه می کنند. کارمند موسسه توریستی از روی عکس و تصاویر، جاذبه های توریستی سفر دریایی را برای آنها شرح می دهد و تصویر زیبای یک کوه یخی را به آنها نشان می دهد. چند روز بعد وقتی زن و مرد با کشتی دریایی به دوردست ترین نقاط اقیانوس سفر می کنند ناگاه چشمشان به کوه یخی می افتد و زن هیجان زده فریاد می زند: نگاه کن درست به مانند عکس زن کوه یخی را در عکس دیده است و از این رو بی اختیار فکر می کند کوه یخی مانند عکس است و نه اینکه عکس به مانند کوه یخی. به تعبیری روشن تر رسانه در دنیای امروز تجربه انسانی را از واقعیت دگرگون ساخته و اگرچه او را با واقعیت آشنا ساخته اما حس انسان را از برخورد بی واسطه با واقعیت بازداشته و در واقع او را به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است. البته کار تنها به اینجا ختم نمی شود بلکه رسانه ها دوران تازه ای در قرن بیست و یکم فراروی بشر قرار داده اند که برخی از آن با عنوان عصر دوم رسانه ها یاد می کنند. از جمله اوضاع رسانه ها در این روزگار که بر برداشت ما از واقعیت تأثیر گذاشته، وضعیتی است که در داستان ماکس فریش بدان اشاره شد و از آن به عنوان همانند سازی یا یاد می کنند. بودریار، فیلسوف فرانسوی همانند سازی را اینگونه تعریف می کند: جایگزین نمودن (Simulation) واقعیت با نشانه هایی از واقعیت. به عبارت روشن تر ما با نشانه ها یا نمادهایی از واقعیت سرکار داریم و به

جای واقعیت، این نشانه‌ها و سمبل‌ها را می‌بینیم. بودریار همانند سازی را یکی از فرایندهای فرهنگی مدرنیته می‌داند و معتقد است، پس از دوران صنعتی شدن به جای واقعیت، مدل‌ها و کدهایی از واقعیت را دریافت می‌کنیم؛ این کدها نمی‌گذارند واقعیت رخ نماید بلکه آن را تولید می‌نمایند. او عقیده دارد که رابطه میان واقعیت و نماد در دوره باروک نیز قابل مشاهده بوده است اما این وضعیت بدان سبب به دوران مدرنیته مربوط است که نمی‌توان میان واقعیت و مجاز و به عبارت دیگر میان واقعیت و نماد تفاوتی قائل شد. بودریار عقیده دارد که رسانه‌ها چیزی نیستند جز ابزارهایی شگفت‌انگیز برای بی‌ثبات کردن حقایق و واقعیات مربوط به تاریخ و سیاست و غیره. اعتیادی که ما به رسانه‌ها پیدا کرده‌ایم و امکان ناپذیر بودن زندگی بدون رسانه‌ها، بر اثر شوق ما به فرهنگ و اطلاعات نیست، بلکه در نتیجه معکوس سازی معانی حقیقت و بیهودگی و در واقع انهدام این اصول توسط رسانه‌هاست.

بودریار تنها بدین نکته اشاره نمی‌کند که تفاوت و تمیز میان تصویر و واقعیت برای ما ممکن نیست بلکه معتقد است آنچه که امروزه مصرف می‌کنیم صرفاً ارائه تصویر برای خودش نیست بلکه مجازیتی است برگرفته از به دنبال هم قرار گرفتن نمایش‌ها یا نماد‌های ممکن. همانند سازی در واقع از بین بردن توان فهم و تشخیص تمایز میان واقعیت و نماد است.

یکی دیگر از تعابیر و اصطلاحاتی که در عصر حاضر از آن بسیار یاد می‌شود "واقعیت مجازی" است. واقعیت مجازی اصطلاحی است خطرناک‌تر چراکه دال بر واقعیتی است که امکان دارد چند لایه باشد یا به اشکال مختلف درآمده باشد. در روزگار ما فرهنگ به گونه‌ای فزاینده و نامودگر شده است؛ به این مفهوم که رسانه‌ها ی گروهی غالباً آنچه را که با آن سروکار ندارند، تغییر می‌دهند و هویت موارد اصلی و معطوف شدن‌ها را دگرگون می‌سازند. در عصر دوم رسانه‌ها واقعیت چند لایه شده است. واقعیات مجازی، انگاره‌هایی خیال‌گونه اند که به موجب تفاوتشان با واقعیت واقعی، بازی و اکتشاف را فرا می‌خوانند. واقعیت مجازی، با قرار دادن فرد در داخل دنیاهای متفاوت، فرضی بودن واژه و خیالی بودن فیلم یا تصویر ویدئویی را گاهی فراتر می‌برد. همان گونه که بودریار اشاره دارد، فرهنگ امروزی به گونه‌ای فزاینده از این صور خیال شکل گرفته است؛ صوری که در مجموع واقعیتی جدید را شکل می‌دهند. فرهنگ امروزی شامل واقعیات ساختگی است که از آنچه بناست به آن اشاره کند واقعی‌ترند. ولی آخرالامر هیچ عطفی صورت نگرفته است؛ همچون هنگامی که زندگی اجتماعی به شکل یک پارک موضوعی در یک مکان به معرض نمایش گذاشته می‌شود عنصر ساختگی آن سر بر می‌آورد.

(تعامل انسان و رسانه (انسان‌شناسی رسانه‌ای

اکنون در عصر ساختگی رسانه‌ها و اینترنت برخی این پرسش‌ها را مطرح می‌سازند که: آیا داده یک شخص است؟ داده سه ویژگی مهم خرد، خودآگاهی و وجدان را داراست. پس چرا آن را به عنوان یک موجود دارای فهم به رسمیت نمی‌شناسیم؟ داده دارای توانمندی‌هایی است که می‌تواند بیاموزد، بفهمد و با وضعیت‌های تازه ارتباط برقرار نماید. در حالی که برخی از تحلیلگران رسانه‌ای و دانشمندان رایانه همچون نوربرت بلوتس وضعیت جدید را در تعامل انسان و رسانه با نگاهی مثبت تحلیل می‌کنند، برخی دیگر اصطلاح زندگی "فرا بیولوژیک" را برای این وضعیت بیان می‌کنند.

وضعیت جدید را این گونه توصیف می‌کند که تکامل بیولوژیک به پایان رسیده (Ray kurzweil) رای کورتسوایل است امانوئیل هنوز در حال تکامل است و تکامل تکنولوژیک بر این اساس انجام می‌پذیرد. معتقد است که واقعیت رسانه‌ای در پس تصاویر نیست بلکه در میان آنهاست. واقعیت رسانه‌ای (Bolz) بولتس به عنوان تجربه پیشینی ادراک ما از هستی قرار می‌گیرد. بنابر این امروزه ما با یک یورش و تهاجم از بیرون رو به رو نیستیم بلکه تهاجمی از درون ما را تهدید می‌کند. چراکه ادراکی متفاوت و متغیر در مغز‌های ما رخ می‌انسان یک موجود اجتماعی است و از این رو در نظر او (Georg Herbert mead) نماید. از نظر جرج هربرت مد اجتماع بر فرد تقدم دارد. انسان با فعالیت و عملکرد خود بر اجتماع تأثیر می‌گذارد بنابر این در نظر او تصویر انسان تصویری باز است که نمی‌توان آن را جدای از جامعه و رها از آن تصور کرد. در نظر برخی دیگر همچون فرهنگ در کنار طبیعت دومین سرزمین آباء و اجدادی انسان است که در بستر آن تربیت می‌(Plessner) پلسنر شود و جهت می‌یابد. با توجه به این ضرورت‌ها و نیز وضعیت جدید در دنیای رسانه‌ها امروزه از رشته‌های میبختی با عنوان انسان‌شناسی رسانه‌ای سخن می‌رود. انسان‌شناسی رسانه‌ای این وظیفه را بر عهده دارد که تغییرات انسان‌ها را در جامعه رسانه‌ای بازتاب دهد و پرسش‌های انتقادی را در این زمینه مطرح سازد.

اینترنت و هویت مجازی

استفاده از اینترنت و رجوع به آن به عنوان یک شبکه جهانی طی سالهای اخیر بسیار افزایش یافته است و هر روز نیز بر آمار مراجعه‌کنندگان به آن افزوده می‌شود. اینترنت یا همان شبکه جهانی، دنیای جدیدی را برای ما ساخته است. این دنیا بسیار متفاوت تر از آن چیزی است که سایر دستاوردهای تکنیکی بشر همچون خودرو یا

هواپیما برای او به دنبال داشته است. هنگامی که از شهری به شهر دیگر سفر می کنیم به دنیایی دیگر وارد می شویم اما این ورود ما به دنیای دیگر بسیار متفاوت تر از زمانی است که از طریق شبکه جهانی اینترنت به جایی دیگر می رویم. در سفر با خودرو یا هواپیما اصلی ترین ساختارهای فهم ما از واقعیت، یعنی زمان، مکان و هویت بدون تغییر می مانند اما وقتی از طریق اینترنت زندگی واقعی را رها می کنیم و به دنیای غیرواقعی نت یا شبکه وارد می شویم، دنیای ما نیز مجازی می شود. به عبارت دیگر شبکه، ما را از واقعیت به مجاز می برد. به همین سبب است که در آنجا به جای واقعیت با واقعیت مجازی رو به رو هستیم و در این فضای مجازی به هویتی مجازی می رسیم.

هویت مجازی چیست؟ اینترنت + مجاز = هویت مجازی؟

زمانی از هویت مجازی سخن به میان می آید که انسان بخواهد خود را در فضای مجازی اینترنت (از طریق پست الکترونیکی، چت و...) معرفی و ارائه نماید. خدمات پیام رسانی رایانه ای، نوعی ارتباط را بنا می نهد که آن هم، فرهنگ نگارش با دست و چاپ را واژگون می کند. در نامه نگاری الکترونیک، هر فرد یک نشانی الکترونیک در رایانه دارد و هر کس که آن را بداند، می تواند به وسیله رایانه خود، پیامی یا نامه ای به آن نشانی بفرستد. مورد دیگر آن است که بعضی از رایانه ها به عنوان صحنه های نمایش اخبار به کار می روند. افراد بسیاری می توانند به وسیله این رایانه ها وارد میدان پیام ها بشوند و پیام خود را بشنوند و پیام خود را برجای بگذارند. این کافه های الکترونیکی تشویق کننده غریبه ها برای برقراری ارتباط با یکدیگرند. غریبه ها در اینجا بدون حضور جسم یا صدایی بیگانه فقط از طریق نشانه هایی که از یکی به دیگری انتقال می یابد با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند. از آن گذشته، در این صحنه ها نمایش اخبار، نام های مستعار یا القاب نیز به کار برده می شود. افراد از نام خود استفاده نمی کنند و می توانند به آسانی هر یک از خصوصیات خود را پنهان دارند. خدمات پیام رسانی به نوعی نگارش، پرورنده فردی باثبات و خودپسند نیست بلکه نفسی چندگانه، خیال پرداز و بازیگوش را ایفا می کند. برای روشن شدن موضوع و نیز یافتن تفاوت های هویت واقعی فرد با هویت مجازی بهتر است، نخست به برخی تعاریف و مولفه های هویت واقعی بپردازیم. هنگامی که در فلسفه از هویت انسانی سخن به میان می آید این موضوع در دو حوزه بررسی می گردد نخست در حوزه نظری که متافیزیک تحلیلی بدان می پردازد و دیگری در حوزه عملی که در آن هویت افراد به عنوان پدیداری عملی مطرح می گردد. درباره مفهوم هویت تعاریف گوناگونی ارائه شده است که برخی از آنها با یکدیگر همسان هستند اما برخی نیز با یکدیگر تعارض دارند که البته همانگونه که اشاره شد این تعاریف را در دو تعریف می توان تقسیم بندی کرد: ۱- فردیت مکانی - زمانی در حوزه اجتماعی که برای هر فرد از اجتماع مشخص است و موضع گیری او را در جامعه نشان می دهد، ارتباطات او را مشخص می سازد و حقوقی را که از این ارتباط به او تعلق می گیرد معین می نماید. این تعریف بین الازدهانی یا تعریف جامعه شناسانه از شخص در فلسفه باستان و نیز در تمام قرون وسطی حاکم بوده است. در این تعریف فرد به عنوان شخصیتی مستقل و غیر وابسته تعریف نمی شود بلکه با برخی صفات مشخص که از دیگران تمیز داده می شود مشخص می گردد. به همین سبب در اینجا جسم و شکل فیزیکی فرد نقش مهمی ایفا می کند. در فلسفه اجتماعی دوران مدرن نیز این تعریف که در واقع به نوعی تعریفی تعاملی یا مبتنی بر کنش متقابل است، مورد استفاده و استناد قرار گرفته است. در اینجا نیز مفهوم شخص به هویتی برای یک جسم اطلاق می گردد که برای هر بدن انسانی قابل تشخیص است و در حوزه اجتماعی و در ارتباط با دیگران نقش های مشخصی را بر عهده می گیرد. ۲- شخص یا هویت فردی بر اساس همان ویژگی های فردی و مخصوص به خود مشخص می گردد. شخص فردیتی است بر اساس اساس داشته های خود که آگاهی و خود آگاهی خویش را بسط و توسعه می دهد و اعمال خود را بر اساس قواعد عقلی یا قوانین اخلاقی شکل می بخشد. این تعریف و برداشت از هویت فردی ابتدا در سنت کلامی مسیحی رایج گشت. نخست بوتیوس (شخص جوهر طبیعی فردی عقلانی است) سپس توماس فن آکویناس بدان اشارت نمود که البته فلاسفه متأخر نیز تعریف دوم را به گونه ای بسط دادند. اما روانشناسان در را می (Identity) تعاریفشان از من همواره هویت فردی را در مقایسه و ارتباط با دیگران بررسی نمودند. هویت توان اینگونه تعریف کرد: وجدان و آگاهی تشخیص و تمیز خود از دیگران (فردیت) فرای زمان (دارای امتداد) و در همه وضعیت ها (دارای ثبات) به گونه ای که برای جهان اطراف همواره یکسان بماند. از منظر سنتی هویت، وحدت و امتداد فهم می گردد.

مجموعه ای از محتواهایی است که به یک شخص باز می گردد. البته "خود" با توجه به فرایندها و (Self) خود: محتواهای مختلف چند مرتبه را داراست

۱- من که هستم؟ یعنی آنچه که خودم از خودم می دانم

۲- من چه می توانم؟ آگاهی من به توانمندی های خودم

۳- من در نظر دیگران چگونه ام؟ آگاهی به خودم در اجتماع

خودم را چگونه حس می‌کنم؟ احساس و ارزیابی خودم از خودم در عرصه اجتماع -۴

:این مفاهیم در حوزه رسانه ای تغییر می‌کنند زیرا رسانه قابلیت های خاص خود را دارهستند

رسانه های عمومی ما را با هویت اشخاص دیگر رو به رو می سازند -۱

این امکان را به فرد می دهند تا خودش را ارائه نماید -۲

در اینترنت هویت انسان ها به صورت ناشناخته و غیر قابل رویت است به گونه ای که هر فرد می تواند نقش های مورد پسند خودش را بازی کند. نقش هایی که شاید در زندگی روزمره خود هیچ سنخیتی با آنها ندارد. در مکالمات چت روم های اینترنتی دو ویژگی کاملا مشهود است. نخست آنکه افراد می کوشند در پس نام های مستعار انتخاب شده و در مکالمه با دیگران خود را به ایده آل های مورد علاقه شان نزدیک کنند به همین سبب آنها غالبا خود را از نظر ظاهری بسیار خوش تیپ توصیف می کنند، دارای تحصیلات بالا هستند و به انواع هنرها نیز آشنایی دارند. ویژگی دیگر این است که فرد می خواهد با قرار دادن خود به جای دیگران، نحوه ارتباط آنها را با فرد دیگر ارزیابی کند. این اتفاق بیشتر زمانی رخ می دهد که فردی که از نظر جنسیت مرد است، خود را به جای یک زن و یا بالعکس یک زن خود را به جای یک مرد معرفی می کند. از این رو در این فضا با نوعی تقلب هویت یا هویت تقلبی و جعلی رو به رو هستیم. آنچه که نماد و نشان دهنده هویت فرد است آن چیزی است که او درباره خودش بیان می کند: درباره سن، شغل، مکان زندگی و... بسیار اتفاق افتاده است که فرد پس از مدتی و طی ملاقات با فردی که با او ارتباط یافته، مشاهده نموده است که اطلاعاتی که به او داده شده نادرست است. خدمات پست الکترونیکی و صفحات اینترنت غرق داستاوند. به نظر می رسد که افراد از نقل روایات برای کسانی که هرگز ندیده اندو امکان دارد که هیچ گاه نبینند لذت می برند. چنین می نماید که این روایات غالبا به طور مستقیم از زندگی ایشان نشأت می گیرد ولی برخی از آنها بی شک روایتی ساختگی هستند. میل به تعریف کردن داستان زندگی خود برای دیگران برای افراد میلی بسیار نیرومند است. یکی از مفسران تازگی داشتن وضع کنونی را مطرح می کند: فن آوری در حال از بین بردن عقیده ارتباط عده ای معدود با افرادی بی شمار است. در مقایسه با دیگر وسایل ارتباط جمعی همچون رادیو وتلوویزیون، ویژگی اینترنت آن است. به عبارت دیگر تلویزیون تنها جاده ای یک طرفه است که (Interactivity) تعاملی بودن یا کنش متقابل داده ها را به سوی مخاطب می فرستد اما در شبکه جهانی اینترنت این موضوع متفاوت خواهد بود. یعنی هر دستگاه رایانه که به شبکه جهانی متصل می گردد از یک سو گیرنده و از دیگر سو فرستنده است. کسی که یک رایانه با لوازم جنبی همچون دوربین و اسکنر و عکس و... دارد می تواند برای خودش در اینترنت یک صفحه وب طراحی نماید و برنامه و تبلیغ خود را عرضه نماید. صفحه اینترنتی من در واقع یک " من دیگر " است و یا یک " من دوم " است و در برخی مواقع نیز هویتی جدید از من است. هویتی که تاکنون هم برای خودم هم برای دیگران پنهان بوده است

:کنش متقابل در سه شکل به وقوع می پیوندد

این شیوه در واقع نوعی وضعیت بحث و گفت و گو است که در آن تعداد متفاوت و (Internet Relay Chat) زیادی از گفت و گوهای مختلف به وقوع می پیوندد. افراد به صورت آنلاین یکدیگر را ملاقات می کنند تا تحت لوای نام های مستعار و دلخواه با یکدیگر گفت و گو کنند و اطلاعات خود را درباره موضوعات مختلف مبادله نمایند. موضوعاتی که در این گفت و گوها مطرح می شود، از موضوعات روزمره گرفته تا مباحث فنی و علمی یا موضوعات ادبی و سیاسی و فلسفی و فیزیکی و پزشکی را در بر می گیرند

این شیوه در واقع زمینه بازیهای مجازی است. تعداد زیادی از شرکت کنندگان در این (Multi User Dungeon) محیط همزمان در یک میدان تخیلی با زمینه متنی وارد می شوند تا برای مبارزه با دیگر شرکت کنندگان ربات های برنامه ریزی شده را تحت امر خود درآورند. این ربات ها به عنوان جادوگران و خدایان می توانند صحنه بازی را طراحی کنند و مسائلی را طراحی نمایند که دیگران باید آنها را حل کنند

این اصطلاح در واقع بیان کننده آن است که بر خلاف شیوه فوق، (Multi User Dungeon Object Oriented) تمرکز بر همکاری، آموزش و فراگیری دانش قرار گرفته و هر شرکت کننده نخست از یک حق برنامه نویسی برخوردار می شود به گونه ای که می تواند عناصر بازی را انتخاب و هریک از آنها را به شکلی مستقل در صحنه قرار دهد. سالهاست که والدین از این شیوه برای آموزش فرزندانشان بهره می گیرند

به هر حال در هریک از این سه روش بیان شده، من به عنوان هویت " الف " یا هویت " ب " خود را معرفی می کنم. در زندگی روزمره زمانی که من به عنوان یک شخص خودم را معرفی می کنم خودم را با جنسیت، هویت فیزیکی و اجتماعی معرفی می نمایم و البته این هویت مرزها و محدودیت های خود را دارد. اما در شبکه

اینترنت وضع بدین منوال نیست. فرد در یک لحظه می تواند شخصیت های مختلفی داشته باشد. علاوه بر این موضوع، مسأله دیگری که در اینجا رخ می نماید، تغییر و دگرگونی است که در مفهوم مکان ایجاد می شود. من با یک هویت مجازی می توانم خودم را فارغ از دنیای واقعی در شبکه اینترنت به حرکت درآورم و از قاره ای به قاره دیگر بروم بدون آنکه تجربه ای در آن خصوص داشته باشم. درحالی که من با هویت مجازی در حال سیر و گشت و گذار در دنیای مجازی هستم، هویت حقیقی من همینجا در لحظه حاضر است. همچنین تجربه ما از زمان نیز دگرگون می شود. در دنیای مجازی اینترنت هیچ وقت شب نمی آید؛ همیشه روز است همیشه در یک جایی از این کره خاکی یک نفر بیدار است و هیچ وقت تعطیلی نیست. همواره نمایشگر رایانه ها روشن است و نور نمایشگر هیچ گونه وابستگی به نور خورشید ندارد. بنابراین به هیچ وجه زمانی وجود ندارد که برای زندگی مجازی محدودیتی ایجاد نماید. به همین سبب زمان و برداشت ما از آن بسیار دگرگون می شود. هنگامی که ما پس از یک گفت و گوی آنلاین به زمان حاضر و به زمان واقعی باز می گردیم مشاهده می کنیم که چقدر از زمان ما گذشته است. گویی در اینترنت نوعی بی زمانی حاکم است. از این رو می توان چنین استنباط نمود که در فضای مجازی اینترنت، زمان نیز مفهومی مجازی پیدا کرده است. گذشته از آن در بازی های اینترنتی علاوه بر آن که می توان مکان ها را تغییر داد و به صورت خیالی تنظیم و ارائه نمود می توان از حصار زمان هم گذشت و به زمانهای دیگر پا گذاشت.

نتیجه گیری

حال با توجه به آنچه بیان شد باید ببینیم اینترنت و فضای مجازی آن چه امکانات و تغییراتی را برای هویت و خود فراهم می کند:

- برخلاف برداشت سنتی از هویت که با یگانگی و استمرار شخصیت و خود فهم می شد در اینترنت هویت - عبارت است از تغییر و تکثر در یک فرایند متحرک
- اینترنت نمی تواند یک ارتباط کامل را ایجاد کند به عبارت دیگر تنها بر متن استوار است و فاقد سایر مولفه های شخصیتی برای معرفی فرد است
- ویژگی ناشناس بودن و نبود کنترل های اجتماعی مسئولیت پذیری فرد را در قبال عملش کاهش می دهد - در گروهی که همه افراد ناشناس هستند این افراد ناشناس فرد ناشناس تازه وارد را در جمع خود می پذیرند
- کسی که هویت واقعی خود را در اینترنت معرفی می کند می تواند از مزایای آن بهرمنند شود - خود از طریق پست الکترونیکی با نام و شغل و فرستنده و گیرنده شناخته می شود -
- در صفحه اینترنتی شخصی، فرد می تواند هویت خود را با تعاریف و بیان قابلیت ها معرفی نماید، البته می تواند صفحه های مجازی نیز بسازد
- اینترنت ترغیب کننده تکثیر داستانها باشد، روایتهایی که محدود و عاری از اشارات کلیت دهنده اند. اینترنت فرستندگان و مخاطبان را در مناسباتی متقارن جای می دهد. از این گذشته، این داستانها و به اجرا درآمد آنها قید و بند اجتماعی جماعت اینترنت را مستحکم می کند و از این بابت به روایت پیش مدرن شباهت دارد. ولی در اینترنت به ویژه در مادها و واقعیت مجازی، ساختگی بودن مسأله محوری است. طرح ناشناخته ها و قیاسهای کذب به گفته لیوتار مسأله محوری ارتباطات در دومین عصر رسانه هاست. به ویژه ارتباط محدود به اشاره گری (بازی زبانی علم در دوره مدرن) نیست و در واقع به فن آوری ترغیب کننده کاستن از وزن معطوف است و این رکنی مهم در بی ثبات شدن هویت ارتباطات الکترونیکی است که به گنجاندن مسأله ذهنیت و شکل گیری آن در بحث منجر می شود
- ظهور شیوه اطلاع رسانی با نظامهای ارتباطی مبتنی بر وسائل الکترونیکی نحوه تفکر ما را درباره ذهنیت - تغییر می دهد و دگرگونی مشابهی را در شکل جامعه نیز وعده می دهد. فرهنگ الکترونیکی ترویج دهنده نگرش به فرد به عنوان هویتی ناپایدار به مثابه فرایندی مداوم از شکل گیری چندگانه هویت است و به طرح مسأله جامعه ای ورای جامعه مدرن می پردازد. فرهنگ الکترونیکی ترویج دهنده نظریاتی است که تمرکزشان بر نقش زبان در روند تثبیت ذهنیات است و تحلیل برنده دیدگاه هایی اند که خواننده و نویسنده را به ترتیب به عنوان مراکز پایدار نقد و اقتدار در نظر می گیرند
- هنگامی که ارتباطات الکترونیکی عاملی در فهم نظریه پرداز از ذهنیت است، زبان به عنوان اداره کننده ای - فصیح که شکل دهنده و موقعیت دهنده فعال ذهنیت است در نظر گرفته می شود. با گسترش این نظم

ارتباطی، ذهنیت را می توان فقط تا حدی پایدار دانست چون در نقاط مختلف زمان و مکان به طور مکرر تغییر شکل می یابد و خود ناهمانند می شود و بنابراین همواره تاحدی دیگری است.

منابع و مآخذ

- ۱-Bolz,Norbert(۱۹۹۰):Theorie der neuen Medien.Muenchen.
- ۲-Kurzweil,ray(۱۹۹۹):was bleibt vom Menschen?(Die Zeit,Nr۶۱,November,۱۹۹۹).
- ۳-Plessner,Helmut(۱۹۷۵):Die Stufen des Organischen und der Mensch,Berlin.
- ۴-stefan Aufenfanger,Invasion aus unserer Mitte.Perspektiven einer Medienanthropologie,Zeitschrift fuer Medienpaedagogik,Heft ۴/ ۲۰۰۱,Frankfurt/m.۲۰۰۱.
- ۵-Mike Sandbothe,Eine medienphilosophische Analyse des Internet,Frankfurt,suhrkamp,۱۹۹۱.
- ۶-) Baudrillard, J.: Requiem für die Medien, in: Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen (S. ۸۳ – ۱۱۹), ۱۲۸ S., kt., € ۷.۵۰, Internationaler Merve Diskurs ۷۹, ۱۹۷۸, Merve, Berlin.
- ۷-Heinz Griesbach,Ernste und Heitere Erzaehlungen,۱۹۷۱,max hueber verlag,Muenchen.
- ۸-Goetzke,Rolf,Identitaet und Internet,Berlin, Technische Universitaet,۲۰۰۲.
- ۹-Benke,Karlheinz,Virtualitaet als Lebensraum,beratung journal,۲۰۰۲,heft ۱.
- ۱۰-storch,maja,Identitaet in der Postmoderne,zurch,۲۰۰۵.
- ۱۱- ۱۳۷۷- ایران، موسسه انتشارات ایران، تهران، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران، سروش ۱۳۸۲- ۱۳۷۷.
- ۱۲- تاریخ فلسفه کاپلستون، فیلسوفان انگلیسی ج ۵، تهران، سروش ۱۳۸۲- ۱۳۷۷.