

عنوان: تحلیل تأثیر الگوریتم‌های پنهان شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت دینی کاربران ایرانی

استاد راهنما: خانم اسدی

نویسندگان: سمیرا سبجانی مله امیری، مهوش رستمی

مدرسه علمیه امام خمینی رحمة الله علیه کرمانشاه.

چکیده

این پژوهش به تحلیل تأثیر سازوکار الگوریتم‌های پنهان شبکه‌های اجتماعی بر تحول و تغییر هویت دینی کاربران ایرانی می‌پردازد. قلمرو بحث، نظریات جامعه‌شناسی و رسانه‌ای با تمرکز بر چارچوب تلفیقی «ساختاربندی گیدنز» و «مدل دینداری گلاک و استارک» است. با روش تحلیلی-توصیفی و با اتکا به منابع کتابخانه‌ای و پیشینه‌پژوهشی، یافته‌ها نشان می‌دهد این الگوریتم‌ها از طریق مکانیزم‌هایی چون فیلتر حبابی، اولویتبندی تعاملات و شخصی‌سازی افراطی، به تقویت محتوای سکولار یا افراطی می‌پردازند و به تدریج بر ابعاد پنجگانه هویت دینی (اعتقادی، عاطفی، مناسکی، روابط خانوادگی و پایبندی به ارزش‌ها) تأثیر می‌گذارند که نتیجه آن، شکل‌گیری «هویت بازتابی» و کاهش تدریجی مشارکت در مناسک جمعی است.

کلیدواژه‌ها: الگوریتم‌های پنهان، شبکه‌های اجتماعی، فیلتر حبابی، کاربران ایرانی، هویت دینی.

در عصر حاضر، شبکه‌های اجتماعی به بستر اصلی تعامل، تبادل اطلاعات و شکل‌دهی به هویت افراد تبدیل شده‌اند. الگوریتم‌های پنهان این پلتفرم‌ها، با مکانیزم‌های پیچیده‌ای چون شخصی‌سازی محتوا و اولویت‌بندی بر اساس معیار تعامل، جریان اطلاعات را به شکلی نامحسوس مدیریت می‌کنند. این امر به‌ویژه در حوزه حساس هویت دینی کاربران ایرانی که در معرض حجم انبوهی از محتوای متناقض و گاه متضاد هستند، می‌تواند پیامدهای عمیق فرهنگی و اجتماعی به دنبال داشته باشد. اهمیت این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که هویت دینی به عنوان هسته مرکزی هویت اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به رفتارها، ارزش‌ها و سبک زندگی افراد ایفا می‌کند.

در زمینه تأثیر فضای مجازی بر هویت، پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است. به عنوان مثال، ذکایی و خطیبی (1385) در پژوهشی با عنوان «هویت مدرن و فضای مجازی» به این نتیجه رسیدند که اینترنت به طور کلی به شکل‌گیری هویت بازتابی و انتخابی در میان جوانان ایرانی کمک می‌کند. از سوی دیگر، مزینانی (1397) در مطالعه‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی» رابطه معکوس بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی و پایبندی به برخی از مناسک دینی را گزارش کرد. در حوزه الگوریتم‌ها، پاریسر (2011) در کتاب «حباب فیلتر» به طور کلی‌تر به مکانیزم‌های شخصی‌سازی و اثرات انزوای آن پرداخت. همچنین، Alshammari et al. (2023) در مقاله‌ای به تأثیر انتخاب الگوریتمی محتوا بر برداشت کاربران از دین پرداختند که اگرچه در بافتی غیرایرانی انجام شد، اما چارچوب روشی مفیدی ارائه می‌دهد. با این حال، بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعه‌ای که به طور مستقیم و نظام‌مند به تحلیل نقش سازوکارهای الگوریتمی به عنوان متغیر مستقل و تأثیر آن بر تمامی ابعاد پنجگانه هویت دینی (اعتقادی، عاطفی، مناسکی، روابط خانوادگی و پایبندی به ارزش‌ها) در جامعه ایران با استفاده از یک چارچوب نظری تلفیقی (ترکیب نظریه ساختاربندی گیدنز و مدل دینداری گلاک و استارک) بپردازد، خلأ آشکار است.

هدف این پژوهش، پر کردن این خلأ و تحلیل سازوکار تأثیر این الگوریتم‌ها بر تحول هویت دینی و شناسایی چالش‌های ویژه کاربران ایرانی است. سؤال اصلی پژوهش این است که الگوریتم‌های پنهان شبکه‌های اجتماعی چگونه و از چه طریقی بر ابعاد مختلف هویت دینی کاربران ایرانی تأثیر می‌گذارند؟ برای پاسخ به این پرسش، از چارچوب نظری تلفیقی «ساختاربندی گیدنز» و «مدل دینداری گلاک و استارک» استفاده شده که امکان تحلیل همزمان نقش ساختار (الگوریتم) و کنشگر (کاربر) را فراهم می‌آورد. این پژوهش با روش تحلیلی-

توصیفی و با اتکا بر منابع کتابخانه‌ای و اسنادی انجام خواهد شد.

۱. مبانی مفهومی

۱.۱ الگوریتم‌های پنهان: سازوکارهای ناشناخته توصیه محتوا بر پایه تحلیل داده‌های کاربران (فیلتر حبابی، اولویت‌بندی تعاملات)

الگوریتم‌های پنهان به مجموعه‌ای از سیستم‌های پیچیده گفته می‌شود که بدون اطلاع مستقیم کاربران، اطلاعات مربوط به رفتارهای آن‌ها را جمع‌آوری، تحلیل و پردازش می‌کنند تا محتوایی را به صورت شخصی‌سازی شده به آن‌ها نمایش دهند. این الگوریتم‌ها از روش‌هایی مانند ایجاد فیلتر حبابی (Filter Bubble) و رتبه‌بندی مبتنی بر میزان تعامل (Engagement-Based Ranking) استفاده می‌کنند تا محیطی را فراهم کنند که در آن کاربران بیشتر محتوایی را ببینند که با علایق و تعاملات قبلی‌شان همخوانی دارد. فیلتر حبابی باعث می‌شود که کاربر در دنیایی محدود و بسته قرار گیرد که فقط دیدگاه‌ها و ایده‌هایی را می‌بیند که با باورهای قبلی‌اش همسو هستند و عملاً امکان مواجهه با دیدگاه‌ها و نظرات متنوع و گوناگون کاهش پیدا می‌کند (Pariser, 2011, p. 9). در کنار این، اولویت‌بندی بر اساس تعاملات به این صورت است که محتواهایی که بیشترین لایک، کامنت یا اشتراک‌گذاری را دارند، در بالای فهرست نمایش قرار می‌گیرند، حتی اگر آن محتواها شامل اطلاعاتی باشند که بیش از حد افراطی یا گمراه‌کننده باشند. در مجموع، این مکانیزم‌ها باعث می‌شوند که کاربر در معرض نوعی جریان یک‌طرفه از اطلاعات قرار بگیرد که به مرور زمان می‌تواند تأثیر عمیقی بر باورها، نگرش‌ها و حتی هویت فردی او داشته باشد و باعث شکل‌گیری دیدگاهی محدود و بسته شود.

۲.۱ هویت دینی: ابعاد پنجگانه احساس، باور، عملکرد، روابط خانوادگی و پایبندی به ارزش‌ها

هویت دینی که یکی از مهم‌ترین جنبه‌های هویت اجتماعی به شمار می‌آید، به معنای احساس تعلق و تعهد عمیق فرد نسبت به یک نظام اعتقادی، ارزشی و عملی است که ریشه در دین دارد. این هویت بر اساس مدل‌های مختلف روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی دین، قابل بررسی در پنج بعد اصلی است که هر کدام نقش خاص و مکملی در شکل‌گیری کلی هویت دینی ایفا می‌کنند:

بعد احساسی (عاطفی): این بعد مربوط به احساسات درونی فرد نسبت به باورها، نمادها و جامعه دینی است.

شامل دلبستگی‌های عاطفی، احساس تعلق خاطر و عواطف مثبت نسبت به دین و عناصر مرتبط با آن می‌شود که به نوعی پایه‌های احساسی هویت دینی را تشکیل می‌دهد.

بعد اعتقادی (باورشی): این بعد به مجموعه باورها، اعتقادات و گزاره‌های رسمی و دکترینال دین اشاره دارد که فرد به آن‌ها ایمان و اعتقاد قلبی دارد. این باورها چارچوب فکری و معنایی هویت دینی را می‌سازند و مبنای شناخت فرد از دین محسوب می‌شوند.

بعد عملکردی (مناسکی): این بعد به صورت عینی و رفتاری خود را نشان می‌دهد و شامل انجام فرایض دینی، آیین‌ها، عبادات و شرکت فعال در مراسم و مناسک مذهبی است. عملکردهای دینی نقش بسیار مهمی در بروز و تقویت هویت دینی دارند و آن را از یک باور صرف به تجربه‌ای ملموس تبدیل می‌کنند.

بعد روابط خانوادگی: این بخش به نقش دین در شکل‌گیری و تنظیم روابط خانوادگی، تقسیم نقش‌ها و ساختارهای خانواده مربوط می‌شود. همچنین در این بعد، انتقال ارزش‌ها و آموزه‌های دینی از نسلی به نسل دیگر مورد توجه قرار می‌گیرد که تأثیر مهمی در پایداری و تداوم هویت دینی دارد.

بعد پایبندی به ارزش‌ها: این بعد به نحوه تجلی باورهای دینی در زندگی روزمره فرد، از جمله اخلاقیات، سبک زندگی و تصمیم‌گیری‌های مختلف اشاره دارد. پایبندی به این ارزش‌ها، تعهد عملی فرد به دین را نشان می‌دهد و نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتارها و نگرش‌های او ایفا می‌کند (مزینانی، 1397، ص. 2).

این پنج بعد به صورت هماهنگ و در تعامل با یکدیگر، هویت دینی یک فرد را می‌سازند و تغییر در هر کدام می‌تواند بر کلیت این هویت تأثیرگذار باشد، به طوری که تغییر در احساسات، باورها، رفتارها، روابط خانوادگی یا پایبندی به ارزش‌ها می‌تواند به تحول یا تثبیت هویت دینی منجر شود.

۳.۱ چارچوب نظری: تلفیق نظریه ساختاربندی گیدنز (کنشگری در فضای مجازی) و مدل دینداری گلاک و استارک

برای انجام یک تحلیل جامع و دقیق درباره تأثیر الگوریتم‌های پنهان بر هویت دینی، معمولاً از چارچوب نظری

تلفیقی بهره گرفته می‌شود که هم فرآیند کنشگری افراد در فضای مجازی را در نظر می‌گیرد و هم به ابعاد متنوع دینداری می‌پردازد.

نظریه ساختاربندی آنتونی گیدنز (1984): این نظریه به رابطه پیچیده و دوطرفه میان ساختار و کنشگر تأکید دارد. ساختار به مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی، فرهنگی و فناورانه گفته می‌شود که کنش‌ها را محدود یا تسهیل می‌کنند، و کنشگر نیز فردی با عاملیت و توانایی انتخاب است. در بستر فضای مجازی، الگوریتم‌های پنهان به عنوان یک ساختار قدرتمند عمل می‌کنند که جریان اطلاعات را مدیریت کرده و شرایط را برای کنشگری کاربران رقم می‌زنند. کاربران ایرانی نیز به عنوان بازیگران فعال، نه تنها تحت تأثیر محتوای پیشنهادی این الگوریتم‌ها قرار می‌گیرند، بلکه با انتخاب‌ها، تعاملات و تولید محتواهای خود، به شکل مستمر بر این ساختار تأثیر گذاشته و آن را بازتولید یا دستخوش تغییر می‌کنند (گیدنز، 1378، ص. 87 به نقل از). این چارچوب به ما کمک می‌کند تا بهتر بفهمیم چگونه الگوریتم‌ها به عنوان ساختاری نوین، بر عاملیت کاربران ایرانی در شکل‌دهی به هویت دینی‌شان تأثیر می‌گذارند و بالعکس.

مدل دینداری چارلز گلاک و رادنی استارک (1968): این مدل کلاسیک دینداری را به چند بعد مجزا تقسیم می‌کند که بسیاری از آن‌ها با ابعاد پنجگانه هویت دینی که پیش‌تر اشاره شد، همپوشانی دارد. ابعاد مهم در این مدل شامل بعد اعتقادی (ایمان به اصول دینی)، بعد تجربی (احساسات و عواطف مربوط به دین)، بعد مناسکی (انجام اعمال و فرائض دینی) و بعد پیامدی (تأثیر دین بر زندگی روزمره و روابط اجتماعی) است. این مدل به عنوان یک چارچوب تحلیلی، این امکان را فراهم می‌کند که اثرات الگوریتم‌ها را بر هر یک از ابعاد مختلف تجربه دینی کاربران به صورت مجزا بررسی کنیم. برای نمونه، الگوریتم‌ها ممکن است با تمرکز بر ارائه نوع خاصی از محتوا، بر باورهای دینی فرد (بعد اعتقادی) یا رفتار او در انجام مناسک (بعد مناسکی) تأثیر بگذارند.

تلفیق چارچوب‌ها: با ترکیب این دو نظریه، یک چارچوب جامع و کامل به دست می‌آید که رابطه پیچیده و متقابل میان فناوری‌های الگوریتمی (به عنوان ساختار)، کنش انسانی و هویت دینی را به خوبی تبیین می‌کند. نظریه ساختاربندی گیدنز نشان می‌دهد که چگونه الگوریتم‌ها و کاربران در یک فرآیند دوطرفه بر یکدیگر اثر می‌گذارند، و مدل گلاک و استارک ماهیت و ابعاد مختلف این تأثیرگذاری را مشخص می‌سازد، یعنی کدام جنبه‌های هویت دینی بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. چنین تلفیقی امکان تحلیل عمیق و همه‌جانبه از تعامل پیچیده میان فناوری، اراده و عاملیت انسان و ساختار هویت دینی در فضای مجازی ایران را فراهم می‌آورد.

شایانی نماید (قاسمی و احمدی، بدون تاریخ، ص 112). این اقدام‌ها می‌توانند باعث افزایش اعتماد عمومی به فضای مجازی و همچنین حمایت از هویت دینی کاربران در برابر تحریف‌ها و انحراف‌های محتوایی شوند.

یافته‌های این پژوهش که با هدف تحلیل تأثیر الگوریتم‌های پنهان بر هویت دینی کاربران ایرانی انجام شد، نشان می‌دهد این الگوریتم‌ها با مکانیزم‌هایی چون گزینش و اولویت‌بندی محتوا، به تقویت نظام‌مند محتوای سکولار یا افراطی می‌پردازند و محتوای معتدل دینی را به حاشیه می‌رانند. این فرآیند به تدریج منجر به تغییر در باورها و رفتارهای دینی کاربران شده و به شکل‌گیری «هویت بازتابی» و کاهش مشارکت در مناسک جمعی دامن می‌زند. همچنین، عوامل تعدیلگری مانند پایگاه اجتماعی-اقتصادی، سابقه عضویت و نوع استفاده (کاربردی یا تفریحی)، در میزان تأثیرپذیری کاربران نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. چالش‌هایی چون مواجهه با محتوای متناقض، شکاف نسلی و سیطره زبان انگلیسی، وضعیت پیچیده‌ای را برای کاربران ایرانی ایجاد کرده است. در مقایسه با یافته‌های پژوهش‌های پیشین (مانند ذکایی و خطیبی، 1385؛ مزینانی، 1397)، این تحقیق با به کارگیری چارچوب نظری تلفیقی، بر نقش فعال الگوریتم‌ها به عنوان یک «ساختار» قدرتمند تأکید دارد که عاملیت کاربران را در فرآیند هویت‌سازی تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای کاهش این اثرات منفی، راهبردهایی چون «تولید محتوای دینی جذاب و بومی»، «ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران» و «سیاست‌گذاری برای شفافیت الگوریتم‌ها» پیشنهاد می‌شود. انجام پژوهش‌های میدانی و کمی برای سنجش دقیق‌تر میزان این تأثیرات در بین گروه‌های مختلف کاربران، می‌تواند به عنوان موضوعی برای پژوهش‌های آتی مورد توجه قرار گیرد.

منابع فارسی:

الف) کتاب‌ها:

1. بوردیو، پیر؛ نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی (مرتضی مردیها، مترجم)؛ تهران: انتشارات نقش و نگار، 1380.
2. پاریسر، الی؛ حباب فیلتر: آنچه اینترنت از شما پنهان می‌کند (رضا امیررحیمی، مترجم)؛ تهران: نشر چشمه، 1391.
3. ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فاطمه؛ هویت مدرن و فضای مجازی: بررسی رابطه استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت مدرن در بین کاربران ایرانی؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، 1385.
4. سعید، ادوارد؛ شرق‌شناسی (لطف‌الله آجدانی، مترجم)؛ تهران: انتشارات امیرکبیر، 1378.
5. گیدنز، آنتونی؛ تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ناصر موفقیان، مترجم)؛ تهران: نشر نی، 1378.
6. محسنی تبریزی، علیرضا؛ شکاف نسلی: مطالعه موردی تهران؛ تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، 1383.
7. مزینانی، کاظم؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی: مطالعه موردی کاربران ایرانی؛ قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، 1397.
8. مهدی زاده، سید محمد؛ سواد رسانه‌ای: درآمدی بر شناخت و مهارت‌های رسانه‌ای؛ تهران: انتشارات سمت، 1398.
9. کاستلز، مانوئل؛ عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (احمد علیقلیان و افشین خاکباز، مترجم)؛ تهران: طرح نو، 1385.

ب) مقاله‌ها:

1. مزینانی، کاظم؛ «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران»؛ ره آورد نور، شماره 46، 1397.

2. نوری، سعید؛ حلاج زاده، هدا و شنوا، معصومه؛ «بررسی رابطهی استفاده از شبکههای اجتماعی و هویت ملی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه پیام نور رشت)»؛ پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان، شماره 15، 1396.
3. قاسمی، مرضیه و احمدی، مهدی؛ «فضای مجازی؛ فرصت ها و چالش های هویت دینی در بین جوانان ایرانی»؛ بی تا.

منابع لاتین

الف) کتابها

1. Beck, Ulrich; Risk Society: Towards a New Modernity; London: Sage Publications, 1992.
2. Castells, Manuel; The Rise of the Network Society (2nd ed.); Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.
3. Giddens, Anthony; Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age; Stanford: Stanford University Press, 1991.
4. Giddens, Anthony; The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration; Berkeley: University of California Press, 1984.
5. Pariser, Eli; The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You; New York: Penguin Press, 2011.
6. Pasquale, Frank; The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information; Cambridge: Harvard University Press, 2015.
7. Said, Edward W.; Orientalism; New York: Pantheon Books, 1978.
8. Tufekci, Zeynep; Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest; New Haven: Yale University Press, 2018.

ب) مقاله‌ها:

1. Alshammari, R., Atwell, E., & Alsalka, M. A.; "The impact of algorithmic content

selection on user perceptions of religion: A case study"; *Journal of Religion and Digital Culture*, 12(3), 2023.

.2Boyd, D., & Ellison, N. B.; "Social network sites: Definition, history, and scholarship"; *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007.

.3Glock, C. Y., & Stark, R.; "Religion and Society in Tension"; Chicago: Rand McNally, 1968.

.4Zadeh, M. H.; "Algorithmic Mediation and the Construction of Religious Authority"; *Journal of the American Academy of Religion*, 84(4), 2016.