

هویت‌سازی گروه‌ها و عرفان‌های نوظهور در فضای سایبری

روح‌الله احمدی^۱؛ جهانبخش ایزدی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۱۲

چکیده

تعاملی بودن رسانه‌های جدید مانند اینترنت این امکان را فراهم آورده که انسان‌ها بتوانند با یکدیگر ارتباط پیدا کنند و در فضای مجازی انواع هویت‌های مختلف واقعی و مجازی را جعل کنند، این موضوع در شرایطی است که هم‌زمان جمهوری اسلامی ایران با چالش عرفان‌های نوظهور مواجه است. این معنویت‌های نوپدید و روح‌تعالیم آن‌ها در بسیاری از زمینه‌ها، به لحاظ معنایی و محتوایی، با آنچه در جامعه ما و دین اسلام وجود دارد، در تعارض است و ابزار بدون نظارت فضای مجازی هم‌امکان هرگونه تشدید شبهه‌آفرینی به شکل ویروس‌ها را برای آنان به صورت کامل فراهم آورده است. با عنایت به موارد فوق، هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین چالش‌های ایجاد شده توسط گروه‌ها و عرفان‌های نوظهور در فضای سایبری بر هویت ملی می‌باشد. روش انجام پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و ابزارگردآوری اطلاعات، اسنادی و کتابخانه‌ای می‌باشد. همچنین با توجه به اینکه موضوع هویت موضوعی کیفی است، کار پیمایشی صورت‌نگرفته و اطلاعات موردنیاز توسط فیش‌برداری از اسناد و مدارک سازمان‌های فرهنگی دریافت شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که چالش‌های ایجاد شده توسط آموزه‌هایی که در این عرفان‌ها وجود دارند، عبارتند از: لذت‌پرستی، عشق، آزادی، فردگرایی، سنت‌گرایی، خرافه‌گرایی، رقص و شادی، ترویج پرنوگرافی و مسائل جنسی.

واژگان کلیدی: عرفان‌های نوظهور، فضای سایبر، هویت ملی، هویت مجازی.

۱- دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

۲- استادیار دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز و نویسنده مسئول

در آغازین سال‌های قرن بیست و یکم میلادی، جهانی شدن و جهانی سازی در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی به فرآیند و روندی سریع و گسترده تبدیل شد. بیشتر سنت‌های بزرگ دینی با چالش جنبش‌ها و فرقه‌های نوپدید دینی مواجه شده‌اند و به گونه‌ای روزافزون، پیروان ادیان سنتی را به خود جلب می‌کند. در این میان، وضعیت روبه‌رشد این معنویت‌های جدید در جمهوری اسلامی ایران، که دارای حکومت سیاسی برگرفته از دین اسلام است، اهمیتی انکارناپذیر دارد. گرایش به عرفان‌های جدید، تحت‌عناوین گوناگون و با شیوه‌های متفاوت در کشور افزایش یافته است. گسترش و رویکرد به کتاب‌ها، سخنرانی‌ها و نوشته‌های رهبران جنبش‌های دینی، تشکیل و تبلیغ کلاس‌های خصوصی یا نیمه‌خصوصی و ایجاد و استفاده از پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی به تدریج و بدون کنترل، به گسترش این عرفان‌ها کمک‌های زیادی کرده و بسیاری از افراد (و از جمله جوانان) را به خود جذب نموده است.

روند توسعه کشورها به سمتی پیش می‌رود که فضای سایبری به‌عنوان ابزار مهمی برای زندگی اجتماعی - فرهنگی محسوب می‌شود و خانواده‌ها را تحت‌تأثیر خود قرار داده، به گونه‌ای که باعث هویت‌سازی شده و هویت مجازی جایگزین هویت واقعی و «من واقعی» افراد شده است. از سویی اینترنت به‌عنوان ابزار تمدنی تأثیر زیادی بر روی زندگی مدرن دارد و علی‌رغم تلاش‌های زیادی که پیرامون مبارزه با هویت‌سازی توسط عرفان‌های نوظهور در فضای سایبر انجام شده، برخی از کاربران اینترنتی به‌خاطر برخورد با تبلیغات این جریانات و گروه‌ها در درون خود دچار تکثر و چندگانگی هویتی شده و این فرقه‌ها از طریق تولید محتوای کاذب باعث آسیب به هویت ملی افراد می‌شود. لذا مسئله اصلی پژوهش حاضر، چالش‌هایی است که توسط این جریانات جدید در فضای سایبری به‌منظور جایگزین کردن هویت‌مجازی و کاذب به‌جای هویت واقعی و ملی افراد شده است.

همچنین پیش‌بینی می‌شود که نتایج پژوهش حاضر منجر به:

- بصیرت‌زایی برای افراد جامعه در مقابل روش‌ها و تبلیغات و خرافات این جریانات؛
- مانع تخریب هویت واقعی افراد و جایگزینی با هویت‌مجازی شود.

و ضرورت آن اینکه بی‌توجهی به این موضوع، موجب غافل‌گیری راهبردی برای جامعه و مسئولین نظام در مقابل توطئه‌های عرفان‌های نوظهور که ساخته و پرداخته صهیونیسم، جامعه سکولار و

لیبرال برخی کشورهای غربی و شرقی می‌شود و بی‌توجهی به این موضوع، امکان شناخت جوانان (قشر هدف این جریانات) از آن‌ها را کاهش می‌دهد و در نهایت عدم‌توجه به چنین مسائلی باعث ایجاد بحران هویت و ایجاد فاصله بین افراد جامعه با آرمان‌های انقلاب اسلامی خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی پژوهش

فضای سایبر

فضای سایبر یا فضای مجازی^۱ عبارت است از «مجموعه‌ای از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق رایانه و وسایل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی». در تعریفی دیگر، «محیط الکترونیکی واقعی است که ارتباطات انسانی به شیوه‌ای سریع، فراتر از مرزهای جغرافیایی و با ابزار خاص، خود؛ در آن، زنده و مستقیم روی می‌دهد». قید «واقعی»، مانع از این است که تصور شود مجازی بودن این فضا به معنای غیرواقعی بودن آن است؛ چراکه در این فضا نیز همان ویژگی‌های تعاملات انسانی در دنیای خارج هم‌چون مسئولیت وجود دارد. ضمن این‌که فضای سایبر در واقع یک «محیط» است که ارتباطات در آن انجام می‌شود؛ نه صرف مجموعه‌ای از ارتباطات. از سوی دیگر، این ارتباطات گرچه ممکن است در همه حال برخط^۲ نباشد، ولی زنده و واقعی و مستقیم است. از این‌رو، تأثیر و تأثر بالایی در این روابط رخ می‌دهد.

هویت ملی

هویت ملی، هویت متکثر، فراگیر و گسترده است که از مجموع هویت‌های متنوع فرهنگی و اجتماعی اتباع یک کشور شکل می‌گیرد. هویت ملی عبارت از وابستگی و تعلق یک فرد و یا یک جامعه به صورت رسمی و قانونی به یک کشور و دولت - ملت است. جغرافیای مشترک، نظام سیاسی مشترک، ساختار اقتصادی مشترک، تاریخ مشترک، فرهنگ مشترک، منافع و زیان مشترک، مؤلفه‌های هویت ملی در یک کشور تلقی می‌شود. این اشتراکات برای ساکنان و شهروندان کشور، روح مشترک ملی ایجاد می‌کند و روابط آن‌ها علی‌رغم ناهمگونی‌های اجتماعی و فرهنگی در پرتو این روح مشترک شکل می‌گیرد.

هویت و هویت مجازی

هویت به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی و فردی است که هرکس در تعریف خود به‌کار می‌برد. بدیهی است که در این تعریف، طیف وسیعی از ویژگی‌ها، مانند ویژگی‌های انتسابی و اکتسابی قرار می‌گیرند. به‌علاوه باید توجه داشت که این ویژگی‌ها به موقعیت و وضعیتی که فرد در آن قرار دارد، نوع جهان‌بینی وی و نسبتی که با سایر عناصر هستی دارد، بستگی دارد، حال اگر این شرایط در جغرافیایی فضای سایبر اتفاق بیافتد «هویت مجازی» خوانده می‌شود. هویت در فرهنگ‌نامه‌های معین (۱۳۷۷) و آکسفورد (۱۳۷۸) به‌معنی تشابه و یکسانی در نظر گرفته شده و واجد دو معنای اصلی است: نخستین معنای آن بیانگر مفهوم «تشابه مطلق» است یعنی، این با آن مشابه است و معنای دوم آن «تمایز» است؛ بنابراین می‌توان گفت هویت به‌طور همزمان دو نسبت محتمل را میان افراد یا اشیاء برقرار می‌سازد: از یک‌سو «شباهت» و از سوی دیگر «تفاوت» (جنگینز، ۱۳۸۱: ۵). این واژه در اصطلاح علمی به‌معنای «چیستی‌شناسی» یا «کیستی‌شناسی» است و در علم روان‌شناسی نخستین‌بار توسط اریکسون برای بیان مرحله‌ای از تحول جسمی و شخصیتی انسان که به هویت فردی معنا شده، به‌کار گرفته شد، ولی به تدریج وارد سایر حوزه‌های علوم انسانی شد (احمدی، ۱۳۸۳: ۵۶).

در فرهنگ معین هویت «آنچه موجب شناسایی» می‌شود، تعریف شده است و در فرهنگ عمید، هویت حقیقت شیء یا شخصی که مشتمل بر صفات واقعی و ذاتی او باشد، تعریف گردیده است. همچنین کاستلز، آن را روند ساخته‌شدن معنا بر پایه یک ویژگی یا یک دسته از ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتر دارند (کاستلز، ۲۸: ۱۳۸۴) تعریف نموده است.

فرهنگ لغت آکسفورد (۲۰۰۲) هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: «خصوصیات، احساسات و باورهایی که باعث تمایز افراد از یکدیگر می‌شوند». استوارت حال اعتقاد دارد که «هویت‌ها، پیوست‌های موقتی و گذرا هستند که کنش‌های پراکنده‌ای را برای ما به ارمغان می‌آورند». این تعریف به این معناست که در حقیقت نمی‌توان از هویت‌های ثابت حرف زد (صوفی، ۱۳۸۵: ۷۷).

منتظر قائم (۱۳۷۹) هویت را حائز دو ویژگی مهم می‌داند: اول اینکه هویت وجه تمایز من و ما با دیگری و دیگران است و دوم اینکه هویت مهم‌ترین و اساسی‌ترین منبع شناخت عواطف، احساسات و سازماندهی رفتارهای جمعی درون جامعه پیرامون ما محسوب می‌شود و آن را امری تاریخ‌مند معرفی می‌کند (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۱۵۲).

تاجفل هویت اجتماعی - که نوعی خودشناسی در رابطه با دیگران است - را با عضویت گروهی پیوند می‌زند. وی عضویت گروهی را مبتنی بر سه عنصر زیر می‌داند:

۱. عنصر شناختی: آگاهی فرد از اینکه به یک گروه تعلق دارد.
۲. عنصر ارزشی: فرض‌هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی؛
۳. عنصر احساسی: احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاص با آن گروه دارند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۸۱-۳۱).

براساس این نظریه، تمایز نمادین بین گروه خودی و غیرخودی مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی است. به اعتقاد بلومر، هویت خود اجتماعی افراد است. بر این اساس، هویت فرد پنداشتی است که او از خود در جریان کنش متقابل با دیگران به دست می‌آورد. بر مبنای دیدگاه کنش متقابل نمادین (مید کولی و بلومر)، می‌توان گفت عوامل جامعه‌پذیری همانند مدرسه، هم‌سالان، گروه‌های مرجع و رسانه‌های گروهی، اهمیت زیادی در جریان هویت‌یابی دارند (قنبری برزبان، ۱۳۸۳: ۳۶۳). از نظر عاملی (۱۳۸۴) هویت مفهومی مرتبط با حوزه معناست؛ اما معنا خصیصه ذاتی فرد و یا جامعه نیست، بلکه محصول توافق‌ها و عدم توافق‌هاست و از مفاهیم صددرصد نسبی است (عاملی، ۱۳۸۴: ۳۴).

حال نیز به هویت در یک بستر دیالکتیکی نگاه می‌کند و هویت را در بودن‌ها و نبودن‌های ما تعریف می‌کند. در مجموع، هویت واجد سه عنصر است: هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی که هر یک در تکوین هویت فرد نقش مهمی ایفا می‌کنند. در مقایسه این سه هویت، هویت شخصی ویژگی بی‌همتای فرد را تشکیل می‌دهد؛ هویت اجتماعی (نقش‌های اجتماعی درونی‌شده و متنوع) و فرهنگی (درک و کاربرد نمادهای فرهنگی) در پیوند با گروه‌ها و اجتماعات مختلف قرار می‌گیرند (بوربور، ۱۳۸۳: ۸۸).

همچنین هویت در سطوح و ابعاد مختلف واکاوی شده است. هویت ملی، هویت دینی، هویت فردی، هویت جهانی و مواردی از این قبیل. هنگامی که از هویت دینی سخن به میان می‌آید، در واقع به ابعاد کارکردی و عینی دین اشاره می‌شود. هویت دینی آن احساس خاصی است که پیروان یک دین را به یکدیگر پیوند می‌دهد و ایشان را در تعلقشان به یک هویت جمعی تعریف می‌کند (گزارش راهبردی، ۱۳۸۵: ۱۴). هویت اجتماعی جنبه‌ای از هویت است که در روند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد و حتی به نوعی می‌توان سایر اقسام هویت‌های جمعی را اشکال مختلفی از هویت اجتماعی دانست. به لحاظ قراردادی اغلب هویت اجتماعی در برابر هویت فردی

تعریف می‌شود؛ زیرا هر اندازه که هویت فردی دارای ابعاد روانشناختی است، هویت اجتماعی از ابعاد جامعه‌شناختی برخوردار است؛ به‌همین ترتیب، همچنان که هویت فردی در نسبت خود با خود شکل می‌پذیرد، هویت اجتماعی، در نسبت فرد با جوامع یا محافلی که با آن‌ها در ارتباط است صورت‌بندی می‌شود.

در ادبیات سیاسی و اجتماعی موجود برای بررسی مقوله هویت و مفاهیم مشابه و شناخت علل و عوامل مؤثر بر تکوین و تغییر هویت، رهیافت‌های نظری متعددی ارائه شده است. جامعه‌شناسان «هویت را امری غیرازلی می‌دانند که در بستر زندگی اجتماعی و فرایند جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری و به واسطه و دیالکتیک فرد و جامعه شکل می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۷۷: ۱۳). برخی مانند پارسونز، گیدنز، هابرماس، فوکو، استوارت هال عقیده دارند در جوامع جدید، هویت‌های جمعی دارای خصایل «همسازی» و «همزیستی» بوده و می‌توانند در کنار هم به‌سر برند؛ از این‌رو، رویکرد جامعه‌شناختی به مقوله هویت به چند دسته قابل صورت‌بندی است:

الف) جامعه‌شناسان ساختارگرا

نظریه‌هایی که به تأثیر ساختارهای اجتماعی بدون توجه به تمایلات کنشگران، در فرآیند هویت‌سازی و تغییر و تحولات آن پرداخته و مقوله هویت و هویت‌جمعی را در قالب جبر ساختارهای سیاسی، اجتماعی تبیین و جست‌وجو می‌کنند و به «پارادایم واقعیت اجتماعی» مشهورند. در واقع این تئوری‌ها به تأثیر الزام‌آور ساختارها و نهادهای اجتماعی پهن‌دامن بر کنشگران و افکار و اعمال آن‌ها می‌پردازند و در زمره «تئوری‌های کلان‌نگر» دسته‌بندی می‌شوند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۴۰۳). مکتب کارکردگرایی ساختاری، تئوری‌های نوسازی، نظریه‌های مارکسیستی، نظریات کنت، دورکیم، مارکس و پارسونز در این طیف قرار می‌گیرند. در مجموع می‌توان گفت جامعه‌شناسان نظم‌گرا، کلاسیک، پارادایم واقعیت اجتماعی و نظریه‌پردازان ساختارگرا با اندک تفاوت، عناوین متفاوتی هستند که ذیل مقوله تئوری کلان‌نگر قرار می‌گیرند.

ب) جامعه‌شناسان تعریف‌گرا

تئوری‌های دسته دوم بر نحوه تعریف کنشگران از موقعیت اجتماعی و عملکرد آن‌ها از این تعاریف تأکید دارند و کنشگران را به‌عنوان نیروهای فعال و خلاق عرصه اجتماعی می‌دانند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۳۲۲). این دسته از تئوری‌ها در ادبیات جامعه‌شناسی «پارادایم تعریف اجتماعی» نامیده شده‌اند که به‌جای تأکید بر جامعه و گروه‌های اجتماعی، به «خود»، «برداشت از خود» و

«ارزیابی خود»، «آگاهی از خود و نقش آن‌ها در هویت‌یابی و شناسایی افراد» و «ارزیابی گروهی» می‌پردازند و هویت را بر ساخته و بازسازی شده رفتار کنشگران - و نه ساختارهای کلان اجتماعی - می‌دانند. نظریه‌پردازان پارادایم تعریف‌گرا، کنشگران، شیوه‌های ساخت واقعیت اجتماعی از سوی آنان و کنش‌های ناشی از این ساخت را موضوع اصلی مطالعه در عرصه جامعه‌شناسی می‌دانند (ریتزر، ۱۳۷۷: ۴۰۴). این پارادایم طیف گوناگونی از نظریات شامل: نظریه کنش متقابل نمادین، پدیدارشناسی، روش‌شناسی مردم‌نگاری و وجودگرایی را دربرمی‌گیرد. در پارادایم تعریف‌گرایان، نظریه کنش متقابل اجتماعی بیشتر از سایر نظریه‌ها به مقوله هویت پرداخته است. کلید درک مفهوم هویت و هویت‌جمعی در نظریه کنش متقابل، شناخت خود و تصویری است که فرد از خود دارد و نیز شناخت تصویر دیگران از خود است. کارگزاران در فرآیند اجتماعی‌شدن از چشم‌انداز مکتب کنش متقابل‌گرایی نمادی به شش دسته تقسیم می‌شوند. این شش دسته عبارتند از: والدین، دیگران مهم، گروه هم‌آلان، محیط آموزش رسمی، مجامع عمومی و ارتباط‌جمعی.

نظریه کنش متقابل سنتی که یکی از ریشه‌های فکری این مکتب را نشان می‌دهد، با آراء و افکار بلومر همراه است، ولی رهیافت‌های علمی مانفوردکون، رهیافت نمایشی اروین گافمن و روش‌شناسی مردم‌نگارانه و پدیدارشناسی، در ذیل این مکتب جای می‌گیرند. «نماد»، «نشانه»، «رفتار پنهان»، «رفتار آشکار»، «ذهن»، «خود»، «جامعه»، «من فاعلی» و «من مفعولی» از مفاهیم بنیادین این مکتب محسوب می‌شوند. کلید درک این مکتب مفهوم «معنا» است که بین کنشگران وجود دارد. نظریه‌پرداز دیگر در این حوزه ریچارد جنگینز است. وی با الهام از مید، گافمن و بارث، معتقد است برای درک و فهم هویت فردی و هویت اجتماعی، می‌توان از یک الگوی هویت‌شناسی واحد استفاده کرد. در این الگو، هویت دارای دو وجه «بیرونی» و «درونی» است که پیوسته با یکدیگر در تعامل هستند. هویت فردی مبتنی بر تفاوت و تمایز میان افراد است و جایگاه فرد را در رده‌بندی‌ها نمایان می‌سازد و هویت اجتماعی نشان‌دهنده شباهت‌هاست و به تعریفی که فرد براساس تعلق به یک گروه یا رده اجتماعی از خودش می‌کند، اطلاق می‌شود. با این حال هویت فردی به شدت از هویت یا هویت‌های اجتماعی فرد تأثیر می‌گیرد. به اعتقاد جنگینز تعاملی دوسویه میان هویت و زندگی اجتماعی جریان دارد. از سویی هویت، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و از سویی دیگر در جریان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد، تغییر می‌کند و بازسازی می‌شود (جنگینز، ۱۳۸۱: ۱۵).

ج) تنوری پهنه یا میدان لوین (فیلد تنوری)

لوین واژه میدان را از فیزیک به امانت گرفت و به مطالعه رفتار انسان در حوزه اجتماعی تسری داد. از نظر تنوری پهنه یا میدان (فیلد تنوری)، رفتار یا کنش انسانی تابع عوامل مختلف به هم پیوسته و وابسته‌ای است که نیروهای میدان نامیده می‌شود، این نیروها را می‌توان به دو دسته خصوصیات شخصی و خصوصیات محیطی تقسیم‌بندی کرد که تابعی از شرایط زمانی و مکانی خاص است. بدین ترتیب براساس تئوری میدان، رفتار انسان تابع ویژگی‌های شخصی و محیطی و شرایط زمانی و مکانی خاصی است که فرد در آن قرار دارد (رفیعی‌پور، ۱۳۶۴: ۵۹). براساس این تئوری می‌توان تأثیرپذیری افراد از محتوای فضای مجازی را تابعی از ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای آنان و شرایط محیطی یعنی محتوا، میزان و شدت عناصر فرهنگی - رسانه‌ای در نظر گرفت که فرد در معرض آن قرار دارد.

د) رویکرد مطالعات فرهنگی، ارتباطات اجتماعی و هویت جمعی

از جمله مفاهیم و موضوع‌هایی که مطالعات فرهنگی و نظریه دریافت به خدمت می‌گیرد تا نقش مخاطب را در معناسازی متون رسانه‌ای و فرهنگی مستدل و برجسته کند، عبارتند از: «رمزگذاری و رمزگشایی»، «چندمعنایی»، «مردم‌پرستی»، «لذت»، «رمزگشایی تقابلی» و «مازاد نشانه‌شناختی» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۱). نظریاتی مانند: استفاده و خشنودی، کاشت، تحلیل و دریافت، هویت پیوندی، مرکب و بریکولاژ (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۹۷)، نظریه‌پردازانی مانند: هایبرت (۱۳۸۷)، مک‌کوتیل و کلاپر (۱۳۷۲) و کمپ (۱۳۶۵) بخشی از نظریات مربوط به این رویکرد هستند که ضمن جمع‌بندی دستاورد نظری آن‌ها، به جهت اهمیت، به برخی از این نظریه‌ها استناد می‌شود:

۱. نظریه‌های استفاده و خشنودی، تحلیل و دریافت

رویکرد استفاده و خشنودی بر این اصل استوار است که گیرنده رسانه فعال، در این رویکرد، مخاطب از این رو فعال انگاشته می‌شود که به دنبال رضایت‌مندی است و باور دارد که انتخاب رسانه رضایت‌مندی مورد نظرش را فراهم می‌کند. همچنین مشارکت فعالانه مخاطب با رسانه بر رضایت‌مندی حاصل و رفتار رسانه‌ای اثر می‌گذارد (الیوت، ۱۳۷۵)؛ (لین، ۱۹۷۷). اهمیت میراث پژوهشی استفاده و رضایت‌مندی بر این واقعیت استوار است که پیروان آن مخالف نظریه مخاطبان منفعل هستند و به همین جهت فرض‌هایی را مبنای کار خود قرار می‌دهند که مهم‌ترین آن عبارت است از اینکه مخاطب از میان مجرای ارتباطی و محتوایی که به او عرضه می‌شود

دست به انتخابی آگاهانه و انگیزه‌دار می‌زند (منتظر قائم، ۱۳۸۷؛ به نقل از: مک کوایل، ۱۳۸۲؛ مک کوایل، ۱۳۸۰). براساس تئوری «استفاده و خشنودی می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد: نخست، این شهروندان و مردم هستند که تصمیم آن‌ها در نوع انتخاب محتوا براساس علایق شخصی، آرزوها، نظام‌های هنجاری و اعتقادی، تعلق به پایگاه اجتماعی، عادات و ارضای نیازهای مختلف سرچشمه می‌گیرد. دوم آنکه شهروندان، براساس بافت فکری، نظام ارزشی و اجتماعی خود، انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی در استفاده از فضای مجازی دارند و بر این اساس در مقابل آن واکنش‌ها و بازخوردهای متفاوتی از خود نشان می‌دهند و این بازخوردها، تأثیرات متفاوتی در احساسات، نوع نگرش، ارزش‌ها و رفتار، فرهنگ و هویت جمعی آن‌ها می‌گذارد؛ لذا هرچه افراد هدفمندتر از فضای مجازی استفاده کنند، تأثیرات هویتی بیشتری خواهند پذیرفت. در نظریه تحلیل دریافت، پیش‌فرض بنیادین این است که متون رسانه‌ها دارای معنایی ثابت یا ذاتی نیستند، بلکه در لحظه دریافت از سوی مخاطب، به تناسب موقعیت ساختاری و پایگاه اجتماعی که فرد در آن قرار دارند، معنا می‌یابد. تئوری دریافت در این مورد بحث می‌کند که یک متن نمی‌تواند بدون وابستگی به موقعیت و شرایط خواننده ایجاد معنی کند. این نظریه بر این نکته تأکید دارد که پیام‌های رسانه‌ها به شکل‌های متفاوتی براساس مسائل فرهنگی و شرایط اجتماعی و جایگاه‌های طبقاتی و پایگاه اجتماعی افراد تفسیر و رمزگشایی می‌شوند.

۲. نظریه کاشت

یکی دیگر از نظریه‌های موجود در حوزه جامعه‌شناسی ارتباطات، نظریه کاشت یا پرورش است. براساس نظریه کاشت تأثیرات فضای مجازی و عملکرد این رسانه در ایجاد تغییرات فرهنگی و هویتی در افراد تابع میزان، مدت و نوع مواجهه افراد با رسانه‌ها و فضای مجازی، میزان واقعی تلقی کردن محتوای آن و نیز نوع استفاده از فضای مجازی است. در نظریه سورین، فرض اساسی نظریه پرورش بر این اصل استوار است که بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و واقعیت‌پنداری برنامه‌های رسانه‌های ارتباط معنی‌داری وجود دارد. مخاطبانی که مدت زیادی در معرض رسانه‌های قرار داشته و از آن استفاده می‌کنند، اطلاعات و ایده‌های رسانه‌ها را طبقه‌بندی کرده و در اثر این در معرض رسانه بودن چیزی را تولید می‌کنند که پرورش نامیده می‌شود. پیر بوردیو و بورک و همین‌طور «تیکنور» و «دونوهو» در نظریه شکاف آگاهی معتقدند فرایند هویت، یک نظام کنترل ادراک است و هویت، مجموع معانی به‌کار گرفته برای خود در یک نقش یا موقعیت اجتماعی را شامل می‌شود، تعریف می‌کند (هرمز، ۱۳۷۹: ۹۸): (اعزازی، ۱۳۷۹: ۶۹).

پیشینه‌شناسی پژوهش

کلانتری (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت‌عنوان «مولفه‌ها و پیامدهای جنگ هویتی علیه جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه رسید که مولفه‌های جنگ هویتی عبارتند از: وجود گسل‌های ایدئولوژیک پایه، تقابل بین گفتمان انقلاب اسلامی - اسلام‌هراسی - شیعه‌هراسی و ایران‌هراسی و مهمترین پیامد آن تبدیل مرزهای جغرافیایی به مرزهای عقیدتی از طریق جنگ هویتی می‌باشد.

روشناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر هدف، پژوهشی کاربردی می‌باشد؛ چراکه سعی شده است تا نتایج حاصل از این پژوهش مورد استفاده‌ی عملی قرار گیرد و با کمک نتایج آن، مشکلات موجود رفع گردد. همچنین از منظر گردآوری اطلاعات، پژوهشی تحلیلی - توصیفی می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکرر هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند، اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد. باید گفت که اینترنت، در مقایسه با تلویزیون گاه تأثیر بیشتری در تنهایی فرد دارد. به‌هرحال، اعضای یک خانواده به بهانه‌ی دیدن برنامه‌ی تلویزیون دور هم و در یک‌جا جمع می‌شوند؛ درحالی‌که کاربران اینترنت معمولاً در تنهایی عمل می‌کنند. هم‌زمان اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات، تصورات و پندارهای فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت‌های سیاسی بر هویت‌سازی‌های فردی تمام می‌شود و می‌تواند به شکل‌گیری منابع جدید هویتی بیانجامد. «جیمز لول» برای توضیح این گرایش جدید در فرهنگ از اصطلاح «فوق فرهنگ» استفاده می‌کند.

این‌که جوامع فرهنگی به انحای جدید شکل می‌گیرند، این نشانه‌ی تغییر شکل تجربه‌های بشری خواهد بود؛ اگرچه در این حالت جامعه هم‌چنان به قوت خود باقی می‌ماند و هویت خود را حفظ خواهد کرد، ولی مقوله‌های فرهنگی جامعه به‌طورکلی تغییر پیدا می‌کنند. «فوق فرهنگ» به سوءگیری‌ها و تجربه‌های شخصی فرهنگی مربوط می‌شود. در این حالت ارتباطات و تعامل‌های بین‌فردی نقش گسترده‌ای در فرهنگ‌سازی ایفا می‌کنند. البته هر «فوق فرهنگی» طبعاً محتوای خاص خود را دارد و می‌تواند شامل عناصر سنتی و مدرن و پست‌مدرن باشد. همچنین یکی از

ویژگی‌های مهم «فوق فرهنگ» پویایی آن در مربوط کردن و پیوند دادن حوزه‌های فرهنگی مختلف است و در چارچوب آن دور و نزدیک، سنتی و مدرن به هم می‌رسند (همان: ۱۳۳). در نهایت، با توجه به پدیده‌ی «فوق فرهنگ» نقش یکپارچه‌ساز فرهنگ کم‌رنگ می‌شود. با در نظر گرفتن تأثیر «فوق فرهنگ‌ها»، تنوع زندگی فرهنگی معاصر و افزایش مشهود میزان تأثیرگذاری رسانه‌های جدید در زندگی افراد، دیگر نمی‌توان مخاطبان رسانه‌ای را همانند گذشته تصور کرد. اگر بخواهیم از تعبیر ساخت‌یابی گیدنز برای توضیح این مسأله بهره بگیریم، می‌توان چنین استدلال کرد که تحولات ساختاری از یک‌سو ساختاری فردیت‌ساز پدید آورده و آن را تقویت می‌کند و از سوی دیگر، عاملان در درون این ساختار به هیچ‌وجه به طرز انفعالی عمل نمی‌کنند و با عملکرد خود ساختار مزبور را مدام بازسازی و تجدید می‌کنند و از این طریق به نحوی در ساختن شالوده‌ی هویت خود سهم دارند. بنابراین، با در نظر گرفتن «فوق فرهنگ»، باید گفت که هویت فردی صرفاً براساس یک رشته عوامل کلی و فوق‌فردی و ساختاری قوام نمی‌گیرد؛ بلکه تا حدود زیادی وابسته به عملکرد بازتابی خود فرد است. ورود به سپهر مجازی رنگ و بوی خاصی به این وضع می‌دهد.

«گیدنز» به‌درستی خاطر نشان می‌کند که جهان مدرن متأخر به‌شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی، شالوده‌ی هویت فردی را می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲). این امر اهمیت رسانه‌های ارتباطی (از جمله اینترنت) را در دنیای معاصر دو چندان می‌کند. وجه بازتابی وسایل ارتباطی دیجیتالی اجازه می‌دهد که شما بتوانید ذخیره‌ای اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهید و با آن به زندگی‌تان نظم دهید. افزایش توانایی فرد در استفاده از اطلاعات به‌طور مستقیم امکان کنترل را کاهش داده است، کما این‌که به عقیده‌ی «گیدنز» با توجه به وابستگی و اتکای روزافزون دنیای امروز به نظم اطلاعاتی بازتابی، کنترل اطلاعات به نحو برگشت‌ناپذیری غیرممکن شده است (همان: ۱۱۸). کاهش نقش عوامل کنترلی و افزایش قدرت فرد در به‌نمایش گذاردن هویت خویش در اینترنت، روند مزبور را تقویت می‌کند. در نتیجه، منابع شکل‌دهنده به هویت و قدرت انتخاب فرد، به نحو چشمگیری رشد می‌کند. آزادی عمل فرد در برخورد با هویت‌های دیگر در روی شبکه باز هم این روند را تقویت می‌کند. به‌رحال، اینترنت فردیت جدیدی را در درون یک ساختار الکترونیکی مجازی می‌سازد و ظرفیت‌های فرد را برای فعلیت بخشیدن به هویت‌های شخصی خود گسترش می‌دهد. در جدول زیر (جدول شماره ۱) خصوصیات هویت واقعی و مجازی ارائه می‌گردد:

جدول ۱. مقایسه مختصات هویت واقعی و هویت مجازی

هویت واقعی	هویت مجازی
آنچه موجب شناسایی می‌شود	غیر قابل شناسایی
حقیقت شیء که مشتمل بر صفات ذاتی باشد	خودبه خود ظاهر می‌شود
مجموعه نگرش‌ها، ویژگی‌ها و روحیاتی که یک فرد را از دیگری متمایز می‌کند	دیجیتالی است
عینی است	با بی‌نامی، مستعار، استعاره، نقاب، صورتک و ... هم‌معنی است
احساس این همانی و وحدت شخصیت	موجود نیست
خصوصیات، باورهایی که باعث تمایز افراد از یکدیگر هستند	مسئولیت‌پذیری ندارد
دارای زمان و مکان	وجود آزادی مطلق
تشخیص دیگران	با واقعیت سازگاری ندارد
وجه تمایز من و ما	خیالی است
منبع معنا	ظرفیت تاثیرگذاری دارد
انواع فردی و اجتماعی و ...	تاثیرپذیر است
شیوه شناسایی خود	قابل ردیابی نیست
قابل ردیابی است	دارای زمان و مکان نیست
کنترل‌پذیر است	دارای طبقه و گروه خاصی نیست
آزادی محدود به زیست‌محیط	امکان هم‌زمان چند شخصیت
مسئولیت‌پذیر	جسم ندارد (مادی نیست) مشتمل بر اطلاعات است
خودبه خود ظاهر نمی‌شود	کنترل‌پذیر نیست
یگانگی و استمرار شخصیت	تغییر و تکرر در یک فرایند متحرک مبتنی بر متن
تعریف خود با یک گروه اجتماعی	چندبُعدی

تأثیرات اینترنت در کشورهای غیرپیشرفته

اینترنت مانند رادیو، تلویزیون و ماهواره از ابتدا یک وسیله تزئینی گران‌قیمت و دست‌نیافتنی نبوده و با سرعت غیرقابل باور، زمینه استفاده همه طبقات اجتماعی را فراهم آورده است. خصوصیات اینترنت، موجب شده است به وسیله‌ای پر قدرت تبدیل و رقیبی برای نهادهای تبلیغی دولتی و منابع هویت‌ساز تلقی شود. اینترنت که آزادترین محیطی است که بشر تا به امروز با آن مواجه بوده، منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آن‌ها را با دشواری روبه‌رو کرده است. این بحران فقط به کشورهای جهان سوم و در حال توسعه محدود نبوده و نخواهد بود؛ به طوری که در جهان امروز هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند ادعا کند که از تأثیرات ناشی از این بحران در امان خواهد بود. اینترنت از طریق جهانی‌سازی شبکه ارتباط و تعاملات ناشی از آن، موجب تغییر در نظام ارزشی، هنجاری و نگرش نسل سوم و زمینه‌ساز بحران هویت در سطوح مختلف شده است.

فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبه‌رو شده‌اند. در این پارادایم، تأکید عاملی بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است (عاملی، ۱۳۸۲: ۴۷۱-۲۴۱). پارادایم دو جهانی شدن‌ها در مرحله اول به تبیین دو جهان متفاوت و در عین حال درهم تنیده و در مرحله بعد به جهانی شدن‌های متکثر در این دو جهانی شدن می‌پردازد. بر این اساس، دو جهان مجازی و واقعی مانند دوقلوهای چسبیده، یکدیگر را بازنمایی و حتی بازتولید می‌کنند. از نگاه عاملی، مهم‌ترین تغییر جهان معاصر که بنیان تغییرات جهان معاصر را می‌سازد، رقابت جهان واقعی با جهان مجازی است. در واقع این واقعیت که جهان مجازی پدیده‌ای نوین است، باعث شده ظرفیت‌های این جهان کمتر از میزان واقعی ارزیابی شود؛ حال آنکه عاملی معتقد است جهان مجازی به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت می‌یابد و این دو جهان از یک رابطه «انعکاس هندسی» برخوردارند.

جهان اول با ویژگی جغرافیامند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت - ملت، طبیعی - صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود. جهان مجازی، بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض، دسترس‌پذیر و بی‌اعتنا به محدودیت‌های دولت - ملت‌هاست. بدیهی است که تقسیم‌بندی جدید جهان با تقسیم‌بندی‌های پیشین، مثل شمال - جنوب و

توسعه یافته و در حال توسعه منطبق نیست. بدین ترتیب، جهان با شرایط جدیدی مواجه می‌شود که در گذشته فاقد نمونه مشابه است.

بسیاری از متفکران معاصر جهانی شدن را فرآیندی دانسته‌اند که به «زلزله ژئوپلیتیک» (رابرتسون، ۱۹۹۳)، «بحران فرهنگی و اجتماعی» (تاملینسون، ۱۹۹۹)، «پایان تاریخ» (فوکویاما، ۱۹۹۱)، «پایان جهان» (بورديو، ۱۹۹۹)، «گم کردن بنیادین جهت» (ویرلیو، ۲۰۰۱)، «جامعه ریسکی» (بک، ۱۹۹۹)، «جهان رهاشده» (گیدنز، ۱۹۹۹)، «جامعه در حال بن‌بست» (باومن، ۲۰۰۲) و «اضطراب بزرگ» (زوبوف، ۲۰۰۱) منجر می‌شود (عاملی، ۱۳۸۲: ۱۴۶).

عاملی (۱۳۸۲) به وابستگی متقابل دو جهان مجازی و واقعی اشاره می‌کند: تعامل فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی متکی به «تعامل‌های دو جهانی» می‌شود و ما در واقع «دو جهانی شدن‌های به هم چسبیده» را مشاهده می‌کنیم. آموزش و پرورش آینده، نظام‌های تجاری و بانکی حال و آینده، نظام‌های کنترل شهر و شهرسازی، حتی پزشکان جهان آینده برآیند تعامل پیوند خورده این دو جهان است. اینترنت، اصلی‌ترین عامل تشکیل‌دهنده فضای مجازی، شناخته می‌شود. در واقع اینترنت جهانی عریض است؛ شبکه در دسترس از کامپیوترهای متصل به هم و یک چارچوب شبکه‌ای که شامل میلیون‌ها شبکه کوچک‌تر خانگی، دانشگاهی، تجاری و دولتی می‌شود که اطلاعات و خدمات مختلفی را به یکدیگر می‌رسانند؛ مانند ایمیل، چت، انتقال فایل و صفحه‌های وب لینک شده به هم. این روش جدید ارتباط به وسیله ویژگی‌هایی مثل گمنامی کاربر، نبود ارتباطات غیرکلامی، جدایی فیزیکی و قابلیت انعطاف جسمانی مشخص شده است. فضای آزاد اینترنتی محل حضور میلیون‌ها کنشگر است که می‌توانند با تفسیرهای نمادین در اینترنت به: (۱) به کنش فردی و جمعی متقابل پردازند؛ (۲) در اجتماعات مجازی حضور سایبری داشته باشند؛ (۳) گروه مجازی تشکیل بدهند؛ (۴) با افراد دیگری که از اینترنت استفاده می‌کنند به بحث آزاد در مورد موضوعات گوناگون پردازند.

اینترنت از طریق پست الکترونیکی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و ... ارتباط بین فردی و گروه‌های بحث و گفت‌وگو و تبادل نظر را تسهیل و نیز دسترسی به اطلاعات را ممکن می‌کند. اینترنت حتی هنگامی که به صورت مدل یک به چند عمل می‌کند، دارای قابلیت است که اساساً آن را با دیگر رسانه‌های گروهی متمایز می‌کند - اینکه همواره دارای ظرفیت - تعاملی است. همین قابلیت تعاملی است که زمینه پیدایش گروه‌های مجازی، جنبش‌ها و در نتیجه تغییرات اجتماعی و سیاسی متعاقب را برای آن فراهم می‌کند (دارنلی، ۱۳۸۴: ۷۴). می‌توان گفت اینترنت صحنه فرهنگی و

اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد. در این فضای عمومی، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا با تنظیمات نمادین بتوان بازی کرد. چنانچه بیان شد یکی از جنبه‌های اینترنت، ورود بی‌هویت در آن است. کنشگر در صحنه اینترنت، برای ایفای هر نقشی فرصت پیدا می‌کند. البته خصیصهٔ مثبتی که در این کار هست، مجاللی است که برای بروز و ظهور فرد پیدا می‌شود. اینترنت فضای آزاد گلخانه‌ای را ایجاد می‌کند که معلمان و مراجع قدرت به آن دسترسی داشته و بر آن تأثیر می‌گذارند. امکان خصوصی بودن امور، نکته‌ای است که کاربران جوان اینترنت بر آن تأکید دارند. اینترنت به‌نظر این جوانان، جانشین فضای عمومی می‌شود و خود این جوانان دربارهٔ کنترل و کاربرد آن اطلاعاتی کسب می‌کنند. این فضای جدید که عمدتاً توسط کاربران ساخته می‌شود، احساس مشارکت بیشتری به نوجوانان می‌دهد.

در برخورد با این پدیده، شرایط هر جامعه فرق می‌کند و نمی‌توان به صدور احکام مطلق در این‌باره بسنده کرد. به‌علاوه، تدبیر مدیران جامعه، پویایی فرهنگ عمومی و ساختار اقتصادی نیز در تعیین نوع عکس‌العمل لازم، دخالت دارد و شدت و ضعف این عوامل می‌تواند هر کدام مسأله‌ساز باشد. اینترنت دست‌کم از دو جهت می‌تواند در کشورهای در حال توسعه منشأ اثر باشد: خلق ارزش‌های جدید و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به شدت خاص. در درجه‌ی اول، این ارزش‌های جدید می‌تواند تأثیرات هویتی عدیده‌ای برجای گذارد. معمولاً افراد جوان‌تر از این تحولات بیش‌تر تأثیر می‌پذیرند. چون آن‌ها اغلب حامی نوآوری در وسایل ارتباط جمعی‌اند. البته این گفته بدان‌معنا نیست که بزرگ‌سالان همواره در برابر تغییر مقاومت می‌کنند. به‌طور کلی، به‌نظر می‌رسد که اینترنت بتواند در آیندهٔ نسبتاً دور به‌وسیلهٔ ارتباطی اصلی در جهان سوم تبدیل شود، تا آن زمان فرهنگ استفاده از آن به‌صورت یک خرده فرهنگ باقی می‌ماند. احتمالاً خرده‌فرهنگ مزبور جنبهٔ حاشیه‌ای نخواهد داشت و تنش‌هایی را در این جوامع به‌بار می‌آورد. به‌هرحال، اینترنت خواه‌ناخواه فضای اجتماعی جدیدی ایجاد می‌کند که براساس عنصر مجازی عمل می‌کند و شیوه‌های هویت‌یابی تازه‌ای را به دنبال دارد. در مواردی این سبک هویت‌یابی در جهت تقویت قدرت فرهنگ مقابل عمل می‌کند و به شکل واکنش‌های هویتی بروز می‌کند. به سختی می‌توان از بروز این واکنش‌های هویتی جلوگیری کرد. در صورت تشدید این وضعیت، باید احتمال بروز تنش‌هایی میان فرهنگ محلی و فرهنگ مجازی در جهان سوم در آینده نزدیک را جدی بگیریم و برای آن چاره‌اندیشی کنیم، اینجاست که حدود دخالت نظام سیاسی روشن‌تر

می‌شود، یعنی نقطه‌ای که به حریم سایرین تجاوز شده باشد و یا با فریب و روش‌های مختلف تبلیغاتی نسبت به تحریک افراد و گروه‌ها اقدام کرده و منجر به تنش‌های اجتماعی شود. از سوی دیگر، رواج اینترنت در جوامع در حال توسعه وضعیتی را پدید آورده که «گوردن متیوز» از آن به‌عنوان «سوپرمارکت فرهنگی» یاد می‌کند، او عملکرد وسایل ارتباطی دیجیتالی در جهان سوم را با سوپر مارکت مقایسه می‌کند. همان‌طور که شخص در سوپرمارکت چرخ‌دستی خود را مملو از انواع کالاها می‌کند، شبکه‌های اینترنتی و امثال آن سبدهای مختلفی شامل انواع و اقسام ارزشها و گرایش‌های فرهنگی را به مشتریان خود عرضه می‌کنند. هویت فرهنگی فرد در تعیین نحوه‌ی انتخاب‌های وی بسیار مؤثر است. در واقع، به‌طور مثال، کشمکش میان فرهنگ محلی و فرهنگ سوپرمارکتی اینترنت، نزاعی هویتی است. هرچه برخورد این دو شدیدتر باشد، جذب اینترنت در جامعه مزبور (دست‌کم در مراحل اولیه) دشوارتر می‌شود. از این نگاه اگر بتوان اوضاع را به‌گونه‌ای هدایت کرد که میان فرهنگ ملی و سوپرمارکتی سازش حاصل شود، در این صورت احتمال بروز تنش‌های هویتی کاهش خواهد یافت، در این صورت به‌گزینش از میان انواع و اقسام کالاها و ارزش‌هایی که اینترنت عرضه می‌کند، به مراتب آسان‌تر خواهد بود. تأثیر جانبی این سوپرمارکت فرهنگی در جهان سوم، به‌صورت بی‌واسطه، در قالب ظهور هویت‌های متکثر نمود پیدا می‌کند. تنوع و چندگانگی هویتی در حال رشد است. این روند در حادترین شکل خود به‌صورت مرقع‌پردازی ظاهر می‌شود که محصول استفاده فرد از منابع نامحدودی است که ارتباطات فرهنگی در اختیارش قرار داده است (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۶). جنبه بازتابی این امر را نباید ناچیز انگاشت. اینترنت می‌تواند ساختار خاصی را ایجاد کند و از طریق آن به ذهنیت‌ها سازمان دهد؛ اما از سوی دیگر افراد در انتخاب‌های خود حالت منفعل ندارند و می‌توانند معانی اجتماعی متفاوتی برای هویت خویش قائل شوند.

به‌نظر می‌رسد، تکثر هویتی به‌اضافه افزایش تعداد انتخاب‌های فردی به تدریج به ناهمگونی‌های فرهنگی - اجتماعی در کشورهای در حال توسعه دامن زند و حتی موجب بروز تناقضات شخصیتی در افراد شود. از یک لحاظ تضعیف خطوط قدیمی هویت‌ها به‌وسیله اینترنت در تشدید بحران هویت در این جوامع سهیم بوده است، اینجاست که نظام سیاسی وظیفه آگاه‌سازی جامعه از حقوق و تکالیف و مجازات‌های تحطی از آن‌ها را به عهده دارد.

به‌علاوه وسایل ارتباطی دیجیتالی این فرصت را در اختیار شهروندان کشورهای مختلف قرار داده است که هویت جدیدی را برای خود در سپهر مجازی آماده کنند و مطابق با همین شکل از

هویت‌یابی به جهان واقعی پیرامون خویش سامان بخشند. اگر این خط سیر در جهت کشف روایتی از «خود» باشد، امری بالنده است؛ در غیراین‌صورت، پندارگرایی و گرفتار آمدن در چنبرهٔ امور مجازی و عدم‌توانایی در ایجاد ارتباط با واقعیت می‌تواند به نوبهٔ خود بحران‌زا باشد. این دوگانگی ذهن و عین می‌تواند آثار منفی سیاسی و فرهنگی به‌همراه آورد. به‌هرحال، پدیده‌هایی مانند اینترنت از چنان ساختار فنی برخوردارند که بتوانند به روند تحولات شتاب بخشند. بدون‌شک، تأثیرگذاری اینترنت در روندهای عمومی جوامع درحال‌توسعه، در آینده باز هم بیش‌تر خواهد شد. در این میان، آنچه بیش‌تر اهمیت دارد، نحوه‌ی استفاده از اینترنت به‌خصوص در جوامع درحال‌توسعه است. اینترنت، همانند هر فن‌آوری جدیدی که هنوز به خوبی جذب جامعه نشده باشد، به‌صورت کاملاً تعریف شده‌ای به‌کار گرفته نمی‌شود. به‌علاوه، نابرابری اطلاعاتی میان شمال و جنوب باعث می‌گردد که کشورهای جهان سوم در زمینهٔ بهره‌برداری از اینترنت در موقعیت حاشیه‌ای قرار بگیرند. شواهد موجود، حکایت از این دارد که اگر ممالک در حال توسعه بخواهند در آینده شکاف موجود میان خود و کشورهای صنعتی را کاهش دهند، باید در زمینهٔ اقتصاد اطلاعات به برتری و مزیت‌هایی دست پیدا کنند. این امر بیانگر آن است که مسألهٔ اینترنت فقط به هویت مربوط نمی‌شود؛ بلکه به توسعهٔ کشورها ارتباط پیدا می‌کند. اگر کشورهای جهان سوم نتوانند با استفاده از امکانات و وسایل ارتباطی دیجیتالی موقعیت خود را در نظام جهانی بهبود بخشند، این خطر وجود دارد که افزایش فاصلهٔ آن‌ها با کشورهای صنعتی - به‌طور غیرمستقیم - باعث افزایش فشارهای هویتی بر این جوامع شود. این مسایل بیانگر آن است که باید در آینده درباره‌ی ابعاد هویتی اینترنت بیش‌تر تحقیق شود. از آنچه گفته شد، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که اینترنت و مجازی شدن اینترنتی از جمله عوامل شتاب‌دهندهٔ تکثر هویتی در جهان سوم است. از این‌رو، می‌توان آن را به‌عنوان یکی از وسایل نفوذ مدرنیتهٔ متأخر در جوامع درحال‌توسعه قلمداد کرد؛ اما در مورد اینترنت نیز، همانند سایر موارد مشابه، عامل توسعهٔ ناموزون اجازه نمی‌دهد که آثار مدرنیتهٔ متأخر عیناً به همان صورت جوامع غربی نمود پیدا کند. اگر واقع بین باشیم و عوامل فرهنگی، سطح آموزش و نحوهٔ روابط اجتماعی را در نظر داشته باشیم، آن‌گاه نمی‌توانیم به‌سادگی و از طریق یک قیاس ساده تأثیر فضای مجازی را در کشورهای صنعتی، به جوامع درحال‌توسعه تسری دهیم.

بدون‌شک، عوامل چندی مانع این مقایسه می‌شود که شاید مهم‌ترین آن‌ها فقدان سازمان‌دهی اجتماعی در جوامع درحال‌توسعه است. اغلب این کشورها در سطح نسبتاً پایین سازمان‌دهی

اجتماعی قرار دارند و از سازمان‌دهی لازم برای جذب بهینه فن‌آوری‌های جدید برخوردار نیستند. به همین دلیل، جذب فن‌آوری‌های تازه - از جمله اینترنت - به‌نحو کاملاً پراکنده‌ای صورت می‌گیرد و برنامه‌ریزی نشده است. این امر اولاً میزان اثرگذاری راهبردی اینترنت را کاهش می‌دهد؛ یعنی، استفاده بهینه از سپهر مجازی را در جهت اهداف ملی این کشورها موجب نمی‌شود. به‌صورتی که خلق سپهر مجازی با توجه به منافع ملی و یکپارچگی جامعه صورت نمی‌گیرد. این امر عملاً امکان تأثیرگذاری از بالا بر هویت‌سازی خرده هویت‌ها و هویت‌های کلان (مانند هویت جامعگی) را از بین می‌برد. در بسیاری از موارد، مسأله «بحران هویت» (در سطح ملی و محلی) چیزی غیر از «تأثیرگذاری خارج از کنترل» نیست که اصطلاحاً چنین تعبیر می‌شود. ثانیاً، وضعیت خاص توسعه و فرهنگ و مناسبات اجتماعی در ممالک جهان سوم به‌گونه‌ای است که اینترنت به‌نحوی ناموزون اثر می‌گذارد و در همه حوزه‌ها به یک اندازه مطرح نیست. توسعه ناموزون سپهر مجازی در این جوامع؛ یعنی، رشدیافتگی نسبی آن در برخی حوزه‌ها و عدم‌رشد آن در حوزه‌های دیگر، تا حدود زیادی از اثربخشی اینترنت در تحول فرهنگی - صنعتی این جوامع کاسته است. متأسفانه، در بسیاری از این کشورها اینترنت سوءکارکرد دارد و به شکل حاشیه‌ای و به‌عنوان وسیله‌ی سرگرمی مطرح است و آن‌چنان به‌عنوان یک وسیله‌ی اطلاعاتی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. این موضوع در نهایت موجب می‌شود که این جوامع به‌سختی بتوانند به یک نظم ارتباطی جامع دست پیدا کنند و ضمناً یک سپهر مجازی فراگیر را برنتابند. در نتیجه، با وجود رشد کمی قابل توجه تعداد کاربران اینترنتی، تحول ساختاری در این زمینه مشاهده نمی‌شود. این مورد نیز یکی از مواردی است که آمار خام نمی‌تواند گویا باشد. این وضعیت، به نوبه خود، ممکن است بحران هویت را در این جوامع تشدید کند؛ زیرا از یک‌سو به دلیل ضعف سازمان‌دهی اجتماعی، دولت‌های ضعیف و ناکارآمد معمولاً قادر به مقابله با عوارض منفی پدیده‌های جدید نیستند که این امر در نهایت موجب گسترش عوامل منفی اینترنت می‌شود. از سوی دیگر هویت‌سازی فردی در چارچوب سپهر مجازی باعث تقویت «فردیت جدیدی» می‌شود که ساختارهای اجتماعی - فرهنگی این جوامع قادر به پاسخ‌گویی به آن نیستند و در بسیاری مواقع چالش‌ها بدون جواب می‌مانند. این امر در بلندمدت به بیگانه‌سازی بخش‌هایی از جامعه می‌انجامد. شکاف نسل‌ها می‌تواند این احساس بیگانگی را تشدید کند؛ اگرچه این معضل برای نظامات سیاسی یک تهدید حساب می‌شود،

ولی نباید با آن به‌صورت یک مشکل سیاسی - امنیتی برخورد کرد؛ بلکه باید راه‌حل‌های فرهنگی برای آن یافت.

حال با توجه به آنچه بیان شد، به بررسی تأثیرات اینترنت و فضای مجازی بر هویت پرداخته می‌شود:

- برخلاف برداشت سنتی از هویت که با یگانگی و استمرار شخصیت و خود فهم می‌شد در اینترنت هویت عبارت است از تغییر و تکثر در یک فرایند متحرک.

- اینترنت نمی‌تواند یک ارتباط کامل را ایجاد کند. به‌عبارت، دیگر تنها بر متن و تصویر استوار است و فاقد سایر مولفه‌های شخصیتی برای معرفی فرد است و ارتباط سالم و کامل برقرار نمی‌گردد.

- ویژگی ناشناس بودن و نبود کنترل‌های اجتماعی مسئولیت‌پذیری فرد را در قبال عملش کاهش می‌دهد.

- در گروهی که همه افراد ناشناس هستند، این افراد ناشناس فرد ناشناس تازه‌وارد را در جمع خود می‌پذیرند.

- کسی که هویت واقعی خود را در اینترنت معرفی می‌کند، می‌تواند از مزایای آن بهره‌مند شود.

- خود از طریق پست الکترونیکی با نام و شغل و فرستنده و گیرنده شناخته می‌شود.

- در صفحه اینترنتی شخصی، فرد می‌تواند هویت خود را با تعارف و بیان قابلیت‌ها معرفی نماید، البته می‌تواند صفحه‌های مجازی نیز بسازد.

گروه‌های دارای جایگاه هویتی در فضای مجازی موجود در جمهوری اسلامی ایران

چنان‌که در بخش چهارچوب نظری و ادبیات پژوهش بیان شد، آنچه در نوآوری‌های فنی مربوط به عصر دوم رسانه‌ها یعنی اینترنت و ماهواره مهم است، دگرگونی گسترده فرهنگ، هویت فرهنگی و روش‌های جدید ساخته شدن هویت‌هاست که امروزه به کمک توسعه دانش و فناوری و با بهره‌گرفتن از اصول پیشرفته روان‌شناسی اجتماعی، به‌شیوه‌ای آرام و هژمونیک دنبال می‌شود. انحصار رسانه‌ای توسط جهان پیشرفته و فرادست توانسته به تغییر هویت فرهنگی جوامع دیگری که از نظر فناوری در جایگاه فرودست و ضعیف‌تری قرار دارند، دامن بزند. این رسانه‌ها سعی دارند از طریق فرایندی خزننده، نرم و غیرمحسوس ابتدا در جوامع احساس نیاز و عطش ایجاد نموده و عناصر فرهنگی را به جامعه وارد کرده و سپس به مدد فناوری رسانه و

شیوه‌های پیشرفته اقناع، نگرش افراد، گروه‌ها و قشرهای مختلف اجتماعی را تغییر دهند. در این وضعیت جدید جهانی، یک فرهنگ و هویت جهانی و یک‌دست نیز به تدریج در حال شکل‌گیری است که به «تک‌فرهنگی شدن جهان» می‌انجامد. در چنین شرایطی که بیشتر کشورهای جهان از جمله ایران در شرایطی نابرابر عمده‌تاً مصرف‌کننده تولیدات عرضه شده در این فضا هستند، تحولات فرهنگی - اجتماعی متأثر از فضای مجازی در جوامع جهان سوم و جهان اسلام در صورتی که مدیریت نشود، به‌سوی تحقق مبانی معرفتی لیبرال دموکراسی و تضعیف ارزش‌های اسلامی و ملی در این کشورها جریان خواهد یافت. همچنان‌که بدیهی است این روند ناعادلانه و نابرابر (در صورتی که تلاش‌های جدی برای تولید دانش بومی صورت نگیرد) در میان‌مدت و بلندمدت موجب تولید تضادها و تعارض‌های ارزشی، نگرشی و هویتی و قطب‌بندی بین عناصر اسلامی، ایرانی و غربی و در نهایت تضعیف نیروها، عناصر، نمادها، آیین‌ها، شعائر و مناسک بازنماینده ارزش‌های دینی و اعتقادی و مذهبی خواهد شد که در نهایت در کنش‌های اجتماعی و رفتاری و سبک زندگی شهروندان تجلی خواهد یافت؛ وضعیتی که می‌توانست به‌گونه دیگری رقم خورده و هم‌سازی بیشتر عناصر ایرانی و اسلامی را بنمایاند.

بیشتر پژوهش‌های انجام شده در مورد اینترنت همانند پژوهش شاقاسمی (۱۳۷۸) نشان می‌دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارند. وجود بیش از ۱۱ میلیون کاربر اینترنت در ایران نشان می‌دهد که جوانان نسل انفجار جمعیت به‌خوبی خود را با شرایط روز جهان وفق داده‌اند، درحالی‌که ایرانیان در تحقیقی که دانیل لرنر در حدود پنج دهه پیش انجام داده بود، در میان شش کشور خاورمیانه، رتبه آخر را در میزان استفاده از رسانه‌ها کسب کرده بود (شاقاسمی، ۱۳۸۵: ۵۰).

از دیدگاه معتمدنژاد (۱۳۷۱) بررسی‌ها حاکی از آن است که میزان استفاده از اینترنت در مناطق محروم به‌شدت روبه گسترش می‌باشد.

بر اساس پیمایش مولائی فرسنگی (۱۳۷۸) که در استان گلستان انجام شد، نشان می‌دهد ۵۵ درصد افراد در برنامه روزانه از اینترنت استفاده می‌کنند؛ این رقم با توجه به نبود زیرساخت‌های ارتباطی در مناطق مرزی قابل توجه است. همچنین ۹ درصد افراد اهل تشیع در برنامه‌های روزانه خود از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. این پیمایش نشان می‌دهد ۲۳ درصد افراد اهل تسنن به‌طور روزانه از اینترنت استفاده می‌کنند. این رقم نیز با توجه به وجود محرومیت در منطقه و نیاز به وسایل رسانه‌ای خاص برای استفاده از اینترنت، درصد چشمگیری است.

بنابر یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، از جمله مسائل هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند. چنانچه بیان شد، استفاده از اینترنت تأثیرات عمیق بر ارزش‌های جوانان داشته و موجب شده نیازهایی که قبلاً توسط خانواده برطرف می‌شد، امروزه از سوی این رسانه جدید مرتفع گردد؛ مثلاً در گذشته دوست‌یابی تحت‌نظر والدین صورت می‌گرفت؛ اما امروزه برخی جوانان با استفاده از سیاست‌های دوست‌یابی، گفت‌وگو (چت) و امثال آن‌ها قادرند با افراد گوناگون و با فرهنگ‌های مختلف آشنا شوند. کاربران اینترنت برخلاف نسل اول که در فضایی واقعی و حقیقی فعالیت می‌کردند، امروزه در فضایی مجازی مشغول هستند. بر همین اساس، بسیاری از کارکردهای خانواده در جامعه‌پذیری افراد به‌وسیله این رسانه تعاملی در محیطی مجازی صورت می‌گیرد (بوربور، ۱۳۸۳: ۶۵).

علاوه بر تأثیرات هویتی اینترنت بر جوانان ایرانی، زنان، گروه‌های با علائق مذهبی مشترک، گروه‌های مخالف نظام سیاسی حاکم، گروه‌های علاقمند به فضاها غیراخلاقی و ... فضای مجازی و اینترنت، آرام‌آرام کارکرد برخی حوزه‌ها را نیز تحت‌تأثیر قرار داده است؛ برای مثال اینترنت توانسته است در حوزه دین هم وارد شود و با وجود مخالفت‌های برخی نهادهای سنتی در خصوص رواج اینترنت، امروزه شاهد هستیم که برخی از مراجع، روحانیون حوزه علمیه و حتی استشهادیون، دارای وبلاگ‌ها و وبسایت‌های رسمی هستند (تاریوردی، ۱۳۸۳: ۱۱۹). روابط اینترنتی سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۷۲). با توجه به رشد فزاینده تعداد کاربران اینترنت، تعداد اجتماعات مجازی و روابط اجتماعی جدیدی که از طریق فناوری اینترنتی ایجاد می‌شوند، دائماً در حال افزایش بوده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

الف) نتیجه‌گیری

آسیب‌هایی چون هویت مجازی که به‌خاطر امکان تغییر هویت در اینترنت فراهم آمده و نمونه بارز آن درچت‌ها متجلی می‌شود - هرگز نمی‌تواند جانشین یک رابطه واقعی انسانی شوند و این فقدان جسمانیت، تجربه انسانی اینترنت را محدود می‌کند. هر چند که این نکته مهم را نیز نمی‌توان نادیده گرفت که همین خصیصه اینترنت، به بُعد خیالی و فانتزی روابط انسانی گستردگی و اهمیت می‌دهد و با توجه به نظرات افرادی چون فروید و لاکان که نقش خیال و فانتزی را در شکل‌گیری هویت درونی و اصیل انسانی بسیار مهم دانسته‌اند، نمی‌توان

این هویت مجازی اینترنت را کلاً ضعف و نقص تلقی کرد. در دنیای امروز کشورها نمی‌توانند دیواری به دور خود بکشند و از برخورد فرهنگ جامعه خود با فرهنگ‌های بیگانه در امان باشند. از طرف دیگر اگر فرهنگ جامعه‌ای توان خود را از دست بدهد و مردم از فرهنگ خود گسسته شوند قدرت درست اندیشیدن از آن‌ها سلب می‌گردد و در این دریای ارتباطات غرق می‌شوند و اگر ملتی علاقه‌مند به حفظ و پاسداری از هویت فرهنگی خود باشد، باید سعی کند فرهنگ غیرمادی جامعه خویش را حفظ نماید. البته این به آن معنا نیست که می‌توان فرهنگ غیرمادی را کاملاً دست‌نخورده و ثابت و اصیل نگه داشت، زیرا تغییر از خصوصیات فرهنگ است. ولی این تغییر در صورتی به هویت فرهنگی آسیب نمی‌رساند که جریان عادی و خود به خودی را ببینیم، با توجه به مباحث مطرح شده و یافته‌های پژوهش، آسیب‌ها و چالش‌های اینترنت در جمهوری اسلامی ایران و راه‌های مقابله و ساماندهی فرهنگی هویت‌های مجازی در کشور بیان می‌گردد:

- جایگزینی هویت مجازی بجای هویت واقعی و من واقعی؛
- ایجاد شکاف میان انقلاب اسلامی و آرمان‌های آن؛
- ترویج خرافه‌گرایی و عرفان‌های دروغین؛
- جدایی از فرهنگ مهدویت و انتظار؛
- گرایش به پورنوگرافی و مسائل جنسی؛
- کاهش تأثیرپذیری اطفال از والدین؛
- ترویج فرهنگ غربی و ایجاد بحران هویت؛
- تشویق به هنجارشکنی اجتماعی؛
- اعتیاد به اینترنت و بازماندن از رشد علمی و جسمی و هویت‌یابی صحیح؛
- دوست‌یابی‌های خطرناک اینترنتی و تاثیر آن بر شخصیت و تفکر افراد؛
- تأثیرپذیری از فرهنگ صهیونیزم؛

(ب) پیشنهاد

پیشنهاد‌های ذیل به‌منظور آسیب ماندن جمهوری اسلامی ایران از آسیب‌های مذکور در پژوهش حاضر، بیان می‌گردد:

- شناخت همه‌جانبه تهاجم فرهنگی و اهداف دشمن از آن؛
- تبیین الگوی استفاده از فضای مجازی و IT برای افراد جامعه و آگاه‌سازی آن‌ها نسبت به مضرات و مخاطرات این فضا؛

- تقویت برنامه‌های ملی و مذهبی برای گروه‌های مختلف اجتماعی و برای کلیه سنین به تناسب شرایط گروه‌های سنی مختلف و افزایش برنامه‌های جمعی؛
- تقویت مولفه‌های اصلی هویت ایرانی - اسلامی مانند مذهب تشیع، زبان فارسی، عناصر فرهنگی تاریخی و سایر نمادهای مذهبی و ملی؛
- تقویت توان فنی و زیرساختی کشور جهت جلوگیری از نقوذ عناصر بیگانه در فضای مجازی؛
- اجتناب از انفعال رسانه‌ای (معرفی فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی)؛ اصل بنیادین در فضای مجازی؛
- استفاده از قاعده فقهی میسور و اقدام حداکثری در حد توان از طرف نظام سیاسی و اجتماعی در مدیریت شرایط متهاجم فضای مجازی و مبارزه با امپریالیسم فرهنگی در این فضا؛
- حضور مستمر و موثر در فضای مجازی توسط نهادهای فرهنگی و اجتماعی جهت معرفی و یادآوری مولفه‌های هویت ملی و مبارزه با شبهات؛
- ترویج آموزه‌های اخلاقی شیعی و جذب مخاطبین فعال در این حوزه؛
- بهره‌گیری از ظرفیت حوزه و دانشگاه در برنامه‌سازی برای فضای مجازی؛
- اشباع نیازهای طبیعی انسان از راه‌های مشروع؛
- گسترش امر به معروف و نهی از منکر؛
- تلاش برای زدودن فقر اقتصادی؛
- استفاده از فن‌آوری نوین در عرصه فعالیت‌های فرهنگی؛
- تقویت رسانه‌های داخلی و غنی‌سازی برنامه‌های فرهنگی آن‌ها با رویکرد تقویت هویت دینی و ملی و خنثی‌سازی تهاجم فرهنگی دشمن؛
- تقویت مساجد و کانون‌های فرهنگی؛
- مشارکت دادن نوجوانان و جوانان در فعالیت‌های فرهنگی؛
- بازننگری در منابع درس دانشگاهی به‌ویژه دروس مرتبط با علوم انسانی.

منابع و مأخذ

- آکسفورد، باری (۱۳۷۸). نظام جهانی، اقتصاد، سیاست و فرهنگ، ترجمه سمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی بین‌المللی وزارت امور خارجه.
- احمدی، حمید (۱۳۸۳). ایران، هویت، ملیت و قومیت، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی راداباوه، تهران: نشر کتابدار.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۹). تصویر خانواده در برنامه‌های کودک سیما، تهران: اداره کل پژوهش واحد سنجش و ارزیابی برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- بوربور حسین‌بیگی، مریم (۱۳۸۳). بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل؛ پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- تارپوردی، علیرضا (۱۳۸۳). تعامل دینی در گروه‌های بحث اینترنتی؛ مطالعه موردی تالار گفتگوی دین در سایت <http://www.goftman.com>، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- تاملینسون، جان (۱۳۸۱). جهانی‌شدن و فرهنگ، ترجمه محسن کریمی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- تورن، آلن (۱۳۸۰). نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: انتشارات گام نو.
- جنگینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمد، تهران: نشر شیرازه.
- دارابی، علی (۱۳۹۱). درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- دارنلی، جیمز؛ فدر، جان (۱۳۸۴). جهان شبکه‌ای درآمدی بر نظریه و عمل در باب جامعه اطلاعاتی، ترجمه نسرین امین دهقان و مهدی محامی، تهران: انتشارات چاپار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۴). جامعه روستایی و نیازهای آن، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶). توسعه و تضاد، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

- شاقاسمی، احسان (۱۳۷۸). عشق سیال، روابط پیش از ازدواج در جهان دوفضایی شده - کاربران جوان ایرانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- شاقاسمی، احسان (۱۳۸۵). «مروری بر زمینه‌های تأثیر فضای مجازی بر نظریه‌های ارتباطات»، نشریه جهانی رسانه، شماره ۲.
- شایگان، داریوش (۱۳۸۰). افسون‌زدگی جدید، ترجمه فاطمه ولیانی، تهران: نشر فرزانه‌روز.
- صوفی، محمدرشید (۱۳۸۵). «هویت‌های جدید واقعی و مجازی: مطالعه کاربران اینترنتی دانشجوی با جنسیت و قومیت متفاوت»، مجله الکترونیکی گلوبال مدیا ژورنال، شماره ۵۸.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲). «دوج جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب»، پژوهشنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۳.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۴). دوج جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های هم‌زمان، هویت ملی و جهانی شدن، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- قنبری برزیان، علی (۱۳۸۳). رویکردها، چالش‌ها و مؤلفه‌های هویت ملی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاووشیان، چاپ دوم؛ تهران: انتشارات طرح نو.
- کلاتری، فتح‌الله (۱۳۹۷). «مؤلفه‌ها و پیامدهای جنگ هویتی علیه جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه راهبرد دفاعی، شماره ۶۱.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران: انتشارات نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹). جهان رها شده، ترجمه علی‌اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران: انتشارات علم و ادب.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- معین، محمد (۱۳۷۷). فرهنگ معین، جلد ششم، تهران: انتشارات امیر کبیر.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۹). «رسانه‌های جمعی و هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، سال اول، شماره ۴، صص ۲۷۰ - ۲۵۱.
- منتظر قائم، مهدی؛ عبدالعزیز، تاتار (۱۳۸۷). «اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال اول، شماره ۴، صص ۳۴۲ - ۳۲۲.
- مهدی‌زاده، شراره (۱۳۸۱). «رسانه و نوگرایی»، رساله دکتری، تهران: دانشگاه تهران - دانشکده

علوم اجتماعی.

- مولائی فرسنگی، حمیده (۱۳۸۷). جهانی شدن و حساسیت‌های بین‌فرهنگی، پایان‌نامه

کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

- میرمحمدی، داود (۱۳۸۳). گفتارهایی در مورد هویت ملی در ایران، تهران: انتشارات تمدن

ایرانی.

- هرمز، مهرداد (۱۳۷۹). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباطات جمعی، تهران: نشر فاران.

