

جهانی شدن، اینترنت؛ هویت قومی مجازی

آذر رشتیانی^۱

علی احمد باوندپور^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۶

چکیده

جهانی شدن پدیده‌ای است که با ورود رسانه‌های جمعی به عرصه زندگی بشر، فرهنگ‌ها و قومیت‌ها را در کنار هم قرار داده و شرایطی به وجود آورده که می‌تواند به بازگشت هویت‌های قومی کمک کند و این روند را شتاب مضاعف دهد و افکار برتری قومی و نژادی را کم‌رنگ کند، همچنین می‌تواند شرایطی به وجود آورد تا در این فضا گروه قابل توجهی از گروه‌های قومی در جهت استیفای حقوق از دست رفته خود اقدام کنند. کاربران گروه قومی کرد نیز به عنوان یکی از گروه‌های قومی حضور فعالی در این فضا دارند که چگونگی شیوه‌های بازنمایی هویت آنان، و عواملی بر بازنمایی هویت کردها نقش دارند قابل بررسی است. در این مقاله با استفاده از نمونه‌گیری از حداقل ۲۰۰ صفحه فیس‌بوک کاربران کردها را احراز و با استفاده از روش تحقیق پیمایش برخط با تکنیک مصاحبه آنلاین و تحلیل محتوا و همچنین بهره‌گرفتن از نظریه‌های ارتباطی فضای نوین مجازی و هویت آنان را مورد بررسی نمود. گروه قومی کرد از عناصر هویتی که شامل سرزمین، زبان، دین، پرچم، پوشاک، آداب و رسوم، هنر، نیاکان و مفاخر، آیین‌ها، اسطوره‌ها و حماسه‌ها، موسیقی، سرودها و ترانه‌ها، نام و اسامی و بطور کلی فرهنگ و تاریخ مشترک می‌شود، برای ابراز موجودیت و تمایز خود از دیگران استفاده می‌کنند. این فاکتورهای نمادین سازنده تمایزات و بوجود آورنده انواعی از مرزبندی‌های درونی و بیرونی در میان اقوام می‌باشند که از دیدگاه جامعه‌شناختی عوامل آن در این مقاله مورد تحلیل و تبیین جامعه‌شناختی قرار می‌گیرند.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، فضای مجازی، فیس‌بوک، گروه قومی کرد و هویت قومی.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات واحد تهران a.rashtiani@srbiau.ac.ir

۲- کارشناسی ارشد پژوهشگری دانشگاه تهران

۱. مقدمه

اینترنت بوجود آورنده یک انقلاب عمیق فرهنگی در جهان ارتباطات است. که ارتباطات انسانی عظیمی را ممکن کرده است و اساساً زندگی کاربران را تغییر داده است. اینترنت نه تنها درک افراد از تعامل با انسانها را گسترش می دهد، بلکه با توجه به مفهومی چون "جامعه"، و شبکه های اجتماعی افق ذهن و قابلیت سازماندهی تجربیات و راه های جدید را نیز روشن کرده است. و هر اتفاقی می تواند فقط با یک کلیک ماوس انجام پذیرد.

رسانه های الکترونیکی مخاطبان وسیع و متکثری دارند که مجموعه هایی از حیث محتوای نمادین به این افراد عرضه می کنند. در چنین شرایطی فضای مجازی شکل می گیرد و فرهنگ ها همه از طریق واسطه های الکترونیکی منتقل می شود و زمان بی زمان و فضای جریان ها: مفاهیم زمان و مکان معانی تازه یی پیدا می کند. فواصل زمانی و مکانی عملاً از میان برداشته می شود و انتقال این اطلاعات و داده ها و سرمایه ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می آید. و امروزه این پدیده در سطح جهان روی داده است و دهکده جهانی و چه بسا کلبه جهانی شکل گرفته است. (فتحی و رشتیانی، ۱۳۹۲: ۸۷)

اهمیت قومیت در جهانی شدن بدین دلیل است که به صورت یکی از قالب های بسیار موثر مقاومت در برابر جهانی شدن عمل می کند. مقاومت های قومی در قالب الگوهای محلی، در برابر الگوهای جهانی و تبلور این الگوها در الگوهای ملی انجام می گیرد. سه فرایند همزمان شامل پدید آمدن دولت های ملی، مهاجرت های گسترده و جهانی شدن را باید به عنوان پیش زمینه ی اساسی گسترش علاقمندی به مطالعات قومی در سال های اخیر دانست. به طوری که این فرایند فرهنگ سازی که شامل گروهی از نمادها، نشانه ها و اسطوره ها می شود در حال باز سازی، تدوین یا اصولاً خلق است. مواردی چون تداوم تاریخی، قهرمانان ملی، ارزش های ملی، زبان ملی، بناهای فرهنگی، تاریخی، فولکلور یا فرهنگ عوام، حافظه ای تاریخی، فضای طبیعی یا محیط طبیعی انسان، ساخت مشترک، آداب و رسوم مشترک، لباس ها و غذاهای مشترک، تابوها و توتم های مشترک و....

" شبکه های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می پردازند. هدف از این شبکه ها ایجاد جهانی آزادتر و شفاف تر و درک و ارتباط بیشتر است." (عاملی، ۱۳۸۹: ۱۲). کاربران این شبکه ها طیف گسترده ای را در بر می گیرد ولی تحصیلات افراد بر روی استفاده یا لذت بردن از سایتهای شبکه های اجتماعی تأثیر دارد و هر چه آنها مراحل بالاتری را سپری می کنند رفتار و نگرش آنها نسبت به استفاده از این شبکه های اجتماعی آنلاین کاربردی تر می شود. (Michael, j. hart, ۲۰۱۱)

در زمینه ی هویت و شبکه های اجتماعی مجازی تحقیقات متعددی صورت گرفته است. یافته های قبلی، نشان داد که هویت در فضای مجازی دستخوش تغییر و تحول می شود (رن^۱ و دیگران ۲۰۰۷، پاپاکاریسی ۲۰۰۹^۲ بری ولمن^۳ ۱۹۹۸، شالچی ۱۳۸۴، عیاری ۱۳۸۴). همچنین دستیابی به جامعه ی آنلاین، منجر به اجتماعی شدن بیشتر و سطوح بالاتری از جامعه پذیری می شود. مطالعات «بری ولمن» و همکارانش (۱۹۹۸) و کلایر (۲۰۰۹) و نیز پژوهش «لی» و دیگران (۲۰۱۰) در خصوص اثرگذاری رسانه بر شکل گیری هویت نشان داد که تأثیرات رسانه در رفتار و ایدئولوژی انعکاس داده می شود که این به نوبه ی خود هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می دهد. همچنین در این پژوهش هویت به عنوان یک فرآیند پویا در نظر گرفته میشود که تحت تأثیر رسانه ها شکل خاصی. به خود می گیرد. (کلایر، ۲۰۰۹)

1.ran

2.papachaiissi

3.Barry Wollman

سرعت عمل، ناشناس ماندن، سیال بودن و ویژگی‌های دیگر می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی^۱، طبقاتی^۲، قومی^۳، نژادی^۴ و مکانی^۵) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران اینترنت است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای واقعی را به چالش کشانده و تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. (زارع، ۱۳۹۰: ۳). حرکت به سمت جهانی شدن و استقرار فرهنگ و هویت جهانی در بسیاری جوامع به دلیل دستیابی بر مدینه فاضله وعده داده شده، که اگر این انتظارات برآورده نشود ناهمخوانی بین تصورات و واقعیات به وجود می‌آید و باعث ناامنی و سرگشتگی افراد می‌شود و چاره‌ای جز بازگشت به هویت‌های کوچک خودی در جهت ایجاد حداقل امنیت و هویت نیست.

کشور ایران، نیز تحت تأثیر شدید تغییرات تکنولوژیکی قرار گرفته و بالطبع در روابط و مناسبات گروه‌های اجتماعی از گروه‌های قومی نیز تغییرات زیادی ایجاد شده است، تغییراتی که در لایه‌های زندگی آنان نفوذ و روابط آنان را از وضعیت سنتی خارج و وارد دنیای جدید تکنولوژی کرده است. در این بین قوم کرد وضعیتی ویژه تری نسبت با سایر اقوام دارد زیرا که این قوم هم اقلیت مذهبی است و هم اقلیت قومی که کمتر قومی در این وضعیت قرار دارد. و این قوم در بیش از چهار کشور همسایه پراکنده اند در نتیجه تحت لوای یک حکومت واحد نیستند. کردهای دیگر کشورها مثل ترکیه، عراق، سوریه دارای اشتراک مذهبی با قدرت مستقر هستند اما در ایران چنین نیست که همین عامل به عنوان یکی از تشدید کننده‌های قوم‌گرایی در بین افراد این قوم است. و اما در ایران خویشاوندی زبانی وجود دارد که در سایر کشورهایی که قوم کرد در آن ساکنند کمتر دیده می‌شود.

پرسش آغازین بر این واقعیت استوار است که آیا تکنولوژی جدید و پیشرفته اینترنتی و بسترهای نوین شبکه‌های اجتماعی در قوم‌گرایی قوم کرد نقش داشته است؟ اگر داشته، باعث چه تغییراتی در رفتار آنان شده است؟ افراد این قوم به چه صورت هویت قوم خود را عرضه می‌دارند؟ و آیا موفق به ارائه مسائل و مشکلات اجتماعی-سیاسی قوم خود شده‌اند؟ با توجه به پراکندگی، تعدد و تفاوت رویکردها به جهانی شدن، آثار و پیامدهای حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت در تمامی ابعاد اجتماعی خصوصاً هویت، ارائه و طرح یک رویکرد نظری منسجم دشوار می‌باشد. به علاوه بسیاری از نظریه پردازان و جامعه‌شناسان معاصر با توجه به نو ظهور بودن این پدیده فقط به طور حاشیه‌ای به این مسئله پرداخته و نگاهی بسیار مجمل به برخی از بخشهای آن نموده‌اند. بنابراین برای تبیین و تشریح کامل سؤالات و اهداف مورد نظر در این تحقیق، ضمن به برخی نظریات مربوط به جهانی شدن، هویت و فضای مجازی که برای تشریح نتایج تحقیق لازم است، پرداخته می‌شود:

با توجه به اینکه تکنولوژی در جوامع بشری زمینه ساز تحولات اقتصادی-اجتماعی است، لذا به نظر می‌رسد که امروزه با تحولات عظیمی که در حوزه ارتباطات اجتماعی به علت وجود و حضور تکنولوژی‌های نوین ارتباطی رخ داده، رفتارهای اجتماعی و همین‌طور نحوه اندیشیدن افراد جامعه تحت تأثیر قرار گرفته است، شناخت‌ها وسعت، و باعث تغییر در شکل ارتباطات و تمام زوایای زندگی انسان‌ها شده است. اکنون دیگر ارتباطات از ارتباط چهره به چهره به ارتباط در دنیای مجازی کشیده شده، به نحوی که ارتباط متقابل با شکلی جدید مطرح می‌شود. از سوی دیگر "کنش متقابل الکترونیکی

1. Gender structural commitent
2. Class structural commitent
3. Ethnic structural commitent
4. Racial structural commitent
5. Location structural commitment

غالباً آزادی‌بخش و توان‌بخش معرفی می‌شود، چون مردم می‌توانند هویت‌های اینترنتی دلخواه خود را برای خویش خلق کنند و آزادانه‌تر از جاهای دیگر سخن بگویند." (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۴۹). آنتونی گیدنز از جدایی فضا و زمان از مکان یعنی برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان و در نتیجه جهانی شدن سخن می‌گوید. تحت تأثیر جهانی شدن امکان کنش و روابط اجتماعی در جامعه‌ای بسیار بزرگ‌تر فراهم می‌آید و در نتیجه تحت منطق پویش تجدد، جامعه‌ای جهانی پدید می‌آید. با ایجاد انواع پیوند و رابطه فرد با این جامعه جهانی، فرایند جهانی شدن بوجود می‌آید.

مردم در شبکه‌های اجتماعی به یکدیگر پیوسته و با ویژگی‌های چون گمنامی کاربر، نبود ارتباطات غیر کلامی، جدایی فیزیکی، قابلیت انعطاف جسمانی و نیز با فهم چگونگی ارتباط و استفاده آن برای ایجاد روابط و حفظ و نگهداری آن، تلاش و در نهایت به تشکیل اجتماعات، می‌پردازند. هویت، روابط و اجتماع در روند ارتباطات شکل می‌گیرد که از طریق فرایندهای تعامل اجتماعی صورت می‌پذیرد. (نظریه ارتباط کامپیوتر واسط) "گمنامی به عنوان بخشی از جذابیت سحرآمیز ارتباطات کامپیوتری فرض شده است." (پراپ روتنیک^۱، ۲۰۰۴، به نقل از: مزینانی، ۱۳۹۱) همچنین، ترلو معتقد است که: مطالعات شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری نشان داده است که در یک شبکه هر قدر روابط مستحکم‌تر و فعالیت‌ها گوناگون‌تر باشد، بیشتر به یک اجتماع نزدیک است. از آنجا که در کشور ایران، گروه‌های قومی هنوز نتوانسته‌اند قدرت اجتماعی از جمله آزادی بیان داشته‌باشند، و نیز به راحتی در عرصه‌های عمومی اظهارنظر کنند، به نظر می‌رسد که شبکه‌های اجتماعی نوین برای آنها فضایی را ایجاد کرده تا به راحتی سخن بگویند. البته گمنام بودن کاربران در این فضا، می‌تواند یکی از دلایلی باشد که منجر به خروج از انزوا و خودگشودگی اقلیت‌ها می‌شود. خودگشودگی موجب شکل‌دهی نگرش مثبت بیشتر در مقابل خود و دیگران می‌شود. خودگشودگی اصطلاحی که در بیشتر موارد برای توجیه توانایی فرد در عرضه و ارائه خود در برقراری ارتباط است. برخی پژوهشگران بر این باورند که خودگشودگی شامل آن دسته از اظهاراتی است که فرد به گونه‌ای آگاهانه و تعمدی و اختیاری با دیگران در مورد خود در میان می‌گذارد. خودگشودگی باعث می‌شود به شناخت بهتری از خویش برسیم و آگاهی بیشتری از خویش و تمایلات خویش پیدا کنیم، نیز به خود بالندگی منتج می‌شود. چنانچه اشخاص دیگر، باز خوردی از رفتار ما به ما برگردانند، ما نسبت به برخی از مشکلات و مسائلی که با آن رو به رو هستیم اطلاع حاصل کرده اشتباهات خود را درمی‌یابیم. (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۴-۱۸۳).

شبکه‌های اجتماعی فضایی برای کنش ارتباطی کاربران است. به نظر هابرماس هدف کنش ارتباطی دستیابی به تفاهم ارتباطی است و عقلانیت در این حوزه (حوزه کنش ارتباطی)، براساس منطق، گفتگوی آزاد و تفاهم استوار بوده و به ارتباط رها از سلطه و ارتباط آزاد و باز می‌انجامد. "وی توسعه علم و تکنولوژی را جزء ضروری رهایی بشریت می‌داند." (اباذری، ۱۳۷۷: ۲۰-۱۹)

"حوزه عمومی موردنظر هابرماس فضایی است که در آن فضا افراد به شیوه عقلانی می‌توانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند. افراد در این محیط‌ها می‌توانند به طور برابر شرکت کنند، قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد، هر موضوعی می‌تواند در این بحث‌ها مطرح شود، و در این بحث‌ها افراد می‌توانند مسائل خصوصی خود را مطرح کنند، این بحث‌ها همیشه باز است و همیشه می‌توان به آن‌ها رجوع و درباره آن بحث کرد. (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۶۵، به نقل از کفاشی، ۱۳۸۸: ۵۹). در این فضا مردم می‌توانند به بهترین شکل در تمامی زمینه‌ها با یکدیگر به تبادل اطلاعات بپردازند و این مصداق کامل نظریه کنش ارتباطی وی است. (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۳۵-۳۳)

در نظریه جهانی شدن و هویت محلی (جهانی، محلی و بازگشت به قومیت)، دوشادوش تمایل به سمت یکسان سازی جهانی، تمایلی به تفاوت، قومیت و دیگری وجود دارد، علاقه جدیدی به امر محلی همراه با تاثیر امر جهانی وجود دارد. بنابراین به جای اندیشیدن به امر جهانی که جایگزین امر محلی می شود خیلی صحیح تر خواهد بود که به ترکیب بین " امر جهانی " و " امر محلی " بیندیشیم یعنی بپذیریم که تقابلی بین امر محلی و امر جهانی وجود ندارد همان گونه که رابرتسون می گوید: " امر جهانی فی نفسه مقابل امر محلی نیست؛ بلکه برعکس آنچه که غالباً امر محلی خوانده می شود اساساً جزئی از امر جهانی است. بنابراین محلی نباید با هویت های قدیمی تر که ریشه در مرزهای مشخص محلی دارند اشتباه شود بلکه در چارچوب منطق جهانی عمل می کند. علاقه جدید به خاص بودن با آگاهی از تاثیرگریز ناپذیر فضای جهانی همراه است و با ایده آلیزه کردن واصلت دادن به امر محلی بسیار فاصله دارد. این ساده انگارانه است که فکر کنیم جهانی شدن به سادگی هویت های محلی را از بین می برد و هویت جهانی را حاکم می کند هویت یابی جهانی و محلی به طور همزمان تولید می شوند. اما به چه چیزی محلی می گویند؟ هویت های محلی به چه شیوه هایی و چگونه خود را در عرصه جهانی باز می نمایند؟ در پاسخ سوالات باید گفت که ایده محلی و فی الواقع ایده ی جهانی بسیار نسبی و سیال است. شکی نیست که یک دهکده به لحاظ مکانی با منطقه ای از یک کشور مکانی محلی است. در حالی که یک جامعه با یک کشور در نسبت با یک حوزه ی تمدنی امری محلی محسوب می شود. این نسبی بودن به لحاظ زمانی نیز عمل می کند. هویت های محلی به دوشیوه در برابر جهانی شدن واکنش نشان می دهند. نخست بازگشت به سنت و پرهیز از دنیای کنونی دوم استحاله شدن در دنیای فرامدرن و شکل گیری هویت های چند رگه ای. در قرن بیستم تلاش هویت های حاشیه ای برای بیان داشتن خود نقش مهمی در تحولات داشته اند. از نظر حال تلاش و کشمکش هویت های مذکور برای تعیین جایگاه و بیان خود زندگی ما را تغییر داده است. " هویت حاشیه ای به فضایی قدرتمند بدل شده است هر چند که قدرت این فضا محدود است. اما به هر تقدیر قدرت است برای نمونه در عرصه هنر معاصر می توان ادعا کرد که هرگونه تلاشی برای درک عنصر خلاقانه هنر مدرن همواره ما را به نوعی در ارتباط با زبان هنری مناطق حاشیه ای قرار میدهد و این روند رو به رشد است (هال، ۱۳۸۳: ۲۵۶).

هویت های محلی (جنبش های جدید، قومیت های جدید) که تا دیروز امکان ابراز وجود نداشتند امروز با سرعتی خارق العاده خود را مطرح می سازند. این هویت ها تاریخ پنهان خودشان را باز میابند و آن را از آخر به اول روایت میکنند. آنها دریافته اند که تاریخی دارند و می توانند آن را بازگو کنند چرا که هیچ وقت فرصت روایت کردن تاریخ خود را نداشته اند، هویت های حاشیه ای در تلاش برای پیدا کردن ریشه های خود دنبال کسب جایگاهی از طریق تاریخ پنهان شان برای بیان خود می گردند. حال این اشتیاق و طلب ریشه ها و کسب جایگاه را " قومیت " می نامند. قومیت، جایگاه یا فضای لازمی است که امکان سخن گفتن را برای مردم فراهم می کند این مرحله مهم در پیدایش و رشد همه جنبش های محلی و حاشیه ای است که از بیست سال اخیر یعنی زمان کشف دوباره قومیت هایشان تصویر دیگری ارائه کرده است (همان، ۲۵۷) استوری نیز معتقد است که جهانی شدن موجب شده که برای یافتن اندیشه هایمان به گذشته ای مطمئن تر بازگردیم با این امید که شاید از این طریق بتوانیم هویت هایمان را در حال حاضر ثبات بخشیم. هویت های حاشیه همسان نیستند آنها به گونه ای هستند که همزمان میل توانان پیشرفت و دفاع در آنها دیده می شود. " هرگاه جنبش های حاشیه ای خود را در معرض تهدید شدید نیروهای جهانگیر فرامدرن ببینند، برای دفاع به قلمرو امن خود عقب نشینی میکنند و در این لحظه است که قومیت های محلی به اندازه قومیت های ملی خطرناک می شوند. ما شاهد این رخداد بوده ایم امتناع از جهان مدرن با بازگشت به خود و تلاش برای بازشناسی هویت به صورتی بنیادگرایانه. اما کشف دوباره قومیت فقط از این مسیر نمیگذرد. " بیان خود " خاستگاه هایی دارد و جایگاه و خاستگاه آن همواره گفتمان است و این گفتمان بر بستر یک

گذشته مشخص، سنت مشخص و مجموعه‌ای از مناسبات قدرت شکل می‌گیرد و به خاطر آن‌ها خود نیز همواره مشخص است اما نکته‌ای که هست گرفتار نشدن گفتمان‌ها در مجموعه بسته‌ای از هویت‌های محلی است. از این روی درباریابی و بازسازی هویت محلی دو نکته وجود دارد. اول این که گذشته متنظر نمانده که ما آن را کشف کنیم. بنابراین ما آنرا روایت می‌کنیم تا درک شود این درک از طریق به یاد سپردن آن تجسم آن در آرزوها و تمایلات و بازسازی آن تجسم آن در آرزوها و تمایلات و بازسازی آن حاصل می‌شود. رابرتسون با استدلالی شبیه این بیان می‌دارد که جستجوی بنیادها را باید پدیده‌ای مدرن یا پسامدرن به شمار آورد این پدید مستلزم میزان قابل توجهی از بازنمایی (مثلا اختراع سنت) و گزینش (تحرک فزاینده) جهانی است (همان، ۳۴۵). هویت‌های جدید نیاز دارند که در ورای مرزها و افق‌های سنتی و بی‌واسطه سخن بگویند. از این روی این هویت‌ها فناوری کثیر امروزی را در اختیار می‌گیرند تا خود را بیان کنند. وقتی تلاش می‌کنند فناوری جدید را در اختیار بگیرند تا به زبان خود آن را بیان کنند و از شرایط خود حرف بزنند.

هویت قومی بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی (زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی) تعریف می‌شود و به خاطر تاثیر از درک و تجربه‌ی مشترک از بی‌عدالتی و به حاشیه رانده شدن‌ها، هویت‌خواهی‌های قومی امری انفعالی است که گروه‌های قومی برای دفاع از هویت و بقاء گروه خود از آن استفاده می‌کنند. جهانی شدن به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به هویت‌خواهی قومی دامن خواهد زد. جهانی شدن با ایجاد تغییر در جهت‌گیری‌ها و نگرش طبقات و اقشار مختلف از سمت موضوعات سیاسی، اجتماعی به مسایل فرهنگی از جمله حوزه‌های فرهنگی شده و به این ترتیب عناصر خودی و غیر خودی را که طبقات استثمارگر و استثمار شونده بودند به حوزه‌های فرهنگی، خصوصاً فاصله‌گروه‌های قومی کشانده و هویت‌خواهی‌های قومی را مبنای بخش زیادی از چالش‌های آینده‌ی نظام جهانی خواهد ساخت.

پدیده‌ی جهانی شدن همانطور که در سطح خرد پدیده‌ی چند فرهنگی - چند قومی را تشویق و ترغیب می‌کند در سطح کلان در عرصه‌های جهانی باعث تجانس فرهنگی - قومی می‌شود و در نهایت جهت‌گیری و اهداف واحدی را در نظام چند گونه جهانی دنبال می‌کند. این در حالی است که گسترش وسایل ارتباطی، از جمله ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای کردی و گروه‌هایی در شبکه‌های اجتماعی از سوی ناسیونالیست‌های کرد و تماس کردها و دسترسی آنها به اطلاعات سیاسی - اجتماعی و آگاهی از حرکت قوم‌گرایی را گسترش داده است. این تحولات متضاد یعنی گسترش وسایل ارتباط جمعی و یا به گفته‌ی طرفداران رهیافت "فرهنگ جهانی" به جهانی شدن، "فشرده شدن زمان و مکان" را در اثر تحول وسایل تکنولوژیک به ارمغان آورد، اما همزمان سیاست‌های دولت ملی تضعیف قوم‌گرایی و کاهش اقتدار جنبش‌های قومی را به دنبال داشته است. از زاویه‌ی تئوری توطئه دامن زدن به پدیده‌ی چند فرهنگی - چند قومی و منازعات متأثر از آن ناشی از توصیه و تجویزهای نظام جهانی برای کشورهای در حال توسعه و دشمنان سیاسی - ایدئولوژیک تلقی شده که در بهترین حالت به جدایی‌های محلی و مسالمت آمیز منجر می‌شود.

دیوید جی. الکنینس معتقد است جوامع قومی در طول زمان ساخته شدند در حالیکه جوامع مجازی قومی محصول تکنولوژی‌های ارتباطی دوره کنونی جهان اند. الکنینس جوامع قومی را به سه دسته جوامع قومی متمرکز، جوامع قومی پراکنده و جوامع قومی مجازی تقسیم می‌کند و می‌گوید جوامع قومی متمرکز جوامعی اند که اعضای گروه قومی آن به لحاظ ارضی و جغرافیایی به مقیاس وسیعی متمرکز بوده و تحت لوای یک حکومت حیات سیاسی و فرهنگی داشته باشند. مهمترین ویژگی جوامع قومی پراکنده جغرافیایی است. هر چند درجات پراکنده‌گی می‌تواند متفاوت باشد ولی گروهی از آنها درحاشیه‌ی مرزها مستقرند. جوامع قومی مجازی به وسیله تکنولوژی‌های ارتباطی و با توجه به اشتراک در تصورات، علائق، ارزش‌ها به هم مرتبط اند. وی تاکید دارد مفهوم مجازی را نباید به مثابه یک جامعه تقریبی و غیر کامل درک

کرد بلکه آنها پر طراوت، زنده و فعال هستند و با هم در ارتباط و تعامل بوده و اگر لازم باشد با هماهنگی های لازم به صورت گروه های فشار عمل کرده و از حقوق هم دفاع می کنند.

به دنبال مدرنیته و بسط فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند اینترنت، نقش مکان در شکل دهی به هویت بسیار کم رنگ شد؛ چرا که رسانه ها و فناوریهای ارتباطی قادرند فرد را از مکان خودش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویتیابی بیشماری روبرو هستند و هویت یابی شکل غیرمحملی و جهانی پیدا می کند (نوابخش ۲، ۱۳۹۰) در یک دسته بندی کلی نظریات موجود را به سه دسته ی کلی نظریه های خوشبینانه، نظریه های بدبینانه و نظریه های واقع بینانه می توان تقسیم نمود:

رویکرد خوش بینانه: در رویکرد خوش بینانه، با نگاهی مثبت به اثرگذاری شبکه های اجتماعی بر هویت اجتماعی افراد نگریسته می شود. «شری ترکل» ازجمله نظریه پردازانی است که با این رویکرد به هویت در شبکه اجتماعی مجازی می نگرد. ترکل، فضای مجازی را به علت ویژگی های خاص آن از جمله: امکان گمنامی و حذف نشانه های فیزیکی که به خود کاربر اجازه می دهد به آسانی نقش های متعدد و متفاوتی را در زمان های مختلف و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه و پسند خود، بازی کند به عنوان فضایی رهایی بخش یاد می کند؛ چرا که به کاربر اجازه می دهد که در آن واحد، خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه کننده و به طور کلی همه کاره ی نمایش مطلوب خود باشد. نظریه پرداز دیگر در قالب این رویکرد «هوراد رینگولد» است. از نظر وی شرکت در اجتماعات مجازی از سویی از فشارهای ناشی از وفق دادن خود با انتظارات گروهی و جمعی در دنیای واقعی کم می کند و آزادی بیشتری را به فرد در جهت تحقق خود مطلوب و ایدهآل وی و تعامل با سایر مطلوبات خود وی به او میبخشد و از سویی دیگر از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می کاهد.

رویکرد بدبینانه: در رویکرد بدبینانه با دیدی منفی به مسئله ی هویت در فضای مجازی نگریسته می شود. این نظریات عمدتاً به طور پراکنده و در انتقاد از نظریات و رویکردهای نسبتاً خوشبینانه برخی پسامدرن ها شکل گرفته است. بر طبق این دیدگاه، دنیای مجازی شاید محاسبه ناپذیرتر از دنیای روزمره باشد اما در مجموع بر پایه ی همان قواعد و قراردادهای اجتماعی دنیای واقعی، شکل گرفته است. همچنین این فضا توسط منابع قدرت اقتصادی و سیاسی واقعی کنترل و اداره میشود. بنابراین همه چیز برنامه ریزی شده و از پیش مشخص است و توسط عده ای برنامه ریز ایجاد شده و تحت کنترل آنان است. پیروان این رویکرد معتقدند که خودهای شکل گرفته در فضای مجازی بیشتر شکل برنامه ها هستند تا هویتها. بر طبق این دیدگاه در فضای مجازی هر کاربر قادر است اطلاعات مختلفی را به آسانی پیرامون کاربر دیگر کسب کند. بنابراین میتوان گفت زندگی ها امروزه در تار و پود فناوری دیجیتال به طور اجتناب ناپذیری برای سایرین قابل مشاهده و مرئی شده است و این مسئله ای است که زندگی شخصی افراد را با تهدید روبرو می کند.

رویکرد واقع بینانه: در رویکرد واقع بینانه با دو رویکرد کاملاً متفاوت به هویت و فضای مجازی پرداخته می شود: رویکرد نخست، رویکردی به نحوه ی شکل گیری و ارائه خود در فضای مجازی در چارچوب نظریه نمایشی «گافمن» و رویکرد دوم، رویکرد نوینی به خود در دنیای مدرن کنونی در پرتو ظهور و گسترش رسانه های جدید و افزایش تعاملات رسانهای شده است. (صبوری خسروشاهی، حبیب و نسرين آذرگون، ۱۳۹۲)

«یان آرت شولت» معتقد است که جهانی شدن موجب افزایش علایق جهان وطنی انسان ها شده است و با رشد علایق جهان وطنی دیگر چندان جایگاهی برای توجه به قوم گرایی باقی نمی ماند (سید امامی، ۱۳۷۶: ۲۵۲).

اما برخلاف این باور که در دنیای مدرن و عصر جهانی شدن، هویت های خرد به ویژه هویت قومی به تدریج محو خواهند شد، برخی دیگر، معتقدند که نه تنها پدیده جهانی شدن باعث از بین رفتن هویت های قومی نشده است، بلکه هویت های قومی در فرایند جهانی شدن از رشد قابل ملاحظه ای نیز برخوردار شده اند. تجربه قرن بیستم نشان داد که در عمق

زندگی انسان‌ها همواره دو دنیامیسم قدرتمند امر اجتماعی و امر قومی وجود دارند و سرچشمه بسیاری از امور زندگی انسان‌ها هستند. روند جهانی شدن، خود آگاهی سیاسی گروه‌های مختلف قومی را در پی داشته و در نهایت، با رشد جنبش‌های قومی در جهان، ضریب اهمیت هویت‌های قومی، نژادی و زبانی قوس صعودی پیدا کرده است. جست و جو برای یافتن هویت‌های قومی، در کنار هویت‌یابی‌های نوین، در جهان معاصر عمومیت یافته است. این روند لزوماً بیانگر یک گام قهقراپی و تنزل به نوعی قبیله‌گرایی بدوی نیست و به اعتقاد برخی ناظران، می‌تواند به دموکراتیزه کردن ساختارهای سیاسی و فرهنگی بینجامد. و دنیای مجازی این امر را امکانپذیر نموده است به طوری که هویت قومی مجازی را می‌توان نمود یکی از انواع هویت قومی تلقی کرد.

۲. یافته‌ها

از کاربران "کرد" عضو فیس بوک سوالاتی مطرح شد، که در این قسمت پاسخ‌های آنان ذکر شده است:

۱- مهمترین هدف شما از عضویت در گروه‌های کرد و یا دوستی با کردها در فیس بوک چیست؟

ارتباط با کردهای داخل و خارج ایران، تبادل نظر با آنها، معرفی فرهنگ و هویت، تاریخ و زندگی روزمره کردها به دیگر دوستان غیر کرد در سراسر جهان، آشنایی با مشکلات و دغدغه‌های کردهای سراسرجهان، آشنایی هرچه بیشتر با فرهنگ و ادبیات و زبان کردی برای خود کردها، تسهیل اتحاد و انسجام کردها در سطح فراملی، آشنایی با زبانها و گویش‌های گوناگون کردی با نوشتن به این زبانها (اخبار، شعر، موسیقی، ویدئو به زبان کردی که در فیس بوک به شدت رایج شده در حالیکه در ایران این زبان به طور رسمی آموزش داده نمی‌شود)، عضویت در گروه‌های کردی و یا عضویت به منظور طرفداری از مشاهیر کرد شامل هنرمندان، نویسندگان، جنبشها و رهبران ملی سیاسی کردها.

۲- آیا حضور در فیس بوک و تعامل میان کردهای سراسر جهان توانسته است ملت کرد و دغدغه‌های

سیاسی- اجتماعی آنها را به تصویر بکشد؟

اکثریت افراد بر این باورند که فیس بوک و امکانات آن، امکان ایجاد اشتراکات میان ملت کرد (در ۴ بخش کردستان و کشورهای عراق، ترکیه و سوریه که کردها ساکن اند) و کاهش اختلافات را فراهم کرده است. در این فضا اغلب کاربران کرد عضو فیس بوک با نمایش گذاردن محرومیت‌ها، موفقیت‌ها، هنرها و ... باعث برانگیختن حس همدلی هم قومان خود شده‌اند.

کردهای ایرانی به خاطر در اقلیت بودن از نظر مذهبی هم احساس محرومیت می‌کنند و از آنجا که مذهب مشترک با قدرت مستقر ندارند همواره با مشکلاتی مواجه‌اند که در صفحه‌های فیس بوک خود به این قضیه نیز می‌پردازند. آشنایی با موضع‌گیری احزاب کردستان در مورد یک موضوع واحد، آشنایی با منافع و ویژگیهای احزاب کردی، اخبار مربوط به کردستان در ۴ کشور ایران، ترکیه، عراق و سوریه، بیان خواسته‌ها و مطالبات ملت کرد و ایجاد حس "مای کرد" صرف نظر از موقعیت مکانی یکی دیگر از نتایج آن هستند.

کمپین‌های فیس بوکی برای حمایت از خواست‌های حقوق بشر، فرهنگی و سیاسی کردها از سوی کردهای هر ۴ بخش کردستان ایجاد شده است و مورد حمایت همه کردهای فیس بوکی قرار گرفته است و این پیامدهای زیادی به لحاظ شکل‌گیری یک هویت کردی فرامنطقه‌ای و یکپارچه خواهد داشت. کردها تا حدی در فیس بوک توانسته‌اند هویت و آرمانهای خود را بیان کنند.

این شبکه اجتماعی مرزهای بین حزبی را نیز در نور دیده، وقتی مشکلی برای اعضای یکی از احزاب کردستان پیش می‌آید دیگر احزاب بدون توجه به اختلافات خود با این حزب از آن طرفداری می‌کنند و خواستار رفع مشکلات می‌شوند.

مواعی بر سر راه کاربران کرد برای نشان دادن دغدغه هایشان وجود دارد. یکی از این مواع خودسانسوری کاربران به خاطر احتمال ردیابی توسط نهادهای امنیتی و قضایی است. مانع دیگر، فیلتر شدن این سایت است که استفاده از آن را برای بسیاری از کاربران غیر ممکن ساخته است. در واقع تعداد کمی از کاربران اینترنت دارای سرعت بالای اینترنت (به ویژه در ایران) هستند. از سوی دیگر کردهای عضو در فیس بوک بیشتر نسل جوان و تحصیل کرده کرد هستند و ممکن است با سوگیری های خاص خود در این شبکه وارد شوند.

۳- کردها به چه صورت توانسته اند هویت قوم خود را در فیس بوک نشان دهند؟

فیس بوک باعث شده زبان کردی بار دیگر با وسعت زیادی در بیان نظرات و دیدگاه ها استفاده شود. حتی اخبار، تحلیل ها و ویدئوها به زبان کردی به اشتراک گذاشته می شوند. همچنین موسیقی کردی و آشنایی با خوانندگان جدید و قدیمی و سبک های گوناگون موسیقی کردی در این شبکه نمایش داده می شود.

و لینکهای مرتبط با فرهنگ و هنر کردی برای همه افراد قابل دسترسی می شود به طوری که زمینه آشنایی هویت کردی برای خود کردها و برای افراد غیر کرد فراهم می شود.

سرزمین، زبان، دین، پرچم، پوشاک، آداب و رسوم، هنر، نیاکان و مفاخر، آیین ها، اسطوره ها و حماسه ها، موسیقی، سرودها و ترانه ها، نام و اسامی و بطور کلی فرهنگ و تاریخ مشترک می شود، برای ابراز موجودیت و تمایز خود از دیگران استفاده می کنند

۳. بحث

جهانی شدن پدیده ای است که با ورود رسانه های جمعی به عرصه زندگی بشر، فرهنگ ها و قومیت ها را در کنار هم قرار داده و شرایطی به وجود آورده که می تواند به بازگشت هویت های قومی کمک کند و این روند را شتاب مضاعف دهد و افکار برتری قومی و نژادی را کم رنگ کند، همچنین می تواند شرایطی به وجود آورد تا در این فضا گروه قابل توجهی از گروه های قومی در جهت استیفای حقوق از دست رفته خود اقدام کنند.

در چنین شرایطی تعامل کم با فرهنگ ها ممکن نیست و ارتباطات و اطلاعات بیشتری در اختیار افراد قرار می گیرد و بیشتر سعی در جعل هویت و سنت سازی می شود و تنها چیزی که می تواند انسان ها را از این سردرگمی نجات دهد تعامل با قومیت های دیگر و حفظ هویت قومی خود است و تنها ضامن بقای هویت ملی کشورها، به کارگیری ترکیبی و مناسب از مولفه های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی با شناختی آگاهانه، همه جانبه و واقع گرایانه از تحولات جهانی در پرتو دیپلماسی فعال و تنش زدا امکان پذیر خواهد بود. در این میان اینترنت یک نهاد رسانه ای است که وضعیت کلامی مطلوبی از نظر آزادی بیان، گفتار و نوشتار برقرار می کند و باعث می شود مردم در زمینه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، دینی، جامعه شناسی و... به بهترین وجهی به تبادل اطلاعات بپردازند (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۱۹۴-۱۹۳). همانطور که دیوید جی. الکنس معتقد است جوامع قومی در طول زمان ساخته شدند در حالیکه جوامع مجازی قومی محصول تکنولوژی های ارتباطی دوره کنونی جهان اند. الکنس جوامع قومی را به سه دسته جوامع قومی متمرکز، جوامع قومی پراکنده و جوامع قومی مجازی تقسیم می کند و می گوید جوامع قومی متمرکز جوامعی اند که اعضای گروه قومی آن به لحاظ ارضی و جغرافیایی به مقیاس وسیعی متمرکز بوده و تحت لوای یک حکومت حیات سیاسی و فرهنگی داشته باشند. مهمترین ویژگی جوامع قومی پراکنده جغرافیایی است. هر چند درجات پراکنده می تواند متفاوت باشد ولی گروهی از آنها درحاشیه مرزها مستقرند. جوامع قومی مجازی به وسیله تکنولوژی های ارتباطی و با توجه به اشتراک در

تصورات، علائق، ارزش‌ها به هم مرتبط‌اند. مفهوم مجازی را نباید به مثابه یک جامعه تقریبی و غیر کامل درک کرد بلکه آنها پر طراوت، زنده و فعال هستند و با هم در ارتباط و تعامل بوده و اگر لازم باشد با هماهنگی‌های لازم به صورت گروه‌های فشار عمل کرده و از حقوق هم دفاع می‌کنند. در فیس بوک همه تولیدکننده و فرستنده پیام هستند. هیچ سانسوری در کار نیست و راه اندازی یک صفحه و عضویت هم هزینه‌ای ندارد. شبکه فیس بوک به دلیل حذف اهمیت مکان جغرافیایی، بر نقاط مشترک و علائق مشترک تاکید دارند. دیدگاه‌های سیاسی خاص، جنبه‌هایی از هویت گروهی نظیر زبان، مذهب، جنسیت و قومیت به سان حلقه‌های اتصال افراد در تشکیل این شبکه‌های مجازی موثرند. پس از ظهور فرهنگ مجازی کم‌کم سر و کله خرده فرهنگ‌های مجازی هم پیدا شد. جماعت‌های مجازی و آنلاین که به زیر شاخه‌های مختلف تقسیم می‌شوند باعث ظهور این خرده فرهنگ‌ها شده‌اند. بل (۲۰۰۱) چنانچه "نوآوری‌های جدید می‌تواند دنیا را به شکل غیر قابل‌تصور تغییر دهد." (ترلو ۱۳۹۰: ۵۹).

بنا بر نتایج به دست آمده که حاصل مطالعات اسنادی و همچنین مشاهده بیش از ۲۰۰ صفحه کاربران کرد در فیس بوک است و نیز مصاحبه‌های آنلاین با کاربران کرد می‌توان گفت شاخص‌های قومی نه تنها در اینترنت روبه زوال ننهاده‌اند بلکه در واقع در سراسر فضای مجازی حاضرند. کردها سعی می‌کنند از تمامی امکانات اینترنت برای معرفی خود به سان یک هویت قومی، مطرح ساختن دیدگاه‌های خود در راستای حفظ هویت و تداوم فرهنگ خویش و بیان مطالبات اجتماعی سیاسی خود روی اینترنت استفاده کنند. فیس بوک این فرصت را فراهم آورده تا کردها صرف‌نظر از اینکه در کجای جهان به سر می‌برند به شیوه‌ها و در راستای اهداف گوناگون با گروه‌های قومی خود در ارتباط مستمر قرار گیرند. این امر نقش انسجام بخش در میان اعضای پراکنده گروه‌های قومی ایفا می‌کند به طوری که اعضای قومیت کرد در نقاط مختلف جهان در قلمروی غیر فیزیکی به یکدیگر پیوند خورده‌اند و هویت قومی می‌تواند بدون شرایط همزیستی و مکان فیزیکی وجود داشته باشد. در این شرایط در حقیقت بدون اینکه نیاز باشد عضویت کاربران مورد تایید قرار گیرد و یا دیدگاه‌ها و فعالیتها ابتدا به رسمیت شناخته شود و سپس ارائه گردد، همه در وضعیتی برابر قرار دارند بنابراین این فضا برای هویت‌هایی چون کردها، فضایی آرمانی است. زیرا که افراد این قوم در لوای چند قدرت در کشورهای مختلف و به طور اخص ایران، عراق، سوریه و ترکیه قرار دارند ولی غالباً خود را یک ملت می‌دانند هرچند که کشوری به نام کردستان مشروعیت قانونی ندارد، به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی همچون فیس بوک، توئیتر و... آنها را قادر نموده خود را یک ملت واحد بدانند و فضای مجازی به سان عنصری از جهانی شدن است که برای ارتقای پایگاه کردها، تشکیل هویت کردی و شکل‌گیری یک کشور فرضی که حاکمیت سیاسی مستقل داشته باشد، تلاش می‌کند. این امر در فیس بوک و به وسیله کاربران کرد محقق خواهد شد. در واقع چنین فضاهایی مرزها و موانع میان دولت‌ها را بر نمی‌تابد، با عضویت هر فرد کرد دایره ارتباطات گسترده‌تر می‌شود و یک فرد کرد می‌تواند هویت خود را بیابد؛ به عضویت گروه‌های مختلف درآید و حتی گروه‌هایی تشکیل دهد که در جهان واقعی امکان وجود آنها فراهم نیست. همچنین فیس بوک می‌تواند به بازنمایی تصویری واقعی از کردها توسط خودشان بدون دخالت دیگران و دخالت مسایل ایدئولوژیکی و سیاسی بپردازد. از جمله ملت‌های بدون نظیر کردها نیز می‌توانند حضور خود را اعلام کنند و فضاهای خود را شکل دهند. نوعی نهادسازی مجازی در این فضا هست و کردها را به حفظ و ارتقای فرهنگ و هویت خود توانا می‌سازد. رسانه‌ها فضایی هستند که عقلانیت ارتباطی مورد نظر هابرماس را شکل می‌دهند. حوزه عمومی که گفتگو بر اساس گفتگوی آزاد، تفاهم و درک متقابل شکل می‌گیرد و محدودیت‌های ارتباط به کنار می‌روند و کاربران رها از سلطه، افکارشان را آزادانه ارائه می‌دهند، نیز، فضای کنش ارتباطی، رسانه‌ها را به سوی تعاملی شدن می‌برد.

اهمیت قومیت در جهانی شدن بدین دلیل است که به صورت یکی از قالب های بسیار موثر مقاومت در برابر جهانی شدن عمل می کند. مقاومت های قومی در قالب الگوهای محلی، در برابر الگوهای جهانی و تبلور این الگوهای ملی انجام می گیرد. اهمیت قومیت در جهانی شدن بدین دلیل است که به صورت یکی از قالب های بسیار موثر مقاومت در برابر جهانی شدن عمل می کند. مقاومت های قومی در قالب الگوهای محلی، در برابر الگوهای جهانی و تبلور این الگوها در الگوهای ملی انجام می گیرد. فرآیند هویت یابی در دوران مدرن تغییر شکل داده است. در گذشته، مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چرا که افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و ارتباط رودررو با اطراف ایشان در یک محیط ثابت و نیز سنت های بومی- محلی، بخش اعظم هویت آنها را شکل می داد. این موارد باعث شده تا در شبکه های اجتماعی هویت کردی دارای وجه جهانی و محلی شود. وجه محلی به این معنا که افراد گروه قومی کردهای عضو در شبکه های اجتماعی از این فضا برای ارائه و تقویت مولفه های هویت کردی نظیر سرزمین، زبان، مفاخر آداب و رسوم و مواردی از این قبیل استفاده می کنند. با وجودی که هویت کردی به شکل رسمی و شناخته شده روی نقشه وجود ندارد ولی در شکل غیر رسمی و از راه فضای مجازی می تواند دارای سهمی مخصوص به خود شود ولی این گروه قومی به هویت قومی و ویژگی های خاص خود گرایش دارد و منبع نیرومندی برای غرور و همبستگی گروهی آنها محسوب می شود. وجه جهانی به این معنا که ابزارهایی که در تقویت هویت کردی موثر هستند (مانند شبکه اجتماعی فیس بوک) ویژگی های جهانی دارند و دیگر هویت ها نیز می توانند از آنها استفاده کنند. زبان کردی مهمترین مولفه کردی و نقطه مشترک میان کردهاست. فیس بوک باعث شده تا این زبان بار دیگر با وسعت زیادی در بیان نظرات و دیدگاهها استفاده شود. حتی اخبار، تحلیلها و ویدئوها به زبان کردی به اشتراک گذاشته می شوند. فیس بوک و در سطح کلان تر، شبکه های اجتماعی، باعث می شوند مردم به سمت آن هویتی بروند که در طول تاریخ سرکوب شده است به ویژه در جوامعی که روند ملت سازی و دولت سازی را ناقص طی کرده اند؛ این حرکت سریعتر است. بنابراین کردهای عضودر فیس بوک در تلاش برای بازنمایی و بازسازی فرهنگ و هویت کردی هستند. آنها فرصتی به دست آورده اند تا هویت و تاریخ خود را روایت کنند. و در این فضا نیز به بیان تبعیض و محرمیت های خود که در تمام حوزهها در جامعه کرد وجود دارد بپردازند.

منابع

- احمدی. حمید (۱۳۷۸). قومیت و قوم‌گرایی در ایران. از افسانه تا واقعیت. تهران: نشر نی.
- احمدی. حمید (۱۳۸۰). قوم‌گرایی و امنیت ملی ایران. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات امنیتی وزارت کشور.
- احمدی. کاوه (۱۳۸۴). فرهنگ و توسعه. تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- اری. جان (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی متحرک. (یوسف ابادری، مترجم). فصلنامه ارغنون. شماره ۲۴
- افروغ، عماد (۱۳۸۷). ما و جهانی‌شدن. (چاپ اول). تهران: سوره مهر.
- امان‌اللهی. اسکندر (۱۳۸۱). تاثیر نوسازی بر همانند سازی اقوام ایرانی. تهران: نشر مرکز.
- اوزکریملی. اموت (۱۳۸۳). نظریه‌های ناسیونالیسم. (محمدعلی قاسمی، مترجم). تهران: موسسه مطالعات ملی.
- بالمر. مارتین. (۱۳۸۱). مطالعات قومی بنیادی در قرن بیستم. (دلیریور و سید محمد کمال سروریان، مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تافلر، الوین (۱۳۶۲). موج سوم. (شهین‌دخت خوارزمی، مترجم). تهران: نشر نو.
- تاملینسون. جان. (۱۳۸۱). جهانی‌شدن و فرهنگ. (محسن حکیمی، مترجم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ترلو، کریسپین؛ تومیک، آلیس؛ لنگل، لورد (۱۳۹۰). ارتباطات کامپیوتر - واسط. (سروناز تربتی، مترجم). تهران: جامعه‌شناسان.
- حسین زاده. فهیمه (۱۳۸۴). جنبش قومی نوین در ایران. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- خوزه لویز و جان اسکات (۱۳۸۵). ساخت نظریه اجتماعی (حسین قاضیان تهران، مترجم). تهران: نشر نی.
- ذکایی، محمد سعید؛ فاخره خطیبی (۱۳۸۵). رابطه‌ی حضور در فضای مجازی و هویت مدرن (پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی). فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۳.
- رابرتسون. رونالد (۱۳۸۲). جهانی‌شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. (کمال پولادی، مترجم). تهران: نشر ثالث.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
- زارع، زهرا (۱۳۹۰). نمایش زنانگی و مردانگی در دنیای مجازی. رساله دکتری جامعه‌شناسی. واحد علوم و تحقیقات تهران.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی نوین ارتباطات. تهران: اطلاعات.
- شولت. یان آرت (۱۳۸۳). نگاهی موشکافانه به پدیده جهانی‌شدن. (مسعود کرباسیان، مترجم). تهران: انتشارات علمی فرهنگی
- صباغ پور، علی اصغر (۱۳۸۱). جهانی‌شدن حاکمیت ملی و تنوع‌های قومی در ایران. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۳.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۸). شبکه‌های علمی مجازی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عیوضی. محمد رحیم. (۱۳۸۰). جهانی‌شدن و هویت‌های قومی. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۳.
- فتحی، سروش؛ رشتیانی، آذر (۱۳۹۲). اندام‌های مشابه در جهان مشابه؛ بررسی نقش جهانی‌شدن در مدیریت بدن. فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات توسعه. دوره ۵، شماره ۳.
- فرهنگی، علی اکبر؛ تربتی، سروناز (۱۳۸۴). شناخت و تأثیر واقعیت مجازی در ارتباطات نوین انسانی. فصلنامه فرهنگ مدیریت.

- قوام. سید عبدالعلی (۱۳۸۴). جهانی شدن و جهان سوم. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی وزرات خارجه.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. (جلد ۱). (چاپ چهارم). (احمد علیقلیان و افشین خاکباز، مترجمین). تهران: طرح نو.
- گل محمدی. احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ و هویت. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (ناصر موفقیان، مترجم). تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). جامعه شناسی. (حسین جاوشیان، مترجم). تهران: نشر نی.
- مزینانی، کاظم (۱۳۹۱). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی کاربران. پایان نامه کارشناسی-ارشد. دانشگاه سوره تهران.
- مقصودی. مجتبی (۱۳۸۱). تاثیر جهانی شدن بر قومیتها. مجموعه مقالات فرهنگ در عصر جهانی شدن، چالشها و فرصتها. تهران: انتشارات روزنه.
- نادر پور. علی (۱۳۸۲). تاثیر جهانی شدن بر هویت های ملی و قومی. مجموعه مقالات همایش جهانی شدن (بیم ها و امیدها). تهران: انتشارات حدیث امروز.
- نهاوندیان، محمد (۱۳۸۳). ما و جهانی شدن. (چاپ اول). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات زندگی.
- هال. استوارت (۱۳۸۲). رمز گذاری و رمز گشایی در مطالعات فرهنگی. (نیما ملک محمدی، مترجم). تهران: انتشارات تلخون.
- هال، استوارت (۱۳۸۳). هویت های قدیم و جدید، قومیت های قدیم و جدید. (شهریار وقفی پور، مترجم). فصلنامه ی ارغنون.
- **Chou, A & Lim, B. (2010)**. "A framework for measuring happiness in online social network". illinois state university.
- **Lee, J & Lee, H, (2010)**. "The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital". *New Media&Society*. 12 (5). 711-727.
- **Jacobson J. and R. Jenkins (1996)**. "Social Identity", London, Routledge.
- Hall, S. (1987), "Minimal Selves, in Identity: The Real Me", ICA Document 6, London. Institute for Contemporary Arts.
- **Oswald, D & Baker L, (2010)**. "Shyness and online social networking services". Marquette University, USA. *Journal of Social and Personal Relationships* 27(7) 873-889.
- **Protheroe, Claire, (2009)**. identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity, University of KwaZulu-Natal, Durban, South Africa.
- **Michael, j. hart (2011)**. "A Study on the motives of high school and undergraduate college students for using the social network site facebook", proquest .
- **Papacharissi, Z. (2009)**. "The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World". *New media society*.
- **Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2007)**. "Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities", *Organization Studies*: <http://nms.sagepub.com>
- **Wellman, B & Haase, J. Witte & K. Hampton (2001)**. "Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital?" *Social Networks, Participation and Community Commitment*, *American Behavioral Scientist* 45(3): 436-55.