

مفهوم هویت ملی از منظر جغرافیای سیاسی فضای مجازی

محمد امره*

E-mail: mo.amereh@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۶/۱۰

چکیده

هویت مهم‌ترین عامل شناسایی است. به نوعی که هر فرد یا جامعه برای شناساندن خود به دیگران، از عوامل اکتسابی و انتسابی استفاده می‌کند. مسائل فراوانی هویت فردی و ملی را به چالش می‌کشند و تأثیرات زیادی بر آن می‌گذارند. از منظر جغرافیای سیاسی فضای مجازی، هویت مبحث مهمی در شناسایی گروه‌های انسانی و ملت‌ها تلقی می‌شود که چگونگی حفظ و رشد آن قابل رهگیری است. هدف پژوهش حاضر پاسخ به این سؤال است که فضای مجازی چه تأثیری بر هویت ملی می‌گذارد. از این‌رو با روش فراتحلیل می‌کوشد با انتخاب ۱۰ عنوان از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه‌ی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و تحلیل نتایج به دست آمده به سؤال مذکور پاسخ دهد. نتایج پژوهش نشان داد که فضای مجازی اغلب تأثیر منفی بر روی هویت ملی دارد و بیشتر مقالات تأثیر منفی فضای مجازی بر هویت ملی را اثبات کرده‌اند.

کلید واژه‌ها: هویت، فضای مجازی، هویت ملی، فرا تحلیل.

* دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه خوارزمی، نویسنده‌ی مسؤول

مقدمه و طرح مسأله

فضای مجازی با انقلابی در زندگی انسان‌ها به‌نوعی جایگاه زمان و مکان را دست‌خوش تغییر کرده و آن را به چالش کشیده است. انسان‌ها با استفاده از اینترنت بدون وابستگی به زمان و مکان خاصی می‌توانند با یکدیگر تعامل کنند. تولد اینترنت و به دنبال آن شکل‌گیری فضای مجازی انقلابی به‌مثابه انقلاب‌های کشاورزی، صنعتی و اطلاعاتی تحولی ژرف در زندگی انسان‌ها ایجاد کرده و تأثیرات فراوانی بر زندگی و تعاملات بشر گذاشته است. از این‌رو برخی از نظریه‌پردازان حضور اینترنت و فضای مجازی را رقیبی جدی برای جغرافیا و زمان نامیدند و این‌گونه تحلیل کردند که پدیده‌ی نوظهور فضای مجازی، این مفاهیم را کم‌اهمیت و حتی بی‌اهمیت نموده است؛ اما با توجه به شواهد و داده‌های موجود نه‌تنها فضای مجازی در برابر فضای حقیقی قرار نگرفته است بلکه مکمل آن محسوب می‌شود. فضای مجازی علاوه بر مکان و زمان هویت انسان‌ها را نیز دست‌خوش تغییر کرده است. به‌صورتی که با تأثیرگذاری بر خودهویتی درصدد ضعف و تقویت آن برآمده و شکل جدیدی از هویت با عنوان «هویت مجازی» یا بعد چهارم هویتی ایجاد کرده که در کنار هویت‌های فردی، اجتماعی و ملی قرار می‌گیرد. تأثیر فضای مجازی بر هویت متفاوت است و بسته به کشور مورد مطالعه می‌تواند تغییر کند. از آنجایی که عمده‌ترین تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی برگرفته از اطلاعات و داده‌های ارائه شده در این فضا است؛ بنابراین می‌توان گفت در کشورهایی که تولیدکننده‌ی محصولات فرهنگی و محتوای فضای مجازی هستند تأثیر فضای مجازی سبب افزایش هویت ملی است، کشورهایی مانند آمریکا، فرانسه، انگلیس و آلمان از آنجایی که به‌نوعی سردمدار تولید محتوای فرهنگی در جهان هستند و در فضای مجازی کشورهای پیشرو در این زمینه محسوب می‌شوند، توانسته‌اند از ظرفیت فضای مجازی برای بسط فرهنگی در جهان و گسترش زبان ملی استفاده کنند. در مقابل کشورهایی مانند ایران، و... به دلیل این‌که نتوانسته‌اند به نحو شایسته‌ای از این ظرفیت استفاده کنند هویت خود را در مقابل هویت جهانی و کشورهای پیشرو در خطر می‌بینند و هویت ملی مردم این کشورها در مواجهه با فضای مجازی در حال کم‌رنگ شدن است. از آنجایی که کشور ایران دارای هویت ملی و فرهنگ قدرتمندی است که از گذشته با خود به همراه آورده است تا حدودی توانسته در مقابل این هجومی فرهنگی مقاومت کرده و هویت ملی خود را حفظ کند؛ اگرچه همانند کشورهای عراق و افغانستان تا حدود زیادی مجبور به عقب‌نشینی در برابر

هویت‌های غربی و جهانی می‌شد؛ کما این‌که پژوهش‌ها نشان می‌دهد تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی ایرانیان سبب کاهش میزان هویت ملی ایرانیان شده است. از اینجاست که تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی می‌تواند در علم جغرافیای سیاسی مطرح شود. چراکه جغرافیای سیاسی دانش حفظ هویت ملی و یکپارچگی سرزمینی کشورها و علم رقابت و قدرت است و هر زمانی که رقابت قدرت‌ها بتواند یکپارچگی سرزمینی و هویت ملی کشوری را تحت تأثیر قرار دهد، این موضوع قابلیت طرح در علم جغرافیای سیاسی را پیدا می‌کند. با توجه به این ملاحظات، سؤال اصلی پژوهش پیش‌رو این است که فضای مجازی چه تأثیری بر هویت ملی دارد؟ برای پاسخ، این فرضیه تقریر شده است که فضای مجازی تأثیر چندوجهی بر هویت ملی دارد که ممکن است مثبت یا منفی باشد. در این پژوهش که پژوهشی کیفی است از روش توصیفی - تحلیلی برای پیش‌برد کار استفاده شده و داده‌ها و اطلاعات موردنیاز به شیوه کتابخانه‌ای و اسنادی با مطالعه کتاب، مقاله و پایان‌نامه داده گردآوری شده است. هم‌چنین از تکنیک فراتحلیل برای تحلیل داده‌های پژوهش‌های انتخاب شده با روش فراتحلیل بررسی شده‌اند.

مبانی نظری

۱- هویت از منظر جغرافیا

در فرهنگ معین در مدخل واژه‌ی هویت این‌گونه آمده است: کلمه‌ی «هویت» از نظر لغوی به معنی «هستی، وجود، ماهیت و سرشت» است و ریشه‌ی لغوی آن از واژه‌ی «هو» گرفته شده است که اشاره به‌غایت، نهایت و کمال مطلق دارد و موجب شناسایی و تمایز فرد از دیگری می‌شود (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۷). مفهوم هویت دارای گستره‌ای وسیع و معانی متعدد است؛ چنان‌که هم در اصطلاحات دانشگاهی و هم در زبان روزمره استفاده می‌شود. هویت در زبان فارسی و ادبیات مکتوب ما سابقه و کاربردی طولانی دارد (گودرزی، ۱۳۸۷: ۱۹). هویت از مفاهیمی است که در زمان‌های قدیم و جدید مورد توجه بوده و تعاریف اجتماعی، روانشناسی، فلسفی و عرفانی مختلفی از آن به‌عمل آمده است. در نگاه جامعه‌شناختی، هویت مرز ما و دیگران است و یک مفهوم نسبی تلقی می‌شود که تشابه و هم‌تفاوت را توأمان در خود دارد. در واقع هویت ما اختصاصات خاص ماست که در دیگران نیست و از این حیث ما و آنها در آن چیز متفاوت هستیم و همین مایه‌ی شناخت متقابل بین ماست (گودرزی، ۱۳۸۷: ۲۱). هویت

اجتماعی به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود. این ویژگی‌ها را می‌توان نشانه‌هایی تلقی کرد که تعیین می‌کند هر شخص معینی، اساساً چه کسی است. درعین حال این ویژگی‌ها شخص مذکور را به افراد دیگری مربوط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند؛ هم‌چنین هویت اجتماعی بعد جمعی نیز دارد. اگر هویت‌های اجتماعی نشان‌دهنده‌ی شیوه‌های همسانی افراد با دیگران هستند، هویت شخصی، ما را به مثابه افرادی جدا و مجزا از یکدیگر متمایز می‌کند (معمار و دیگران، ۱۳۹۱: ۵). هویت فردی به معنای رشد و تکوین شخصی است که از طریق آن ما معنای یگانه و منحصر به فردی از خویش‌نمان و مناسباتمان با جهان پیرامون خود خلق می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۶).

پرسش این‌که «ما که هستیم؟» متوقف بر پرسش «کجا هستیم؟» است. موقعیت و جایگاه سکونت انسان در مکان امکان‌پذیر است. هر مکانی هویت وجودی قابل درکی دارد و این درک به منزله‌ی مرجع و لنگرگاه‌های ثابت برای هویت‌های مختلف انسانی اعم از تاریخی و اجتماعی ضروری است (شریفی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱). در جغرافیای رفتاری، کل مکان علاوه بر این‌که صحنه‌ی عملکردهای اقتصادی، تاریخی و اجتماعی است، درعین حال فضای روان‌شناختی نیز هست. این فضا هویت، ساختار و مفهوم خاص خود را دارد که به اقتضای خصوصیات فردی (سن، جنس، زمان سکونت، مکان اقامت، کار، پایگاه اجتماعی - اقتصادی و...) تغییر پیدا می‌کند (شاطریان و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۱۲).

در حقیقت هویت جنبه‌ای دوگانه دارد هم تفاوت است و هم تشابه، ساکنان کشورها، شهرها، روستاها و... یا هر تجمع انسانی تشابهات و علایق و افکار مشترکی دارند که آنها را به نوعی یکسان می‌نماید و باعث می‌شود نوعی آگاهی جمعی درباره‌ی «ما»ی جمعی شکل بگیرد. از طرفی نیز هویت نقش تمایزبخش دارد به این صورت که هویت یک فرد یا گروه یا یک ملت را از دیگران جدا می‌سازد و به نوعی تبیین‌گر ما و دیگری، خودی و غیرخودی می‌شود. به معنای دیگر هویت دو معنای اصلی دارد: اولین معنی آن بیانگر مفهوم «تشابه مطلق» است. این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم «تمایز» است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد؛ بنابراین هویت به طور هم‌زمان دو نسبت محتمل میان افراد یا اشیاء برقرار می‌سازد؛ از یک طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). هویت افزون بر دوجهی بودن انواع گوناگونی نیز دارد که به هویت فردی، اجتماعی و ملی تقسیم‌بندی می‌شود. هر سه سطح هویت در امتداد هم قرار می‌گیرند و عالی‌ترین آن هویت ملی است که در

گستره‌ی ملت‌ها شکل می‌گیرد و بر سرزمینی سیاسی با عنوان کشور که مکانی جغرافیای است تمرکز دارد. بدین معنی تا زمانی که اجتماعی از انسان‌ها در پهنه‌ای جغرافیایی به‌مثابه کشور ساکن نشوند شکل‌گیری هویت ملی ممکن نخواهد شد.

از این‌رو حس تعلق به سرزمینی سیاسی علاقه‌ای اصیل و بنیادین است، هر انسانی به‌واسطه‌ی زاده شدن و زیستن در سرزمینی خاص تا زمان مرگ، خود را متعلق به آن مکان و سرزمین می‌داند و نمی‌تواند این وابستگی را کتمان کند، هرچند که تجربه‌ی خوبی از زیست در آن سرزمین نداشته باشد. از این‌رو حس تعلق به سرزمین و فهمیدن این امر نیاز انسان به داشتن «هویت» را تشدید می‌کند. «ملت» به‌منزله‌ی مفهومی از مفاهیم نوپدید در دوران مدرن است. این اصطلاح تعریف جدیدی از هویت افراد ساکن در سرزمینی با ویژگی‌های خاص جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی به دست می‌دهد. در دوره‌ی پیشامدرن هویت بیشتر بر محور نژاد و سرزمین تعریف می‌شد. به این معنی که ساکنان هر کشور و سرزمینی هویت خود را از جغرافیا و قبیله می‌گرفتند. پیش از پیدایش مفهوم ملت و ناسیونالیسم، در دوران مدرن و پیش از شکل‌گیری مفهوم دولت ملی، شامل پیروان ادیان مختلف، می‌شد که با مفهوم ملت در دوران کنونی برابری داشت. بی‌گمان مفهوم ملت به معنای امروزی آن به دوران مدرن تعلق دارد اما بسیاری از ملت‌ها دارای ریشه‌های تاریخی و بنیادهای لازم برای تشکیل ملت بوده‌اند (کاویانی‌راد، ۱۳۸۹: ۱۲۲). با این وجود در حال حاضر با توجه به تغییر مفاهیم، مفهوم ملت، با مفهوم امت تفاوت اساسی پیدا کرده است. به این معنی که ملت، وابسته به سرزمین است؛ یعنی مفهومی ملی و درون‌مرزی دارد حال آن‌که امت، مفهومی است فرامرزی و فراملی؛ هم‌چنین امت پدیده‌ای است ناشی از عاملی فرهنگی مانند دین درحالی‌که مفهوم ملت، پدیده‌ای حاصل از چند عامل فرهنگی و جغرافیایی است؛ بنابراین، در تعریف مدرن ملت و هویت، جغرافیا نقش اساسی ایفا می‌کند.

۲- تبیین جغرافیای سیاسی هویت ملی

هویت‌گرایی در جغرافیای سیاسی تقویت‌کننده‌ی آیکونوگرافی ملت‌ها و تقویت‌کننده‌ی حس «ملیت» در سرزمین‌های سیاسی است. به عبارت دیگر دیدگاه جغرافیای سیاسی هویت از پدیده‌های مهم آیکونوگرافیک است که به بودن یا نبودن کشور و ملت معنی می‌دهد. داشتن هویت مستقل و متمایز از دیگران و هویت‌گرایی از پدیده‌های ذاتی بشر است و چون بودنش سازنده‌ی ساختار کشور و ملت است، نابود شدنش نیز سبب

نابودی کشور و ملت خواهد شد. مفهوم هویت و هویت‌گرایی بیشترین تأثیر را در زندگی سیاسی بشر دارد. از این‌رو مطالعه‌ی هویت‌های مستقل ملی یکی از مهم‌ترین مباحث دانشگاهی امروز شمرده می‌شود (مجتهدزاده، ۱۳۹۷: ۵۴). در تعریف نوین هویت، این پدیده هستی خود را از مکان می‌گیرد. در اصطلاح هویت مکانی سه مفهوم مکان، هویت و قلمروهای مقوم و بر سازنده‌ی این دو مفهوم نهفته است. مردم همواره خود را به شهر، منطقه و یا کشوری که در آن زندگی می‌کنند ارجاع می‌دهند. در واقع مردم خود را بیشتر به محیط‌های فیزیکی به مثابه مکان ارجاع می‌دهند تا محیط‌های اجتماعی (شریفی و دیگران، ۱۳۹۰: ۵). از این‌رو هویت پدیده‌ای است بر خواسته از مکان که در علم جغرافیای سیاسی قابلیت مطرح‌شدن را پیدا می‌کند. در حقیقت هویت ملی هر ملتی، در درجه‌ی نخست، زاییده‌ی محیط جغرافیایی آن ملت است (مجتهدزاده، ۱۳۹۶: ۷۳).

۳- هویت مجازی

نوع دیگری از هویت که در فضای مجازی شکل می‌گیرد «هویت مجازی» است. این فضاها در دنیای واقعی تمثال فیزیکی ندارند و تنها در فضای مجازی متولد می‌شوند و در واقع الگوی شبیه‌سازی شده‌ی دنیای واقعی هستند. در این فضا کاربران ساکنانی هستند که از طریق پیامدهای مجازی تحت عنوان «آواتار» که براساس خواست کاربران اشکال مختلفی به خود می‌گیرند باهم تعامل دارند (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۳۹). کاربران هنگام ورود به شبکه‌های اجتماعی هویتی برای خود خلق می‌کنند تا با آن به تعامل بپردازند. اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه‌ی آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی آن نباشد. اینها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل موردنظر وی تفسیر شود (اسلوین، ۱۳۸۰: ۱۵۹). حتی امکان معرفی خود در وبگاه‌های مختلف به صورت‌های گوناگون وجود دارد. به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط‌گیری «هویت الکترونیک چندگانه‌ای» برای خود بسازند و هر بار خود را به صورتی نشان دهند. تلویزیون و سایر رسانه‌ها فاقد این ویژگی خاص فضای

مجازی‌اند. دیدگاه‌های متعارف درباره‌ی هویت به دنبال کلیت‌سازی مفهوم هویت و یکپارچه‌نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می‌گیرند (بل، ۱۳۸۰: ۱۲). تفاوتی که این نوع هویت با هویت واقعی دارد این است که ثابت نیست و کاربران می‌توانند به میل خود هر هویتی برای خود انتخاب کنند و حتی در آن واحد چندین هویت داشته باشند. هم‌چنین کاربران می‌توانند هویت خود را از هر نژاد، ملیت، جنسیت، مذهب، زبان و... انتخاب نمایند و محدودیتی ندارند. ضعف این نوع هویت گذرا بودن آن است، همان‌گونه که به‌سرعت ایجاد می‌شود به‌سرعت نیز از بین می‌رود.

۴- تبیین جغرافیای سیاسی فضای مجازی

فضای مجازی به‌منزله‌ی پدیده‌ای نوظهور در زندگی بشر، محصول عملکرد شبکه‌ی جهانی اینترنت است که امکان گردآوری، تمرکز، جابه‌جایی، پردازش و کاربری اطلاعات را با استفاده از فناوری اطلاعات بین کاربران اینترنت و بازیگران مجازی در سراسر جهان فراهم می‌کند (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱). به‌واسطه‌ی گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، فضایی به وجود آمده است که پایه‌های بنیادین تشکیل‌دهنده‌ی ملت مانند فرهنگ و هویت ملی را تدریجاً متحول می‌کند (شریفی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۲۵). از سویی فضا مفهومی جغرافیایی است که در فرجام‌کنش بازیگران انسانی و سیاسی با مکان‌های مختلف جغرافیایی و در قلمرو حیات جمعی شکل گرفته است و از این نظر دربرگیرنده‌ی تمامی عرصه‌های حیات انسانی اعم از اقتصاد، سیاست، فرهنگ، هویت و غیره است و هنگامی مجازی می‌شود که از کارکرد فضا و مکان عبور کرده و تغییر ماهیت داده باشد (مجتهدزاده ۱۳۹۷: ۶۰). فضای مجازی بازتابی از فضای واقعی است و از آن به‌مثابه فضای دوم نیز یاد می‌شود. مطالعه بعد سیاسی فضای مجازی موضوع جغرافیای سیاسی فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. همان‌طور که بعد اساسی فضای واقعی موضوع علم جغرافیای سیاسی است (شریفی و دیگران، ۱۳۹۰: ۵).

۵- هویت ملی در فضای مجازی

همان‌طور که گفته شد هویت ملی عالی‌ترین نوع هویت است با این‌گزاره پرداختن به هویت ملی که اساس ملت و کشور یا حکومت ملت پایه را تشکیل می‌دهد، در فضای مجازی، از اهمیت خاصی برخوردار است. هویت ملی عبارت است از: مجموعه‌ی خصایص و ارزش‌های مشترک ملتی مستقل که افراد ملت نسبت به آنها خودآگاهی

یافته و به واسطه‌ی آنها با یکدیگر احساس تعلق می‌کنند. هویت ملی باعث تمایز ملت‌ها از یکدیگر می‌شود و موجبات معرفی آن ملت را فراهم می‌آورد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۸: ۲۱۱). هنگامی که انسان‌ها در معرض اجتماعات مجازی قرار می‌گیرند هویت آنها دستخوش تغییر می‌گردد. این تغییر هم شامل تضعیف یا تقویت هویت افراد و هم شکل‌گیری هویت جدید می‌شود. شبکه‌های مجازی، با تقویت و برجسته‌سازی هویت فرو ملی کاربران و ایجاد زمینه‌ی خودنمایی این هویت‌های پنهان که در جامعه توان بروز نداشته‌اند، به‌نوعی رقیبی قدرتمند برای هویت ملی به وجود آورده است. در سراسر دنیا هم‌اینک نوعی بازگشت به گروه‌گرایی و نظام قبیله‌ای وجود دارد. مردم بر آن‌اند، با بازگشت به ریشه‌های قومی خود، به‌نوعی هویت دست‌یابند و نمونه‌های بارز آن در روسیه، یوگسلاوی، کانادا و ایالات متحده امریکا مشهود است (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۴۱)؛ هم‌چنین برخی بر این باورند که فضای مجازی به توسعه‌ی حیطه‌ی خصوصی و فردیت در برابر حوزه‌ی عمومی و جمع‌گرایی می‌انجامد و افراد در این فضا می‌توانند در گروه‌های مختلف و گاه متضاد با هویت حقیقی خود حضور داشته باشند و یا می‌توانند خود را جدا از دیگران و تنها احساس کنند. در جهان و فضای مجازی مرزهای محدودکننده‌ی فضای واقعی برداشته می‌شود و شخص خود را در مقیاس جهانی و با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب می‌یابد؛ از این‌رو هویت ملی انسان‌ها به چالش کشیده می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۴۰). در برابر این دیدگاه، تجربه‌ی قدرتمندی از بازخیزی هویت ملی و متشکل‌سازی شهروندان کشورها و ملت‌ها در فضای مجازی وجود دارد. فضای مجازی ارزش‌ها و مبانی هویت ملی را در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، ورزشی، علمی، حقوقی، بین‌المللی و... متجلی ساخته و به تظاهر آنان پرداخته و به ایجاد وبلاگ‌ها، سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر ارزش‌ها و هویت ملی خود اقدام کرده‌اند (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۴۱). از این‌رو می‌توان گفت فضای مجازی تأثیر دوگانه بر هویت ملی دارد و علاوه بر این‌که هویت ملی را در بین کاربران تضعیف می‌کند می‌تواند در مقاطعی نیز این هویت را تقویت نماید.

۶- فراتحلیل

فراتحلیل یا فراپژوهش داده‌های به‌دست‌آمده از پژوهش‌های مختلف را یکجا گرد هم می‌آورد و آنها را به‌منزله‌ی یک مجموعه‌ی داده تحلیل می‌کند. با سرجمع کردن و تحلیل حجم زیادی از داده‌ها، امکان اعتماد به نتایج به‌طور قابل‌توجهی بیشتر می‌شود.

به این ترتیب می توان گفت که یافته های «فرا تحلیل» اساسی تر از یافته های مطالعات پژوهشی منفرد هستند (کمبل، ۱۳۹۱: ۶۷). فرا تحلیل را می توان تحلیل تحلیل ها یا پژوهش کردن روی مجموعه ی پژوهش ها تعریف کرد.

شیوه ی انتخاب پژوهش ها

برای مطالعه ی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی ۳۲ مقاله انتخاب شده است و از میان آن ها ۱۰ پژوهش به صورت تصادفی از میان آنها برگزیده شده و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته اند. ۱۰ مورد مقاله ی علمی - پژوهشی از ۶ فصلنامه ی علمی پژوهشی میان سال های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷ انتخاب شده است.

یافته های توصیفی

جدول شماره ۱ به بررسی ۱۰ پژوهش یاد شده در دو مؤلفه ی روش تحقیق و جامعه ی آماری پرداخته است. بر اساس اطلاعات این جدول از نظر روش تحقیق ۲۰ درصد یعنی دو پژوهش از روش همبستگی، ۷۰ درصد یعنی ۷ پژوهش از روش پیمایشی و ۱۰ درصد یعنی ۱ پژوهش از روش توصیفی استفاده کرده اند. هم چنین جامعه ی آماری ۶۰ درصد پژوهش های مورد بررسی دانشجویان و ۴۰ درصد شهروندان شهرهای مختلف بوده اند.

جدول شماره ۱: نتیجه ی بررسی ۱۰ پژوهش در دو مؤلفه ی روش تحقیق و جامعه آماری

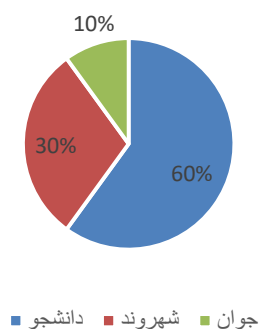
سال انتشار	جامعه آماری	روش تحقیق	عنوان نشریه	عنوان پژوهش
۱۳۹۲	کاربران فیس بوک	پیمایشی	فصلنامه مطالعات ملی	شبکه ی اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان
۱۳۹۴	جوانان شهر همدان	همبستگی	فصلنامه ی مطالعات ملی	رابطه ی استفاده از اینترنت و شکل گیری هویت ملی جوانان
۱۳۹۶	۳۱ استان کشور	پیمایشی	فصلنامه ی مطالعات ملی	نقش رسانه های مجازی در گرایش به هویت ملی
۱۳۹۴	دانشجویان دانشگاه آزاد - واحد تهران غرب	زمینه یابی - پیمایشی	فصلنامه ی مطالعات ملی	بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی دانشجویان



۱۳۹۶	دانشجویان دانشگاه شیراز	پیمایشی	دو فصلنامه‌ی مطالعات قدرت نرم	بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی
۱۳۹۲	دانشجویان دانشگاه یاسوج	پیمایشی	فصلنامه‌ی مطالعات راهبردی بسیج	تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی
۱۳۹۷	دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان	پیمایشی	فصلنامه‌ی مطالعات ملی	تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان
۱۳۹۳	شهروندان شهرستان نورآباد دلفان	پیمایشی	فصلنامه‌ی مطالعات جامعه‌شناختی شهری	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی و قومی
۱۳۹۷	دانشجویان دانشگاه پیام نور رشت	پیمایشی	پژوهشنامه‌ی فرهنگی هرمزگان	بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان
۱۳۹۷	جوانان عرب‌زبان اهواز	همبستگی	پژوهشنامه‌ی نظم و امنیت انتظامی	تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی

شکل شماره (۱): نسبت پژوهش‌های انتخاب شده بر

اساس جامعه‌ی آماری



دانشجویان با ۶۰ درصد فراوانی جامعه‌ی آماری پژوهش‌های مورد بررسی را تشکیل می‌دهند. پس از آن شهروندان با ۳۰ درصد فراوانی و جوانان با ۱۰ درصد فراوانی به ترتیب در مرحله‌های بعدی قرار می‌گیرند.

یافته‌های استنباطی

در این بخش از پژوهش نتایج پژوهش‌های انتخاب شده بررسی می‌شود تا نسبت فضای مجازی با هویت ملی براساس پژوهش‌های مورد نظر مشخص شود.

۱- صمد علی‌پور، وحید قاسمی و مسعود کیان‌پور در پژوهشی با عنوان «شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان» که به بررسی نظرات کاربران فیس‌بوک در شهر اصفهان پرداخته‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که هر چه مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک افزایش پیدا کند، هویت ملی کاربران ضعیف‌تر می‌شود و هر چه کاربران محتوای فیس‌بوک را بیشتر واقعی تلقی کنند هویت ملی آنها تقویت می‌شود.

۲- حسین رضایی، حدیثه رضانی‌فر و زهرا قیصری در پژوهشی با عنوان «رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان» بر روی جامعه‌ی آماری جوانان شهر همدان مطالعه کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که نتایج به‌دست آمده در مورد همبستگی بین فضای مجازی و هویت ملی نشان دهنده‌ی آن است که بین استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه‌ی معنی‌دار منفی وجود داشته است. براساس نتایج به‌دست آمده می‌توان بیان داشت که استفاده از اینترنت باعث کاهش گرایش جوانان شهر همدان نسبت به هویت ملی شده است.

۳- ابوالفضل دانایی و مصطفی بابائی‌ساروئی در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی» که در سال ۱۳۹۶ براساس پژوهش «بررسی و سنجش هویت جمعی ایرانیان» که از سوی مؤسسه مطالعات ملی در سال ۱۳۹۳ اجرا شده است، انجام داده‌اند با بررسی جامعه‌ی نمونه‌ی خود از ۳۱ استان به این نتیجه رسیده‌اند که دسترسی به اینترنت رابطه‌ی مستقیم با سطح هویت ملی در فرد دارد و نشان می‌دهد که هرچه دسترسی به اینترنت افزایش می‌یابد مؤلفه‌های هویت ملی در فرد ضعیف‌تر می‌شوند.

۴- در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی دانشجویان» که توسط ابراهیم حاجیانی و حمیدرضا محمدزاده در سال ۱۳۹۳ بر روی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات انجام شده است. نتایج تحلیل داده‌ها نشان

می دهد که بین میزان استفاده از اینترنت و بعد شناختی هویت ملی کاربران همبستگی کامل با شدت ۰/۱۱۹ در جهت مثبت وجود دارد. بین مدت استفاده از اینترنت با بعد رفتاری و شناختی هویت ملی کاربران همبستگی مثبت وجود دارد. برای نوع استفاده اطلاعاتی از اینترنت با هویت ملی همبستگی مثبت و برای استفاده های ارتباطی و سرگرمی همبستگی منفی به دست آمد.

۵- محمودرضا رهبرقاضی و زینب ایمان منفرد در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیرات شبکه های اجتماعی بر روی هویت ملی» به بررسی نظرات دانشجویان دانشگاه شیراز در سال ۱۳۹۶ پرداخته اند و به این نتیجه رسیده اند که ۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی تحت تأثیر چهار مؤلفه ی شبکه های اجتماعی قرار دارد که در این میان متغیرهای «مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی» و «مدت زمان استفاده ی روزانه از شبکه های اجتماعی» تأثیری تضعیف کننده و معنادار بر روی هویت ملی داشتند.

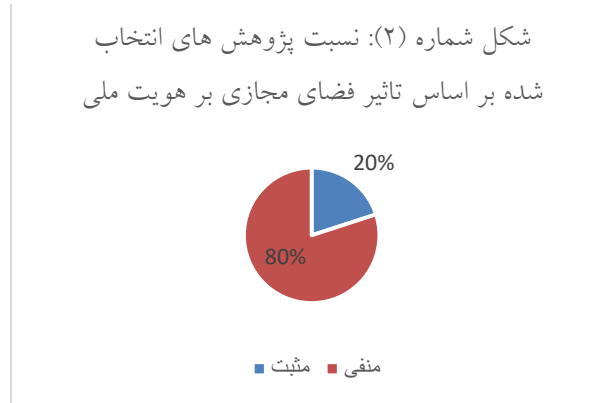
۶- علی باقری دولت آبادی و فرج الله زارعیان جهرمی در پژوهشی با عنوان «تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی» که در سال ۱۳۹۲ بر روی جامعه ی آماری دانشجویان دانشگاه یاسوج انجام داده اند نشان می دهد دانشجویانی که بیشتر در معرض فضای مجازی قرار دارند نسبت به همتایان خود که کمتر از فضای مجازی استفاده می کنند، از هویت دینی و ملی ضعیف تری برخوردار هستند.

۷- عبداللطیف کاروانی در پژوهشی بر روی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۹۷ با عنوان «تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان» متغیرهای «میزان استفاده از اینترنت»، «میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی» و «سابقه ی استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی» تأثیر معناداری بر هویت ملی دارند. بر این اساس می توان گفت که تعامل در شبکه های اجتماعی مجازی تأثیر معنادار معکوسی بر هویت ملی کاربران دارد.

۸- لیلا عظیمی، مهرداد نامداری و محمد پرهام در پژوهشی مشترک با عنوان «تأثیر شبکه های اجتماعی بر هویت ملی و قومی» در سال ۱۳۹۷ که شهروندان شهرستان نورآباد دلفان را مورد مطالعه قرار داده اند. یافته های تحقیق حاضر حاکی از رابطه ی معنادار مستقیم شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی است، یعنی شبکه های اجتماعی مجازی هویت ملی کاربران قوم لک را هم تقویت می کند و به نوعی هم باعث تقویت جنبه های هویت قومی کاربران قوم لک می شود.

۹- پژوهشی با عنوان «تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی»، از بهرام بیات و علی قنبری برزیان، جوانان عرب‌زبان اهواز را مورد مطالعه قرار داده است. داده‌های این پژوهش نشان می‌دهند دانشجویانی که از رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی بیشتر استفاده کرده‌اند دارای هویت قومی قوی‌تری هستند.

۱۰- سعید نوری، هدا حلاج‌زاده و معصومه شنوا در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان» دانشجویان دانشگاه پیام نور رشت را مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که استفاده از شبکه‌های مجازی در کاهش هویت ملی دانشجویان مؤثر است.



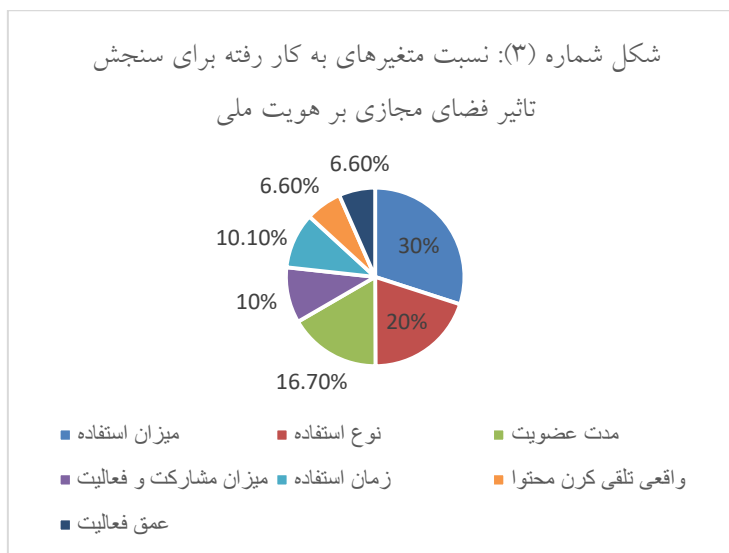
شکل شماره‌ی دو نشان می‌دهد که نتایج ۸۰ درصد پژوهش‌های بررسی شده تأثیر منفی بر هویت ملی را ثابت کرده‌اند.

جدول شماره‌ی ۲: فراوانی متغیرهای استفاده شده در پژوهش‌های موردنظر

عنوان پژوهش	جامعه‌ی آماری	متغیرهای استفاده شده برای اثبات تأثیرگذاری فضای مجازی بر هویت ملی
شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان	کاربران فیس‌بوک	مدت عضویت میزان استفاده واقعی تلقی کردن محتوا میزان مشارکت



میزان استفاده نوع استفاده	جوانان شهر همدان	رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان
مدت عضویت مدت استفاده نوع استفاده میزان استفاده	۳۱ استان کشور	نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی
میزان استفاده مدت عضویت نوع استفاده	دانشجویان دانشگاه آزاد - واحد تهران غرب	بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی دانشجویان
میزان استفاده مدت عضویت عمق فعالیت واقعی تلقی کردن محتوا	دانشجویان دانشگاه شیراز	بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی
مدت استفاده	دانشجویان دانشگاه یاسوج	تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی
میزان استفاده مدت عضویت	دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان	تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان
میزان استفاده	شهروندان شهرستان نورآباد دلفان	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی و قومی
نوع استفاده میزان استفاده مدت عضویت میزان مشارکت	دانشجویان دانشگاه پیام نور رشت	بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان
مدت عضویت میزان استفاده میزان مشارکت واقعی تلقی کردن محتوا	جوانان عرب‌زبان اهواز	تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط‌جمعی و فضای مجازی با هویت ملی



پژوهش‌های بررسی شده متغیرهای متفاوتی را برای اثبات تأثیر فضای مجازی بر هویت به کار گرفته‌اند که از این میان «میزان استفاده» با ۳۰ درصد بیشترین فراوانی را داشته است و پس از آن به ترتیب «نوع استفاده» با ۲۰ درصد، «مدت عضویت» با ۱۶/۷ درصد، زمان استفاده با ۱۰/۱ درصد، «میزان مشارکت و فعالیت» با ۱۰ درصد، «واقعی تلقی کردن محتوا» با ۶/۶ درصد و «عمق فعالیت» با ۶/۶ درصد بیشترین فراوانی را داشته‌اند.

نتیجه‌گیری

فضای مجازی محصول پیشرفت اینترنت در قرن اخیر است. این فضا با قرار دادن امکانات بی‌نظیری در اختیار بشر توانسته است انقلابی دیجیتال در زندگی انسان‌ها ایجاد نماید. این پدیده‌ی نو تأثیرات فراوانی بر زندگی بشر گذاشته است. از جمله‌ی تأثیرات این فضا بر زندگی انسان‌ها تأثیر آن بر هویت است. هویت به‌مثابه مهم‌ترین عامل شناسایی انسان توسط خود و دیگری نقش مهمی در زندگی انسان‌ها داشته و دارد، فضای مجازی با نشانه قرار دادن هویت تأثیرات گوناگون و چندگانه‌ای بر هویت گذاشته است. این پژوهش با بررسی ۱۰ پژوهش انتخاب شده و تحلیل به روش فراتحلیل نتایجی را به دست آورده که در زیر به آن اشاره می‌شود.

۱- با بررسی نتایج به‌دست آمده از تحلیل مشخص می‌شود که از ۱۰ پژوهش انجام شده ۸۰ درصد یعنی ۸ مقاله به این نتیجه رسیده‌اند که فضای مجازی تأثیر منفی بر روی هویت ملی کاربران مورد مطالعه داشته است.

۲- تنها ۲ پژوهش تأثیر مثبت استفاده از فضای مجازی بر هویت ملی را شناسایی کرده‌اند؛ به این صورت که پژوهش صورت گرفته بر روی لک‌ها نشان می‌دهد فضای مجازی ۶۹ درصد بر هویت ملی جامعه‌ی مورد مطالعه تأثیر مثبت داشته است و چون تعارضی میان هویت محلی و ملی وجود نداشته است، در نهایت فضای مجازی سبب افزایش هویت ملی شده است. هم‌چنین پژوهش دیگری که بر روی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات مطالعه کرده است؛ در مجموع تأثیر مثبت فضای مجازی بر روی هویت ملی را شناسایی کرده است اما به این نتیجه رسیده که آن دسته از کاربران که استفاده‌ی ارتباطی و سرگرمی از فضای مجازی داشته‌اند هویت ملی آنها کاهش پیدا کرده است.

۳- پژوهش‌ها نشان می‌دهد هرچه مدت‌زمان عضویت و مدت‌زمان استفاده از فضای مجازی بالاتر می‌رود گرایش به هویت ملی کاهش می‌یابد. هم‌چنین میزان هویت ملی میان کسانی که از فضای مجازی استفاده می‌کردند و کسانی که دسترسی به فضای مجازی نداشتند تفاوت معنی‌داری داشته و کسانی که از فضای مجازی استفاده نمی‌کردند از هویت ملی بالاتری برخوردار بودند.

برآیند نتایج پژوهش‌های بررسی شده نشان می‌دهد فضای مجازی بر هویت ملی ایرانیان تأثیر دوگانه‌ی مثبت و منفی داشته است که فرضیه‌ی پژوهش پیش‌رو را تأیید می‌کند؛ اما از آنجایی که کشور ایران به‌نوعی در رده‌ی کشورهای مصرف‌کننده‌ی فرهنگی است می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که نظام نتوانسته است به‌درستی از ظرفیت فضای مجازی در راستای تقویت هویت ملی بهره‌برداری نماید. از این‌رو لازم است با سرمایه‌گذاری درست و جهت‌دار در فضای مجازی به تقویت هویت ملی پرداخته شود. جغرافیای سیاسی فضای مجازی نیز می‌تواند به‌مثابه زیرشاخه‌ای از علم جغرافیای سیاسی به بررسی، مطالعه و سیاستگذاری در این زمینه بپردازد.

منابع

- اسلامی، مروارید (۱۳۹۱)؛ «بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی»، **نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید**، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰)؛ **اینترنت و جامعه**، ترجمه: عباس گیلوری و علی راد باوه، تهران: نشر کتابدار.
- باقری دولت‌آبادی، علی؛ زارعیان جهرمی، فرج‌الله (۱۳۹۲)؛ «تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی»، **فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج**، س ۱۶، ش ۶۰، صص ۱۸۲-۱۴۹.
- بهفروز، فاطمه (۱۳۷۰)؛ «بررسی‌های ادراک محیطی و رفتار در قلمرو مطالعات جغرافیای رفتاری و جغرافیای انسانی معاصر»، **مجله تحقیقات جغرافیایی**، س ۶، ش ۲۰، از ۳۱-۷۰.
- بیات، بهرام؛ قنبری برزبان، علی (۱۳۹۷)؛ «تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی (مورد مطالعه: جوانان عرب‌زبان اهواز)»، **پژوهشنامه‌ی نظم و امنیت انتظامی**، س ۱۱، ش ۱۳، صص ۱-۲۸.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حاجیانی، ابراهیم؛ محمدزاده، حمیدرضا (۱۳۹۳)؛ «بررسی تأثیر فضای مجازی (اینترنت) بر هویت ملی دانشجویان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، س ۱۶، ش ۱، صص ۸۴-۶۷.
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۸)؛ **جغرافیای سیاسی ایران**، چ ۳، تهران: انتشارات سمت.
- (۱۳۹۳)؛ **جغرافیای سیاسی فضای مجازی**، تهران: سمت.
- حافظنیا، محمدرضا، قادری‌حاجت، مصطفی؛ احمدی‌پور، زهرا (۱۳۸۹)؛ **شاخص‌سازی مؤلفه‌های سیاست و فضا در جغرافیای سیاسی**، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، س ۵، د ۴۲، ش ۲، ش پ ۷۲، صص ۱۳۴-۱۲۱.
- دانایی، ابوالفضل؛ بابائی‌ساروئی، مصطفی (۱۳۹۶)؛ «نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی»، **فصلنامه مطالعات ملی**، س ۱۸، ش ۳، صص ۶۸-۴۳.
- رضایی، حسین؛ رضائی‌فر، حدیثه؛ قیصری، زهرا (۱۳۹۳)؛ «رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان شهر همدان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، س ۱۶، ش ۲، صص ۱۳۱-۱۱۳.
- رهبرقاضی، محمودرضا؛ ایمانیان‌منفرد، زینب (۱۳۹۶)؛ «بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی»، **دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم**، س ۷، ش ۱۷، صص ۱۳۲-۱۱۶.
- شاطریان، محسن و دیگران (۱۳۸۹)؛ «نقش ادراک محیطی در نگرش مردم شهرضا نسبت به قشقای‌های ساکن شهر»، **فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی**، س ۱۲، ش ۳۹، صص ۲۳۴-۲۱۱.
- شریفی، محمد و دیگران (۱۳۹۰)؛ «هویت مکان و ادراک آن با رویکرد ژئوسیستمی»، **فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی**، س ۲۴، ش ۲، صص ۲۲-۱.
- عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، صمد؛ کیان‌پور، مسعود (۱۳۹۲)؛ «شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، س ۱۴، ش ۴، صص ۱۶۴-۱۴۱.
- عظیمی، لیلا؛ نامداری، مهرداد؛ پرهام، محمد (۱۳۹۷)؛ «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان»، **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، س ۸، ش ۲۸، صص ۹۰-۶۵.

- کاروانی، عبداللطیف (۱۳۹۷)؛ تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۹، ش ۲، صص ۱۲۸-۱۱۳.
- کاویانی‌راد، مراد (۱۳۸۹)؛ *ناحیه‌گرایی در ایران از منظر جغرافیای سیاسی*، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۷)؛ *تکوین جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران، با تأکید بر صفویه*، تهران: تمدن ایرانی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)؛ *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسین چاوشیان، تهران: نشر نی.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۹)؛ *ایده‌های ژئوپلیتیک و واقعیت‌های ایرانی، مطالعه‌ی روابط جغرافیا و سیاست در جهان دگرگون‌شونده*، تهران: نشر نی.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۹۶)؛ *جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی*، ج ۸، تهران: انتشارات سمت.
- ----- (۱۳۹۷)؛ *فلسفه و کارکرد ژئوپلیتیک (مفاهیم و نظریه‌ها در عصر فضای مجازی)*، ج ۳، تهران: انتشارات سمت.
- منصورنژاد، محمد (۱۳۹۰)؛ *دین و هویت*، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- مویر، ریچارد (۱۳۷۹)؛ *درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی*، ترجمه دره میرحیدر و سیدیحیی صفوی، تهران: سازمان جغرافیای نیروهای مسلح.
- میرمحمدی، داوود (۱۳۸۳)؛ *گفتارهایی درباره‌ی هویت ملی در ایران*، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- نوری، سعید؛ حلاج‌زاده، هدا؛ شنوا، معصومه (۱۳۹۶)؛ «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور رشت)»، *پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان*، س ۸، دوره ۱۰، ش ۱۵، بهار و تابستان ۱۳۹۷، صص ۳۲-۸.
- Bell, D. (2001); *An Introduction to Cyberspace*, London: Rutledge.
- Craib, I. (1998); *Experiencing Identity*, Sage Publications.
- Lake, R. and Huckfeldt, R. (1998); "Social Capital, Social Networks and Political Participation", *Political Psychology*, 19 (3): 567-584.