

شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو

حسین حیدری[✉]، دکتر تهمینه شاوردی*

چکیده

ظهور فناوری‌های نوین؛ بویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، تعاملات انسانی را دستخوش تحولی بنیادی کرده است. در پژوهش حاضر، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، ضمن شناسایی ابعاد فعالیت گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدهایی که استفاده از این شبکه‌ها می‌تواند برای هویت و امنیت ملی به دنبال داشته باشد، بررسی شده است. اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه با ۲۰ نفر از صاحب‌نظران حوزه قومیت و رسانه جمع‌آوری شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کاربران قومی با فعالیت خود در این شبکه‌ها، ضمن تأثیرپذیری از شبکه‌های اجتماعی، بر سایر کاربران نیز تأثیر می‌گذارند. چنان‌که حاکم بودن فضای دموکراتیک بر شبکه‌های اجتماعی و ارزشمند بودن رفتارهای دموکراتیک در این شبکه‌ها باعث تلطیف عقاید گروه‌های تندرو یا در حاشیه ماندن آنها شده است. فراهم آمدن فضای تعامل و گفتگوی بین قومی و وجود امکان شناخت متقابل و درک تفاوت‌های فرهنگی از مهم‌ترین فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت است.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌ها، تهدیدها، قومیت

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

Email: hs.heidari@gmail.com

* دکترای جامعه‌شناسی، استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

تاریخ دریافت: ۹۲/۵/۱۵ تجدید نظر: ۹۲/۷/۲۱ پذیرش نهایی: ۹۲/۸/۱۲

مقدمه و طرح مسئله

حضور انسان در شاهراه‌های ارتباطی و دسترسی به امکانات جامعه اطلاعاتی، هویت‌های سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است. یکی از این شاهراه‌ها، که از اقبال زیادی در جامعه امروزی برخوردار است، شبکه‌های اجتماعی^۱ است. شبکه‌های اجتماعی قدرت اول دنیای امروز اینترنت هستند و اغلب کاربران، به‌طور روزانه، از گونه‌های مختلف آنها استفاده می‌کنند. این رسانه‌ها، گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که با اتکا به بنیان‌های فناورانه وب ۲، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولید شده از سوی کاربران را فراهم می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل خدمات آنلاین یا سایت‌هایی هستند که افراد دیدگاه‌ها و علاقه‌مندی‌های خود را در آنها بیان می‌کنند و با دیگران به اشتراک می‌گذارند. این شبکه‌ها، فضایی را ایجاد کرده‌اند که کاربران می‌توانند از طریق آن به جبران محدودیت‌ها و موانع فضای واقعی زندگی خود بپردازند و به فرصتی برای تعاملات، ارتباطات و انتقال پیام‌هایشان دست یابند.

هویت نقشی کلیدی در ارتباطات مجازی ایفا می‌کند. برخی معتقدند توانایی استقرار یک هویت بدون کالبد و مستقل، از ارزشمندترین جنبه‌های فرهنگ آنلاین است که به مردم اجازه می‌دهد نقش‌ها و روابطی را که به گونه‌ای دیگر هستند، جستجو کنند. این فضاها منابع هویت، امکان‌های هویت‌سازی و آزادی عمل فرد در زمینه پذیرش هویت دیگری را به نحو چشمگیری افزایش داده‌اند. در جوامع سنتی، فضا از مکان جدا نبود و زمان و فضا در بستر مکان به یکدیگر پیوند می‌خوردند، اما در فرایند شبکه‌ای شدن جوامع، روابط اجتماعی از محدودیت‌های اندرکنش و چهره به چهره در چارچوب محل‌ها و سرزمین‌های محدود و معین، دگرگون شده و ویژگی‌های سنتی مکان، محل و سرزمین را در زمینه هویت برهم زده است.

همزمان با گسترش شبکه‌های اجتماعی در جهان، در ایران نیز استفاده از این شبکه‌ها دامنه گسترده‌ای یافته است. اگرچه آمار دقیقی از تعداد کاربران وجود ندارد، آثار و شواهد موجود نشان می‌دهد که این شبکه‌ها نفوذ قابل توجهی در میان کاربران

1. social network

ایرانی؛ ازجمله، آن دسته از اقوام و گروه‌های قومی یافته‌اند که سعی دارند اهداف، مطالبات، نگرانی‌ها و دغدغه‌های خود را در فضای مجازی بازتاب دهند. هر چند آمار رسمی مشخصی در این باره وجود ندارد، کارشناسان تعداد کاربران ایرانی فیس‌بوک و توئیتر را به ترتیب، در حدود ۱۰ و ۳ میلیون برآورد کرده‌اند. در میان شبکه‌های اجتماعی داخلی نیز سایت کلوب حدود ۳ میلیون عضو دارد (سروش هفتگی، ۱۳۹۱). حساسیت موضوع قومیت و امنیتی بودن این مسئله موجب شده است که به دلیل محدودیت‌های موجود در پرداختن به این موضوعات، این شبکه‌ها به مکانی برای اجتماع گروه‌های قومی و مرکزی، تبادل نظر و طرح دغدغه‌های گروه‌های حاشیه‌ای و قومی تبدیل شوند. از طرف دیگر، موقعیت استراتژیک و ژئواستراتژیک ایران در منطقه و وجود اقوام مختلفی که حتی بخشی از آنها در آن سوی مرزهای ملی واقع شده‌اند، از نظر سیاسی و امنیتی بر اهمیت مسئله افزوده و شناخت ابعاد مختلف و کارکردهای این شبکه‌ها را بیش از پیش ضروری ساخته است.

اهداف پژوهش

۱. شناخت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای اقوام و گروه‌های قومی
۲. سنخ‌شناسی کاربران شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت
۳. تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی و ملی
۴. تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هم‌گرایی و واگرایی ملی
۵. فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت

ادبیات نظری

هویت

هویت^۱ از دو دیدگاه روان‌شناختی و جامعه‌شناختی قابل بحث است. به لحاظ روان‌شناسی، ایجاد هویت مهم‌ترین عامل پیشرفت شخصی در دوره نوجوانی و گامی

1. identity

حیاتی در جهت نیل به حیاتی شادمانه و مولد است. از نظر اریکسون^۱، موفقیت در زندگی و دستیابی به اهداف و آرمان‌های انسانی در دوران بزرگسالی به نحوه شکل‌گیری هویت، وابسته است که بیشتر در دوران نوجوانی و جوانی صورت می‌گیرد. فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داوری‌ها و هنجارهای مورد قبول خانواده و جامعه را با تردید می‌نگرد و در جستجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب، به کندوکاو می‌پردازد. نتایج موفقیت‌آمیز فرایند رشد روانی و اجتماعی در دوران کودکی، امکان حل تعارض‌های روانی و اجتماعی را در مراحل بعدی زندگی به فرد می‌دهد (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷).

در میان دیدگاه‌های جامعه‌شناختی، نظریه کنش متقابل نمادین^۲، بیش از دیدگاه‌های دیگر، مسئله هویت و شکل‌گیری آن را مورد مطالعه و تحلیل قرار داده است. بر اساس این دیدگاه، معناها به طور کلی و هویت به طور خاص، در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرند. هویت پاسخی است به پرسش من کیستم؟ به نظر جورج هربرت مید^۳، مجموعه ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد، در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (ریتزر^۴، ترجمه ثلاثی، ۱۳۷۷).

مانفرد کان^۵، چهره شاخص دیگر این دیدگاه، معتقد است که «خود» در جریان تعامل اجتماعی و با درونی شدن «نگرش‌های» دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد. دیگرانی که فرد با آنها تعامل یا به نحوی از آنها آگاهی دارد. کان، خود، را مجموعه‌ای از نگرش‌ها و انتظارات دیگران تعریف می‌کند (به نقل از دوران، ۱۳۸۷).

کان بعدها دریافت که پاسخ‌های پرسش «من کیستم» را می‌توان به دو گروه اجتماعی^۶ و نیمه‌اجتماعی^۷ تقسیم کرد. پاسخ‌های اجتماعی به هویت‌هایی مربوط می‌شود که برای دیگران آشکار است و شامل مواردی مانند طبقه، جنسیت و تعلق مذهبی می‌شود. اما پاسخ‌های نیمه‌اجتماعی، آن دسته از پاسخ‌هایی را در بر می‌گیرد که در تشخیص هویت خصوصی‌تر تلقی می‌شوند. مانند خوشحالی یا غمگینی، بدبینی یا

1. Erickson

2. symbolic interaction

3. George Herbert Mead

4. Ritzer

5. Monfred Kohn

6. consensual

7. semi consensual

خوش‌بینی و نظیر آن. بر اساس نظر کان، افراد ابتدا به هویت‌های اجماعی و سپس به هویت‌های نیمه‌اجماعی فکر می‌کنند و به احتمال، تشخیص هویت اجماعی آسان‌تر از هویت نیمه‌اجماعی است زیرا افراد به طور معمول، خودشان را در تماس با دیگران می‌شناسند (همان).

ریچارد جنکینز^۱ با الهام از مید، گافمن^۲ و بارث^۳، 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 تعامل‌اند. هویت فردی، مبتنی بر تفاوت و تمایز میان افراد است و جایگاه وی را در رده‌بندی‌ها نمایان می‌سازد اما هویت اجتماعی، نشان‌دهنده تشابهات است و به تعریفی که فرد بر اساس 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 جنکینز، تعاملی دوسویه میان هویت و زندگی اجتماعی جریان دارد. هویت از سویی، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و از سوی دیگر، در جریان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد، تغییر می‌کند و بازسازی می‌شود (جنکینز، ترجمه یاراحمدی، ۱۳۸۱).

آنتونی گیدنز^۴ بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید می‌کند و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد، به برداشت کان در این خصوص نزدیک است. در این برداشت، هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی هویت مورد توجه قرار می‌گیرد اما بر بعد فردی و نقش خود فرد در شکل‌گیری و بازسازی هویت یا با عبارتی، جنبه پویا و متغیر آن تأکید بیشتری می‌شود. گیدنز بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدید و پیوسته در حال تغییر صورت می‌گیرد، ویژگی دوران جدید و نتیجه گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۷).

بنابراین هویت اجتماعی، نوعی خودشناسی در ارتباط با دیگران است. فرایند هویت‌سازی به فرد امکان می‌دهد که برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود، پاسخی مناسب و قانع‌کننده بیابد. در واقع، هویت از نیازهای روانی انسان

1. Richard Jenkins

2. Goffman

3. Barth

4. Antony Giddnes

و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است که به فرد امکان می‌دهد تا با دیگران به صورتی معنادار و پایدار ارتباط برقرار کند.

هویت ملی

تشکیل دولت ملی به معنی عبور از هویت‌های سنتی، همچون مذهب، قبیله، کاست و رسیدن به هویت جدید ملی است. در این مرحله، به جای اینکه افراد خود را بر اساس تعلق مذهبی، قبیله‌ای یا نژادی، شناسایی کنند، بر اساس تعلق به ملتی خاص، با جغرافیای معین و نظام حکومتی مشخص شناسایی می‌شوند (قیصری، ۱۳۷۷، ص ۴۹). در واقع هویت ملی^۱ یکی از سطوح تعلق و وفاداری ملی است که به طور عمده بر واحدی سیاسی به نام کشور انطباق دارد و اعضای آن گروه، اجتماع بزرگی به نام ملت را می‌سازند که در یک پهنه جغرافیایی، زیر حاکمیت سیاسی واحد و مشخصی قرار دارند و از طریق آن نسبت به هم احساس همبستگی و اشتراک در گذشته، حال و آینده دارند (فکوهی، ۱۳۸۹، ص ۱۵۲).

این مفهوم که اساساً محصول دوران مدرن اروپاست و از اواخر قرن نوزدهم به کشورهای جهان سوم و تازه استقلال یافته، راه پیدا کرده است (علم، ۱۳۸۶، ص ۱۰۱) و در قالب تقسیم‌بندی‌های سیاسی معاصر معنی پیدا می‌کند. بنابراین در این مفهوم، سطح تعلق ملی به طور عمده، معنایی سیاسی و عقیدتی دارد که در قالب یک کشور معنا پیدا می‌کند و اصیل‌ترین حلقه ارتباطی بین هویت‌های خاص محلی و عام فراملی است (فکوهی، ۱۳۸۹، ص ۱۵۳) و به دلیل تأثیر زیاد آن در تمامی حوزه‌ها، فراگیرترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی است (حیدری، ۱۳۸۳، ص ۳۴۴).

بنابراین در تعریف هویت ملی پرسش اصلی این است: افرادی که از لحاظ فیزیکی در یک جغرافیای سیاسی و نظام حکومتی خاص قرار دارند و مشمول قوانین حاکم بر آن هستند، خود را عضو کدام واحد سیاسی می‌دانند و با آن تا چه اندازه احساس یگانگی می‌کنند؟ (قیصری، ۱۳۷۷، ص ۵۵).

هویت قومی

اگر هویت را به معنای تلاش آگاهانه، مستمر و دائمی کنشگران برای پاسخگویی به پرسش چیستی یا کیستی و نحوه شناسایی و معرفی خودشان تلقی کنیم، پاسخ‌های این سؤال (من کیستم؟) از منابع^۱ مختلفی نشئت می‌گیرند و کنشگران می‌توانند به شیوه‌ها و روش‌های متعددی خود را تعریف و ارائه کنند. اما مهم‌ترین منابع برای تعریف خود اجتماعی^۲، مشتمل بر ویژگی‌های فرهنگ جمعی اعضای یک گروه یا جامعه و نیز روابط و مناسباتی است که فرد را احاطه کرده‌اند. از لحاظ فرهنگی، کنشگران از طریق فرهنگ جمعی یا مشترک اعضای جامعه، خود را در یک مقوله^۳ طبقه‌بندی می‌کنند و از این طریق، اشتراک‌هایشان را با سایر اعضای گروه (درون گروه) و تفاوت‌هایشان را با دیگران^۴ و گروه‌های دیگر (برون گروه) معین و مرزبندی می‌کنند.

هویت قومی^۵ بخشی از هویت اجتماعی افراد است که در کنار هویت‌های محله‌ای، منطقه‌ای، نژادی، فرهنگی و جزء آن قرار می‌گیرد. هویت قومی، عنصر بارزی در میان هویت‌هاست و هر یک از انسان‌ها خود را به قوم و تباری (خیالی یا واقعی) وابسته می‌دانند. ضرورت این انتساب تا حدی است که آنتونی اسمیت^۶ معتقد است اگر ملت‌ها خود را به یک ریشه قومی واقعی یا خیالی وصل نکنند، فرو می‌پاشند (گودرزی، ۱۳۸۴، ص ۳۲).

هویت قومی از ترکیب متنوع مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید؛ حتی در بسیاری از موارد، تنها یک مؤلفه متفاوت باعث ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود. بنابراین، در بین اقوام مختلف، مؤلفه‌های قومیت با یکدیگر تفاوت دارند و در هر گروه قومی، هر یک از مؤلفه‌ها دارای درجه اهمیت متفاوتی هستند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۰). مسئله محوری در تعریف هویت قومی را مؤلفه‌ها و عناصر هویت قومی تشکیل می‌دهد. بنابراین هویت قومی را بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی نظیر زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی تعریف می‌کنند که از طریق آن افراد با تمام یا برخی از جنبه‌های هویتی یک گروه پیوند می‌یابند (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۱۵۹).

البته خود این مؤلفه‌ها و عناصر نیز متنوع‌اند و نقش آنها در هویت‌دهی به اقوام

1. sources 2. social ego 3. category
4. others 5. ethnic identity 6. Antony Smith

متفاوت است. در علوم اجتماعی معاصراًً یک گروه قومیتی به صورت مجموعه‌ای از تنوع‌ها و ویژگی‌های برآمده از دین، فرقه، کاست، منطقه، زبان، تبار، نژاد، فرهنگ و ... تعریف می‌شود که گاه نیز به تنهایی، فقط یکی از این عناصر را در بر می‌گیرد و بر آن انطباق می‌یابد و گاهی شامل ترکیبی از آنها می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، فضاهایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان افراد مختلف، با سطوح گوناگون دسترسی، به وجود آمده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرها از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند (حکیمی، ۱۳۹۰). در واقع شبکه اجتماعی متشکل از گروه‌هایی (افراد) است که از طریق وابستگی‌ها به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، آرمان‌ها، مسائل مادی و حتی مسائل دینی باشد. نوع ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و همچنین افراد وابسته متکی است. افراد وارد این ارتباط می‌شوند و تأثیر متقابلی بر هم دارند. شخصیت و هویت افراد همان طور که در ارتباط با گروه تأثیر دارد، به میزان قابل توجهی تأثیرپذیری نیز از خود نشان می‌دهد.

حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی، احتمال مشارکت‌ها و کنش‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد. هر چه پیوند افراد و اعضا در این شبکه‌ها بیشتر و انبوه‌تر باشد، امکان همراهی، تعامل، نزدیکی دیدگاه‌ها، حرکت همسو و مشترک نیز افزایش خواهد یافت. در یک شبکه اجتماعی، افراد هم اهداف سیاسی و هم اهداف شخصی را پیگیری می‌کنند و در عین حال، با دیگر افراد و سازمان‌ها نیز تعاملی چندگانه دارند. ضمن اینکه، تماس‌ها و ارتباط‌های شخصی، مانند وسیله‌ای برای پیوند دادن سازمان‌ها و گروه‌ها عمل می‌کنند. سایر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارت‌اند از: به اشتراک‌گذاری، بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی، دوستی، اعتماد، حلقه‌های مخاطبان، استناد و تعمیم، چندرسانه‌ای بودن، گپ، نقد بی‌رحمانه، دنبال کردن و دنبال شدن، پرستیژ، باز انتشار، خردجمعی، جهانی بودن، سرگرمی، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرک اجتماعی و ابتکار و خلاقیت (ضیایی‌پور، ۱۳۸۹).

کاربران اینترنتی با عضویت در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پروفایل‌ها و صفحات شخصی برای خودشان بسازند و با دوستان خود در ارتباط باشند. کاربران می‌توانند دوستان و آشنایان قدیمی را در شبکه‌های اجتماعی بیابند و دوستان جدیدی پیدا کنند؛ همچنین دوستان خارج از این فضا را به برای پیوستن به شبکه‌های اجتماعی دعوت کنند (فکوهی و عیاری، ۱۳۸۸).

فناوری و تحول فرهنگی

به لحاظ تاریخی، کاستلز^۱ (۲۰۰۵) دگرگونی فناورانه را که منجر به ایجاد و اختراع «شاهراه اطلاعاتی» شده است، با اختراع بزرگ حروف الفبا در یونان ۷۰۰ سال پیش از میلاد مشابه می‌داند و معتقد است برای نخستین بار در تاریخ رسانه، آبرمتن یا فرازبانی شکل گرفته است که شیوه‌های مکتوب، شفاهی، دیداری و شنیداری ارتباطات انسانی را در چارچوب نوعی نظام، یکپارچه می‌سازد. این پدیده که «شاهراه اطلاعاتی» نام دارد، به دلیل قابلیت یکپارچه‌سازی متن، تصویر و صدا در یک سامانه یا شبکه جهانی، ماهیت ارتباطات را دستخوش دگرگونی‌های بنیادین ساخته است و از آنجا که ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به فرهنگ دارد، فرهنگ نیز به تبع دگرگونی‌های فناورانه جدید، دگرگونی‌های بنیادی دیگری را از سر می‌گذراند. در نظر کاستلز، یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ‌هاست. از این رو، در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است (همان).

فرانک وبستر^۲ تعریفی از «جامعه اطلاعاتی» که بر نوآوری‌های گسترده فناوری اطلاعات مبتنی است، به دست می‌دهد. به نظر او، در وهله نخست، بر اثر موفقیت علمی در پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات، کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی، تقریباً به همه گوشه و کنار جوامع و غالب نقاط کره زمین گسترش یافته و استفاده از رایانه‌ها همگانی شده است. سپس تحول دیگری در زمینه مخابرات صورت گرفته که به توزیع گسترده اطلاعات در سطح جامعه، منجر شده و مردم جهان را هر چه بیشتر در بزرگراه‌های اطلاعاتی و در معرض بهره‌گیری از اطلاعات قرار داده است. به عبارت

1. Castells

2. Frank Webster

دیگر، مخابرات، رایانه‌ای شده است و این به معنی آن است که رایانه‌های موجود در سراسر جهان، به یکدیگر متصل و مرتبط می‌شوند. این روند که اکنون به وقوع پیوسته، این امکان را به افراد داده است که با کمترین هزینه، از دور دست‌ترین نقاط دنیا، به شرط اینکه برق و مخابرات داشته باشند، به بزرگراه اطلاعاتی دسترسی و در آن امکان حضور داشته باشند. آثار فرهنگی این وضعیت را در نقاط مختلف می‌توان مشاهده کرد. شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی، سایت‌های متعدد اینترنتی، هزاران رسانه جمعی و مطبوعات، آگهی‌های دیواری و تبلیغاتی، مجلات و کتاب‌های متنوع، همگی نشان از تأثیرات فرهنگی جامعه اطلاعاتی دارند. اما تأثیرات این موارد محدود نمی‌شود، لباس‌هایی که می‌پوشیم، سبک آرایش مو و صورت، غذاهایی که می‌خوریم، آداب معاشرت و معماری منازل نیز به همین ترتیب است. فرهنگ معاصر به شکلی عجیب و غریب، اطلاعات و ارزش‌های قبل از خود و فرهنگ‌های دیگر را در خود نهفته دارد و از آنها استفاده می‌کند (ترجمه قدیمی، ۱۳۸۳).

هابرماس^۱ به عنوان یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان انتقادی بر ظهور فناوری‌های ماهواره‌ای، اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن بر فرایند جهانی شدن تأکید کرده است. به نظر وی، اگر چه مهم‌ترین بعد جهانی شدن، جهانی شدن اقتصاد است، در عرصه‌های فرهنگی نیز گرایش به تولیدات فرهنگی خاص، نوعی همسانی در فرهنگ‌ها را به دنبال داشته است. وی معتقد است که فرهنگ کالایی شده آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است (ترجمه محمدی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۲).

هابرماس در اثر معروف خود با عنوان «دگرگونی ساختاری حوزه عمومی»^۲ به چگونگی پیدایش حوزه عمومی در جوامع سرمایه‌داری پرداخته و اظهار کرده که اطلاعات، هسته مرکزی حوزه عمومی است و به این ترتیب، رسانه‌های جمعی و نهادهای اطلاعاتی در ایجاد و گسترش این حوزه نقش داشته‌اند. اما در اواخر سده بیستم، غلبه اندیشه‌های فایده‌گرایانه بنگاه‌های اقتصادی و یک قطبی شدن حاکمیت قدرت‌های بین‌المللی، به همراه جهانی شدن اقتصاد و خصوصی‌سازی، سبب نابودی «حوزه عمومی» شده است. در نتیجه، بخشی از اطلاعات از دسترس عموم خارج شده

1. Habermas

2. the structural transformation of the public sphere

و نوعی فرهنگ کالایی شده توده‌ای در سطح جامعه رواج یافته است. هابرماس، رفع این معضل را در گرو گسترش عقلانیت ارتباطی^۱ و تضعیف عقلانیت ابزاری^۲ می‌بیند و سعی می‌کند که نظریه و راه‌حلی برای گسترش کنش ارتباطی در سطح جامعه رواج دهد چرا که در مسیر کنش ارتباطی است که هویت و نگرش انسانی شکل می‌گیرد و از حالت شیء بودن و مسخ‌شدگی فاصله می‌گیرد و آنها را از نفوذ فرهنگ توده‌ای یکسان‌ساز بیرون می‌آورد (به نقل از وبستر، ترجمه قدیمی، ۱۳۸۳).

ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی، دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور فناوری‌های جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شود (کاستلز، ترجمه چاووشیان، ۱۳۸۰).

پیامد این امر، شکل‌گیری نوع جدید از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی، در عمل فرصت‌های نوینی را برای تجلی خود و هویت، به وجود آورده است. در همین زمینه، بل^۳ معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات همزمان و بی‌شمار، منشاء ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن، ظهور هویت‌های خلق‌الساعه‌ای شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرند و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند (نورمحمدی، ۱۳۸۸).

تأثیر فناوری بر هویت اجتماعی

در دوران معاصر، مسئله هویت بیش از هر عصر دیگری ذهن انسان امروزی را به خود مشغول کرده است. حضور انسان در شاهراه‌های ارتباطی و دسترسی او به امکانات جامعه اطلاعاتی هویت و هویت‌سازی‌های سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو کرده است (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰، ص ۶۵).

ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رو در رو را برای کاربران آن فراهم می‌کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن

1. communicative rationality

2. instrumental rationality

3. Bell

و سیال بودن می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن 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 را در دنیای حقیقی به چالش بکشاند و تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند که افراد نیازها، خواست‌ها و بازاندیشی در هویت خویش را تا درجاتی به دنیای حقیقی خود تسری دهند و شرایط تازه‌ای را برای گفتگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم آورند. ذکایی معتقد است ارتباطات الکترونیکی اینترنتی به دلیل رو در رو نبودن می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی فراهم سازد که احتمال خطر شرمندگی در آن کمتر است (نورمحمدی، ۱۳۸۸).

هویت، پدیده‌ای فرایندی و برساخته نمادهای هویت‌سازی است که در دسترس قرار دارند. این نظریه، به افراد به چشم مصرف‌کنندگانی نگاه می‌کند که از منابع نمادین، چیزهایی را انتخاب می‌کنند تا برای خود هویتی مصنوعی بسازند. قلمرو شبکه‌های اجتماعی به واسطه برخی ویژگی‌های خاص؛ همچون تعاملی بودن، زمینه مهمی است که برسازای هویت در آن روی می‌دهد چرا که شبکه‌های اجتماعی، به دلیل بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. در واقع شبکه‌های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. یکی از بارزترین ویژگی‌های این شبکه‌ها را می‌توان «هویت» دانست؛ به این معنا که هویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت هر چه واقعی‌تر شدن پیش می‌رود. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکه‌کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و ... است (ضیایی‌پور، ۱۳۸۹).

شبکه اجتماعی متشکل از گروه‌هایی (افراد) است که از طریق وابستگی‌ها به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، آرمان‌ها، مسائل مادی و حتی مسائل دینی باشد. نوع ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و همچنین افراد وابسته متکی است. افراد وارد این ارتباط می‌شوند و تأثیر متقابلی بر هم دارند.

شخصیت و هویت افراد همان گونه که در ارتباط گروه تأثیر دارد، به میزان قابل توجهی تأثیرپذیری نیز از خود نشان می‌دهد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضاهایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان افراد مختلف، با سطوح گوناگون دسترسی، به وجود آمده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرها از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند. در خصوص مواجهه افراد با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، سه دیدگاه مجازی مطرح است:

دسته اول، جبرگرایان. جبرگرایان فضای مجازی و اینترنت را ساختاری عینی، بیرونی و متصل فرض می‌کنند که ذهنیت افراد در چارچوب آن شکل می‌گیرد. از نظر آنان، اینترنت کاربران را در سیطره خود قرار می‌دهد و جبری را بر آنها تحمیل می‌کند. **دسته دوم، اراده‌گرایان.** این دسته اینترنت را تنها به عنوان یک رشته امکانات محض به منظور تواناسازی فرد برای گردآوری انبوه اطلاعات و رشد کثرت‌گرایی می‌دانند.

دسته سوم که دیدگاه آنها به تکنورئالیسم معروف است، رویکرد بینابینی دارند؛ یعنی در عین اینکه ابعاد هستی‌شناختی فناوری فضای مجازی و اینترنت را نادیده نمی‌گیرند، معتقدند که این فناوری تعیین‌کننده نهایی نخواهد بود. به بیان دیگر، در عین اینکه ظرفیت‌ها و توانایی‌های اینترنت را در نظر می‌گیرند، به آزادی عمل کاربران نیز توجه دارند (عباسی قادری و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰).

روش پژوهش

در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی برای دستیابی به اهداف پژوهش استفاده شده است. برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات مورد نظر از فن مصاحبه بهره گرفته شده است. نمونه آماری شامل ۲۰ نفر از صاحب‌نظران حوزه مطالعات قومی و رسانه است که از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند. به این صورت که پس از انتخاب یکی از صاحب‌نظران حوزه قومیت و مصاحبه، از وی خواسته شده تا فرد دیگری را که در این

زمینه صاحب‌نظر و دارای تخصص است، معرفی کند. برای تعیین تعداد نمونه‌های مصاحبه نیز از اشباع نظری بهره گرفته شده است.^۱

یافته‌های پژوهش

جنسیت مصاحبه‌شوندگان. ۷۰ درصد پاسخگویان مرد و ۳۰ درصد زن هستند.

سن مصاحبه‌شوندگان. بیشتر پاسخگویان (۶۰ درصد) در گروه سنی ۳۰-۴۰ سال قرار دارند. جوان بودن اکثر متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه با توجه به جدید بودن موضوع شبکه‌های اجتماعی طبیعی به نظر می‌رسد.

سطح تحصیلات مصاحبه‌شوندگان. بررسی تحصیلات پاسخگویان حاکی از آن است که ۲۰ درصد از آنان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۳۵ درصد دارای تحصیلات دکترا هستند. ۴۵ درصد نیز دانشجوی دکترا هستند.

رشته تحصیلی مصاحبه‌شوندگان. بررسی رشته و تخصص پاسخگویان نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از پاسخگویان دانش‌آموخته رشته جامعه‌شناسی، ۱۵ درصد مطالعات فرهنگی، ۲۵ درصد ارتباطات، ۱۰ درصد علوم سیاسی و ۱۰ درصد مدیریت رسانه هستند.

نتایج به دست آمده از مصاحبه در خصوص محورهای اصلی شناخت کارکردها و ویژگی‌های فعالیت قومی در شبکه‌های اجتماعی، سنخ‌شناسی کاربران قومی فعال در شبکه‌های اجتماعی، تأثیر حضور و فعالیت گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی بر میزان و شدت احساس تعلق به هویت ملی و قومی و تأثیر آن بر همگرایی ملی و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه مسائل قومی به شرح زیر است:

کارکردهای گوناگون شبکه‌های اجتماعی برای اقوام و گروه‌های قومی

شبکه‌های اجتماعی به قدری فراگیر و چندجانبه هستند که نمی‌توان به یک وجه از فعالیت آنها اشاره کرد. فعالیت‌های قومی، بخشی از فعالیت شبکه‌های اجتماعی است که به طور مجزا صورت نمی‌پذیرد بلکه در قالب فعالیت‌های دیگر میسر می‌شود. شبکه‌های اجتماعی که تنها با موضوع قومی فعالیت می‌کنند، در سراسر دنیا چندان

۱. با توجه به اینکه بعد از مصاحبه شماره ۱۶، مطالب و موارد اظهار شده از جانب مصاحبه‌شونده‌ها تکراری بودند و اطلاعات جدیدی ارائه نمی‌شد انجام مصاحبه‌ها در نمونه ۲۰ متوقف شد.

فراگیر نیستند؛ عموماً شبکه‌های اجتماعی بزرگ که یکی از فعالیت‌های آنها قومی است، نفوذ بیشتری دارند. قوم محوری به طور معمول، با تکیه بر عنصر زبان یا نژاد صورت می‌پذیرد و شبکه‌های اجتماعی، عامل به حاشیه رانده شدن مواردی مانند جغرافیای قومی هستند. در واقع این شبکه‌ها به طور معمول در جایی معنادار هستند که یک قوم از جغرافیای بومی خود پراکنده شده باشند و عامل دیگری که عموماً زبان و نژاد مشترک است، هم‌پیوند تلقی شود.

یافته‌های پژوهش در خصوص کارکرد شبکه‌های اجتماعی برای اقوام و گروه نشان می‌دهد، این شبکه‌ها از کارکردهای مختلفی برای اقوام برخوردارند که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

الف) بازنمایی فرهنگی و طرح مطالبات قومی. عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به فرصتی برای بازنمایی هویت و مطالبات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اقوام در جوامع چند قومی تبدیل شده است. بویژه در جوامعی که از مشارکت گروه‌های قومی در مدیریت‌های سیاسی و اجتماعی و نیز در معادلات ملی، چندان استقبالی صورت نمی‌گیرد و از همه مهم‌تر، صدای آنها جایی شنیده نمی‌شود و رسانه‌های جمعی مانند مطبوعات و رادیو و تلویزیون چندان به آنها نمی‌پردازند. چنین صداهایی برای شنیده شدن به فضاهایی پناه می‌برند که قدرت بازنمایی خود و هویت جمعی مطلوب‌شان را به آنها می‌دهد و ارتباط و تعامل‌شان را آسان‌تر می‌کند.

ب) افزایش توان و امکان بسیج قومی. کارکرد دیگر این شبکه‌ها، امکان بالای بسیج مردمی از طریق این شبکه‌هاست. برای نمونه، این شبکه‌ها نقش بسیار زیادی در ایجاد کمپین‌های حمایت از زلزله‌زدگان زلزله ورزقان داشتند و موجب شدند که این موضوع ابعادی جهانی پیدا کند.

ج) کاهش هزینه‌های امنیتی برای افراد. یکی دیگر از کارکردهای گوناگون شبکه‌های اجتماعی کاهش هزینه‌های امنیتی برای کاربران است. با توجه به حساسیت موضوعات قومی و امنیتی بودن این مسئله، به طور معمول، کوچک‌ترین فعالیت‌های افراد در این حوزه، با واکنش نیروهای امنیتی مواجه می‌شود. اما به دلیل امکان مخفی ماندن هویت اصلی افراد فعال و دسترسی نداشتن نیروهای امنیتی به آنان، هزینه‌های فردی و امنیتی، از جمله دستگیری و برخوردهای قضایی به شدت کاهش می‌یابد.

د) پیوند اعضای یک گروه قومی در نقاط مختلف جهان با یکدیگر. شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند ارتباط میان مهاجران یک قوم را در نقاط مختلف جهان مستحکم سازند و مانع از ذوب آنها در فرهنگ‌های جامعه غالب شوند. این ارتباطات آنان را در مقابل ارزش‌های غیرقومی مقاوم‌تر می‌کند. برای مثال، در این خصوص می‌توان به مهاجران کوبایی اشاره کرد که به امریکا مهاجرت می‌کنند. آنان به محض رسیدن به امریکا از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی سایر هموطنان خود را می‌یابند و با آنها از طریق وب ارتباط برقرار می‌کنند. این مسئله مانع از ذوب آنها در فرهنگ امریکایی می‌شود.

و) بین‌المللی کردن مطالبات و خواسته‌های قومی. یکی از دیگر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت، جهانی شدن مطالبات قومی است. کاربران با استفاده از شبکه‌های اجتماعی با مراکز و سازمان‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کنند و با عضویت در گروه‌ها و کلوپ‌های مختلف، اعضای این شبکه‌ها را با مطالبات خود آشنا می‌سازند. سایر کارکردهای ذکر شده از سوی مصاحبه‌شونده‌ها به قرار زیر است: انتقال سریع اطلاعات در مقایسه با سایر رسانه‌ها، معرفی فرهنگ و ارزش‌های قومی به سایر کاربران، ایجاد کمپین‌ها، گروه‌ها و صفحات اجتماعی فراگیر یا اختصاصی، هم‌اندیشی میان کاربران و حمایت‌های فکری آنان از یکدیگر، شکل‌گیری بحث و گفتگو بین گروه‌های مختلف یک قوم، خلق محتوا به زبان قومی، تقویت ارزش‌های درون قومی و ...

سنخ‌شناسی کاربران شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت

یکی دیگر از اهداف مقاله حاضر، سنخ‌شناسی گروه‌های قومی بوده است؛ اینکه کاربران قومی در شبکه‌های اجتماعی از چه گروه‌هایی هستند و چه اهدافی را دنبال می‌کنند. وقتی ما از گروه‌های قومی صحبت می‌کنیم، در بیشتر موارد فعالیت‌های سیاسی به ذهن متبادر می‌شود. در حالی که قشر بزرگی از کاربران شبکه‌های اجتماعی که در این شبکه‌ها فعالیت دارند، در این گروه قابل جمع نیستند و اهداف و نیازهای غیرسیاسی از جمله نیازهای اجتماعی، ادبی، هنری، فرهنگی و سرگرمی و تفریح و ... را دنبال می‌کنند.

الف) فعالیت‌های سیاسی. فعالیت‌های سیاسی به طور معمول، به دو روش فعالیت‌های سیاسی تشکیلاتی و فعالیت‌های سیاسی غیرتشکیلاتی انجام می‌شود.

۱. فعالیت‌های سیاسی تشکیلاتی. فعالیت‌های قومی تشکیلاتی در شبکه‌های اجتماعی نیز صبغه‌ای تشکیلاتی و ترویجی به خود می‌گیرند.

۲. فعالیت‌های سیاسی غیرتشکیلاتی. فعالیت‌های سیاسی غیرتشکیلاتی فعالیت‌هایی هستند که از سوی افراد شاخص و مرجع قومی و به منظور طرح مطالبات و دغدغه‌های قومی انجام می‌گیرند.

ب) فعالیت‌های اجتماعی. فعالیت‌های اجتماعی شامل طیف وسیعی از فعالیت‌هایی مانند نگرانی‌های زیست‌محیطی، تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های اجتماعی، بزرگداشت مفاخر و مشاهیر قومی و ... می‌شود که در فضای واقعی، امکان انجام آنها وجود ندارد یا به شدت محدود است.

ج) فعالیت‌های ادبی، هنری و فرهنگی. شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها مانند برگزاری کلاس‌های آموزشی از جمله آموزش زبان قومی، داستان‌نویسی، شعرسرایی، به اشتراک‌گذاری اشعار جدید و داستان‌های کوتاه از سوی کاربران، انتشار نقد شعر، داستان و ... می‌شود.

د) سرگرمی و تفریح. یکی از فعالیت‌های مهم دیگری که سهم بزرگی از فعالیت‌های کاربران را شامل می‌شود، بعد سرگرمی و تفریح شبکه‌های اجتماعی است. کاربران در این شبکه‌ها گاه با خلق فرصت‌های تازه، زمان خود را با گروه‌های همفکر سپری می‌کنند. این فعالیت‌ها محدود به فضای مجازی نمی‌شود بلکه امتداد آن در فضای واقعی نیز قابل مشاهده است.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی و ملی مطالعات فرهنگی

یکی از محورهای مصاحبه، ارزیابی تأثیر فعالیت و حضور گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی، بر هویت قومی و هویت ملی بود. جمع‌بندی نظرهای مصاحبه‌شوندگان نشان می‌دهد که سه رویکرد عمده در این باره قابل تشخیص است:

الف) رویکرد تقویت هویت قومی. گروهی معتقدند امکاناتی که فضای مجازی برای کاربران فراهم می‌کند به تقویت هویت قومی منجر می‌شود. آنها اعتقاد دارند این مسئله به طور قطع، به تفکیک و تمایز بیشتر - دست‌کم در بین اعضای شبکه‌های اجتماعی می‌انجامد - و در نهایت، تلقی‌های قوم‌مدارانه را تشدید می‌کند و می‌تواند مانند هر

رسانه‌ای در ایجاد این هویت و بروز تمایزها تأثیرگذار باشد. شبکه‌های اجتماعی با قدرت بخشیدن به صداها و مطالبات مدنی گروه‌های به حاشیه رانده شده از نظر سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و توانمند ساختن آنها با فراهم کردن فضای فعالیت و یا خلق و انتشار علایق و انگیزه‌ها، هم آگاهی قومی و هم گرایش و تعلق و تعهد قومی را تشدید کرده‌اند. درواقع، قومیت‌ها مطالبات و نیازهای دنیای واقعی خود را در دنیای مجازی پیگیری می‌کنند و آن را دوباره به دنیای واقعی برمی‌گردانند.

ب) رویکرد تقویت هویت‌های فراگیر و تضعیف هویت قومی. طرفداران این رویکرد معتقدند شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای جهانی شدن هستند. هر چند ممکن است که در کوتاه مدت، هویت‌های قومی رشد و تقویت شوند و در نهایت راهی جز حل شدن در هویت‌های فراگیر و جهانی نداشته باشند. به عبارت دیگر، به دلیل آنکه شبکه‌های اجتماعی نوعی ابزار دموکراتیک و متقابل هستند، به حل شدن هویت‌های قومگرا درون هویت‌های فراگیرتر و جهانی‌تر کمک می‌کنند.

ج) رویکرد نسبی‌گرا. معتقدان این رویکرد بر این باورند که فعالیت افراد در دنیای مجازی، بازتابی از نیازهای سرکوب شده آنان در دنیای واقعی است و شبکه‌های اجتماعی به خودی خود نمی‌توانند باعث تقویت یا تضعیف هویت قومی یا ملی شوند. تقویت هویت قومی به طور مستقیم به شبکه‌های اجتماعی ارتباط ندارد. این مسئله ناشی از تحولات جهانی، افزایش آگاهی‌های عمومی و منابع رسانه‌ای فراملی و برخورد نامناسب با اقوام در کشور است. مطالعات اجتماعی میدانی چند ساله اخیر در جامعه ایرانی نشان می‌دهد که قوم‌گرایی و گرایش به هویت قومی در میان اقوام ایرانی به شدت افزایش یافته است. این موضوع به طور کامل با این فرضیه که در دوران جهانی شدن، هویت‌های جمعی خرد در هویت‌های عام ادغام می‌شوند، در تضاد است. این امر نه به دلیل ظهور شبکه‌های اجتماعی که ناشی از افزایش آگاهی‌های اقوام، افزایش منابع رسانه‌ای فراملی (ماهواره، اینترنت و ...)، تداوم سیاست‌های نادرست در امور سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای اقوام مستقر در جوامع چندقومی و ایران و وجود امکان و قدرت بازتولید هویت‌های جمعی در فضاهای اینترنتی و مجازی است.

هر چند در سال‌های گذشته، شبکه‌های اجتماعی در تقویت هویت قومی تأثیر زیادی داشته‌اند، این مسئله ناشی از برخورد نامناسب با مطالبات اقوام در دنیای واقعی

بوده است. در جامعه‌ای که امتیازات فرهنگی رسمی در اختیار گروه‌های قومی قرار نمی‌گیرد، استقبال از فضاهای اجتماعی و تعاملی رایگان و بدون تبعیض در بهره‌مندی، گسترش می‌یابد و اهداف و خواست‌های قومی در این فضا قدرتمندتر مطرح می‌شود. جایی که خواندن و نوشتن به زبان مادری منع نمی‌شود و مطالبات و عناصر تقویت‌کننده قومی از موسیقی و شعر و ادبیات و ... فرصت عرضه پیدا می‌کند. طرفداران این رویکرد معتقدند چنانچه این مسئله با دقت نظر و هوشمندانه مدیریت شود، می‌تواند در نهایت به تقویت هویت ملی منجر شود: «شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تعامل متقابل میان اقوام مختلف را به وجود آورند. این تعامل از زمانی که اینترنت وارد مرحله «وب ۲» شد، افزایش یافت. به عبارتی، نسل دوم «وب» امکان گسترش ارتباط میان اقشار مختلف بخصوص قومیت‌ها را افزایش داد. این تعامل پویا می‌تواند ارزش‌های قومی را به خوبی به سایر کاربران منتقل کند. در صورتی که همبستگی میان افراد هر قوم به خوبی هدایت شود، می‌تواند به تقویت هویت ملی کمک کند.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر همگرایی و واگرایی ملی

یکی از محورهای دیگر مصاحبه، تأثیر فعالیت شبکه‌های اجتماعی بر همگرایی و واگرایی بین اقوام مختلف بود. با جمع‌بندی دیدگاه‌های صاحب‌نظران سه رویکرد کلان را به شرح زیر می‌توان از هم تمییز داد:

الف) رویکرد تقویت واگرایی. طرفداران این رویکرد، مسئله یاد شده را باعث تضعیف همبستگی بین اقوام مختلف می‌دانند. آنچه از تجربه‌های موردی در فضای فیس‌بوک به دست می‌آید این است که گفتمان غالب در این عرصه، در اختیار آن دسته از فعالان قومی است که هویت قومی خود را بر هویت ملی ترجیح می‌دهند و فعالیت‌های قوم‌مدارانه و هویت‌طلبانه آنها تقویت‌کننده هویت قومی است. در برابر هویت ملی نیز یا خنثی برخورد می‌کنند و یا تخریب‌کننده.

ب) رویکرد تقویت همگرایی. معتقدان به این رویکرد، تقویت هویت قومی و فعالیت‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی را تهدیدی علیه هویت ملی نمی‌دانند و معتقدند در صورت استفاده از فرصت‌های این فناوری و هدایت صحیح این فعالیت‌ها، همگرایی قومی و تعلق ملی در کشور افزایش خواهد یافت.

ج) رویکرد نسبی‌گرایی. معتقدان به این رویکرد، ماهیت کنش‌های افراد، دغدغه‌ها و مطالبات آنها و نوع برخورد حکومت با خواسته‌های این گروه‌ها را از مهم‌ترین عوامل همگرایی و واگرایی قومی در یک کشور می‌دانند. اگر سیاست‌های اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای در دنیای واقعی و واقعیت اجتماعی با خواسته‌های قومی دنیای مجازی همخوان و هم‌نوا نباشد و دنیای واقعی نتواند به پوشش حداقل این مطالبات پاسخ دهد، واگرایی ملی افزایش می‌یابد. در جوامع چند قومی، جامعه ملی زمانی شکل می‌گیرد که حقوق شهروندی ملاک اصلی تابعیت و هویت ملی یک شخص قرار گیرد. در غیر این صورت، جامعه‌های متفاوت و گروه‌های قومی مختلف، هر یک در صدد واگرایی و پیگیری خواسته‌ها و مطالبات خود برمی‌آیند و به جامعه ملی فراگیر عنایتی نخواهند داشت. تنها شهروندمحوری فارغ از قومیت، مذهب، منطقه جغرافیایی و ... می‌تواند زمینه همگرایی ملی را فراهم کند و به این ترتیب، شبکه‌های اجتماعی نیز می‌توانند به تحقق این امر کمک کنند.

به عقیده موافقان این رویکرد، اولین مسئله‌ای که در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود، هویت فرد است. گاه نیز ممکن است که این هویت، در سطوح خاص‌تری مانند هویت قومی و محلی مطرح شود. شبکه‌های اجتماعی از یک طرف می‌توانند به محلی برای گفتگو در خصوص مسائل بین قومی تبدیل شوند و شناخت بیشتر اقوام از یکدیگر، آشنایی آنها با تفاوت‌های فرهنگی و افزایش تحمل یکدیگر را افزایش دهند و از طرف دیگر، باعث ایجاد و تقویت عصبیت و سلطه‌جویی قومی شوند و به عنوان منشأ تقابل و جدایی‌طلبی‌های قومی، از همبستگی و انسجام هویت ملی بکاهند. با این نقش متضاد باید با ظرافت کنار آمد و تلاش کرد با اتخاذ سیاست‌های مناسب در سطح ملی و با تقویت ارزش‌های هویت ملی از تبدیل این جریان به معضلی پیچیده که حتی ممکن است منافع و امنیت ملی را تهدید کند، جلوگیری شود.

فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت

آخرین محور مورد بررسی در این مقاله، ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای اجتماعی در حوزه هویت قومی است. شبکه‌های اجتماعی مانند بسیاری از رسانه‌های دیگر، ابزار و وسیله ارتباط‌اند. بسته به نوع استفاده کاربران از این شبکه‌هاست که می‌توان کارکردهای

مثبت و منفی برای آنها متصور شد. مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدهای عنوان شده از سوی صاحب‌نظران در خصوص با شبکه‌های اجتماعی مجازی به قرار زیر است.

فرصت‌ها

الف) فرصت‌های سیاسی

فراهم آوردن امکان بحث و گفتگو و افزایش تعامل سازنده بین کاربران افزایش تعلقات قومی و جلوگیری از نفوذ فرهنگ‌های بیگانه به قلمرو فرهنگی و اجتماعی آماده کردن ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در جوامع چندقومی برای کمک به تغییرات اصلاحی

کمک به تحقق شعار برابری و عدالت و توسعه متوازن ارتقای همبستگی و تقویت آن در شبکه‌های اجتماعی شناخت نیازهای واقعی اقوام و اقدام برای پاسخگویی، کنترل و هدایت به موقع آنها

ب) فرصت‌های فرهنگی

تقویت نمادهای هویتی قومی (زبان، ادبیات، دغدغه‌های قومی، باورها و اسطوره‌های قومی و ...)

تقویت خرده فرهنگ‌های ملی و قدرت نرم فرهنگی در عرصه بین‌المللی کمک به دولت برای پایش و پاسخگویی سریع، دقیق و شفاف به مطالبات قومی تشکیل کمپین‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برای پیگیری موضوعات و دغدغه‌ها امکان پاسخگویی به شبهات، انتقادات و انحرافات در مسائل مختلف شکل‌گیری فرهنگ گفتگو و افزایش قدرت تحمل اندیشه‌های مخالف

ج) فرصت‌های اجتماعی

افزایش رضایت اجتماعی و کاهش تنش‌های قومی با ایجاد فضای خلق و انتشار موضوع‌های مورد علاقه و محدود شده در جامعه و بازنمایی خود به صورت دلخواه امکان ارتباط‌گیری با فعالان شناخته شده و شفاف‌تر و به روزتر شدن اعلام مواضع این

شخصیت‌ها، همراه با دریافت بازخوردها و از بین رفتن فاصله مکانی و امکان همفکری افراد یک قوم از کشورها و شهرهای مختلف دنیا امکان برقراری ارتباطات واقعی در جهان بیرون بر اساس شبکه‌های روابط اجتماعی مجازی افزایش سرمایه اجتماعی کاربران درون قومی و بین قومی ارتباط و تعامل میان قومیت‌های مختلف امکان به اشتراک‌گذاری آخرین اخبار، تولیدات و تجربیات اطلاع‌رسانی در خصوص فعالیت‌ها و مراسم جهان واقعی امکان ایجاد صفحات و گروه‌های علاقه‌مندی از سوی کاربران و امکان گسترش و محبوبیت این گونه صفحات و گروه‌ها در میان کاربران دیگر امکان گسترش ارتباطات و شناسایی و ارتباط‌گیری با همفکران

تهدیدها

الف) تهدیدهای سیاسی

تقویت عصبیت‌های قومی. به طور معمول، اجتماعات قومی چه در قالب مجازی و چه به صورت واقعی به همبستگی‌های قومی منجر می‌شود و روح جمعی در میان اعضای شبکه ایجاد می‌کند. ولی چنانچه عصبیت‌های قومی در قالب شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، می‌تواند هویت ملی را کم‌رنگ و متأثر از هویت قومی سازد. گاه اجتماعات قومی می‌تواند به دلیل مطالبی که ممکن است یک سویه و به حمایت از قومیتی خاص مورد بحث قرار گیرد، باعث اختلافات قومی و شکاف قومیت‌های مختلف با یکدیگر شود.

فعالیت با هویت جعلی و نامشخص. هویت‌های جعلی و نامشخص اجازه هر گونه فعالیت را به خود می‌دهند چرا که امکان تغییر نام کاربری وجود دارد و مواضع این افراد به دلیل هویت‌های نامشخص، از ثبات و نقدپذیری برخوردار نیست. به این ترتیب، سرعت بالای گردش اطلاعات، رفتارهای آنی و واکنش‌های بدون تأمل و تفکر عمیق گسترش می‌یابد و حتی گاه این گونه کدورت‌ها و برخوردها موجب از بین رفتن ارتباطات واقعی و جبهه‌گیری‌های گروهی می‌شود. امکان فعالیت مخفی با نام مستعار

باعث می‌شود که مطالبات اقوام به سمت تندروری سوق پیدا کند. همچنین هزینه‌های احتمالی به شدت کاهش می‌یابد و در نتیجه، افراد بدون ترس از عواقب فعالیت‌هایشان خود، به طرح مطالبات رادیکال می‌پردازند.

بین‌المللی شدن مطالبات قومی. یکی از ویژگی‌های فعالیت‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی، بین‌المللی شدن این فعالیت‌هاست. اگر رسانه‌های جمعی ملی به این صداها توجه کنند، مسائل و خواسته‌ها در دوردن مرزهای ملی قابلیت بحث و گفتگو و پیدا می‌کنند. اما در شبکه‌های اجتماعی این فعالیت‌ها، ابعادی جهانی می‌یابد.

امکان نفوذ جریان‌های بیگانه به قصد ایجاد تفرقه و هدایت مطالبات قومی. با توجه به باز بودن شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های بیگانه می‌توانند با نفوذی سازمان‌یافته به درون این شبکه‌ها، مطالبات و خواسته‌های اقوام را هدایت کنند. حتی به راحتی می‌توانند به اختلافات درونی قومیت‌ها دامن بزنند و باعث تفرقه و واگرایی آنها از یکدیگر شوند:

تشدید شکاف دولت و ملت

افزایش تنش‌های سیاسی و اجتماعی در مناطق قومی

تشدید واگرایی ملی و گرایش‌های گریز از مرکز و میل به جدایی و پارگی از دولت ملی

ب) تهدیدهای فرهنگی

سرعت بالای گردش اطلاعات

تضعیف ارتباط اقوام با فرهنگ ملی

گسترش نفوذ فرهنگی کشورهای خارجی بویژه کشورهای همسایه

تضعیف نمادهای ملی در مقابل نمادهای قومی

ج) تهدیدهای اجتماعی

انزوای کاربران در گروه‌های بسته. ارتباط گسترده با طیف فکری خاصی در زمینه قومی احتمال کم‌رنگ‌تر شدن تعاملات با دیگر گروه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد و باعث ایزوله شدن گروه‌های قومی می‌شود.

تضعیف انسجام ملی و وفاق اجتماعی و فرهنگی بین اقوام مختلف

شکل‌گیری کمپین‌ها و ایجاد فشار اجتماعی به دولت مرکزی برای پیشبرد اهداف در حوزه مطالبات قومی
افزایش رماتیسیسم و احساس‌گرایی قومی از طریق بازنمایی نمادهای قومی

بحث و نتیجه‌گیری

ظهور پدیده اینترنت در سال‌های گذشته و به دنبال آن شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر، روابط انسانی را با تحول بزرگی روبه‌رو کرده است. شبکه‌های اجتماعی شامل خدمات آنلاین یا سایت‌هایی هستند که افراد دیدگاه‌ها و علاقه‌مندی‌های خود را در آنها بیان می‌کنند و با دیگران به اشتراک می‌گذارند. علاوه بر اشخاص، گروه‌های صنفی، کلوپ‌ها، نهادهای غیردولتی و ... گروه‌های قومی نیز حضور چشمگیری در این شبکه‌ها دارند. در این مقاله تلاش شده است، تا ضمن بررسی کارکردها و کارویژه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، تأثیر این فعالیت‌ها در حوزه قومیت‌های ایرانی در محورهای زیر مورد ارزیابی قرار گیرد:

سنخ‌شناسی فعالیت‌های کاربران قومی فعال در شبکه‌های اجتماعی مجازی

تأثیر فعالیت‌های قومی بر واگرایی هویت ملی و هویت قومی

فرصت‌ها و تهدیدهای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌های سیاسی،

فرهنگی و اجتماعی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که افراد و گروه‌های اجتماعی، هر یک با اهداف خاص و ویژه‌ای در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند. این شبکه‌ها کارکردها و کارویژه‌های منحصر به فردی برای هر یک از آنها دارد. بازنمایی فرهنگی و طرح مطالبات قومی، افزایش توان و امکان بسیج قومی، کاهش هزینه‌های امنیتی برای افراد، پیوند اعضای یک گروه قومی در نقاط مختلف جهان، بین‌المللی شدن مطالبات و خواسته‌های قومی، خلق محتوا به زبان قومی، ترویج نمادهای هویتی، خواسته‌ها و مطالبات قومی و ... از مهم‌ترین کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه قومیت است. فعالیت‌های انجام شده در این حوزه را می‌توان در چهار حوزه فعالیت‌های سیاسی (فعالیت‌های سیاسی تشکیلاتی و فعالیت‌های سیاسی غیرتشکیلاتی)، فعالیت‌های اجتماعی (مانند نگرانی‌های زیست‌محیطی، تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های اجتماعی،

بزرگداشت مفاخر و مشاهیر قومی)، فعالیت‌های ادبی، هنری و فرهنگی (مانند برگزاری کلاس‌های آموزشی از جمله آموزش زبان قومی، داستان‌نویسی، شعرسرایی، به اشتراک‌گذاری اشعار جدید و داستان‌های کوتاه از سوی کاربران، انتشار نقد شعر و داستان و ...) و سرگرمی و تفریحی طبقه‌بندی کرد.

صاحب‌نظران در ارزیابی تأثیر فعالیت و حضور گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی و هویت ملی اتفاق نظر دارند. سه رویکرد عمده در این باره وجود دارد: گروهی معتقدند حضور و فعالیت گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی به تقویت هویت قومی و تضعیف هویت ملی منجر خواهد شد. گروهی دیگر اعتقاد دارند با توجه به حاکم بودن فضای دموکراتیک در شبکه‌های اجتماعی و محوریت ارزش‌های جهانی در آنها این فعالیت‌ها، در نهایت باعث تضعیف هویت قومی و تقویت هویت‌های فراگیر مانند هویت ملی و هویت جهانی خواهد شد. دسته سوم نیز شبکه‌های اجتماعی را به خودی خود باعث تضعیف یا تقویت هویت قومی نمی‌دانند. به نظر این گروه، فعالیت افراد در دنیای مجازی بازتابی از نیازها و دغدغه‌های آنان در دنیای واقعی است که از نحوه برخورد حکومت مرکزی با اقوام و تحولات جهانی مرتبط با این حوزه تبعیت می‌کند. به این ترتیب، شبکه‌های اجتماعی تنها منعکس‌کننده دغدغه‌ها و مسائل مبتلا به گروه‌های قومی هستند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان پدیده جدید دنیای مجازی می‌توانند فرصت‌ها و تهدیدهای گوناگونی را در حوزه مناسبات قومی کشور در پی داشته باشند. بنا بر اظهارات صاحب‌نظران، این شبکه‌ها می‌توانند فرصت‌هایی چون فراهم آوردن امکان بحث و گفتگو و افزایش تعامل سازنده بین کاربران، ارتقای همبستگی ملی و تقویت آن، کمک به شناخت نیازهای واقعی اقوام، اقدام برای پاسخگویی، کنترل و هدایت به موقع آنها، شکل‌گیری فرهنگ گفتگو و افزایش قدرت تحمل اندیشه‌های مخالف، افزایش سرمایه اجتماعی درون قومی و بین قومی، ارتباط و تعامل میان قومیت‌های مختلف و تهدیدهایی مانند تقویت عصبیت‌های قومی، بین‌المللی شدن مطالبات قومی، امکان نفوذ جریان‌های بیگانه به قصد ایجاد تفرقه و هدایت مطالبات قومی به سمت تشدید تنش‌های قومی و افزایش تنازعات سیاسی و اجتماعی در مناطق قومی و ... را به همراه داشته باشند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت قومی در شبکه‌های اجتماعی پدیده‌ای نیست که تنها تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی باشد به این معنا که افراد تنها تحت تأثیر این محیط قرارگیرند و هویت قومی آنان با فعالیت در این شبکه‌ها تضعیف یا تقویت شود؛ بلکه این شبکه‌ها به عنوان بستری برای فعالیت‌های اجتماعی، گاه با موضوعات قومی تأثیری دوسویه دارند. یعنی افراد فعال در این شبکه‌ها ضمن تأثیرپذیری از فضای عمومی حاکم بر شبکه‌ها و کاربران عضو آنها، با تولید محتوا بر سایر کاربران نیز تأثیر می‌گذارند و آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

البته باید توجه داشت که حاکم بودن فضای دموکراتیک بر شبکه‌های اجتماعی و ارزشمند بودن رفتارهای دموکراتیک در این شبکه‌ها باعث شده است افراد تلاش کنند که چهره و تصویری دموکراتیک، منطقی و انسان‌دوستانه از خود نشان دهند. این مسئله باعث به حاشیه رانده شدن افراد تندرو و افراطی همچون پان‌ایرانیست‌ها و تجزیه‌طلبان قومی شده است. به همین دلیل افراد و گروه‌های تندرو از هر دو گروه، در بیشتر مواقع، با اسامی و هویت جعلی و غیرواقعی در این شبکه‌ها فعالیت می‌کنند. به نظر می‌رسد که حاکم بودن فضای گفتگو در این شبکه‌ها در دراز مدت ضمن کمک به طرح مطالبات منطقی گروه‌های قومی، از تندروی افراد و گروه‌های واگرا بکاهد و نقش مؤثری در تقویت هویت ملی ایفا کند.

یکی از رسانه‌هایی که می‌تواند در این بین نقش بی‌بدیل و مؤثری داشته باشد، رسانه ملی است. با توجه به اینکه مسائلی که افراد در دنیای مجازی مطرح می‌کنند، تصویری از نیازها و دغدغه‌های آنها در دنیای واقعی است، رسانه ملی می‌تواند با اقدامات زیر برخی از نیازهای اقوام ایرانی را مرتفع سازد و تهدیدهای متصور را به فرصت تبدیل کند.

ساخت برنامه و سریال‌های تلویزیونی به زبان‌های قومی و محلی

ساخت برنامه درباره مشاهیر قومی ملی

ساخت برنامه‌های مستند برای معرفی آداب و رسوم، جاذبه‌های طبیعی و ... اقوام و

مناطق مختلف کشور به زبان‌های محلی

پخش موسیقی و ترانه‌های محلی به زبان‌های قومی

انعکاس مشکلات و مسائل مناطق قومی و پرهیز از ارائه تصویر نادرست از مشکلات اقوام

علاوه بر این رسانه ملی می‌تواند از طریق تقویت شبکه‌های استانی، تصویر دقیق‌تر و همخوان‌تری از زمینه اجتماعی و فرهنگی استان‌ها برای مخاطبان استانی آن ارائه دهد. توجه به این نکته و بازنمایی واقعی در شبکه‌های سیما، اعتماد اقوام را به رسانه ملی افزایش و گرایش آنان را به استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش خواهد داد.

منابع

- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی* (ترجمه تورج یاراحمدی). تهران: شیرازه.
- حکیمی، رویا. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت (مطالعه‌ای موردی روی فیس‌بوک و کاربران کرد). *مجله جهانی رسانه*، ۱۱.
- حیدری، محمد. (۱۳۸۳). *هویت و امنیت ملی*. مجموعه مقالات مبانی نظری هویت و بحران هویت. به اهتمام علی اکبر علیخانی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۷). *هویت اجتماعی: رویکردها و نظریه‌ها*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رفعت‌جاء، مریم و شکوری، علی. (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی. *مجله جهانی رسانه*، ۳(۱).
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۷). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر* (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: نشر سایت سروش هفتگی. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی و دامنه نفوذشان در ایران. بازیابی شده: <http://www.soroushpress.ir/news/show/?id=3127>
- ضیایی‌پرور، حمید. (۱۳۸۹). چپستی شبکه‌های اجتماعی و ابعاد و ویژگی‌های این و نسبت آن با هویت. گزارش نشست تخصصی شبکه‌های اجتماعی و هویت. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک بازیابی شده:
- <http://www.csr.ir/departments.aspx?lng=fa&abtId=01&depId=60&seMid=421>
- عباسی قادری، مجید و خلیلی کاشانی، مرتضی. (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

- علم، محمدرضا. (۱۳۸۶). ریشه‌های هویت ایرانی در قیام میرزا کوچک‌خان جنگلی. فصلنامه مطالعات ملی، ۸ (۳۱)، صص ۹۹-۱۱۸.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۹). شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی. در کتاب همسازی و تعارض در هویت و قومیت. تهران: آذین.
- فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش. (۱۳۸۸). اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی. مجله جهانی رسانه، ۷.
- قاسمی، علی اصغر؛ خورشیدی، مجید و حیدری، حسین. (۱۳۹۰). همسازی در هویت ملی و قومی در ایران و رویکرد اقوام ایرانی به حق تعیین سرنوشت. فصلنامه علوم اجتماعی، ۵۵ (۴)، صص ۹۲-۵۷.
- قیصری، نورالله. (۱۳۷۷). قومیت عرب و هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی، سال اول، پیش شماره اول، صص ۸۳-۴۹.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات (ترجمه حسن چاووشیان). تهران: طرح نو.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت. تهران: نی.
- گودرزی، حسین. (۱۳۸۴). مفاهیم بنیادین در مطالعات قومی. تهران: تمدن ایرانی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). تجدد و تشخیص. (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی.
- نورمحمدی، مرتضی. (۱۳۸۸). چالش فرهنگ و هویت در فضای مجازی. پگاه حوزه، ۲۶۱.
- نیازی، محسن و نصرآبادی، محمد. (۱۳۹۰). اینترنت و هویت. تهران: سخنوران.
- وبستر، فرانک. (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه اطلاعاتی (ترجمه اسماعیل قدیمی). تهران: آگه، چاپ دوم.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴). دگرگونی ساختاری حوزه عمومی (ترجمه جمال محمدی). تهران: نی.
- Castells, M. (2005). Global Governance and Global Politics, PS, Political Science & Politics, (Academic Research Library), Vol. 38, No. 1, pp. 9-16.
- Castells, M. (2005). The Contours of the Network Society. **Journal of Futures Studies, Strategic Thinking and Policy**, Vol. 2, No. 2, pp. 151-157.
- Giddens, A. (1991). **Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age**. Cambridge: Polity Press.