

تأثیرات فرهنگی فضای مجازی در عرصه دین

نویسندگان: ملیحه عسکرزاده (ایران)^۱، سمیه جوادیان نیک (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۵

دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۴

چکیده

از مهم‌ترین ویژگی‌های فضای مجازی، گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می‌توانند در گروه‌های مختلف و گاهی متضاد با هویت حقیقی خود حضور داشته باشند، می‌توانند خود را جدا از دیگران و به صورت تنها نیز حس کنند؛ به گونه‌ای که فقدان مراتب قدرت در فضای مجازی باعث می‌شود، فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی نیز قدرت انتخاب افراد همواره تحت تأثیر عواملی هم‌چون جبر مکان، زمان، فرهنگ و حکومت محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی مرزهای محدود کننده از میان برداشته شده و شخص در مقیاس جهانی با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب روبرو خواهد بود؛ بر همین اساس در میان اقوام سنتی و مذهبی تأثیرات قابل ملاحظه‌ای در ایجاد انعطاف‌پذیری و شکستن مرزهای محدود کننده اعتقادی- فرهنگی مشاهده می‌شود. این پژوهش که از نوع توصیفی- تحلیلی بوده و با روش کتابخانه‌ای انجام شده است، به بیان تأثیرات فرهنگی فضای مجازی بر عرصه دین پرداخته است.

واژگان کلیدی: عرصه دین، تأثیرات فرهنگی، فضای مجازی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت ارتباطات و اطلاعات، دانشگاه فردوسی مشهد،

مشهد، ایران، maliheaskarzadeh@yahoo.com

۲. عضو انجمن کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران،

javadian81@yahoo.com

مقدمه

در سال های اخیر از طریق گسترش فزاینده فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، تحولات بنیادینی در زندگی انسان ها در عرصه روابط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی به وجود آمده است که پیامد این امر، شکل گیری نوع جدیدی از ارتباطات و تعاملات انسانی است.

ظهور فضای مجازی- به خصوص اینترنت- به عنوان مهم ترین شاخصه فناوری ارتباطات، تأثیرات بسیاری در زندگی مردم- خاصه جوانان- داشته است که از جمله تأثیرات آن، می توان به شکل گیری یک جامعه آنلاین اشاره کرد که کاربران آن از طریق ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند.

اینترنت با فراهم آوردن ارتباطی شخصی و خصوصی که عموماً از کنترل مراجع دولتی نیز خارج شده، به مهم ترین وسیله در چنین فضایی تبدیل گردیده است؛ از این رو، فضای مجازی، تحولات بنیادینی در تعاملات انسان ها به وجود آورده است که یکی از این تحولات، در معنا و مفهوم هویت است.

در گذشته، هویت افراد از طریق تعاملات حضوری و به شکل رو در رو و در یک محیط جغرافیایی و سرزمینی مشخص شکل می گرفت؛ هر چند چنین تعاملی به طور کلی از بین نرفته، اما کمرنگ تر شده است؛ درحالی که امروزه با ظهور فضای مجازی، ضمن به چالش کشیده شدن چنین الگوی ارتباطی سنتی- عملاً- شرایط جدیدی در عرصه هویت انسان ها به وجود آمده است (ابراهیمی و بهنویی گدنه، ۱۳۸۷)

جوانان امروز ایرانی نیز با هویت های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، قومی و دینی خود، هر کدام به نوعی با این بحران مواجه هستند؛ فرضیه ای که در این خصوص می توان مطرح کرد، این است که فضای مجازی با کم اهمیت و کمرنگ کردن سنت های دینی و مؤلفه های آن، زمینه ساز ایجاد بحران دینی در بین جوانان ایرانی می شود؛

از این رو بین استفاده از فضای مجازی و هویت دینی، رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ بدین معنا که هر چه وسعت حضور در فضای مجازی بیشتر باشد، سطح هویت دینی جوانان ایرانی تضعیف می‌گردد.

از آن‌جا که این مسئله می‌تواند مرتبط با فرضیه پژوهش باشد، در ادامه به این موضوع نیز پرداخته می‌شود؛ لذا در این پژوهش سعی شده به تعریف هویت، فضای مجازی و نیز تأثیرات فرهنگی فضای مجازی بر عرصه دین و فرصت‌ها و چالش‌های هویت در فضای مجازی - به ویژه در حوزه دینی و پیامدهای آن - و نیز رابطه‌ای که بین فضای مجازی و هویت وجود دارد، پرداخته شود.

چارچوب نظری پژوهش

به نظر می‌رسد، در زمینه تحقیقات تأثیر فضای مجازی بر هویت و بحران هویتی ناشی از آن، تنها یک نظریه قادر به تبیین این موضوع نباشد؛ به همین جهت، در این مقاله سعی شده از نظریات اندیشمندان گوناگون که بحث‌های نظری آن‌ها به نوعی مرتبط و مکمل همدیگر هستند، استفاده گردد.

از آن‌جا که هویت تحت تأثیر فضای مجازی دچار تغییراتی می‌شود، در این تحقیق به رویکردهایی که قائل به تغییر هویت‌ها در موقعیت‌های گوناگون هستند، پرداخته شده است.

رویکردهای جدید عبارتند از:

- رهیافت گفتمانی؛ منکر نقش هر گونه عامل طبیعی و نیز عنصر کارگزار اجتماعی از قبل موجود، در شکل‌گیری و تعریف هویت‌ها هستند. هویت‌ها در بستر گفتمان‌ها شکل می‌گیرند و ماهیتی قراردادی دارند؛ البته گفتمان‌ها - خود - بر ماهیت و شکل پایداری استوار نیستند.

بنابراین، مرزهای هویتی، همواره لرزان و منزلت‌ها و مواضع هویتی، مستمراً در ریزش هستند.

- رهیافت پسامدرنیسم؛ بر آن است که هویت ضرورتاً و یا مستمراً ثابت نیست، بلکه متغیر و متحرک است و از طریق نظام‌های فرهنگی که بشر را احاطه کرده‌اند، شکل یافته و تغییر شکل می‌پذیرند. انسان، موضوع هویت‌های گوناگون در زمان‌های مختلف است؛ هویت‌هایی که پیرامون یک «من»، منسجم نمی‌شود.

- رهیافت پساساختارگرایی؛ هویت، امری حادث، موقتی و اکتسابی (نه معین) است. هویت‌ها مطلق نبوده؛ بلکه ارتباطی و نسبی هستند و هر انسانی در ارتباط با چیزی دیگر، معنادار می‌شود، هویت همیشه در قالب تفاوت و نه چیزی ذاتی فردی خاص تعریف می‌گردد. (تاجیک، ۱۳۸۴)

فوکو^۱ - فیلسوف اجتماعی فرانسوی - معتقد است:

در عصر جدید که هیچ‌گونه پشتوانه تاریخی و گذشته‌ای ندارد، ناامنی، اولین و مهم‌ترین احساسی است که به انسان معاصر دست می‌دهد و وی را دچار بیگانگی از خود می‌کند. حاصل این فراگرد درونی و ازخودبیگانگی، نوعی بی‌هویتی و بحران هویت است. (ر.ک: سلیمانی بشلی، ۱۳۸۹)

کاستلز^۲ - جامعه‌شناس اسپانیایی - از جمله نظریه‌پردازانی است که به رابطه بین فرهنگ، هویت و فضای مجازی پرداخته است. او از فضای مجازی به عنوان فضای مجاز واقعی یاد می‌کند و معتقد است:

1. Paul-Michel Foucault
2. Manuel Castells

این سیستمی است که در آن، خود واقعیت- وجود مادی و نمادین مردم- کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع نما غرق شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می‌شوند، فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آن‌ها منتقل می‌شود؛ بلکه خود به تجربه تبدیل می‌شود. هر نوع پیامی در فضای مجازی محصور می‌شود؛ چون این فضا آن قدر فراگیر، متنوع و انعطاف‌پذیر شده است که کل تجربه گذشته، حال و آینده آدمی را در خود جای می‌دهد و اشاره می‌کند که رسانه‌های الکترونیکی جدید، فرهنگ‌های سنتی را به کناری نمی‌نهند؛ بلکه آن‌ها را در خود جذب می‌کنند. (کاستلز، ۱۳۹۰)

به تعبیر کاستلز، زمان و فضای تازه‌ای پدید می‌آید که باید از آن زمان و فضای مجاز یاد کرد. در این فضا، مرز بین واقعیت و حقیقت، بود و نبود، آن‌چه هست و آن‌چه گفته می‌شود هست، به میزان فراوانی کمرنگ شده و شاهد آن هستیم که مجازها بر واقعیت‌ها مسلط گردیده و حتی واقعیتی بیش از آن‌ها می‌یابند؛ به همین دلیل است که کاستلز، شاخصه اصلی جامعه شبکه‌ای قرن بیست و یکم را آن می‌داند که فرهنگ زمان مجازی، پدیده بنیادینی است که وجه بارز جامعه شبکه‌ای محسوب می‌شود. (افتخاری، ۱۳۸۳)

مفهوم‌شناسی هویت و فضای مجازی

۱. هویت

هویت از منظر اندیشه‌وران مختلف، تعاریف متفاوتی دارد که با رهیافت‌های مختلف سعی کرده‌اند به این موضوع بپردازند.

به طور کلی، پرسش از این‌که «من کیستم»، از پیچیده‌ترین پرسش‌هایی است که تاکنون پاسخ دقیق و روشنی به آن داده نشده است و همواره بین محققان و نظریه‌پردازان، اختلاف نظرهای بسیاری در این زمینه وجود داشته است.

واژه هویت، نخستین بار توسط اریکسون^۱ ارائه شد که هویت را یک حس درونی کلی توصیف کرده بود. به نظر او- هویت- جریان تلفیق تغییرات فردی و نیازهای اجتماعی برای آینده است. (ربیعی، ۱۳۸۶)

برخی هویت را به نوعی تعلق می‌دانند؛ بدین معنا که هرگونه تعریف شود، در نهایت به تعلق ختم می‌شود؛ (دغاقله، ۱۳۸۶) برخی دیگر نیز هویت را مرتبط با مفهوم معنا می‌دانند که این معنا خصیصه ذاتی فرد یا جامعه نیست؛ بلکه محصول توافق‌ها و عدم توافق‌هاست و مفهومی صد درصد نسبی است. (عاملی، ۱۳۸۴)

ویژگی‌های ژنتیکی- صفات- و فرایند یادگیری- نقش- دو عامل اساسی تشکیل دهنده هویت است و همین نقش یا پذیرش یک نقش است که تأثیر متقابلی بین اعمال ما و دیگران دارد و هویت ما از این طریق تأیید یا رد می‌شود. (Deborah, 2008)

فهم هویت، متضمن توجه به دو معنای اصلی آن است: اولین معنای آن، بیان‌گر مفهوم تشابه مطلق و معنای دیگر آن، به مفهوم تمایز است و آن‌چه- غالباً- هویت اشخاص و جوامع را می‌سازد، درک تفاوت‌ها و تمایزات میان ما و دیگری است.

متفکر دیگری که به تعریف هویت پرداخته، معتقد است:

هویت، خودشناسایی است بر مبنای پذیرش نقشی که یا به وسیله خویشتن یا به وسیله دیگران و یا ترکیبی از این دو تعیین می‌شود که این نقش‌های پذیرفته شده، تعیین کننده رفتار ما در موقعیت‌های مختلف است.

(Stryker, 2007)

گیدنز^۱ - جامعه‌شناس بریتانیایی - نیز در زمینه هویت به بحث در رابطه هویت شخصی، تجدد و جهانی شدن پرداخته و معتقد است:

تغییر شکل هویت شخصی و پدیده جهانی شدن در دوران اخیر، دو قطب دیالکتیکی محلی و جهانی تشکیل داده است؛ به طوری که حتی تغییرات در جنبه‌های بسیار خصوصی زندگی شخصی نیز با تماس‌های اجتماعی بسیار وسیع ارتباط دارد. عوامل گوناگونی بر روابط بین هویت شخصی و نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند که این بازتابندگی دوران تجدد تا اعماق و ژرفای خود آدمی نیز امتداد می‌یابد. (گیدنز، ۱۳۷۸)

از طرف دیگر، هویت دارای ابعاد گوناگونی است؛ از جمله قومی - ملی، دینی، فردی و جهانی که در این تحقیق، مفهوم هویت دینی مدنظر است.

۲. هویت دینی و ابعاد آن

دین، یکی از مهم‌ترین عناصر در بین جوامع انسانی است. هویت دینی نشان دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است و مهم‌ترین دستاورد آن، پاسخ به پرسش‌های بنیادین، جهت بخشیدن به زندگی، وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است. (ایمان و روحانی، ۱۳۹۲)

هویت دینی یک جامعه، شامل پابندی افراد به جوهر دین و ارزش‌های دینی و از سوی دیگر، بیان‌گر دلبستگی جمعی و عمومی افراد جامعه به شعائر مناسک و نهادهای دینی است و نیز دارای بُعد عملی است که همان مشارکت و تمایل عملی انسان‌ها به ظواهر آیین‌ها و مراسم دینی و مذهبی را در بر می‌گیرد. (اخترشهر، ۱۳۸۶)

1. Anthony Giddens

بنابراین، هویت دینی به معنای پابندی نسبت به ارزش‌ها و اصول اخلاقی نهفته در دین است.

- کلارک و استارک^۱، ویژگی‌های مرتبط با دین را به پنج دسته زیر تقسیم کرده‌اند:
- بُعد اعتقادی یا باوری؛ باورهایی از اصول دین که انتظار می‌رود یک فرد با توجه به دین خاص خود به آن‌ها اعتقاد داشته باشد.
 - بُعد مناسکی و اعمال دینی؛ شامل دو دسته است که یکی با عنوان شعائر و مناسک مطرح است و شامل آداب و رسوم و مناسکی است که هر دین از پیروان خود انتظار دارد و دیگری، پرستش و دعا است که اعمال دینی غیر رسمی و خصوصی را شامل می‌شود.
 - بُعد عاطفی؛ ناظر بر عواطف و احساسات پیروان یک دین به وجود خدا است.
 - بُعد فکری یا دانش؛ شامل اطلاعات و دانسته‌های بنیادی درباره معتقدات هر دین است.
 - بُعد پیامدی؛ تأثیر و انعکاس دین در رفتارهای روزمره است. (ر. ک: کتابی و همکاران، ۱۳۸۳)

۳. فضای مجازی

فضای مجازی، به معنای ارتباط انسان از طریق رایانه و ارتباط از راه دور، بدون توجه به جغرافیای فیزیکی است که اصطلاح آن توسط ویلیام گیسون^۲ - نویسنده داستان‌های علمی تخیلی - به کار برده شد؛ اصطلاحی که برای توصیف طیف وسیعی از منابع اطلاعاتی از طریق شبکه‌های رایانه‌ای است که توسط داده‌های دیجیتال رد و بدل می‌شود.

1. Clark and Stark
2. William Gibson

اینترنت- در حال حاضر- بزرگترین شبکه برای ایجاد ارتباط است؛ هر چند فضای مجازی، مفهومی مستقل از اینترنت است و ارتباطات فضای مجازی قبل از اینترنت و شبکه‌های جهانی آغاز شده است. (Abelson and Lessig, 1998) تعاملات انسانی در این فضا، بر خلاف فضای واقعی که به شکل رو در رو و در یک سرزمین واحد است، به شکل جهانی است و در این فضا- معمولاً- افراد، ناشناس باقی می‌مانند؛ هم‌چنین این فضا، در هر زمان و مکانی به راحتی در دسترس است.

اینترنت، بارزترین مشخصه چنین فضایی است که دارای سیگنال‌های مختلف و بی‌شمار ارتباطی است و در آن میلیون‌ها نفر از نقاط مختلف جهان از طریق شبکه‌های مجازی اجتماعی، پست‌های الکترونیکی، اتاق‌های گفتگو- چت- با هم در ارتباط هستند. این فضا، محیطی است که به واسطه عدم حضور نشانه‌های فیزیکی، همه در آن بی‌جسم، بی‌مکان و متعاقباً گمنام و به طرز محسوسی کنترل‌ناپذیرند و در عین حال، به واسطه خصوصیات و چارچوب‌های مستحکم فناوری آن، تحت کنترل ساختارهای بی‌شمار مرئی و نامرئی موجود در این فضا هستند. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵)

استدلال کاتلر این است که تعامل، خصیصه اصلی رسانه در فضای مجازی است که سطحی از تعامل محاوره‌ای را فراهم می‌آورد که در دیگر رسانه‌ها از جمله وسایل ارتباط جمعی- روزنامه و تلویزیون- در دسترس نیست. (Cutler, 1996)

چنین فضایی به واسطه ظهور و گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در عصری که آن را عصر جهانی شدن می‌نامند، به سرعت در حال گسترش است. در دنیای مجازی هیچ‌گونه ساختار اجتماعی مشترک وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است.

فضای مجازی و هویت ملی - فرهنگی

از مهم‌ترین ویژگی‌های فضای مجازی، گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می‌توانند در گروه‌های مختلف و گاهی متضاد با هویت حقیقی خود حضور داشته باشند؛ می‌توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی باعث می‌شود، فردیت افراد در جمع حل نشود.

در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد همواره تحت تأثیر عواملی هم‌چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و... محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی مرزهای محدود کننده از میان برداشته می‌شود و شخص در مقیاس جهانی با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب روبرو است؛ لذا در میان اقوام سنتی و مذهبی تأثیرات قابل ملاحظه‌ای در ایجاد انعطاف‌پذیری و شکستن مرزهای محدود کننده اعتقادی - فرهنگی مشاهده می‌شود.

در فراسوی این تحول فرهنگی، پدیده‌ای به نام رفتارهای نوپدید اجتماعی وجود دارد که در بازتولید جامعه‌پذیری افراد نقش بسزایی دارد. مهم‌ترین متغیر در هویت ملی - فرهنگی، وحدت‌بخشی یا تمایزپذیری اجتماعی است. اجتماعی شدن و فردی شدن دو روی سکه تجدد و دوره مدرن هستند؛ یعنی دوره مدرن دارای يك دوگانگی در ساختار اجتماعی است که از يك طرف به اجتماعی شدن افراد منجر می‌شود و از طرف دیگر، فردی شدن را تقویت می‌کند. (نورمحمدی، ۱۳۸۸)

حاصل‌پویایی فرهنگ و سیر تحولی آن، تغییر پوسته ذهنیت اجتماعی است که طی آن ارزش‌های فرهنگی به صورت لایه‌های تفکیک‌پذیر در پی یکدیگر قرار می‌گیرند، ارزش‌های منسوخ نیز در بعضی شرایط احیا می‌شوند و رفتار اجتماعی را با ایدئولوژی جدید تحت تأثیر قرار می‌دهند. (نورائی، ۱۳۸۸)

اینترنت و فضای مجازی

برای تبیین فضای مجازی ناشی از فرایند ارتباطی جدید، به دو مفهوم فضای مجازی و اینترنت اشاره می‌شود. فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی رو به رو شده‌اند. در این پارادایم تأکید بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است. (عاملی، ۱۳۸۴)

بیان این نکته نیز لازم است که هرچند جهانی شدن همزمان با جدی شدن صنعت ارتباطات و به ویژه با ورود اینترنت به زندگی انسان مطرح شد؛ اما بحثی قدیمی است که می‌توان آن را به سه دوره تقسیم کرد:

۱. جهانی شدن سنتی؛ ظهور ادیان بزرگ

آغاز جهانی شدن که همان دوران سنتی جهانی شدن است، با ظهور ادیان بزرگ شکل گرفت. این ادیان با پیام‌های جهانی خود، همه بشریت را مورد خطاب قرار می‌داد؛ مفاهیم این پیام‌ها به قومیت و جغرافیای خاصی تعلق نداشت. بنابراین ادیان بزرگ، جهانی شدن را پایه‌گذاری کردند.

امپراتوری‌های بزرگ نیز به دنبال توسعه قلمرو امپراتوری خود بودند و دست به نوعی جهانی شدن قدرت می‌زدند. جهانی شدن دین از جنس معنویت‌گرایی بود و جهانی شدن نظام‌های سیاسی از جنس قدرت‌گرایی سخت بود.

۲. جهانی شدن مدرن؛ صنعت چاپ

دوره دوم جهانی شدن با ظهور صنعت چاپ آغاز شد؛ چرا که صنعت چاپ با حضور خود امکان تفسیر یک ایده را در فضای گسترده فراهم می‌کرد. در ادامه حضور این صنعت، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها و پوسترهایی که در سطح فراجغرافیایی توزیع می‌شدند، به وجود آمدند.

۳. جهانی شدن ارتباطات؛ آغازی جدید با مورش

جهانی شدن سوم با اختراع مورش شروع شد؛ مورش پایه ارتباط حاضر با غایب را به صورت همزمان فراهم کرد.

در اواخر قرن ۱۹ میلادی و همزمان با توسعه این صنعت، رسانه‌ها به میدان آمدند، سینما گرافیک معنا پیدا کرد و صنعت سینما آغاز شد؛ در عرصه ارتباطات رسانه‌های توده‌ای، رادیو و تلویزیون پدید آمد و در صنایع ارتباطی نیز تلکس، تلفکس و فکس وارد عرصه شدند که مجموع این اتفاقات، پایه جهانی شدن دوره جدید- امکان فرامحلی شدن پدیده‌ها- را به صورت همزمان ایجاد کرد.

در نگاهی دیگر، مهم‌ترین تغییر جهان معاصر که بنیان تغییرات جهان معاصر را می‌سازد، رقابت جهان واقعی با جهان مجازی است. این واقعیت که جهان مجازی پدیده‌ای جدید است، موجب شده ظرفیت‌های این جهان کمتر از میزان واقعی ارزشیابی شود؛ در حالی که جهان مجازی به موازات و گاهی مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت می‌یابد؛ این دو جهان از یک رابطه انعکاس هندسی برخوردارند.

جهان اول با ویژگی جغرافیامند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت- ملت، طبیعی- صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود؛ اما جهان مجازی، بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض، دسترس‌پذیر و بی‌اعتنا به محدودیت‌های دولت- ملت است. (عاملی، ۱۳۸۴) تعامل فردی و اجتماعی نیز در قلمروهای زیادی متکی به تعامل‌های دوج جهانی است. در این میان- اینترنت- اصلی‌ترین عامل تشکیل دهنده فضای مجازی شناخته می‌شود و صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد، خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد. در این فضای عمومی از جمله فیس‌بوک، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا بتوان با تنظیمات نمادین بازی کرد.

بسیاری از متخصصین و روانشناسان سایبری و خانواده با هشدار دادن نسبت به رشد فزاینده و آینده شبکه‌های اجتماعی، نسبت به جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرو رفتن در دنیای مجازی خودساخته، هشدار داده‌اند؛ اما نباید تأثیرات مثبت شبکه‌های اجتماعی از قبیل افزایش اطلاعات عمومی، افزایش ارتباط با دیگران برای روابط اجتماعی و کسانی که در خارج از فضای اینترنت از روابط ناخوشایند با دیگران رنج می‌برند، نادیده گرفت؛ لذا افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی می‌توانند روابط متفاوتی را تجربه کنند. شبکه‌های اجتماعی، امکان اتصال انسان‌ها را در سراسر جهان به طور غیر قابل تصویری افزایش داده‌اند. با این همه، برخی از متخصصان فناوری، جامعه‌شناسان و روانشناسان معتقدند کاربران شبکه‌های اجتماعی نسبت به دیگرانی که در آن حضور ندارند، یا بهره کمتری از آن می‌برند، تنهاتر و خودشیفته‌تر شده‌اند؛ حتی بیماری‌های جسمی و روحی نیز کاربران را تهدید می‌کند.

چالش حریم خصوصی از مهم‌ترین مباحثی است که همواره درباره شبکه‌های اجتماعی مطرح بوده است، کاربران اینترنتی در این شبکه‌ها بخشی از اطلاعات شخصی خود را در اینترنت منتشر می‌کنند که می‌تواند خطراتی برای آن‌ها به همراه داشته باشد.

چالش‌ها و فرصت‌های هویت در فضای مجازی

۱. چالش‌های هویت

با همه‌گیر شدن استفاده از فناوری‌های جدید در سال‌های اخیر، مسئله وابستگی به اینترنت و خطرات این وابستگی به دلیل عدم آگاهی و عدم رشد فرهنگی کاربران، می‌تواند به یک عامل تهدیدکننده تبدیل شود و مشکلات رفتاری، سوء استفاده‌های اینترنتی، انزوای طلبی، سلطه‌جویی و یا پرخاشگری را به دنبال داشته باشد.

دنیای اینترنت، دنیای مجازی است که برای کاربران نوعی رؤیایپردازی و دور شدن از واقعیت است. آزادی کاذب در دنیای مجازی، راهی برای تخلیه روانی است و به نظر می‌رسد این وابستگی، نوعی اعتیاد غیر شیمیایی در رفتار محسوب می‌شود.

به طور کلی، با گسترش ارتباطات و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی جهان وارد عرصه جدیدی شده است که نمی‌توان با معیارهای سنتی آن را توصیف کرد؛ ظهور فناوری‌های الکترونیکی، منجر به شکل‌گیری فضای مجازی شد که بارزترین شکل چنین فضایی، اینترنت و وجود شبکه‌های متعدد در آن است.

این فضا با ویژگی‌ها و کارکردهای خاص خود، الگوی تعاملاتی و ارتباطی انسان را دگرگون کرده است. این ویژگی‌ها شامل مواردی چون فراسرزمینی بودن، غیر مرکزی، دیجیتال، فراگیر بودن، آزادی عمل استفاده افراد از آن و عدم حضور هنجارها و قوانین دولتی در آن است. این فضا- خود- نیز می‌تواند یکی از عوامل بحران‌ساز بر روی هویت‌ها باشد. هویت در فضای مجازی، متفاوت با هویت در دنیای واقعی است. در دنیای واقعی، هویت از طریق ساخت‌های اجتماعی- مانند خانواده، فرهنگ، منافع مشترک و ایجاد یک حس تعلق سرزمینی- شکل می‌گرفت؛ در حالی که در دنیای مجازی، ساختار اجتماعی مشترکی بین افراد وجود ندارد و این محیط، یک فضای مبهم و ناشناخته است. (Deborah, 2008)

هویت در فضای مجازی که برخی از آن به عنوان هویت آنلاین یاد می‌کنند- به سرعت- در حال گسترش است. لینک کردن هویت افراد، پیامدهایی هم‌چون نقض حریم خصوصی، خطرات ناشی از سرقت هویت واقعی و صدمه به هویت فرد را در پی دارد؛ بر این اساس، وب‌سایت‌های مختلف و قابل دسترس در هر زمان و در هر نقطه، می‌توانند ارزش‌های اصولی یک جامعه را به تدریج از بین ببرند.

(Bostrom and Sandberg, 2011)

در فضای برآمده از ارتباطات الکترونیکی، هویت‌ها شناور و آزاد از هر گونه شرایط ثبات هستند. در این فضا، بسیاری از افراد - معمولاً - ناشناس باقی می‌مانند و با تغییر نام و مشخصات خویش، هویت‌های جعلی برای خود می‌سازند؛ مثلاً فردی می‌تواند اگر فقیر باشد، خود را ثروتمند جلوه دهد و یک فرد بیکار، خود را دارای بهترین شغل معرفی کند:

در فضای مجازی، افراد با اتخاذ نقاب‌های متفاوت به ملاقات با دیگران می‌روند و این مسئله، باعث ازخودبیگانگی افراد می‌شود. رسانه‌های پیشرفته، مردم را از این طریق از جامعه خود که در آن تعامل به شکل چهره به چهره است، جدا می‌کنند و تعاملات، از سنت شفاهی به تعامل متنی تبدیل می‌شود؛ مانند تعامل از طریق ایمیل. (Donath, 1998)

پژوهشگری دیگر، از فضای مجازی به عنوان فضای گرافیکی یاد می‌کند و در کتاب خود به عنوان واقعیت مجازی و بازتعریف خود اشاره می‌کند: فناوری‌های گرافیکی دو و سه بعدی که از نظر فرهنگی مهم هستند، فرهنگ را از گفتمان ارتباطی نوشتاری به محیط گرافیکی واقعیت مجازی تغییر می‌دهد که در تعریف فرهنگی تعاریف از «خود» نقش مهمی را ایفا می‌کند.

او معتقد است در دوران کهن، ارتباطات به شکل آیکونیک - شمایل‌نگاری - بود و پس از آن، خط اختراع شد که ارتباطات الفبایی شکل گرفت و سپس در دوره جدید با فنون جدید گرافیکی، ظهور مجدد ارتباط آیکونیک مشاهده شد؛ هم‌چنین واقعیت مجازی در فضای سایبر، هدایتگر ساخت‌های جدید و متفاوتی از خود و در نتیجه، بازتعریف «خود» است. (Bolter, 1996)

به گفته پاستر^۱ - نویسنده کتاب «عصر دوم رسانه‌ها» - در دوره جدید، اینترنت و ارتباطات الکترونیک بر جامعه سیطره دارد و این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. در اجتماعات مجازی، هویت افراد به سمت فراملیتی است و کمتر به هویت ملی یا دینی بهایی داده می‌شود. (پاستر، ۱۳۷۸)

بحران هویت که یکی از چالش‌های به وجود آمده در فضای مجازی است، به مرحله‌ای از هویت فرد یا افراد مربوط می‌شود که در آن، هویت به شکل ناپایدار و در معرض حوادث و اتفاقات گوناگون قرار می‌گیرد؛ به طوری که فرد در این مرحله دچار نوعی آشفتگی می‌شود که هویت خود را نمی‌تواند به درستی تشخیص دهد و شخصی که فاقد یک هویت مشخص می‌شود، در خلال زندگی با مشکلات فراوانی مواجه خواهد شد.

اریکسون، از نگاه روان‌شناسی به این موضوع می‌پردازد و معتقد است:

برای هر فردی ممکن است، بحران هویت روی دهد. بحران، تنها به دوره نوجوانی یا جوانی ختم نمی‌شود. از نگاهی دیگر، بحران هویت این‌گونه تعریف شده است: عدم موفقیت یک نوجوان در شکل دادن به هویت فردی خود، اعم از این‌که به علت تجارب نامطلوب کودکی و یا شرایط نامساعد فعلی باشد، بحرانی ایجاد می‌کند که بحران هویت یا گم‌گشتگی نام دارد. (ر. ک: شرفی، ۱۳۸۱)

نتیجه آن‌که بحران هویت از مهم‌ترین مقوله‌های عصر جدید است که همه جوامع - به ویژه جوامع در حال گذار - با آن مواجه بوده و بسیاری از جامعه‌شناسان و سیاست‌مداران، این وضعیت بحران هویتی را به جهانی شدن ربط می‌دهند و آن را از نگاه جهانی شدن بررسی می‌کنند.

۲. فرصت‌های هویت

در مورد فرصت‌های فضای مجازی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- بی‌نامی

زمانی که یک فرد بخواهد در مورد پیام‌ها و آثارش ارزیابی عینی و روشنی داشته باشد، می‌تواند از بی‌نامی استفاده کند تا دیگران به دور از افکار تعصبی و یک‌جانبه‌گرایی، آثار و عقاید او را ارزیابی کنند و او بتواند قضاوت بهتری در مورد ضعف‌ها و قوت‌های آثارش داشته باشد.

بی‌نامی باعث می‌شود در گفتگوها و مباحث، فاکتورهای نظیر وضعیت مالی، شأن و مقام، جنسیت، نژاد و سایر مواردی از این قبیل، طرف‌های گفتگو را تحت تأثیر قرار ندهد و بحث‌هایی برابر و مساوی و در فضایی آرام انجام دهند؛ هم‌چنین می‌تواند برای انجام بسیاری از پژوهش‌ها و آزمایش‌ها در زمینه شناخت ویژگی‌های انسانی و انسان‌شناسی کاربردی بر اساس وظیفه و نقش، داشته باشد. (خسروی، ۱۳۸۹)

- جهانی شدن

از ویژگی‌های منحصر به فردی که فضای مجازی را از دیگر رسانه‌ها متمایز می‌سازد، جهانی بودن آن است؛ به نحوی که هر فردی در هر نقطه از جهان می‌تواند از طریق آن و با سهولت، به تازه‌ترین اطلاعات دست یابد.

دولت‌ها تاکنون نتوانسته‌اند از گسترش روزافزون فضای مجازی، جلوگیری کنند؛ از این رو، محصور کردن آن در دایره مرزها دشوار است؛ لذا اگر بخواهید به آخرین مقاله، کتاب و یا خبری که در یک زمینه تخصصی و در سطح جهان منتشر شده، دست یابید، ساده‌ترین و سریع‌ترین راه، استفاده از فضای مجازی است.

از طرف دیگر، رسانه‌ها از ابزارهای مختلفی هم‌چون فیلم، عکس، متن و یا هر هنر دیگری برای جذاب کردن خویش استفاده می‌کنند و این در حالی است که این ابزارها در فضای مجازی، همگی در یک جا قابل جمع و نیز قابل دستیابی است.

- آزادی اطلاعات و ارتباطات

معنای واقعی آزادی اطلاعات، در فضای سایبر محقق شده است؛ لذا هر نوع اطلاعات مورد نیاز اعم از فرهنگی، سیاسی یا اقتصادی بدون محدودیت‌های حاکم بر دیگر رسانه‌ها، در فضای سایبر قابل دسترسی است. آزادی ارتباطی نیز از ویژگی‌های دیگر فضای مجازی است که در دیگر وسایل ارتباطی تا این حد، قابل دستیابی نیست.

- کاهش هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی

فضای مجازی، فواصل مکانی و تا حد بسیاری فواصل زمانی را درنوردیده و در بسیاری موارد، نیازی به مراجعه حضوری برای خرید کالا یا خدمات نیست؛ بنابراین و به طور طبیعی، در بسیاری از هزینه‌های اقتصادی صرفه‌جویی می‌شود. کاهش مصرف منابع سوختی برای وسایل نقلیه، کاهش آلودگی هوا به جهت تردهای کمتر وسایل نقلیه، کاهش ترافیک و به تبع آن کاهش استهلاک وسایل نقلیه، کاهش رفت و آمدهای غیر ضروری درون‌شهری و به دنبال آن آرامش روانی بیشتر برای افراد جامعه، از جمله این صرفه‌جویی‌ها به حساب می‌آید. هم‌چنین با گسترش نشر الکترونیک، هزینه‌های بالای چاپ و نشر نیز - به شدت - کاهش یافته و در نتیجه، در استفاده از منابع زیست‌محیطی لازم برای تولید کاغذ نیز صرفه‌جویی‌های بسیاری به عمل می‌آید.

- گسترش عدالت رسانه‌ای

با وجود فضای سایبر و خصوصاً اینترنت، دسترسی بسیاری از افراد به امکانات یکسان فراهم می‌گردد؛ مثلاً در گذشته اگر بدون وجود اینترنت، فقط افراد خاصی می‌توانستند در داخل شهرهای بزرگ به روزنامه‌ها، جراید و نهایتاً اخبار روز دسترسی پیدا کنند، حالا با وجود فضای مجازی و فناوری‌های گوناگون اطلاعاتی و ارتباطاتی، تمام افراد- در هر مکانی- می‌توانند به شکلی عادلانه و برابر، از اخبار روز مطلع شوند.

- گسترش تعاملات و تبادل نظرها با سرعت بسیار بالا

یک نمونه عینی و تام برای این مورد، شبکه‌های اجتماعی است که امکان تبادل آرا و به اشتراک‌گذاری رسانه‌های مختلف- فیلم، عکس، موزیک یا متن- را برای تمام اعضای آن در سراسر جهان در کوتاه‌ترین زمان ممکن فراهم می‌کند؛ البته شبکه‌های اجتماعی در عین داشتن این مزیت و مزایای مشابه، دارای عیوب بزرگ دیگری نیز هستند که در سایر پوهش‌های قابل بررسی است. (سلامی، ۱۳۹۲)

یافته‌های پژوهش

با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تأثیر غیر قابل انکاری بر روابط اجتماعی برجای گذاشت.

شبکه‌های اجتماعی یکی از پُرفداری‌ترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند که ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن این شبکه‌ها است.

در مطالعه و بررسی شکست مرزهای سنتی خانواده توسط فضای مجازی باید اذعان داشت که شبکه‌های اجتماعی با قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد، به چهار اولویت اول کاربران اینترنت تبدیل شده است:

۱. فرد با طیف وسیعی از افراد در ارتباط است.
۲. علایق خود در زمینه‌های مختلف را با آن‌ها به اشتراک می‌گذارد.
۳. افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی - کاملاً - دلخواه داشته باشند.
۴. بر پایه همان هویت دلخواه، ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند.

از آن‌جا که ظاهر شبکه‌های مجازی جمع‌گرا است، تغییرات فرهنگی اخیر، موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی، ارتباطات گسترده‌ای با جهان پیرامون خود داشته باشند که شبکه‌های اجتماعی این خواسته را فراهم می‌کنند شبکه‌های اجتماعی مختلف با سرویس‌ها و خدمات مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، موجب تأثیرگذاری بیشتر روی زندگی آن‌ها و جامعه و رفتارهای اجتماعی می‌شوند و در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... تأثیرگذارند.

این شبکه‌ها کارکردهای گوناگون اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی دارند و به گفته متخصصان ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش رابطه‌های چهره به چهره را کاهش می‌دهند.

فیس‌بوک و یوتیوب که گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی بوده، بعد از گوگل پربازدیدترین سایت‌های جهان هستند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی داشته و به فرد، امکان برقراری ارتباط با شمار بسیاری از افراد دیگر را فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می‌دهند.

فیس‌بوک سرشناس‌ترین شبکه اجتماعی اینترنتی است که با استقبال بسیاری مواجه شده است؛ این شبکه بیش از ۵۰۰ میلیون جمعیت دارد که سومین منطقه پُرجمعیت جهان پس از چین و هند به شمار می‌آید تا جایی که در هر ثانیه ۸ کاربر جدید در این سایت ثبت نام می‌کنند که به طور معمول، دانشجویان یکی از اصلی‌ترین فعالان این شبکه‌ها هستند.

از طرف دیگر، روابط اینترنتی سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند؛ (منتظرانم، ۱۳۷۹) لذا عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به عنوان منبعی برای تعیین سطح سرمایه اجتماعی می‌تواند مورد سنجش قرار بگیرد؛ چرا که اعتماد به عنوان سنگ بنای سرمایه اجتماعی و عامل تعیین‌کننده سطح سرمایه اجتماعی باید مورد توجه قرار گیرد، امروزه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی اینترنتی می‌تواند عاملی مهم برای میزان استفاده و نحوه استفاده از این شبکه‌ها باشد.

نتیجه‌گیری

میزان استفاده از فضای مجازی در بین جوانان ایرانی به طور روزافزونی در حال گسترش است. جمعیت جوان ایرانی که بیشترین جمعیت را در ایران به خود اختصاص داده است، تحت تأثیر فضای مجازی هستند.

در این میان، دین و هویت دینی نقش مهم و محوری در جامعه ایران دارد و از مهم‌ترین عناصر ثبات، وحدت و انسجام اجتماعی است.

نتایج مطالعات محققان مختلف نشان داده است که افراد با حضور در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از گونه‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی از مزایای حضور در این اجتماع مجازی- نظیر حمایت اطرافیان، اطلاعات، عواطف و احساسات- برخوردار شده و اغلب جوانب زندگی واقعی خود را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست، در این اجتماعات مجازی دارا هستند.

جامعه ایران به لحاظ قرار داشتن در دوره تاریخی خاص - از جنبه‌های گذار - امروزه علاوه بر تحولات هویتی در دوره تاریخ صنعتی، تحولات دوره پسا صنعتی، فضای مجازی را نیز تجربه می‌کند و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد؛ لذا پیش‌بینی می‌شود در آینده، ساختارهای اجتماعی فرهنگی نیز همانند هویت فرهنگی افراد جامعه دستخوش تحولات بنیادین و تغییرات اساسی شود و در فضای واقعی جامعه نقش محوریت باورها و عقاید سنتی در تعاملات انسانی کمرنگ‌تر از گذشته باشد؛ مضافاً آن‌که ریشه‌های قومی نیز تأثیر کمتری بر هویت فردی داشته باشد.

به نظر می‌رسد آموزش‌های لازم به نوجوانان از طریق رسانه‌ها، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش سازنده‌ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب‌های ناشی از این فناوری‌های ارتباطی داشته باشد؛ برای مثال، می‌توان کتاب‌هایی در زمینه نحوه استفاده مفید و درست از اینترنت و یا فضای مجازی تدوین کرد و در محتوای درسی مدارس و دانشگاه‌ها گنجانده و یا برگزاری نشست‌های علمی با حضور استادان و دانشجویان در رابطه با تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دینی، می‌تواند مفید باشد.

با توجه به نتایج مطالعات اسنادی و تحقیقات انجام شده در این حوزه، لازم است مسئولین و خصوصاً دست اندرکاران نظارتی و فرهنگی با بهره‌گیری از امکانات آموزشی رسانه‌ها - به ویژه رسانه ملی - به ارتقای سطح سواد رسانه‌ای جامعه پردازند تا سطح آگاهی خانواده‌ها ارتقا یابد؛ بدین منظور گنجاندن آموزش مباحث مرتبط با فضای مجازی، سبک زندگی هویت‌یابی فرهنگی در برنامه درسی مدارس و دانشگاه‌ها مؤثر به نظر می‌رسد.

از طرف دیگر - شاید - ابزار مناسب با جهت‌گیری این هدف، تولید نرم افزارهای مناسب از این دست متناسب با فرهنگ و باور مردم و برخاسته از نیاز جامعه باشد تا اصول توسعه نیز در این فرایند محقق گردد.

فهرست منابع

۱. اخترشهر، علی (۱۳۸۶). ابعاد هویت اجتماعی - دینی دانشجوی. مطالعات معرفتی دانشگاه اسلامی. سال ۱۱. شماره ۳: ۹۶-۱۲۴.
۲. ابراهیمی، قربانعلی. و عباس بهنویی گدنه (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی گونه‌های هویتی در بین جوانان (مطالعه موردی بابلسر). مطالعات ملی. شماره ۱ (۳۳): ۱۵۰-۱۲۷.
۳. افتخاری، اصغر (۱۳۸۳). بحران‌های واقعی در فضای مجازی؛ طراحی چارچوب تئوریک. مجلس و پژوهش. شماره ۴۲: ۵۰-۲۳.
۴. ایمان، محمد تقی. و علی روحانی. (۱۳۹۲). هویت اسلامی و هویت‌های رقیب (هویت جهانی، ملی و قومی)؛ (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز). تحقیقات فرهنگی. دوره ۶. ش ۱: ۱۴۸-۱۲۷.
۵. پاستر، مارک (۱۳۷۸). عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه غلامحسین صالح‌یار. تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
۶. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴). روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان. تهران: انتشارات فرهنگ گفتمان.
۷. خسروی، آرش (۱۳۸۹). مفهوم‌شناسی هویت مجازی در فضای سایبر. ره‌آورد نور. شماره ۳۲: ۱۱-۶.
۸. ربیعی، علی (۱۳۸۶). تقریرات درسی مدیریت بحران‌های ارتباطی. تهران: دانشگاه تهران. دانشکده علوم اجتماعی.
۹. دغاقله، عقیل (۱۳۸۶). نسبت‌سنجی هویت‌های اجتماعی و الگوهای هویت‌یابی در جهان امروز. فصلنامه راهبرد. شماره ۴۵: ۷۲-۴۹.
۱۰. ذکایی، محمدمسعود و فاخره خطیبی (۱۳۸۵). بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن: پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی. علوم اجتماعی. دوره ۱۳. شماره ۳۳: ۱۱۱-۱۵۳.

۱۱. سلامی، محمد مهدی (۱۳۹۲). فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی. تهران: مرکز توزیع پیام دیدار.
۱۲. سلیمانی بشلی، محمدرضا (۱۳۸۹). جهانی شدن؛ بحران هویت و تضعیف تربیت دینی. اسلام و پژوهش‌های تربیتی. سال ۲. شماره ۲ (پیاپی ۴): ۱۰۹-۱۲۵.
۱۳. شرفی، محمدرضا (۱۳۸۱). جوان و بحران هویت. تهران: نشر سروش.
۱۴. عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۸۴). دوج جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های هم‌زمان (هویت ملی و جهانی شدن). تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۱۵. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای). ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز. چاپ ۷. تهران: انتشارات طرح نو.
۱۶. کتابی، محمود. گنجی، محمد. احمدی، یعقوب. و رضا معصومی (۱۳۸۳). دین، سرمایه اجتماعی و توسعه اجتماعی فرهنگی. مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان. دوره ۱۷. شماره ۲: ۱۹۲-۱۶۹.
۱۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
۱۸. منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۹). رسانه‌های جمعی و هویت. مطالعات ملی. سال ۲. شماره ۴: ۲۷۰-۲۴۹.
۱۹. نورانی، مهرداد (۱۳۸۸). تغییر و تحول فرهنگی و هویت اجتماعی. نشر دانش. شماره ۱۱۷: ۱۵-۱۴.
۲۰. نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸). تأثیر فضای مجازی بر عرصه هویت. مجلات عقیدتی، فرهنگی، اجتماعی. شماره ۲۶۱.

21. Abelson, Hal. and Lawrence Lessig (1998). **Digital Identity in Cyberspace**. London: Routledge.
22. Bostrom, Nick and Anders Sandberg (2011). **The Future Of Identity**. Oxford University Press.
23. Bolter, J (1996). **Virtual Reality and the Redefinition of Self**. In L. Strate, R. Jacobson, and

- S. Gibson (Eds.). *Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment*. Crosskill. NJ: Hampton: 105-120.
24. Cutler, R (1996). **Technologies, Relations and Selves**. In L. Strate, R. Jacobson and S. Gibson (Eds.). *Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment*. Crosskill. NJ: Hampton: 317-333.
25. Deborah, L. Wise (2008). **Virtual Identity: How Virtual Worlds Affect Identity**. University of Colorado at Denver and Health Sciences Center.
26. Donath, Judith S (1998). **Identity and Deception in the Virtual Community**. London: Routledge.
27. Stryker, S (2007). **Identity Theory and Personality Theory: Mutual Relevance**. *Journal of Personality*. Vol. 75 (6): 1083-1102.