

فضای مجازی، ابعاد، ویژگی‌ها و کارکردهای آن در عرصه هویت با محوریت شبکه‌های اجتماعی مجازی

کایمان محکم‌کار*

محمد مهدی حلاج**

چکیده

شبکه‌های اجتماعی، نسل نوینی از وب‌سایت‌ها می‌باشند که مورد توجه کاربران جهانی عرصه فضای مجازی قرار گرفته است. از سوی دیگر، هویت به مفهوم مجموعه‌ای از تعلقات مادی و معنوی افراد، در کلیه ابعاد و جوانب، بی‌شک متأثر از فضای مجازی و بخصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی خواهد بود. هدف این پژوهش، بررسی «ابعاد، ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت» می‌باشد. بنابراین، در پاسخ به این سؤال اصلی که «کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت ایرانی - اسلامی چیست؟»، این فرضیه مطرح شده است که «به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب خدشه‌دار شدن هویت ایرانی - اسلامی در جامعه گردیده است.» آسیب مفروض بر هویت ایرانی - اسلامی در این مقاله، تغییر سبک زندگی خانواده‌هاست که منجر به افزایش طلاق و نقض حریم خصوصی خانواده‌ها می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی، هویت، کارکرد.

مقدمه

بر مبنای تشکیل اجتماعات آنلاین فعالیت می‌نمایند و هر کدام، دسته‌ای از کاربران اینترنتی را با ویژگی خاصی گردهم می‌آورند. به سبب حجم ارتباطات گسترده‌ای که در محیط این شبکه‌ها امکان‌پذیر می‌باشد و همچنین امکان برقراری ارتباط با مشخصات غیر واقعی، استفاده از این سایت‌ها، سهم قابل توجهی از کل زمان صرف شده در اینترنت در سطح جهان را به خود اختصاص داده است؛ در حالی که این سهم در سال ۲۰۰۷ میلادی، عددی در حدود ۶ درصد بوده، در سال ۲۰۰۸ میلادی، به حدود ۹ درصد رسید و هر ساله، این درصد در حال افزایش می‌باشد. در میان کشورهای بررسی شده نیز سوئیس با ۲۰۷ درصد و آلمان با ۱۴۰ درصد بیش‌ترین رشد در زمان صرف شده برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی را دارا می‌باشند. ترکیب سنی استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز در سالیان اخیر دچار تغییراتی چشمگیر بوده است؛ در حالی که در ابتدا، این شبکه‌ها در محیط دانشگاهی و به منظور استفاده دانشجویان راه‌اندازی شد، لیکن به تدریج، ورود طیف کودک و نوجوان و همچنین طیف سالخورده به این شبکه‌های اجتماعی افزایش یافته است. در نظرسنجی جدیدی که از سوی مؤسسه پژوهشی «پیو» انجام پذیرفت، مشخص گردید ۷۳ درصد از کاربران اینترنت در جهان در سال ۲۰۱۳ میلادی از شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه «فیس بوک» استفاده کرده‌اند. فیس بوک با یک میلیارد و دو بیست میلیون کاربر فعال در هر ماه، به غول شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که

با فرارسیدن عصر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و گسترش فراگیر آن در سطح جوامع، تغییر و تحولات بسیاری در عرصه زندگی بشر ایجاد گردید و انسان‌ها را با جهان جدیدی مواجه ساخت. این تحولات به گونه‌ای غیرقابل تصور بر زندگی انسان‌ها تأثیر گذاشته و عمق این تأثیرات نیز به‌طور روزافزون در حال گسترش می‌باشد. امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به کلیه فضاها، اجتماعی، سازمانی و حتی محیط‌های خانوادگی جوامع بشری نفوذ کرده و شیوه زندگی روزمره افراد را تا حد قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار داده است. بهره‌گیری از این فناوری‌ها، به مثابه وقوع یک «چرخش پارادایمی» در زندگی فردی و اجتماعی انسان می‌باشد که در آن حتی مفاهیم کهن نیز با هندسه معرفتی جدیدی قابل شناخت هستند. به تعبیر مانوئل کاستلز، فناوری‌های نوین اطلاعات، نقاط دور عالم را در شبکه‌های جهانی به یکدیگر پیوند می‌دهند. ارتباطات رایانه‌ای، مجموعه‌ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورد و در نتیجه آن، همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشری دگرگون می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۴۸).

در راستای گسترش چشمگیر فضای مجازی در کلیه وجوه زندگی بشر، تولید شبکه‌های انسانی - به شکل دیجیتالی - نیز عامل مهم دیگری در افزایش تعاملات مجازی بین افراد گردید. شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌ها هستند که این روزها کانون توجه کاربران شبکه جهانی (اینترنت) قرار گرفته است. این گونه سایت‌ها

می‌تواند ضمن جلوگیری از آثار مخرب استفاده ناصحیح از آن، موجب استفاده از فرصت‌های مناسب این شبکه‌ها نیز گردد.

ما در عصر شبکه‌ها زندگی می‌کنیم؛ عصری که در آن مجموعه‌ای از افراد در قالب شبکه‌های اجتماعی، اعم از حقیقی یا مجازی، به صورت گروهی و یا در قالب تیم‌های چندنفره با یکدیگر ارتباط دارند و مواردی همچون اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار، آراء و عقاید خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. به طور کلی، هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطات خاص خود را دارد؛ به این مفهوم که منش و گفتار مخصوص و منحصر به فرد برای خود برگزیده است. البته می‌توان شبکه‌هایی را هم یافت که فرهنگ تقلیدی برای خود انتخاب نموده‌اند، لیکن فارغ از تمامی این خصوصیات، یکی از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف زندگی افراد، شکل‌گیری هویت می‌باشد. عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت افراد در جامعه، تعاملات انسانی می‌باشد. هنگامی که فرد به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد، هویت خود را به عنوان یک عنصر جامعه پیدا می‌نماید. در حقیقت، هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود (نورمحمدی، ۱۳۸۸، ص ۳۹).

مسئله اصلی که این تحقیق به آن می‌پردازد، بررسی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در هویت ایرانی - اسلامی کاربران آن می‌باشد. بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط کاربران سبب می‌گردد که آنها به دلیل محیط غیرواقعی و فرامرزی شبکه‌های اجتماعی مجازی،

۶۳ درصد کاربران فیس بوک دست‌کم روزی یک بار و ۴۰ درصد روزی چند بار به صفحه خود سر می‌زنند. در سال ۲۰۱۳ م ۴۵ درصد از افراد ۶۵ سال به بالا جذب فیس بوک شده‌اند که ۱۰ درصد نسبت به سال ۲۰۱۲ رشد داشته است. شبکه اجتماعی «توییتر» نیز ۱۸ درصد از افراد را جذب خود کرده که در مقایسه با سال ۲۰۱۲ م ۲ درصد افزایش داشته است. بیشترین کاربران توییتر ۱۸ تا ۲۹ ساله می‌باشند (سایت خبرگزاری ایرنا).

از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی انسان که از پدیده شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیرات عمیقی پذیرفته است، بعد هویت می‌باشد. هویت یکی از مهم‌ترین مسائل جوامع امروزی بوده و بی‌گمان جزء مهم‌ترین و اساسی‌ترین پیش‌نیازهای انسان‌ها به منظور تجربه هرگونه زندگی جمعی می‌باشد. فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی با فراهم کردن امکان جامعه شبکه‌ای، افراد و جوامع را در قالب‌های نوین، هویت‌های تازه بخشیده است (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۲۰). بهره‌مندی از هریک از مؤلفه‌های مؤثر بر اجتماعی شدن افراد، موجب بروز تغییرات گسترده و اساسی در نحوه زندگی، زبان، آداب و رسوم، فرهنگ، ارزش‌ها و نگرش‌های افراد گردیده که این عوامل نیز بستر تغییرات در هویت سنتی (ایرانی - اسلامی) را موجب خواهد شد.

بدیهی است با توجه به مقبولیت عام شبکه‌های اجتماعی مجازی در دنیای امروز، بررسی کارکردها، مزایا و معایب حضور و بهره‌گیری از این شبکه‌ها در عرصه هویت و بخصوص هویت ایرانی - اسلامی، فارغ از نگرش تعصبی و یا سیاسی به موضوع،

باشد، و به نظر می‌رسد امروزه با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت ملی و اسلامی در کشورهای مسلمان با چالش اساسی مواجه شده که این امر، ضرورت بررسی بنیادین کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت ایرانی - اسلامی را تبیین می‌نماید؛ چالشی که به اعتقاد بسیاری از کارشناسان حوزه فضای مجازی سایر، موجب بروز خدشه به سبک زندگی ایرانی - اسلامی خانواده‌ها گردیده است.

هدف اصلی و بنیادین این تحقیق، تعیین ابعاد، ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت می‌باشد.

در تحقیق مذکور، سؤال اصلی عبارت است از: «کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت ایرانی و اسلامی چیست؟»

در پاسخ به سؤال اصلی، فرضیه تحقیق را می‌توان به این شکل صورت‌بندی نمود: «به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی مجازی، موجب خدشه‌دار شدن هویت ایرانی و اسلامی در جامعه می‌گردد.» روش تحقیق در این پژوهش، روش تحلیلی - استنباطی است و از لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. همچنین نحوه گردآوری اطلاعات، روش اسنادی به صورت فیش‌برداری می‌باشد.

مفاهیم نظری

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، به مجموعه‌ای از افراد گفته می‌شود که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی‌ها،

مرزهای موجود بین دنیای واقعی و مجازی را کمتر احساس نمایند؛ از این رو، به دور از محدودیت‌های ساختاری دنیای واقعی، به سمت ارتباطات گسترده مجازی سوق می‌یابند و این امر در نهایت موجب تغییر در هویت آنها می‌گردد. بنابراین، با عنایت به ناگزیر بودن جوامع به استفاده از ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی و با توجه به گسترش روزافزون بهره‌مندی از این شبکه‌ها، نوع جدیدی از ارتباطات انسانی ایجاد شده که این امر، موجب بروز تغییرات اساسی در هویت سنتی افراد جامعه همچون هویت ایرانی و اسلامی گردیده است.

اهمیت و ضرورت موضوع

امروزه شاهدیم شبکه‌های اجتماعی مجازی به شکل خیره‌کننده‌ای در حال افزایش می‌باشند و به منظور جذب مخاطبان بیشتر در سطح جامعه، سعی در ارائه خدمات متنوع‌تری دارند. همین موضوع موجب شده که افراد زیادی، مدت زمان بیشتری را در این شبکه‌ها حضور یابند. از سوی دیگر، با توجه به اینکه گرایش عمومی به مقوله هویت، موضوعی تازه نمی‌باشد، از این رو، در فرایند جدید تحولات جهانی و اجتماعی که مقولات متنوع دیگری فرصت حضور و بروز یافته‌اند، هویت به یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین متغیرهای جهان امروز بدل شده است و به نوعی در حال دگرگونی به الگوهای تازه‌ای است (خانیکی، ۱۳۸۳، ص ۲۸۶). در حقیقت، هویت همانند دیگر مقولات، تنها زمانی برجستگی می‌یابد و مطرح می‌شود که در بحران

برخلاف تحلیل‌هایی که بر این فرض استوار می‌باشند که هنجارهای اجتماعی تعیین‌کننده رفتارها هستند، آنالیز شبکه‌های اجتماعی به بررسی وسعت تأثیرگذاری ساختار و ترکیب رشته‌ها بر هنجارها می‌پردازد. شکل فوق به تعیین میزان سودمندی شبکه برای افراد آن شبکه کمک می‌کند (دوران، ۱۳۸۱، ص ۷۵).

شبکه‌های اجتماعی مختص تلفن همراه

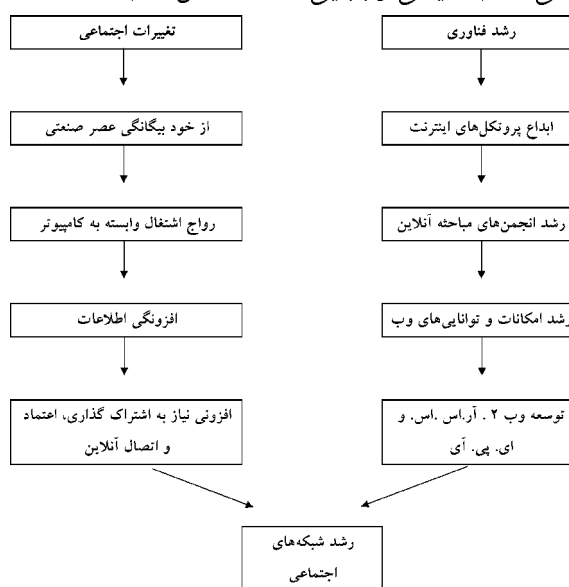
از سال ۲۰۰۴م تاکنون، به دنبال استقبال جامعه جهانی و بخصوص قشر جوان از شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توییتر، گردانندگان و برنامه‌ریزان این حوزه به فکر ابداع شبکه‌های اجتماعی نوینی افتادند که مختص تلفن‌های همراه بوده و کاربران با نصب و راه‌اندازی این شبکه‌ها بتوانند اجتماعات انسانی مجازی نوینی را راه‌اندازی نمایند. با توجه به فرصت در اختیار داشتن تلفن همراه که به مراتب بیشتر از رایانه می‌باشد، امکان حضور در شبکه‌های مجازی مذکور به مراتب بیشتر است.

در ادامه به معرفی برخی از شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه می‌پردازیم:

۱. Pose: این شبکه یک اجتماع برخاسته مبتنی بر گوشی‌های همراه است که از طریق آن، کاربران می‌توانند تصاویر زیورآلات و لباس‌های خود را به اشتراک بگذارند. چنان‌که آن را اینستاگرام مد و فشن عنوان می‌کنند. این شبکه که مانند پین‌ترست (Pinterest) است، همانند یک مجله مد تعاملی عمل می‌کند. البته این شبکه قاعدتاً برای خانم‌ها جذابیت بیشتری دارد.

۲. Fring: این یک برنامه VoIP است که به کاربران

فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی رابطه بسیار نزدیک و مستقیمی با فناوری اطلاعات و ارتباطات دارند. بنابراین تعریف دیگر، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌هایی برای برقراری تعامل اجتماعی مبتنی بر وب و راهی ارزان و قابل دسترسی برای انتشار اطلاعات از سوی عموم کاربران می‌باشند. بین یهود، مؤلفه‌های تأثیرگذار در سطح شبکه‌های مجازی اجتماعی را به شکل موازی ترسیم کرده و پیامد توسعه وب و برنامه‌های رابط کاربردی در کنار نیاز به اشتراک‌گذاری، اعتماد، اتصال آنلاین را در حقیقت، موجب رشد شبکه‌های اجتماعی در اینترنت قلمداد می‌کند (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰، ص ۷۴).



(بین یهود، ۲۰۰۷)

در حقیقت، تحلیل شبکه‌های اجتماعی (مرتبط با نظریه شبکه‌ها) به عنوان یک فن کلیدی در جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جغرافیا، روان‌شناسی اجتماعی و علوم ارتباطات همانند یک موضوع محبوب در زمینه تفکر و مطالعه پدیدار شده است.

هنگام برقراری تماس و ارسال و دریافت پیام‌هایی با آیکن‌های رنگی، عکس‌ها و اطلاعات مرتبط به محل تماس گیرنده بهره‌مند شوند.

۸. Skype: اسکایپ یکی از بهترین راه‌های برقراری تماس رایگان است. با نصب این برنامه می‌توان امکان ارسال پیام رایگان داشته و برخلاف سایر برنامه‌ها، پیش از آنکه فردی بخواهد پیامی بفرستد، آن پیام را تأیید نمود.

۹. WhatsApp: این هم یکی از برنامه‌های قدیمی برای ارسال پیام است که امکانات بسیار خوبی دارد. در واتس‌آپ می‌توان صدای ضبط‌شده را نیز به راحتی انتقال داد. وجود صورتک‌های فراوان از دیگر امکانات این برنامه است.

وب ۲

«وب ۲» یک نمونه توسعه‌یافته وب سنتی می‌باشد که در سال ۲۰۰۴ م پس از فروکش نمودن تبعات ناشی از عبارت «دات کام» و به منظور تشریح و توصیف حرکت‌های موفقیت‌آمیزی که به تازگی در دنیای وب و فناوری اطلاعات شروع شده است، مطرح گردید (جلالی، ۱۳۸۸، ص ۱۵۶). اصطلاح «وب ۲» توسط شرکت رسانه‌ای اوریلی در سال ۲۰۰۳ ایجاد شد و در نخستین کنفرانس وب ۲ در سال ۲۰۰۴ مورد قبول عام قرار گرفت.

در محافل ICT عموماً از وب ۲ برای بیان نسل دوم سرویس‌هایی از وب استفاده می‌گردد که امکان همکاری و مشارکت را برای مردم مهیا ساخته‌اند (سپنجی، ۱۳۹۰، ص ۳۴). فناوری‌های «وب ۲» امکان تعامل گسترده میان کاربران اینترنت و تبادل

امکان می‌دهد فهرستی از دوستان خود را بسازند و با آنها به‌طور همزمان چت نمایند. این برنامه به راحتی قابل دانلود است و امکان چت در شبکه‌های ۴، ۳، ۴ و بی‌سیم را دارد.

۳. Talkray: این برنامه روش جدیدی برای برقراری تماس با یک یا چند نفر از دوستان به‌طور همزمان و با کیفیت HD را فراهم می‌کند. همچنین از طریق این برنامه می‌توان پیام متنی، پیام صوتی، عکس و ویدئو هم ارسال نمود. ویژگی جالب توجه این برنامه امکان ایجاد کنفرانس با چند نفر می‌باشد.

۴. WeChat: با بهره‌گیری از وی‌چت، می‌توان پیام صوتی و فوری فرستاد و ویدئو چت برقرار نمود. همچنین می‌توان کانکت‌های خود را وارد این برنامه کرد و هر زمان پیام جدیدی دریافت کرد. این برنامه امکان به اشتراک گذاشتن تصویر یا مطلب با دیگر دوستان را فراهم می‌کند.

۵. Tango: تانگو به تدریج به عنوان یک پیشرو در زمینه VoIP شناخته شده و امکان برقراری تماس در شبکه‌های ۳ و ۴ را فراهم می‌کند. رابط کاربری آسانی دارد و حتی زمان بسته‌بودن برنامه نیز فعال می‌باشد. ۶. Viber: وایبر به کاربران اجازه می‌دهد پیام متنی بفرستند، تماس بگیرند، عکس‌ها و فیلم‌های خود را به اشتراک بگذارند و لذت برقراری تماس با سرتاسر دنیا را تجربه کنند.

۷. Line: لاین برنامه‌ای است که امکان ارسال پیام متنی و برقراری تماس را به‌طور رایگان در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد. این برنامه به عنوان بهترین برنامه رایگان در چند کشور دنیا شناخته شده است. تمام کاربران این برنامه می‌توانند از صدایی شفاف

کاربران فیس بوک در پنج دسته طبقه‌بندی می‌شوند: دوستان، دوستان دوستان، اعضای هم‌شبکه‌ای، غریبه‌ها و کاربرانی که احیاناً توسط کاربر بسته شده‌اند.

کاربران فیس بوک به‌طور میانگین مسن‌تر از سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. کاربران این شبکه اجتماعی مجازی، ۴۰ درصد متأهل، ۸۰ درصد شاغل و ۶ درصد بازنشسته هستند و در این زمینه‌ها از سایر شبکه‌های اجتماعی آمار بالاتری دارند. کاربران فیس بوک از نظر بیشترین درآمد سالیانه با ۶۱ هزار دلار در رده دوم قرار می‌گیرند. فیس بوکی‌ها به‌طور میانگین هر کدام با ۱۲۱ نفر در صفحاتشان، به‌عنوان دوست، در تماس هستند. برای فیس بوکی‌ها علاقه عمده مشترکی دیده نمی‌شود و حوزه‌های علائق کاربران این سایت بسیار متنوع می‌باشد. دلیل این پراکندگی علائق، تعداد بسیار زیاد کاربران این شبکه اجتماعی با ویژگی‌های متفاوت است که بیشترین تعداد در بین سایت‌های مشابه اینترنت به‌شمار می‌آید.

توییتر

شبکه اجتماعی مجازی توییتر به‌عنوان سرویس ارائه‌دهنده میکرو بلاگ است که به کاربران خود اجازه می‌دهد تا ۱۴۰ حرف، پیام متنی را که «توییت» نامیده می‌شود، ارسال نمایند. این شبکه اجتماعی در مارس ۲۰۰۶ توسط جک دورسی ایجاد شد و در ژوئیه ۲۰۰۶ آغاز به کار کرد. در حال حاضر بر مبنای آمار دریافتی، بیش از ۶۰۰ میلیون نفر کاربر شبکه اجتماعی توییتر بوده و بالغ بر ۴۰۰ میلیون توییت در روز ارسال می‌کنند و بیش از ۱۶ میلیون جست‌وجو

سریع و گسترده اطلاعات میان آنها را فراهم می‌آورند. «وب ۲» دنیای کندو کاه‌های کاربران در محیط‌های مجازی می‌باشد که درون آنها، تعاملات کاربران و امکان ایجاد حلقه‌های دوستی، گروه‌های رأی‌دهی، ارتباطات افقی و سفارشی شدن صفحات وب فراهم می‌شود (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۸، ص ۲۵). شبکه‌های اجتماعی مجازی، محصول فناوری‌های «وب ۲» هستند. در مجموع، می‌توان این‌گونه بیان نمود که «وب ۲» به آن دسته از فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکان مشارکت کاربر در تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری اطلاعات شامل متن، عکس، فیلم، پیوند، فایل و هرگونه داده دیگر را فراهم می‌آورد.

فیس بوک

فیس بوک یک شبکه اجتماعی مجازی است که توسط جوانی به نام مارک زاکربگ در چهارم فوریه سال ۲۰۰۴ تأسیس و راه‌اندازی گردید. وی وب‌گاه فیس بوک را از اتاق خود در دانشگاه هاروارد آمریکا طراحی کرد، ولی دیری نپایید که شبکه طراحی شده توسط وی، مورد توجه همگان در سراسر جهان قرار گرفت و چنان محبوب گردید که تا آخر هفته دوم راه‌اندازی آن، بیش از نیمی از دانشجویان دانشگاه هاروارد در آن نام‌نویسی کردند. درحقیقت، کاربران در فیس بوک می‌توانند با دوستانی که دارای حساب کاربری هستند، عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک بگذارند. فیس بوک هم‌اکنون به‌طور رایگان در اختیار مردم قرار گرفته است. کاربران فیس بوک دارای یک صفحه شخصی هستند. آنان می‌توانند گروه تأسیس کنند و یا در سایر گروه‌های موجود عضو شوند.

در آن انجام می‌پذیرد.

توییتر با شعار «چه کار می‌کنید؟» پا به عرصه میدان وب گذاشت، لیکن در نوامبر سال ۲۰۰۹م این شعار به «چه اتفاقی در حال رخ دادن است؟» تغییر نمود. یکی از ویژگی‌های توییتر، محدود بودن به تایپ تنها ۱۴۰ کاراکتر است. این دو شناسه به قدری جدید بود که به سرعت در بین کاربران اینترنت به محبوبیت رسید.

در توییتر علاوه بر افزودن نوشتار، می‌توان فیلم، عکس و صدا را نیز ارسال کرد. شعبه مرکزی آن در سانفرانسیسکو در ایالت کالیفرنیا می‌باشد و دفاتری هم در شهرهای بوستون، نیویورک و سن آنتونیو دارد. توییتر تا پایان اوت سال ۲۰۱۱ به ۱۱ زبان زنده دنیا ترجمه شده بود، لیکن به منظور افزایش زبان‌های این شبکه اجتماعی در حال حاضر، تیمی متشکل از ۲۰۰ هزار نفر در حال ترجمه آن به سایر زبان‌های پرطرفدار می‌باشند (توییتر، ۲۰۱۲).

هویت

در بررسی مفهوم هویت، باید این موضوع را مدنظر داشت که هویت مفهومی پیچیده، چندبعدی و سیال دارد و دارای سویه‌ای تاریخی می‌باشد؛ چراکه عامل سازنده هویت در طول زمان تغییر می‌کند. در مورد چیستی هویت، از منظرهای متفاوتی تعریف‌های گوناگونی ارائه شده است. هویت را می‌توان آگاهی فرد نسبت به خود دانست که در نتیجه تداول کنش‌های فرد به او واگذار نمی‌شود، بلکه فرد باید آن را به‌طور مداوم و پیوسته در زندگی روزمره ایجاد نماید و در فعالیت‌های خویش مورد پشتیبانی قرار

دهد (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۸۱).

از این دیدگاه، هویت چیزی نیست که دفعی و آنی ایجاد شود، بلکه امری است که در گذر زمان، هر شخص آن را کسب نموده و بخشی از شخصیت خود را توسط آن در معرض نمایش و منظر عموم قرار می‌دهد. به بیان دیگر، فرد، بخشی از شخصیت خود را در معرض قضاوت دیگران قرار می‌دهد.

از دیدگاه دیگر، هویت به مفهوم فرایند معناسازی براساس ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌باشد که در منابع معنایی دیگر ارجحیت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۲۳). بر این مبنا، هویت احساس درونی است که انسان سعی دارد با نمادها و نشانه‌هایی آن را تحقق بخشد. هر انسانی تمایل دارد هویت خود را آگاهانه در گروهی خاص جست‌وجو نماید. تمایل انسان‌ها برای جست‌وجوی هویت‌های جمعی، منجر می‌شود که گاه چندین هویت مختلف را بپذیرد؛ چنان‌که تعلق هم‌زمان به خانواده، دین، قومیت، ملیت و تمدن، می‌تواند در هویت هر انسانی با هم سازش داشته باشند (گل محمدی، ۱۳۸۱، ص ۹۱).

چنانچه بخواهیم به درک جامع‌تری نسبت به مقوله هویت برسیم، لازم است در خصوص معنای لغوی این مفهوم نیز به درک صحیحی دست یابیم. در لغت‌نامه دهخدا، هویت «تشخیص» معنا شده است که میان حکما و متکلمان مشهور است (دهخدا، ۱۳۸۱، ص ۲۰۸۶۶). در فرهنگ معین، ذات باری تعالی، هستی، وجود و سرانجام آنچه موجب شناسایی شخص باشد، معنا شده است (معین، ۱۳۷۱، ص ۵۲۲۸). همچنین فرهنگ انگلیسی آکسفورد، هویت

می‌توان ادعا نمود که تقویت این بعد از هویت، موجب دوام و قوام سایر ابعاد آن شده و از سوی دیگر، چالش در این حوزه می‌تواند زمینه‌ساز بحران در سایر ابعاد هویت گردد. این ادعا در جوامعی که دین رکن اساسی اداره آن را مشخص می‌کند، کاملاً صادق است (شرفی، ۱۳۷۴، ص ۹۵).

با توجه به حاکمیت مکتب انسان‌ساز اسلام بر جامعه ما، تبیین هویت اسلامی نیز ضروری است: هویت اسلامی مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی و الهی است که در هر زمان و مکانی دارای منزلت می‌باشد و با تغییر مکان و زمان، ارزش‌های اخلاقی و الهی با انکسار و شکستگی مواجه نمی‌شود.

ب) هویت ملی

مفهوم هویت ایرانی در معنای یکپارچگی سیاسی و قومی و دینی و زبانی و مکانی و زمانی آن شباهت‌هایی با مفهوم هویت ملی در عصر جدید دارد. در قرن سوم میلادی از سوی پادشاهان ساسانی این مفهوم، وارد تاریخ ایران گردید. هویت ایرانی که در دوره ساسانیان ابداع شده بود، در دوران اسلامی با نشیب و فرازهایی پایدار ماند. در دوره صفوی، این هویت تولدی دوباره یافت و در عصر جدید به صورت هویت ملی ایران متجلی گردید (اشرف، ۱۳۸۳، ص ۱۴۵).

هویت ملی ایرانی دربرگیرنده مؤلفه‌های ذیل می‌باشد:

۱. همه ایرانیان را به یکدیگر شبیه می‌سازد و ما را به هم می‌پیوندد؛
۲. همه ایرانیان را از غیر ایرانی‌ها متمایز می‌سازد؛

(identity) را به شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص معنا نموده است. در فرهنگ جامعه‌شناسی، از هویت این‌گونه تعریف شده است: «پنداشت نسبتاً پایدار فرد از کیستی و چیستی خود که از طریق تعاملات اجتماعی فرد با دیگران در فرایند اجتماعی شدن تکوین می‌یابد.» این پرسش که «من کیستم؟» ابتدایی‌ترین و در عین حال، بنیادین و ابدی‌ترین نیاز معنوی انسان را مطرح می‌نماید؛ زیرا چنانچه این نیازمندی تأمین نشود و انسان از هویت خود آگاهی نیابد، موجودی سرگردان خواهد بود.

با نگرش در تعاریف ارائه شده، بهترین ملاک برای درک هویت در هر فرد، قرار دادن او در مقابل غیر می‌باشد که در حقیقت، مجموعه ادراکات، اندیشه‌ها و تفکرات یک فرد از خود و پیرامونش در مقابل دیگر اندیشه‌ها و ادراکات می‌باشد. بر این اساس، هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات، مشخصات فردی و اجتماعی، احساسات و اندیشه‌های مربوطه که فرد آنها را از طریق توانایی کنشی متقابل با خود و یافتن تصویری از خود به دست می‌آورد و در جواب سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد.

حال پس از تبیین مفهوم کلی هویت، در خصوص دو بعد مهم و اساسی آن، یعنی هویت ملی و هویت دینی، مطالبی بیان می‌شود:

الف) هویت دینی

هویت دینی به سبب ماهیت و محتوا، تقریباً مهم‌ترین بعد هویت می‌باشد که نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در هویت‌یابی افراد یک جامعه دارد.

نتیجه، از دست رفتن معنا منتهی خواهد شد. از صاحب‌نظران این رویکرد می‌توان مانوئل کاستلز، نامیلسون و دریفوس را نام برد.

ج) نظریه‌های تلفیقی

این دسته از نظریه‌ها، جهانی شدن را همواره متضمن هم‌زمانی و درون پیوستگی امر جهانی و امر محلی می‌داند. براساس این دیدگاه، معرفت محلی از دست نرفته، بلکه این نوع معرفت در فضای مجازی با اشکال معرفت غیر محلی تکمیل می‌شود. از دیدگاه این دسته از نظریه‌ها، از طرفی، اینترنت برای فرایند هویت‌سازی پیامدهای مثبت و منفی را با هم به همراه دارند. از این رو، می‌توان گفت که با فرایند گسترش ارتباطات مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی و در نتیجه، شکل‌گیری فضای مجازی، نوعی تعامل میان هویت و جامعه شکل می‌گیرد. از جمله نظریه‌پردازان این حوزه می‌توان به آنتونی گیدنز، استوارت هال، تامپسون و رابرتسون اشاره کرد.

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی

به جرئت می‌توان گفت که مهم‌ترین تحول در عرصه فضای مجازی، ظهور شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی، فضایی آنلاین می‌باشند که بر ساخت و بازتاب روابط اجتماعی میان افراد تمرکز می‌کنند. مایکل وسچ، انسان‌شناس فرهنگی دانشگاه ایالتی کانزاس، جوامع قبیله‌ای را با شبکه‌های اجتماعی مقایسه نموده و اینچنین بیان می‌کند که «در فیس‌بوک نیز همانند فرهنگ قبیله‌ای، مردم هویت

۳. جایگاه ملت ما را در جامعه جهانی تعریف می‌کند؛

۴. ما را به گذشتگان این آب و خاک و آیندگان را به ما پیوند می‌دهد.

چارچوب نظری

پس از بیان مفاهیم بنیادین در حوزه تحقیق، به بیان نظرات ارائه شده از سوی صاحب‌نظران این حوزه می‌پردازیم. با توجه به متفاوت بودن نوع نگاه متفکران، نظریه‌های هویت و فضای مجازی در سه رویکرد جداگانه مورد مذاقه قرار می‌گیرد:

الف) نظریه‌های خوش‌بینانه

براساس این دسته از نظریه‌ها، فضای مجازی برای افراد این فرصت را فراهم می‌کند که هویت‌ها و زندگی‌های برابر را تجربه کنند و در فضایی که آزادی بیشتر را نسبت به واقعیت به آنان می‌بخشد، شرکت کنند. از این رو، فشارهای ناشی از محیط جغرافیایی در این فضا جایی ندارند. از جمله صاحب‌نظران این حوزه می‌توان به شری ترکل، استون و رینگلود اشاره کرد.

ب) نظریه‌های بدبینانه

براساس این دیدگاه، فضای مجازی به دلیل انتزاع از زمان و مکان، موجب شکل‌گیری هویت‌های پیچیده و متعدد می‌شود و تجربه‌ای با واسطه در این فضا شکل می‌گیرد که در آن تعامل رودررو وجود ندارد. از طرفی نیز بدن به عنوان منبع حس، در فضای مجازی غایب است که این خود، به انزوا و افسردگی فرد و شکل‌گیری هویت گمنام بر روی شبکه و در

بانکداری الکترونیک از جمله مهم‌ترین انواع تجارت الکترونیک جدید هستند که قبلاً با این کیفیت امکان‌پذیر نبوده است.

اگر به کاربری‌های متفاوت فضای مجازی توجه شود، مشخص می‌گردد که شبکه‌های اجتماعی مجازی، حداکثر در تمامی موارد و دست‌کم در چهار مورد از کاربردهای فضای مجازی، قادر به ارائه خدمات به کاربران خود هستند. شبکه‌های اجتماعی مجازی قادر به ایجاد مکانی برای تسهیل ارتباطات بین افراد هستند و هم‌زمان می‌توانند کارکردهای آموزشی، تفریحی و... را نیز به همراه داشته باشند. بدیهی است که این کارکردها، اهمیت یکسانی برای کاربران نخواهند داشت. با این حال، به نظر می‌رسد که کارکرد ارتباطی، مهم‌ترین خصوصیت شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد.

از دیگر سو، همین ارتباط تعاملی (همانند ارتباطات سنتی) به شکل‌گیری هویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی یاری رسانده است. محدودیت‌هایی که در نظام‌های ارتباطی سنتی وجود دارد، تا حدی در شبکه‌های اجتماعی مجازی از بین می‌رود و همین امر، شکل‌گیری هویت و فرهنگ در این فضا را تسهیل می‌نماید. تسهیل ارتباطات در این شبکه‌ها به گونه‌ای است که در کنار عرصه عمومی، به یک عرصه مجازی برای تبادل نظر و گفت‌وگو تبدیل شده است.

تعریف سنتی از اجتماع، معمولاً دارای قید و بندهای جغرافیایی می‌باشد؛ اما اجتماع‌های مجازی معمولاً از نظر جغرافیایی پراکنده هستند. جوامع مجازی معمولاً مرزهایی بین اعضای خود و اعضای

خود را با تعریف رابطه‌شان با دیگر افراد معرفی می‌کنند» (سایت فیس بوک). امروزه شبکه‌های اجتماعی گوناگونی در فضای مجازی فعالیت می‌کنند تا پاسخگوی نیاز اصلی افراد، یعنی «برقراری ارتباط» باشند، لیکن جذابیت‌های خاص این محیط‌ها، موجب گردیده که اغلب کاربران این شبکه‌ها، به استفاده از آن اعتیاد پیدا کنند.

به منظور بررسی علل افراط کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی که به نوعی موجب اعتیاد آنها گردیده، به پنج کارکرد مهم بهره‌گیری از فضای مجازی از دیدگاه اندیشمندان این حوزه اشاره می‌شود:

۱. ارتباطات؛ هدف اولیه مشارکت‌کنندگان در فضای سایبرتیک است.

۲. تحصیل؛ نه تنها تحصیلات رسمی با فضای مجازی دچار دگرگونی می‌شود، بلکه بسیار فراتر می‌رود؛ نوعی آموزش لذت‌بخش که همراه با سرگرمی است ایجاد می‌شود.

۳. تفریح و سرگرمی؛ فضای مجازی، تفننی بدیع و هیجان‌انگیز است؛ چه به‌طور مستقیم و چه به وسیله ابزار آنلاین تفریح و سرگرمی و چه به وسیله بازی‌های رایانه‌ای و البته تلفن ساده و سرک کشیدن در گپ‌های مورد علاقه. علاوه بر آن، واقعیت مجازی مرور انواع هنرها که امکان تجربه آنها در زندگی واقعی وجود ندارد، از عوامل جذابیت‌بخش فضای مجازی هستند.

۴. تسهیل امور؛ فضای مجازی با امکان ارتباط از راه دور، پژوهش، نامه‌نگاری، انجام معاملات و حتی کار کردن به تسهیل امور روزانه افراد می‌پردازد.

۵. تجارت الکترونیک، خرید الکترونیک و

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افزایش طلاق

یکی دیگر از موضوعاتی که در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح می‌گردد، سست شدن بنیان خانواده و افزایش طلاق در سطح جوامع می‌باشد؛ موضوعی که موجب خدشه‌دار نمودن سبک زندگی ایرانی - اسلامی می‌گردد. به‌طورکلی، رواج هرچه بیشتر استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی، موجب گردیده که زوج‌های شکاک، فرهنگ اعتماد به زوجین را، که از تعالیم عالیه ملی و دینی ما می‌باشد، کنار گذاشته و افرادی را ترغیب نمایند تا در فضای مجازی به سراغ همسرشان بروند و بدین وسیله، میزان پایبندی همسر خود را آزمایش کنند. اکثر جوانان و نوجوانان امروزی و بعضی از بزرگ‌ترها، شبکه اجتماعی را در حدی می‌شناسند که عامل به اشتراک گذاشتن عکس‌ها، خاطرات و نظرات در بین دوستان و آشنایان است. این محیط مجازی در نگاه آنها، محیط خوب برای یافتن دوستان قدیمی و تازه شدن روابط است. لیکن باید به این نکته نیز دقت داشت که در عصر ترافیک و انواع آلودگی‌های محیطی و اخلاقی، وجود این نوع فناوری‌ها به انسان راحت‌طلب بهانه می‌دهد که دیگر به سمت صله رحم در عالم فیزیکی و متن جامعه گام برندارد.

آنچه در خصوص افزایش روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ملاحظه می‌شود، آن است که این محیط‌ها می‌توانند با ارائه امکانات جدیدتر، رابطه زوجین با یکدیگر در دنیای واقعی را روزبه‌روز کمتر نمایند. برای نمونه، در گزارشی که در سال ۲۰۱۱ در سایت دیلی تلگراف انتشار یافت، به این موضوع اشاره گردید که یکی از مشکلاتی که

غیرعضو برقرار می‌سازند. با این حال، میزان شباهت اجتماعات واقعی و اجتماعات مجازی بسیار زیاد است؛ معمولاً هر دوی آنها امکاناتی مانند پشتیبانی از اعضا، گردش اطلاعات و ایجاد رابطه دوستی بین اعضا را فراهم می‌آورند. همچنین اجتماع‌های مجازی به وسیله گروه‌های متفاوت و گاه حرفه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند.

از سوی دیگر، بنا بر دیدگاه برخی از کارشناسان این حوزه، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، به این مفهوم می‌باشد که افراد برای فرار از نوعی اضطراب یا احساس ناخوشایند درونی و به‌طور وسواس‌گونه به ارتباط در چنین شبکه‌هایی می‌پردازند. این استفاده افراطی می‌تواند اجتناب از برخورد با واقعیت‌هایی باشد که در ناخودآگاه افراد در محیط‌های اجتماعی بیرونی، بخصوص کانون خانواده، سرکوب شده است. در حقیقت، زمانی که موضوع اعتیاد در هر زمینه‌ای مطرح می‌شود با نوعی رفتار وسواسی مواجه هستیم که فرد، توانایی کنترل رفتار را ندارد؛ از این رو، تمایلات درونی وی رفتارهای او را به سمت وسوسه‌های پیش می‌برد که انجام ندادن آن کار برای او امکان‌پذیر نخواهد بود.

به هر حال، فارغ از دیدگاه‌های مثبت و منفی در این حوزه و با بررسی تحلیلی این موضوع، می‌توان این‌گونه بیان نمود که حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی در صورتی مقبول است که ضمن عدم اعتیاد به شبکه‌های مذکور، موجب انقطاع فرد از محیط خانواده و سایر اطرافیان در دنیای واقعیت نگردد و آسیبی به فعالیت‌های وی در ارتباطات فیزیکی زندگی روزمره و امور دینی و اخلاقی نقش‌های اجتماعی وارد نسازد.

روابط عاطفی خانواده به هم می‌ریزد و بدین شکل، بنیان خانواده سست و ناپایدار می‌گردد. آنچه در پایان این بخش قابل ذکر می‌باشد، آن است که جوانان و نوجوانان ما باید در خصوص عواقب استفاده نادرست از محیط شبکه‌های اجتماعی مجازی، آگاهی لازم را کسب نمایند. جامعه‌شناسان و روان‌شناسان کشور نیز لازم است پیش از اینکه جامعه به سمت این فناوری‌ها برود، به سراغ انجام امور تحقیقاتی در این زمینه رفته و با بهره‌گیری از علم خود و توصیه‌های بزرگان دینی و ملی کشورمان، پیش از بروز چنین فجایعی، راه‌حل مناسب را ارائه نمایند.

شبکه‌های اجتماعی، تهدیدی برای حریم خصوصی بنیان خانواده

یکی از مسائل بسیار مهمی که در سیاست‌گذاری رسانه‌ای و اجتماعی دنیا به آن پرداخته می‌شود، مسئله «سواد رسانه‌ای» است. سواد رسانه‌ای به زبان ساده عبارت است از مجموعه مهارت‌هایی که شهروندان برای مواجهه با رسانه جدید لازم است بیاموزند. امروزه در سراسر دنیا با بهره‌گیری از حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم نهادهای دولتی، آموزش‌های لازم از طریق رسانه‌ها و برقراری دوره‌های آموزشی به شهروندان ارائه می‌شود. این آموزش‌ها موجب می‌گردد شهروندان روش‌های بهره‌گیری صحیح از رسانه جدید را فرا گرفته و آسیب‌ها و خطرات احتمالی آن را نیز بیاموزند.

با پیشرفت رسانه‌های جدید ارتباطی از قبیل اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، مفاهیم مرتبط، همچون «سواد دیجیتالی» و «سواد اینترنتی»

فضای مجازی و بخصوص فیس بوک برای افراد به وجود آورده، کم کردن روابط فیزیکی است؛ حال این روابط می‌تواند در فضای خانه، دانشگاه و سایر جمع‌ها باشد که این موضوع در جوامع غربی موجب افزایش طلاق گردیده است.

کارین کنستانتین، وکیل آمریکایی، در خصوص تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر خانواده‌ها اینچنین می‌گوید: «شبکه‌های اجتماعی، عامل اصلی اختلاف میان زوجین هستند. شما در بسیاری موارد که زوجین تصمیم به جدایی می‌گیرند، رد پایی از شبکه‌های اجتماعی را پیدا می‌کنید.» وی در ادامه صحبت‌های خود می‌افزاید: «موارد بسیاری را می‌توان یافت که افراد به دلیل یافتن مواردی از همسران خود در فیس بوک، به جدایی راضی می‌شوند؛ مواردی همچون دیدن عکس از همسرشان در حال رقصیدن با یک زن دیگر و یا دیدن نوجوانی که در حال نوشیدن مشروبات است که یکی از والدینش به وی داده است» (ورلدنیوز، ۲۰۱۲). همچنین نتایج یک مطالعه در انگلستان نشان داده که قریب یک سوم تا یک پنجم از طلاق‌های ثبت شده در این کشور، به فیس بوک و شبکه‌های اجتماعی مرتبط گردیده است.

یکی از مهم‌ترین و شایع‌ترین آسیب‌های حضور اعضای خانواده در شبکه‌های اجتماعی مجازی آن است که پس از مدتی که از حضور زوج‌ها در شبکه اجتماعی گذشت، یکی از زوجین به سراغ دایره دوستان جنس مخالف فیس بوکی خود در دوران قبل از ازدواج می‌رود تا با آنها به اصطلاح «روابط عشقی» برقرار نماید. در اکثر قریب به اتفاق این تماس‌ها،

بوک اضافه می‌کند، باید بدانند که به شکل رایگان در خدمت دستگاه‌های اطلاعاتی آمریکاست و این گنجینه اطلاعاتی را برای آنها تکمیل می‌کند.»

به گفته وی، فیس بوک یک گنجینه اطلاعاتی بسیار بزرگ از نام و سوابق افراد است که کاربران آن را به شکل داوطلبانه در اختیار این شبکه اجتماعی قرار می‌دهند؛ ولی این ابزار، توسط دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی آمریکا مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. دسترسی این دستگاه‌های اطلاعاتی به اطلاعات ذخیره شده در فیس بوک، آن را به یک ابزار خطرناک بدل کرده است.

فیس بوک در گزارشی که در ۲۷ اوت ۲۰۱۳ منتشر کرد، اعلام نمود که اطلاعات کاربران را به درخواست دولت‌های مختلف، در اختیار این دولت‌ها می‌گذاشته است. در این گزارش آمده است که تنها در نیمه نخست سال ۲۰۱۳، دولت‌های گوناگون خواستار دستیابی به اطلاعات بیش از ۳۸ هزار کاربر این شبکه اجتماعی شده‌اند که در ۸۰ درصد موارد، درخواست‌ها به نتیجه رسیده است. بیش از ۴۷ کشور جهان چنین درخواست‌هایی از فیس بوک داشته‌اند. بیش از نیمی از درخواست‌ها مربوط به دولت آمریکا بوده است (۲۰ تا ۲۱ هزار کاربر) که به ۷۹ درصد از آنها ترتیب اثر داده شده است. میزان دقیق درخواست‌های آمریکا به علت وجود قوانینی که مانع افشای آمار دقیق هستند، ممکن نمی‌باشد. دولت بریتانیا نیز ۲۳۰۰ درخواست در این زمینه داشته است که به ۶۸ درصد از آنها ترتیب اثر داده شده است. مقامات ترکیه، اطلاعات ۱۷۳ کاربر فیس بوک را از این وب‌گاه درخواست کرده‌اند که فیس

نیز اهمیت پیدا کرد، به گونه‌ای که شرط لازم برای ورود به عرصه شبکه‌های اجتماعی و اینترنت، آگاهی از این سواد محسوب می‌گردد؛ در غیر این صورت، محیط شبکه‌های اجتماعی مجازی جولانگاه تبهکاران به‌منظور تخلیه اطلاعاتی کاربران و سوءاستفاده از آنها خواهد شد و به تبع آن، حریم خصوصی افراد توسط تبهکاران نقض می‌شود.

با بررسی میدانی صورت‌گرفته بر روی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، مشخص گردیده که اغلب آنان، آشنایی کافی با امکانات این وب‌سایت‌ها ندارند، بلکه تنها با دانستن امکانات محدودی همچون امکان جست‌وجو برای یافتن دوستان، افزودن دوستان به فهرست اعضا، عضو شدن در گروه‌ها و صفحات هواداری و نوشتن متن‌های کوتاه در خصوص وضعیت شخصی خود، پای در عرصه این شبکه‌ها می‌گذارند؛ موضوعی که موجب تهدید حریم خصوصی خانواده‌ها و خدشه به بنیان آن می‌گردد. در سبک زندگی ایرانی-اسلامی، حفظ حریم خصوصی از ملزومات می‌باشد و هیچ‌یک از زوجین و اطرافیان حق ندارند به این حریم خدشه‌ای وارد نمایند. موضوعی که در قوانین حاکم بر کشورمان و عرف جاری نیز مورد توصیه مؤکد واقع شده است. در انتهای این بخش و به‌منظور تکمیل موضوع، به اظهارنظر یکی از صاحب‌نظران این عرصه در خصوص شبکه اجتماعی فیس بوک بسنده می‌گردد:

جولیان آسانژ، مؤسس وب‌سایت ویکی لیکس، می‌گوید: «فیس بوک تنفرآمیزترین ابزار جاسوسی است که تاکنون خلق شده است. هر کس که نام و مشخصات دوستان خود را به شبکه اجتماعی فیس

ملی و مذهبی، ایجاد شده‌اند.

۳. به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا: یکی از رویکردهای اصلی شبکه‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌های کاربران شبکه با یکدیگر است. موضوع به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها در شبکه‌های اجتماعی از چنان اهمیتی برخوردار است که می‌توان گفت بدون توجه به این هدف، شبکه اجتماعی معنا و مفهومی نخواهند داشت. هدف از این کار، آن است که هر یک از کاربران بتوانند دغدغه‌های خود را در حوزه‌های مختلف مطرح نموده و در جریان دل‌مشغولی‌های دیگران در این حوزه‌ها نیز قرار بگیرند. یکی از حوزه‌های مورد اشتراک توسط کاربران این شبکه‌ها، بیان دغدغه‌های فردی در عرصه هویت ایرانی - اسلامی می‌باشد.

۴. امکان ایجاد محتوا توسط اعضا: بر خلاف سایر رسانه‌ها که مخاطبان، چندان تعاملی در تولید و انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، کاربران می‌توانند تولیدکننده، تأثیرگذار و دارای قدرت انتخاب و بهره‌برداری باشند. با توجه به این موضوع، پایگاه‌های شبکه‌های اجتماعی بیش از هر رسانه دیگری می‌توانند با پیشرفت فناوری و توسعه جوامع، به برتری‌های سایر رسانه‌ها همچون تلویزیون که از قوه شنیداری و دیداری به خوبی بهره می‌برند، خاتمه دهند.

ب. مزایای شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه

هویت ایرانی - اسلامی

۱. انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی: اخبار شبکه‌های اجتماعی، بدون سانسور منتشر می‌شوند و این

بوک به ۴۵ مورد از آنها پاسخ داده است. وکیل فیس بوک در این خصوص اظهار امیدواری کرده که این گزارش در جهت دستیابی به «معیارهای مناسب برای درخواست‌های دولت‌ها درباره اطلاعات کاربران» مفید باشد (سایت فیس بوک).

نتیجه‌گیری

الف. کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در

عرصه هویت ایرانی - اسلامی

۱. سازمان‌دهی بپینه گروه‌های اجتماعی مجازی: همان‌گونه که فلسفه وجودی شبکه‌های اجتماعی واقعی، تشکیل و پیوند گروه‌های اجتماعی بر محور مشترکات اعتقادی، ملی، سیاسی و اجتماعی می‌باشد، بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مجازی در اینترنت نیز با انگیزه سازمان‌دهی کردن گروه‌های اجتماعی مجازی با تکیه بر اشتراکات مذکور، شکل می‌گیرند. آنچه مشخص می‌باشد آن است که اعضای این اجتماعات مجازی با پیوندهایی که با یکدیگر دارند، در مجموع به دنبال تحصیل یک هدف مشترک در دنیای واقعی هستند، که اغلب اهداف ملی، مذهبی و یا سیاسی می‌باشد.

۲. توسعه مشارکت‌های اجتماعی: در شبکه‌های اجتماعی مجازی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به شرکت در فعالیت‌های حقیقی مبتنی بر هویت ایرانی - اسلامی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی به حدی بوده که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص، از جمله اهداف

در جهت آشنا نمودن کاربران این شبکه‌ها با فرهنگ غنی ایرانی و اسلامی بهره برد.

۳. شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی: یکی از شاخصه‌های مهم شبکه‌های اجتماعی مجازی، پدیدار شدن خرد جمعی است. خرد جمعی به جریان سیال و پویای قوه تفکر و ذهن کاربران حاضر در چنین محیط‌هایی اطلاق می‌شود که به مثابه یک پردازشگر عظیم، اطلاعات را پردازش و پایش می‌کند. همانند دنیای ابررایانه‌ها که قدرت پردازش آنها، از ترکیب چندین پردازشگر منفرد حاصل می‌شود، نیروی تفکر و ذهن کاربران شبکه اجتماعی، به مدد تعاملات اجتماعی اینترنتی و بهره‌گیری از ابزارهای اینترنتی با یکدیگر، ترکیب و همراه می‌شوند و نیروی عظیم با قدرت پردازش بالا پدید می‌آورند.

۴. امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها و سلیق دیگران: شبکه‌های اجتماعی، ارسال بازخورد از سوی مخاطب و همکاری و همگامی کاربران با همدیگر را تسهیل کرده و آنها را به مشارکت در بحث‌ها تشویق می‌کنند. اغلب شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد، باز هستند. آنها رأی دادن، کامنت گذاشتن و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را تشویق می‌کنند. رسانه‌های سنتی عمل انتشار را انجام می‌دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می‌کردند؛ ولی در رسانه‌های اجتماعی مجازی عصر نوین، فضایی برای گفت‌وگو و محاوره دوطرفه وجود دارد و جریان ارتباطی از حالت یک‌سویه به دوسویه تغییر پیدا کرده است. بهره‌گیری از این امکان در عرصه هویت، موجب تبادل آراء، عقاید و سلیق افراد به صورت

می‌تواند یک مزیت تلقی شود؛ هرچند امکان تکثیر اطلاعات مخدوش و نادرست نیز در این شبکه‌ها، بیش از نسل قبلی رسانه‌ها متصور می‌باشد؛ البته امکان مقایسه و تحلیل اطلاعات برای مخاطبان وجود دارد و نباید بنا را بر اعتماد به هر آنچه در این شبکه‌ها تولید و باز نشر می‌شود، گذاشت. تحلیل اخبار متناقضی که در این نوع پایگاه‌ها منتشر می‌شود، قدرت نقد و نگاه عمیق‌تر به مسائل اجتماعی را فراهم می‌کند. پایگاه‌ها به مخاطبان خود فرصت می‌دهند تا از تبعیت کورکورانه فاصله گرفته و در درازمدت به خرد نقادانه روی آورند؛ توجه به همین مزیت، کاربران می‌توانند نسبت به تحلیل و بررسی دقیق و کاربردی اخبار و اطلاعات منتشره در حوزه هویت دینی و ملی اقدام نمایند و بر همین اساس، به ارتقای هویت ایرانی - اسلامی کاربران خود کمک نمایند.

۲. امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف: یکی از مهم‌ترین مزایای بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی مجازی، عدم تبعیت از محدودیت‌های جغرافیایی حاکم در دنیای واقعی می‌باشد. این مزیت، موجب می‌شود که کاربران بتوانند دامنه گسترده‌ای از ارتباطات اجتماعی را پدید آورند. در حقیقت، امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان مهد تمدن‌ها و فرهنگ‌های ملل مختلف بشری محسوب می‌گردند. آگاهی از این مزیت و بهره‌مندی از آن، می‌تواند در راستای ترویج و اشاعه هویت ایرانی - اسلامی از سوی کاربران جامعه ما مورد استفاده قرار گیرد. در حقیقت، با این ابزار، می‌توان در پاسخ به جنگ نرم دشمن، از ابزار مقابله‌ای

تکامل دسته‌جمعی کاربران کمک نماید.

۷. تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی: گرچه به علت غلبه ابعاد دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی، بعد ارزشی آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است، اما به جرئت می‌توان گفت که یکی از قابلیت‌های مهم شبکه‌های اجتماعی که تاکنون مورد غفلت واقع شده، فراهم کردن فضایی بین‌المللی برای تبلیغ و اشاعه ارزش‌های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی است. بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی افرادی هستند که در صورت تبلیغ صحیح ارزش‌های اخلاقی و انسانی، از آن استقبال کرده و تحت تأثیر قرار خواهند گرفت.

۸. افزایش سرعت در فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه‌روزی بین استاد و شاگرد: یکی از بزرگ‌ترین تعالیم دینی و ملی ما که همواره مورد تأکید بزرگان این عرصه بوده، مقوله فراگیری علوم حتی در سرزمین‌های دوردست می‌باشد. بی‌شک، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نقش بسیار مؤثری در توسعه آموزش‌های تخصصی و عمومی دارند. هرچند به علت عدم امکان نظارت علمی، بسیاری از محتواهای اینترنتی، هنوز به مرتبه قابل قبولی از اعتبار علمی نرسیده‌اند، اما در عین حال، شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از عرصه‌های اینترنتی می‌باشد که کاربران بی‌شمار آنها به صورت خودجوش اقدام به آموزش و انتقال دانسته‌های تخصصی و عمومی خویش به دیگران می‌کنند. علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی علمی و آموزشی نیز به صورت تخصصی و با هدف آموزش از راه دور یا همان آموزش مجازی، مشغول فعالیت می‌باشند.

آزادانه و به دور از ملاحظات معمول در مجامع عمومی سنتی گردیده و در نتیجه، امکان طرح نظرات و دستیابی به نتایج مثبت در عرصه هویت ایرانی - اسلامی را موجب می‌گردد.

۵. کارکرد تبلیغی و محتوایی: حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی، احتمال مشارکت‌ها و کنش‌های اجتماعی را در آنان افزایش می‌دهد. پس هرچه پیوند کاربران شبکه‌ها، بیشتر و انبوه‌تر باشد، همراهی و تعاملات و نزدیکی دیدگاه‌ها و حرکت همسو و مشترک، محتمل‌تر خواهد شد. از این رو، استفاده از چنین فضایی برای معرفی و تبلیغ و هم‌راستایی مخاطبان در جهت اهداف رسانه‌ای خود، نقش پررنگی خواهد داشت.

۶. ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان: یکی از مهم‌ترین توصیه‌های بزرگان دینی ما، جويا شدن از احوال یکدیگر می‌باشد؛ موضوعی که در ایران کهن نیز مورد تأکید بوده است. شبکه‌های اجتماعی در اینترنت موجب گسترده‌تر شدن دامنه ارتباطات شده است. ما می‌توانیم آشنایانی را که مدت زیادی است از آنها خبر نداریم یا از آنها بسیار دور هستیم، در فضای مجازی پیدا کنیم و معاشرت خود را با آنان از سر بگیریم. دوستانی را که زمان درازی است ندیده‌ایم، بار دیگر می‌بینیم و در مجموعه‌ای گسترده‌تر، به دوستی مان ادامه می‌دهیم. می‌توانیم از کتاب‌ها، فیلم‌ها، سلاقی و عقاید یکدیگر استفاده کنیم و آنها را با سایر دوستان خود به اشتراک بگذاریم. درحالی‌که این کارها، پیش‌تر بسیار وقت‌گیر بودند و نیاز به صرف زمان زیاد و حوصله فراوانی داشتند. همه این اقدامات در نهایت، به رشد فکری و

محتوای تولید شده توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، یکی از مهم‌ترین پیامدهای منفی این شبکه‌ها، شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که توسط برخی از اعضای این شبکه‌ها و با اهداف خاص منتشر می‌شود.

۲. تبلیغات ضد دینی و القای شبهات: در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز مانند سایر رسانه‌ها، افراد و گروه‌های مغرض با اهداف از پیش تعیین شده و با شیوه‌های مخصوص، اقدام به تبلیغات ضد دینی و حمله به اعتقادات مذهبی می‌نمایند. گاه پس از تحقیق و ریشه‌یابی درمی‌یابیم که هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه‌ها، دین‌زدایی و حمله به مقدسات دینی بوده است.

۳. نقض حریم خصوصی افراد: یکی از مذموم‌ترین اقداماتی که در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی صورت می‌پذیرد، نقض حریم خصوصی کاربران و خانواده‌ها می‌باشد. معمولاً شبکه‌های اجتماعی، ابزارها و امکاناتی را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند تا آنها بتوانند تصاویر و ویدئوهای خویش را در صفحه شخصی خود قرار دهند. همین‌طور، کاربران می‌توانند اطلاعات شخصی خود را نیز در این شبکه‌ها قرار دهند. در اغلب شبکه‌های اجتماعی، برای حفظ حریم خصوصی افراد، راه‌کارهایی ارائه شده است؛ برای مثال، دسترسی به تصاویر و اطلاعات را با توجه به درخواست کاربر محدود می‌نمایند و یا اجازه مشاهده پروفایل کاربر را به هر کسی نمی‌دهند؛ ولی این راه‌ها کافی نیستند. مشکلاتی از قبیل ساخت پروفایل‌های تقلبی در شبکه‌های اجتماعی و عدم امکان کنترل آنها به دلیل

۹. افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر: مردم در گذشته، استفاده از فضایی تعاملی مانند «چت» را تجربه کرده‌اند؛ اما در این فضا، کاربران، کمتر شخصیت و هویت خود را به درستی اعلام می‌کنند و از نام‌ها و شخصیت‌های مستعار استفاده می‌نمایند؛ زیرا اعتماد لازم به منظور بازگو کردن حقیقت در این فضا را ندارند. با شکل‌گیری شبکه اجتماعی مجازی، اعتماد مردم به بیان صداقت در این شبکه‌ها افزایش یافت. به گفته بیشتر کارشناسان، تا پیش از به وجود آمدن شبکه‌های اجتماعی، موضوع اعتماد و صمیمیت فضای سایبر در سراسر دنیا لمس نشده بود، ولی زمانی که شبکه‌های مذکور پا به عرصه اینترنت گذاشتند، مردم با اعتماد به این پایگاه‌ها، باعث گسترش صمیمیت در بین یکدیگر شدند. با توجه به اینکه افزایش روحیه اعتماد به نفس، صمیمیت و صداقت در میان افراد جامعه، یکی از اهداف عالی هویت ایرانی - اسلامی می‌باشد، چنانچه بهره‌گیری از ابزار شبکه اجتماعی مجازی بتواند به عنوان راهکاری به منظور ارتقای این خصایص به کار رود، بسیار مطلوب خواهد بود.

ج. پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی در

عرصه هویت ایرانی - اسلامی

۱. شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب: یکی از آثار زیان‌بار مترتب بر جوامع از دیدگاه مکتب اسلام و آیین کهن ایرانی، اشاعه شایعه در سطح جامعه می‌باشد؛ موضوعی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی به وفور مشاهده می‌شود. به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل

تیپ شخصیتی و ظاهری می‌باشد. بدون تردید، میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود. پس هر شبکه اجتماعی مجازی، هویت مطلوب خود را ترویج می‌کند.

پیشنهادها

در کنار کلیه آثار مثبتی که در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در عرصه هویت ایرانی - اسلامی، وجود دارد، تصور پیامدهای منفی و چالش‌هایی که در اثر استفاده نادرست و ناشایست از این شبکه‌ها، افراد و به تبع آن هویت آنها را تهدید می‌کند، آزاردهنده می‌باشد. لیکن آنچه مسلم است، برخورد سلبی با کلیه پدیده‌های نوین همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی، نه تنها مثمرتر نخواهد بود، بلکه تأثیر معکوسی نیز خواهد داشت؛ از این رو، به منظور مصون ماندن از تهدیدات و آسیب‌های احتمالی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و در عین حال، در راستای بازماندن از فناوری‌های نوین جهانی، پیشنهادهای کلی زیر ارائه می‌گردد. امید است که ارائه این پیشنهادات بتواند راهگشای کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی و بخصوص قشر جوان به منظور بهره‌مندی مثبت از این فناوری نوین باشد:

۱. لزوم ارائه آموزش لازم و کافی به خانواده‌ها، پیش از ورود آنها به شبکه‌های اجتماعی مجازی در جهت حفظ و ارتقای هویت ملی و دینی آنها؛
۲. لزوم فرهنگ‌سازی به منظور ارتقای آگاهی کاربران شبکه‌های اجتماعی در جهت بهره‌مندی از آثار مثبت آن در راستای حفظ و صیانت از هویت ایرانی و اسلامی آنها و مصون ماندن از آثار زیان‌بار

حجم بالای این هرزنامه‌ها، باعث می‌شود که افرادی با پروفایل‌های تقلبی به شبکه‌های اجتماعی وارد شوند و با ورود به حریم‌های خصوصی افراد مورد نظر، تصاویر و اطلاعات آنها را به سرقت برده و شروع به پخش تصاویر در اینترنت نمایند.

۴. تقویت روحیه انزواطلبی و خانواده‌گریزی: احترام به حریم خانواده و تقدیس آن، موضوعی است که هم در دین اسلام و هم در آیین ایرانی به کرات مورد تأکید قرار گرفته است. از این رو، هویت اسلامی - ایرانی مخالف با هر پدیده خانواده‌گریزی می‌باشد. از سوی دیگر، جامعه مجازی، هیچ وقت جایگزین جامعه واقعی نخواهد گردید، بلکه به عنوان تسهیل‌کننده تجارب اجتماعی عمل خواهد کرد. تسهیلات ارتباطی به ما امکان می‌دهد تا در سطح جهانی و از راه دور، به شیوه‌ای جدید با اجتماعاتی که منافع مشترکی داریم، بپیوندیم. عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب دور شدن افراد از کانون گرم خانواده و انزوای آنها در فضای حقیقی می‌شود که این امر بروز آسیب‌های روانی این قشر از جامعه و به تبع آن آسیب به هویت ملی - دینی کاربران را به دنبال خواهد داشت.

۵. تأثیرات منفی رفتاری: هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطی خاص خود را دارد؛ یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. البته می‌توان شبکه‌هایی را یافت که فرهنگ ارتباطی تقلیدی برای خود برگزیده‌اند. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی مجازی، درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطی می‌شود که شامل برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار،

بهره‌گیری نامناسب از این شبکه‌ها؛

۳. لزوم ایجاد شبکه اجتماعی ملی، منطبق بر آیین، فرهنگ، مذهب و قوانین جاری جمهوری اسلامی ایران؛

۴. نظارت کارشناسانه و مستمر بر فضای جوامع مجازی و برنامه‌ریزی برای آینده. توضیح آنکه در شبکه‌های اجتماعی مجازی نمی‌توان تنها مصرف‌کننده صرف بود، بلکه باید به سمت تولید و توسعه محتوا بر مبنای فرهنگ ایرانی و اسلامی گام نهاد.

۵. لزوم تهیه برنامه‌های آگاه‌سازی توسط صداوسیما به منظور آشنایی اقشار جامعه نسبت به نکات مثبت و منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در عرصه هویت ایرانی و اسلامی؛

۶. لزوم استفاده نهادهای دولتی و خصوصی از ظرفیت موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی به منظور عملی نمودن اهداف و برنامه‌های ملی، دینی، فرهنگی و اجتماعی مدنظر؛

۷. لزوم ارتقای دانش پلیسی به منظور یافتن سازوکارهای کاملاً مؤثر در جهت مراقبت و پیگیری اعمال مجرمانه باندهای مروج فساد و فحشا در شبکه‌های اجتماعی مجازی که مغایر با شئون و تعالیم عالی اسلامی و ایرانی می‌باشد. لازم به توضیح می‌باشد که این امر مستلزم تعامل بیش از پیش، پلیس فتا و پلیس امنیت اخلاقی و تبیین روابط دوجانبه در این زمینه می‌باشد؛

۸. لزوم برنامه‌ریزی اصولی وزارت خانه‌های آموزش و پرورش و فرهنگ و آموزش عالی به منظور تعلیم نسل فردای جامعه در جهت آگاه شدن به خطرات و آسیب‌های پیش رو در عرصه هویت ملی و اسلامی.

منابع

اشرف، احمد، ۱۳۸۳، *بحران هویت قومی و ملی در ایران*، تهران، مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

جلالی، اکبر، ۱۳۸۸، *روابط عمومی ۲*، تهران، کارگزاران و روابط عمومی. خانیکی، هادی، ۱۳۸۳، *تحولات نوین اجتماعی و سیاست‌گذاری فرهنگی در دانشگاه‌ها*، تهران، بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران.

خانیکی، هادی و محمود بابایی، ۱۳۹۰، «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی مفهوم و کارکرد»، *جامعه اطلاعاتی*، سال اول، ش ۱، ص ۹۶-۷۱.

دوران، بهزاد، ۱۳۸۱، *تأثیر فضای سایبر بر هویت اجتماعی*، پایان‌نامه دکتری، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.

دهخدا، علی اکبر، ۱۳۸۱، *لغت‌نامه دهخدا*، تهران، دانشگاه تهران. سپنجی، امیرعبدالرضا، ۱۳۹۰، *بررسی تطبیقی سیاست‌های ملی و بخشی عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات ۲۰ کشور جهان و ایران*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

شرفی، محمدرضا، ۱۳۷۴، *جوان و بحران هویت*، ج سوم، تهران، سروش. ضیایی‌پرور، حمیده، ۱۳۸۸، «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی»، *رسانه*، سال بیستم، ش ۴، ص ۴۲-۲۳.

کاستلر، مانوئل، ۱۳۸۰، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه، فرهنگ، قدرت هویت*، ترجمه حسن جاوشیان، تهران، طرح نو.

گل‌محمدی، احمد، ۱۳۸۱، «فرهنگ تهاجم، تبادل و تحول»، *مطالعات ملی*، ش ۶، ص ۱۰۲-۷۳.

گیدنز، آنتونی، ۱۳۸۷، *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.

معین، محمد، ۱۳۷۱، *فرهنگ فارسی معین*، تهران، امیرکبیر. نورمحمدی، مرتضی، ۱۳۸۸، *چالش‌های فرهنگ و هویت در فضای مجازی*، در: www.rasekhoon.net

Ben-Yehuda, Efrat, 2007, *The Return of the Gift Society: Traditional Relations of Exchange and Trust in Contemporary Technological Society*, Master of Arts, Simon Fraser University.

www.facebook.com

www.blog.twitter.com

www.twitter.com

www.irna.ir