



## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و ضرورت اتخاذ سیاست مناسب رسانه‌ای

مجید عباسزاده مرزبالی

### چکیده

فضای مجازی به‌عنوان واقعیتی نوظهور با کارکردهای خود و شکل‌دهی به تعاملات فرامرزی توانسته است بر جنبه‌های مختلف زندگی بشری تأثیر بگذارد که یکی مهم‌ترین آن‌ها، عرصه هویت ملی می‌باشد. در اینجا استدلال این است که ارتباطات بدون‌مرز در فضای مجازی موجب بروز تحولاتی در نگرش افراد به هویت ملی خود گشته و از این‌رو بسیاری از جوامع را با مسئله بحران هویت ملی مواجه ساخته است. نکته اساسی در اینجا این است که فضای مجازی بر گرایش‌های به هویت ملی در ایران نیز تأثیر گذاشته است، به طوری که در نتیجه‌ی این تأثیرپذیری، بسیاری از ایرانیان در معرض پرسش‌های اساسی در رابطه با هویت ملی خود قرار گرفته‌اند. به‌عبارتی گسترش فضای مجازی و افزایش میزان به‌کارگیری آن در ایران، توانسته است موجب کاهش گرایش بسیاری از کاربران ایرانی به هویت ملی خود شود. این وضعیت اتخاذ سیاست‌های مناسب در عرصه‌های مختلف را از سوی دولت جمهوری اسلامی، به‌منظور مقابله با چالش مذکور ضروری ساخته است که یکی از مهم‌ترین حوزه‌ها، حوزه رسانه می‌باشد. پژوهش حاضر بر این باور است که دولت جمهوری اسلامی با اصلاح رویکردها و سیاست‌های خود در رابطه با رسانه صدا و سیما و فضای مجازی، می‌تواند به تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود و جلوگیری از بروز بحران هویت ملی در کشور کمک نماید. لازم‌به‌ذکر است که در این مقاله از روش توصیفی-تحلیلی بهره برده شده است.

### کلمات کلیدی

فضای مجازی، هویت ملی، کاربران ایرانی، دولت جمهوری اسلامی، سیاست رسانه‌ای

مقدمه

فضای مجازی عنوانی برای دنیایی نوظهور در عصر پیدایش و گسترش رسانه‌های جدید ارتباطی است که بیش از دو-سه دهه از رواج آن در جهان نمی‌گذرد (هاشمی‌زاده و انصاری‌نسب، ۱۳۹۶: ۲۱). این فضا تمامی شئون و ابعاد زندگی بشر را دربر گرفته (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۳۹) و در ساختار تعاملات انسانی دگرگونی بنیادی ایجاد کرده و موجب افزایش تاثیرپذیری افراد و جوامع از یکدیگر شده است (قربان‌زاده سوار و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۵). یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی که از فضای مجازی تاثیر پذیرفته است حوزه هویت ملی می‌باشد. در اینجا استدلال این است که ارتباطات بدون مرز در فضای مجازی توانسته است موجب بروز تغییر و تحولات در نگرش افراد به هویت ملی خود گشته و از این رو بسیاری از جوامع را با مسئله بحران هویت ملی مواجه سازد.

نکته اساسی در اینجا این است که فضای مجازی بر گرایش‌های به هویت ملی در ایران نیز تاثیر گذاشته است، به طوری که در نتیجه‌ی این تاثیرپذیری، بسیاری از ایرانیان در معرض پرسش‌های اساسی در رابطه با هویت ملی خود قرار گرفته‌اند و نگرش آنان به این هویت دچار تحول گشته است. به باور این مقاله، نفوذ و گسترش فضای مجازی در ایران توانسته است بر گرایش بسیاری از کاربران ایرانی به هویت ملی خود تاثیر منفی گذاشته و به نوعی آن را کاهش دهد. این مسئله به‌طور کلی هویت ملی ایران را به چالش طلبیده است.

وضعیت مذکور اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد در عرصه‌های مختلف را از سوی دولت جمهوری اسلامی به‌منظور مقابله با چالش مذکور و تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود ضروری ساخته است. به‌طور کلی «واقعیت‌های تاریخی نشان می‌دهند که سیاست‌گذاری پیرامون مسئله هویت ملی، فرایندی همیشگی و ضروری است و نباید تصور کرد وقتی ملتی شکل گرفت، به‌خودی‌خود تداوم می‌یابد و به هیچ تلاش و سازوکار پشتیبانی‌کننده نیاز ندارد، بلکه برعکس، ملت و روح ملت‌بودگی در معرض فراز و فرود و چالش‌های جدی قرار دارد» (کریمی مله و قاسمی طوسی، ۱۳۹۳) که از مهم‌ترین آن‌ها در حال حاضر، چالش‌های هویتی ناشی از فضای مجازی است.

به‌علت اهمیت و تاثیر هویت ملی در انسجام اجتماعی و یکپارچگی ملی، دولت‌ها اتخاذ و اجرای سیاست‌های هویتی را در دستور کار خود قرار می‌دهند. در واقع از آن‌جا که هویت سرچشمه معنا و زندگی است و جوامع نمی‌توانند به‌مدت طولانی در بحران هویت به‌سر برند (سحابی و آقابیک‌پور، ۱۳۸۹: ۱۳۶)، دولت‌ها می‌بایست با اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد در عرصه‌های مختلف، هویت ملی را در جامعه بازسازی و تقویت کنند. نکته اساسی در اینجا این است که یکی از حوزه‌های مهمی که دولت‌ها می‌توانند

## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

با اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب در آن، به مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از فضای مجازی پرداخته و به تقویت هویت ملی در جامعه کمک نمایند، حوزه رسانه می‌باشد.

با توجه به آنچه بیان شد، سؤال مقاله این است که فضای مجازی چگونه موجب کاهش گرایش کاربران ایرانی نسبت به هویت ملی خود گشته و دولت جمهوری اسلامی را ملزم به اتخاذ چه سیاستی در حوزه رسانه کرده است؟ فرضیه مقاله این است که وجود امکانات و ارتباطات بدون مرز در فضای مجازی و گسترش و افزایش میزان به‌کارگیری آن در ایران، موجب کاهش گرایش بسیاری از کاربران ایرانی نسبت به هویت ملی خود شده و این وضعیت، دولت جمهوری اسلامی را به‌منظور تقویت گرایش این کاربران به هویت ملی، ملزم به اتخاذ سیاست مناسب و کارآمد در حوزه رسانه کرده است. براین‌اساس این دولت، تنها با اصلاح رویکردها و سیاست‌های خود در رابطه با رسانه صدا و سیما و فضای مجازی می‌تواند به تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود و جلوگیری از بروز بحران هویت ملی در کشور کمک نماید.

### **پیشینه پژوهش**

در رابطه با پیشینه پژوهش باید گفت در بررسی‌های صورت‌گرفته، تحقیقی مشاهده نشده است که همانند مقاله‌ی حاضر به بررسی موضوع پژوهش پرداخته باشد، بلکه تحقیقاتی وجود دارند که تنها به قسمتی از موضوع این مقاله پرداخته‌اند و یا اینکه درصورت پرداختن به قسمت‌های مختلف آن، تاکید و تمرکزشان بیشتر بر یک بخش یا موردی خاص بوده است. در اینجا برای نمونه می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد: کتاب‌ها: «بحران هویت در جامعه معاصر ایران» نوشته‌ی اسدالله بابایی فرد (۱۳۹۲) و «فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران» نوشته‌ی داود میرمحمدی (۱۳۹۴)؛ مقالات: «ارائه الگوی مطلوب تدوین سیاست‌های رسانه‌ای» نوشته‌ی وحید خاشعی (۱۳۹۱)، «تدوین الگوی خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی کشور» نوشته‌ی سیدمهدی الوانی و همکارانش (۱۳۹۳)، «سیاست‌گذاری سواد رسانه‌ای در ایران: چالش‌ها و ظرفیت‌ها» نوشته‌ی سیدمحسن علویپور و همکارانش (۱۳۹۹) و «راهبردهای شورای عالی فضای مجازی در سیاست‌گذاری رسانه‌های نوین ارتباطی» نوشته‌ی حمید محمدی و اکبر نصرالهی (۱۴۰۰). به‌طورکلی تفاوت مقاله‌ی حاضر با پژوهش‌های فوق در این است که اولاً به‌طور همزمان به چیستی هویت ملی در ایران و سیاست رسانه‌ای دولت جمهوری اسلامی و تأثیرات فضای مجازی بر گرایش کاربران ایرانی نسبت به هویت ملی‌شان می‌پردازد و ثانیاً راهکارهایی نیز در زمینه سیاست رسانه‌ای به‌منظور مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از فضای مجازی و تقویت گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی خود ارائه می‌دهد.

## چارچوب مفهومی و نظری

### الف) تعریف مفاهیم

#### هویت ملی

منظور از هویت ملی به عنوان عالی‌ترین و مهم‌ترین سطح هویت جمعی در کشور، به معنای آگاهی و احساس تعلق خاطر، تعهد و وفاداری اعضای جامعه نسبت به اجتماع ملی و مولفه‌های سازنده‌ی آن از قبیل سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، دین مشترک، فرهنگ مشترک و ... می‌باشد.

#### فضای مجازی

فضای مجازی محیط الکترونیکی است که ارتباط انسانی را به شیوه‌های سریع و فراجغرافیایی با ابزارهایی خاص و به‌طورمستقیم میسر می‌سازد و از آن جهت که برخاسته از اطلاعات نامرئی-اطلاعاتی است، اشکال متفاوتی به خود می‌گیرد (میرمحمدی، ۱۳۹۴). اینترنت، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، جلوه‌های فضای مجازی می‌باشند.

#### سیاست رسانه‌ای

منظور از سیاست رسانه‌ای، مجموعه‌ای از اصول و هنجارهای تدوین‌شده در یک جامعه است که برای مدیریت و هدایت رفتار سیستم‌های ارتباطات جمعی به کار می‌روند. این اصول و هنجارها در ساختار تصمیم‌گیر در حوزه رسانه و فرهنگ تهیه و تنظیم می‌شوند و برای اجرا به بخش‌های گوناگون سیستم اجرایی ابلاغ می‌گردند (علویپور و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۷۲).

#### ب) تأثیرات هویتی فضای مجازی و الزام دولت‌ها بر اتخاذ سیاست مناسب رسانه‌ای

امروزه به دلیل رشد و گسترش فضای مجازی و گسترش روابط میان گروه‌ها و جوامع مختلف، بسیاری از افراد در جوامع مختلف به درک تازه‌ای از چه کسی بودن خود رسیده‌اند که با تعاریف گذشته‌ی حاکم بر آن جوامع از هویت ملی متفاوت است که این مسئله موجب بروز نگرانی‌هایی در بسیاری از کشورها شده است. گسترش فضای مجازی موجب شده است که منابع معرفتی و عوامل تاثیرگذار بر هویت ملی نسبت به گذشته، متنوع‌تر و گسترده‌تر شود و همین مسئله باعث به‌جود آمدن دگرگونی‌ها و تغییراتی در عرصه هویت ملی جوامع گشته است.

فضای مجازی می‌تواند با ایجاد دوگانگی ارزشی-ساختاری، موجب از بین رفتن یا کاهش پای‌بندی افراد به هویت‌های مستقر شود. در دهه‌های اخیر کارکرد هویت‌سازی به عرصه فضای مجازی انتقال یافته و این عرصه به مهم‌ترین منبع در شکل‌دادن، تفسیر و انتقال هویت‌ها تبدیل شده است (میرمحمدی،

### تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

۱۳۹۴: ۲۸-۲۹). امروزه تعلقات هویتی افراد، بستگی زیادی به نحوه و مدت زمان استفاده آن‌ها از فضای مجازی پیدا کرده است. این موضوع بر چگونگی احساس افراد نسبت به هویت ملی‌شان تأثیر به‌سزایی دارد. براین اساس «هرچه میزان و مدت مواجهه افراد با رسانه‌های فضای مجازی بالا رود و هرچه کاربران محتوای مواجهه را واقعی‌تر تلقی کنند، بیشتر از رابطه خود با این رسانه‌ها در جهت بازبینی هویت ملی خود بهره می‌برند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر خواهد شد» (زارعی، ۱۳۹۲: ۴۱-۴۲؛ عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۳).

در عصر حاضر رسانه‌های ارتباطی فراملی در اکثر جوامع به فضایی برای دگرگون‌سازی و اختلاط هویت‌های ملی با هویت جهانی تبدیل شده‌اند، به طوری که یکی از تأثیرات اساسی این رسانه‌ها در گستره ملی و فراملی، کم‌رنگ کردن مرزهای هویتی جدید در میان مخاطبان است (صالحی امیری و افروغ، ۱۳۹۲: ۵۳). این رسانه‌ها موجب می‌شوند که فرد به هویت فراملی گرایش پیدا کرده و کمتر با معرف‌های هویت ملی و مرزهای جغرافیایی مشخص همذات‌پنداری کرده و خود را تعریف نماید (جعفری و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۶۴-۱۶۳).

قابلیت‌های فضای مجازی حس تحرک بی‌سابقه‌ای را به درون فضای اجتماعی تزریق کرده است. این حس بدان معناست که در فضای مجازی امکان تغییرات هویتی و ایجاد هویت مجازی برای افراد وجود دارد (حافظنیا، ۱۳۹۳: ۱۲۷-۱۲۶) و همین موضوع موجب خدشه‌دار شدن هویت ملی می‌گردد. «در فضای مجازی افراد با یک هویت واحد سروکار ندارند، بلکه در شاه‌راهی به سر می‌برند که در آن مرتب مواجهه‌هایی صورت می‌گیرد. بنابراین افراد مجال بیشتری برای ارائه هویت موردنظر خویش جدای هویت ملی پیدا می‌کنند» (معینی علمداری، ۱۳۸۴: ۱۱۳-۱۱۴).

علاوه بر این فضای مجازی گروه‌های قومی را نیز قادر ساخته است تا تا به بهای تضعیف هویت ملی‌شان، به تقویت هویت قومی خود پرداخته و به نوعی، توازن قدرت را در رقابت با دولت برخلاف مسیر قبلی به پیش ببرند و آن را متحول سازند (بنی‌هاشمی، ۱۳۹۰: ۱۴۲). گروه‌های قومی می‌توانند ضمن بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود در فضای مجازی، با ایجاد اجتماعات مجازی، امکان بازاندیشی، بازسازی و احیای مجدد هویت قومی خویش را بیابند و عملاً از طریق برقراری ارتباط با دیگر گروه‌ها و اقلیت‌های قومی در سراسر جهان و یکپارچه‌نمودن خواسته‌های خود در عرصه‌های ملی و جهانی به نیروی موثری در تغییر سیاست‌های هویتی مبدل گردند (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۸-۶۱؛ Elkins, 1997).

شرایط فوق‌الذکر، به‌طور کلی دولت‌ها را ملزم به اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب در عرصه‌های مختلف کرده است تا بدین وسیله بتوانند به مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از فضای مجازی بپردازند

و موجبات تقویت گرایش اعضای جامعه‌شان نسبت به هویت ملی خود و جلوگیری از بروز بحران هویت ملی را فراهم نمایند. نکته اساسی در اینجا این است که یکی از حوزه‌هایی که دولت‌ها می‌توانند با اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب در آن به تقویت هویت ملی در جامعه کمک نمایند، حوزه رسانه می‌باشد. در عصر حاضر دنیای سیاست‌گذاری و مدیریت رسانه‌ها با معادلات پیچیده‌ای روبه‌رو است و شتاب روزافزون توسعه فناوری، طیف‌های متکثر مخاطبان و ذائقه آنان، رقابت تنگاتنگ با سایر رسانه‌ها، گستردگی و تنوع موضوعات مربوط به رسانه و ... عرصه رسانه را با تغییر و تحولات گسترده‌ای مواجه کرده است (علی‌عسکری و دیگران، ۱۳۹۴: ۲۸). امروزه پیشرفت فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به‌عنوان بخش مهمی از سیاست‌گذاری رسانه‌ای موردتوجه قرار گرفته است و رابطه سیاست‌گذاری و رسانه را دستخوش تحولات بنیادین کرده و موجب شده است تا رسانه‌های سنتی و دولتی سیطره و استقلال خود را از دست بدهند. یکی از بارزترین نتایج این وضعیت در عرصه سیاست‌گذاری رسانه‌ای این است که بسیاری از دولت‌ها در پی یافتن راه‌های جدید ارتقای کارایی و اثربخشی و رشد رسانه‌های رسمی و داخلی خود هستند (توحیدفام و توسرکانی، ۱۴۰۰: ۱۴۵-۱۴۶). به‌طور کلی از آن‌جاکه در داخل یک کشور، رسانه‌های داخلی مخاطبان بیشتری دارند، لذا اتخاذ سیاست مناسب رسانه‌ای و حرکت معقول رسانه‌های داخلی و توجه به خواسته‌ها و دغدغه‌های ملی از سوی آنان، می‌تواند در جذب بیشتر مخاطبان و تقویت هویت ملی در نزد آنان تاثیر به‌سزایی داشته باشد (موحد و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۷۴).

یک جنبه‌ی مهم دیگر در رابطه با سیاست رسانه‌ای دولت‌ها، نوع واکنش آن‌ها در قبال فضای مجازی می‌باشد. نکته مهم در اینجا این است که تهدیدآمیزگشتن فضای مجازی برای هویت ملی، بیشتر برای آن دسته از کشورهایی صدق می‌کند که در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی سیاست‌های واقع‌گرایانه را سرلوحه کار خویش قرار نداده و تکلیف‌شان با تحولات، دگرگونی‌ها و الزامات ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی مشخص نشده و برخوردی سلبی و تقابلی با آن‌ها دارند. براین‌اساس دولت‌ها به‌منظور تقویت گرایش به هویت ملی در جوامع خود، می‌بایست با اتخاذ راهبردهای متناسب با شرایط عصر حاضر و با کسب بینشی صحیح از تحولات ارتباطی و اطلاعاتی در پهنه بین‌المللی، به‌صورتی فعال و توأم با عقلانیت و شناخت کامل و صحیح از ماهیت و ابعاد مختلف فضای مجازی، با این پدیده مواجه شوند و از فرصت‌ها و امکانات آن استفاده نمایند.

### هویت ملی در ایران

به باور این مقاله، به‌دلیل قدمت تاریخی گسترده کشور ایران می‌توان نشانه‌هایی از وجود هویت ملی را از دوره باستان جستجو کرد. هویت ملی ایران‌حاصل یک سلسله فعل‌وانفعالات و کشاکش تاریخی

### تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباس‌زاده مرزبالی

چند هزار ساله است که با گذار از مراحل مختلف، به شکل کنونی‌اش در آمده است. براین اساس می‌توان گفت «در میان ساکنان ایران از دیرباز نوعی هویت ملی نزدیک به مفهوم مدرن آن یا آگاهی تاریخی، فرهنگی و سرزمینی از ایران وجود داشته است. این آگاهی ملی از دوره باستان به دوران اسلامی و مدرن منتقل شد» (اشرف، ۱۳۹۵: ۲۲۳؛ رمضان‌زاده و بهمنی‌قاجار، ۱۳۸۷). با توجه به این، هویت ملی ایران را می‌توان هویتی کهن (تاریخی) و سه‌رکنی (سه‌لایه‌ای) دانست.

هویت ملی ایران در فرایند تاریخی تکوین خود، از سه رکن اصلی بهره‌مند گشته است: رکن اول مربوط به ایران باستان است؛ در این دوره، بن‌مایه هویت ایرانی با مشخص شدن فرهنگ و آداب و رسوم مشخص و تمایز و قرار گرفتن ایران در برابر سایر کشورها و اقوام با آیین زرتشت، اندیشه حکمران عادل تشخیص یافت. رکن دوم مربوط به اسلام می‌باشد که به مدت چهارده قرن به هویت ملی ایرانیان و نوع نگرش آن‌ها به جهان و رفتار و ساختار اجتماعی و سیاسی آن‌ها جهت داد. رکن سوم نیز مدرنیته می‌باشد که از اوایل دوره‌ی قاجار و در نتیجه‌ی آشنایی ایرانیان با آن، بر اندیشه‌های سنتی تعلق به ایران و هویت ایرانی تأثیر گذاشته و جلوه تازه‌ای به این هویت بخشید. روی هم رفته این سه منبع نقش مهمی در تعریف ایرانیان از چه کسی بودن خود داشته و دارند (ر.ک: بشیریه، ۱۳۸۳؛ رجایی، ۱۳۸۶؛ نقیب‌زاده، ۱۳۸۱). البته در کنار این، وجود آگاهی ملی در میان ایرانیان در طول تاریخ بر مبنای مؤلفه‌هایی چون سرزمین ایران، تاریخ کهن، دین و اعتقادات مذهبی، فرهنگ غنی، زبان فارسی و ... نیز پدید آمده بود.

نکته دیگر این‌که، وجود هویت ملی ایران به معنی نبود هویت‌های دیگر و احساس تعلق به آن‌ها در میان ایرانیان نیست بلکه انواع گوناگونی از هویت‌های فروملی در ایران وجود دارد (احمدی، ۱۳۹۰: ۱۰۸-۱۰۹) که از میان آن‌ها، هویت‌های قومی اهمیت بیشتری دارد. در ادوار تاریخی، هویت‌های قومی و ملی در میان اقوام ایرانی از هویت‌های برجسته محسوب می‌شده و میان این هویت‌ها تعارض وجود نداشته و به صورت توأم ایجاد شده‌اند (امیرکافی و حاجیانی، ۱۳۹۲: ۱۳۰). هویت ملی ایران، هویتی فراقومی است که در درازنای تاریخ با همکاری اقوام گوناگون ایرانی پدیدار شده و دربرگیرنده‌ی همه آن‌ها می‌باشد (رمضان‌زاده و بهمنی‌قاجار، ۱۳۸۷: ۷۳ و ۹۱؛ مدیرشانه‌چی، ۱۳۸۴: ۱۷۸).

### **تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی**

شواهد نشان‌دهنده‌ی آنند که جامعه ایران امروزه تحت تأثیر نفوذ و گسترش فضای مجازی در معرض تحولات و دگرگونی‌های جدی‌ای در زمینه هویت ملی قرار گرفته است. به این صورت که در نتیجه‌ی به‌کارگیری بسیاری از اعضای جامعه ایران به‌ویژه جوانان از فضای مجازی و در نتیجه، تأثیرپذیری آنان از این فضا، گرایش و احساس تعلق خاطر آنان نسبت به هویت ملی‌شان کاهش یافته و با در حال کاهش یافتن

است. از دیدگاه این مقاله، سیاست رسانه‌های دولت جمهوری اسلامی به‌ویژه در عرصه رسانه صدا و سیما نقش مهمی در سوق دادن مخاطبان ایرانی به سمت فضای مجازی جهت هویت‌یابی داشته و دارد. در اینجا به این سیاست رسانه‌های اشاره کوتاهی می‌گردد.

رسانه صدا و سیما از جمله ابزارهای اصلی دولت جمهوری اسلامی در ترویج هویت ملی مطلوب آن یعنی «هویت ملی اسلام‌محور» محسوب می‌شود. در واقع دولت جمهوری اسلامی را می‌توان مرجع و منبع اصلی شکل‌دهی و ترویج هویت در صداوسیما دانست. به عبارتی، رسالت اصلی این رسانه در دوره جمهوری اسلامی، ترویج مبانی و ارزش‌های اسلامی-شیعی تعیین شده است. به‌طور کلی در رابطه با کارکرد رسانه صداوسیما جمهوری اسلامی می‌توان گفت که «این رسانه این واقعیت را مورد توجه قرار نداده است که گروه‌ها و اقشار اجتماعی مختلف در کشور دارای نیازها، سلیقه‌ها و نگرش‌های گوناگون هستند و می‌بایست با در نظر گرفتن این موضوع به تولید و پخش برنامه‌ها اقدام کند» (بابایی فرد، ۱۳۹۲: ۱۷۰). رسانه‌ی مذکور چندان نیازمحور یا مشتری‌مدار نبوده و احتیاجی هم به آن نداشته و بیشتر سخنگوی حاکمیت می‌باشد (مصطفوی و صفی، ۱۳۹۴: ۱۶۲ و ۱۶۸). این وضعیت موجب بروز تنش‌های قومی، جنسی، طبقاتی، عقیدتی و هویتی در جامعه ایران شده است. بنابراین تصادفی نیست که بسیاری از اقشار تحصیل کرده ازسویی و مرزنشینان سنی‌مذهب در کشور ازسوی دیگر اغلب برنامه‌های برون‌مرزی را به برنامه‌های درون‌مرزی ترجیح می‌دهند (بابایی فرد، ۱۳۹۲: ۱۷۰-۱۷۱). در کل، صدا و سیما جمهوری اسلامی با اتخاذ سیاست‌های انحصاری در زمینه هویت، به یکی از مهم‌ترین عوامل تعارض ارزش‌ها و تضعیف گرایش‌های به هویت ملی تبدیل شده است.

البته در کنار این، می‌توان دلایلی چون: فقدان حوزه عمومی در کشور، آسان‌بودن برقراری ارتباط در فضای مجازی، همخوانی فضای مجازی با علائق و نیازهای کاربران و ... را نیز در گرایش مخاطبان ایرانی به فضای مجازی موثر دانست.

به‌طور کلی ورود رسانه‌های فضای مجازی به ایران به اوایل دهه ۱۳۷۰ بازمی‌گردد. از ورود تلویزیون‌های ماهواره‌ای به فضای ارتباطات جمعی ایران نزدیک به سه دهه می‌گذرد و در طی این مدت، شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای با سرعت روزافزونی افزایش یافت. شواهد و مطالعات حاکی از گسترده‌شدن بهره‌گیری خانواده‌های ایرانی از این شبکه‌ها و محبوبیت برنامه‌های آن‌ها در نزد بسیاری از ایرانیان است. در حال حاضر حدود ۵۰ درصد از جمعیت ایران به‌صورت گوناگون از ماهواره استفاده می‌کنند (بیچرانلو، ۱۳۹۵؛ علیزاده و زردار، ۱۳۹۶). کشور ایران در اوایل دهه ۱۳۷۰ نیز با اینترنت پیوند یافت (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۶۵). شمار کاربران اینترنتی در ایران در سال ۱۳۷۳ کمتر از ۲۵۰ هزار نفر بود.



## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

در سال ۱۳۸۳ بیش از ۲/۵ میلیون ایرانی به صورت دائم و ۳/۵ میلیون نفر به صورت غیردائمی کاربر اینترنت بودند (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۸۹). در سال ۱۳۸۷ نزدیک به ۵ میلیون کاربر در ایران وجود داشت (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۶۶). در طی سه - چهار سال اخیر نیز شمار کاربران اینترنتی در کشور به بیش از ۶۰ میلیون نفر رسیده است (علی‌عسکری و دیگران، ۱۳۹۴؛ گنجی و دیگران، ۱۴۰۰). استفاده از تلفن همراه نیز در جامعه ایران در جنبه‌های گوناگون مصرفی رواج یافته است. سامانه تلفن همراه از سال ۱۳۷۳ در ایران راه‌اندازی شد (رحمتی و بخشی، ۱۳۹۴: ۱۲۰). در یک دهه اخیر بهره‌گیری از این رسانه در ایران رشد فزاینده‌ای داشته، به طوری که در ابتدای سال ۱۳۸۹ تعداد کاربران آن به ۷۳ میلیون رسیده بود (مهدی‌زاده و خیلا، ۱۳۹۲: ۱۰۰). در سال‌های اخیر در ایران شبکه‌های اجتماعی مختلف همچون: تلگرام، اینستاگرام، وایبر، واتس‌آپ و ... با استفاده از بستر تلفن‌های همراه مورد استفاده فراوان قرار گرفته‌اند (بیگدلو، ۱۳۹۷: ۱۲). براساس نظرسنجی انجام‌شده در سال ۱۳۹۶ حدود ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل عضو یکی از این شبکه‌ها بوده‌اند (قلی‌زاده و زمانی، ۱۳۹۶: ۱۰۵). همچنین بر اساس نظرسنجی دانشگاه مریلند در ماه‌های منتهی به سال ۱۴۰۰ حدود ۶۶ درصد ایرانیان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه استفاده می‌کردند (احمدی و مولانا، ۱۴۰۰: ۱۷۰).

به‌طور کلی تسری و گسترش فضای مجازی در ایران عرصه‌هایی را به وجود آورده است که در آن کاربران می‌توانند نوع جدیدی از درجمع‌بودگی را تجربه کنند؛ نوعی جماعت مجازی که جایگزین جماعت‌های سنتی‌ای شدند که در فضا و زمان معین و به صورت چهره‌به‌چهره به تعامل می‌پرداختند (خانیکی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۴). گسترش رسانه‌های نوین ارتباطی در کشور به تدریج گرایش‌ها و کنش‌های اجتماعی در جامعه به‌ویژه در میان جوانان و دانشجویان را متاثر ساخت و تغییرات و پیامدهایی را در عرصه هویت ملی به همراه آورد (دانایی و بابائی ساروئی، ۱۳۹۶: ۴۵؛ قاسمی و دیگران، ۱۳۹۹: ۲۴۰). این وضعیت موجب خروج جامعه ایران از پوسته سنتی و ورود به عرصه جدید و جهانی شده و بسیاری از ایرانیان را در معرض تلقی جدیدی از هویت ملی خویش قرار داده است.

محتوا و نتایج بسیاری از تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه‌ی تأثیر فضای مجازی بر نگرش هویتی کاربران ایرانی، نشان‌دهنده‌ی آنند که در سال‌های اخیر گسترش و نفوذ این پدیده در ایران، به ورود هرچه‌بیش‌تر فرهنگ غرب و مظاهر آن به درون جامعه ایران کمک کرده به طوری که این عامل در کنار دور کردن بسیاری از ایرانیان از منابع قدیمی‌تر هویت‌بخش ملی خویش یعنی ایرانیت و اسلامیت، موجب گرایش هرچه‌بیشتر آنان نسبت به منبع مدرن هویت ملی شده است. در عبارتی دیگر، یافته‌ها حاکی از آن می‌باشند که بین مدت‌زمان استفاده کاربران ایرانی از فضای مجازی با هویت مدرن و فراملی آنان رابطه‌ای مثبت وجود

## فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۶۰، پائیز ۱۴۰۱

دارد، به این صورت که با افزایش این متغیر، گرایش به بُعد مدرن هویت ملی در نزد این کاربران تقویت و از گرایش‌شان به ابعاد قدیمی‌تر هویت ملی کاسته می‌شود (ر.ک: بابایی‌فرد، ۱۳۹۲؛ حسنی درمیان و دیگران، ۱۴۰۰؛ دانایی و بابائی ساروئی، ۱۳۹۶؛ ساعی و دیگران، ۱۳۹۴؛ میرمحمدی، ۱۳۹۴؛ عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۲؛ علیزاده و محمدی، ۱۳۹۴؛ فرجی هارمی و دیگران، ۱۴۰۱؛ کیان و قلی‌پور، ۱۳۹۵). این مسئله به‌طور کلی توانسته است بر نگرش آن‌ها نسبت به کلیت هویت ملی‌شان تاثیر منفی گذاشته و آنان را در معرض بحران هویت ملی قرار دهد.

در رابطه با تاثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر هویت ایرانیان باید عنوان کرد که این شبکه‌ها نقش مؤثری در تحول و دگرگونی و شکل‌دهی به هویت مخاطبان ایرانی دارند و مبانی فرهنگی و هویتی مدرن را در اختیار آنان قرار می‌دهند. به‌طور کلی هم‌اکنون حدود نیمی از جمعیت ایران از ماهواره استفاده می‌کنند. حجم انبوه و روزافزون شبکه‌های ماهواره‌ای به تدریج باعث روی‌گردانی مخاطبان از مبانی ایرانی و اسلامی فرهنگ و هویت ملی خود و دل‌بستن هرچه‌بیش‌تر به مبانی و سبک زندگی غربی و مدرن می‌شود. «شبکه‌های ماهواره‌ای از آن‌رو در ایران موفقیت کسب می‌کنند که ابعادی از هویت مخاطبان را پیش چشم‌شان می‌نهند که در گفتمان رسمی و شبکه‌های داخلی کشور مجال خودنمایی ندارد» (علیزاده و زردار، ۱۳۹۶).

در حال حاضر استفاده از سریال‌های سرگرم‌کننده ماهواره‌ای پدیده‌ای فراگیر در جامعه ایران شده است (گیویان و کریمی، ۱۳۹۱: ۱۱۰). بررسی برنامه‌های پخش شده از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای نشان می‌دهد که این شبکه‌ها بر سبک زندگی جامعه مخاطب در ایران تاثیر گذاشته‌اند. این شبکه‌ها برنامه‌ها و فیلم‌هایی که سبک زندگی غربی در آن‌ها نمایش داده می‌شود را عرضه می‌کنند که بر نگرش مخاطبان ایرانی تاثیر دارد. برنامه‌های ماهواره‌ای و شوهای تلویزیونی، موسیقی، تصاویر، به‌طور مستقیم باور و ارزش‌های این مخاطبان را مورد هدف قرار می‌دهند و آنان با تماشای این برنامه‌ها شکل‌های متفاوتی از رفتار را از موقعیت‌های مختلف فراگرفته، به برداشت عامی از نگرش‌ها و هویت فراملی دست می‌یابند (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶؛ نصیری و شهاب‌الدین، ۱۳۹۴).

شبکه اینترنت نیز در ایران برای اکثر کاربران فرصت تجربه واقعیت‌های دوردست یا غیرقابل‌دسترس را به‌ارمغان آورده (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۶) که این مسئله بر فرایند هویت‌یابی آنان تاثیر گذاشته است. به‌طور کلی در نتیجه بهره‌گیری کاربران ایرانی از اینترنت بسیاری از آن‌ها جهت‌گیری‌های خاصی نسبت به ابعاد قدیمی هویت ملی پیدا کردند، به‌طوری‌که دل‌بستگی آنان نسبت به این ابعاد به‌اندازه دل‌بستگی نسل گذشته و کسانی که از این اینترنت استفاده نمی‌کنند نمی‌باشد. می‌توان گفت تجارب

## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباس‌زاده مرزبالی

حاصل از حضور کاربران ایرانی در شبکه اینترنت بسته به میزان عمق و وسعت حضور، تا حد زیادی موجب بازاندیشی در هویت فردی و جمعی آنان و متزلزل شدن فراروایت‌های موجود در اذهانشان شده و دستیابی به هویتی مدرن و فراملی را برای‌شان فراهم آورده است.

بین میزان استفاده زمانی کاربران ایرانی از اینترنت با میزان گرایش به سبک زندگی مدرن و مصرف‌گرایی رابطه‌ای مثبت دارد. به این صورت که هرچه کاربران زمان‌های بیشتری از این رسانه استفاده می‌کنند، بیشتر به سبک زندگی مدرن گرایش پیدا کرده و مصرف‌گراتر می‌شوند. تعداد بازی‌های رایانه‌ای، مجلات عمومی، برنامه‌های صوتی و تصویری، آهنگ‌ها و سایر صور گذران اوقات فراغت که هم‌اکنون در سایت‌های اینترنتی موجود بوده و ایرانیان از آن‌ها استفاده می‌کنند بسیار زیاد می‌باشد، به طوری که آن‌ها می‌توانند بخش اعظم اوقات فراغت خود را به شیوه‌ای راحت‌تر و بدون ضرورت خروج از منزل و جابه‌جایی، در مراکز فراغت مجازی سپری کنند، با افراد زیادی از هر گوشه دنیا حرف بزنند و این امور را در مدت کوتاهی به دفعات و با تعویض افراد و فضاها انجام دهند (رضایی، ۱۳۹۴). این‌گونه متمرکز شدن فعالیت‌های افراد جامعه ایران حول اینترنت، نگرش‌های هویتی آنان را با تغییر و تحولات اساسی مواجه کرده و به آنان هویتی فراملی بخشیده است.

گسترش سریع و همه‌جانبه تلفن همراه هوشمند و شبکه‌های اجتماعی و به‌کارگیری آن‌ها در جامعه ایران نیز تغییرات هویتی گسترده‌ای را در میان کاربران ایرانی به وجود آورده است (قلی‌زاده و زمانی، ۱۳۹۶: ۱۰۶-۱۰۵). مسئله اصلی درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه آن است که بیش‌تر به جای آن‌که برای رفع نیازهای ضروری و اولیه‌ی فردی کاربران ایرانی باشد، فرایندی از ایدئولوژی مصرف سبک زندگی مدرن است که برای کسب پایگاه و منزلت اجتماعی و به‌منظور هویت‌یابی مورد توجه است (فرقانی و بدیعی، ۱۳۹۴).

افزایش ارتباطات جهانی و دسترسی هرچه‌بیش‌تر اعضای جامعه ایران به رسانه‌های فضای مجازی موجب ایجاد تغییرات هویتی وسیعی در این جامعه شده است. رسانه‌های ارتباطی جدید تبدیل به اصلی‌ترین منبع هویت‌بخشی در نزد بسیاری از ایرانیان شده است. تجربیات حاصل از حضور در فضای مجازی موجب بازاندیشی در هویت فردی و متزلزل شدن فراروایت‌های موجود در اذهانشان شده و دستیابی به هویتی فراملی را برای‌شان فراهم آورده است. به‌طور کلی تعارض فرهنگ و مبانی دینی و ایرانی با بخشی از عناصر فرهنگ و شیوه زندگی غربی باعث شد تا سایر تعلقات هویتی فرد تغییر یافته و افراد زیادی برای کسب معنا، بیش‌تر خود را بر مبنای بُعد مدرن هویت معنا کنند.

رشد و گسترش فضای مجازی در ایران از یک سو موجب از بین رفتن بسیاری از محدودیت‌های زمانی و مکانی و از سوی دیگر باعث تغییر شدید شیوه‌های زندگی و پیدایش سبک‌های زندگی جدید، تکثر نمادها، تغییر ذائقه‌ها و رشد توقعات و انتظارات شده است. این فضا برای بسیاری از ایرانیان فرصت تجربه واقعیت‌های دوردست یا غیرقابل دسترس را به ارمغان آورده که این موضوع، جهت‌گیری‌های متفاوتی را نسبت به هویت ملی‌شان در مقایسه با گذشته موجب شده است. این تکنولوژی موجب گسترش فرهنگ سرمایه‌داری غربی و برجسته‌تر شدن بُعد مدرن هویت ملی از سویی و کم‌رنگ شدن ابعاد اصیل تر این هویت از سوی دیگر در نزد کاربران ایرانی شده است.

با گسترش فضای مجازی هویت و سطح، معنا و مبنای آن در میان کاربران ایرانی دچار تغییر شده و از پدیده‌ای نسبتاً پایدار و منسجم به پدیده‌ای سیال و چندپاره تبدیل شده است. این افراد دارای هویت یکپارچه‌ی برگرفته از سنت‌های ایرانی و اسلامی نمی‌باشند، بلکه می‌کوشند آن چه را که می‌پسندند از جوامع مختلف به‌ویژه جوامع غربی جمع کرده و در درون خود ترکیبی خاص از آن‌ها را به‌وجود آورند (میرمحمدی، ۱۳۹۴). براین اساس آنان در آن واحد می‌توانند خود را به واحدهای ملی و فراملی متعلق بدانند.

بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباطی مجازی بسیاری از ایرانیان را در مسیر انتخاب هویت مورد دلخواه قرار داده است. مصرف فراوان این رسانه‌ها، موجب شده است که آن‌ها در سطح جامعه ایران اثرگذار شده و نیروی خاصی تولید نمایند (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۹۹). نتیجه‌ی این مصرف تعدیل ارزش‌ها و الگوهای ایرانی و اسلامی هویت ایرانی و رواج ارزش‌های غربی و فراملی است که پیامد آن، بی‌اعتنایی یا کم‌اعتنایی به مبنای ایرانی و اسلامی هویت ملی و تقویت علقه‌ی مدرن در نزد کاربران ایرانی می‌باشد. این موضوع به‌طور کلی توانسته است بر گرایش این کاربران نسبت به کلیت هویت ملی‌شان تأثیر منفی گذاشته و آن را تضعیف نماید.

علاوه بر این فضای مجازی بر گرایش اعضای گروه‌های قومی ایرانی نیز تأثیر گذاشته است. در این رابطه، نتایج حاصل از تحقیقات انجام شده نشان‌دهنده‌ی تأثیر اساسی فضای مجازی در تقویت هویت‌جویی قومی در نزد بسیاری از کاربران قومی ایرانی است. در واقع می‌توان گفت این افراد، فضای مجازی را بهترین جایگاه برای بروز و تجلی خود یافته‌اند و با استفاده از آن در راه احیاء و تقویت هویت قومی خود استفاده می‌کنند. این وضعیت به‌طور کلی به تضعیف گرایش آن‌ها نسبت به هویت ملی‌شان انجامیده یا خواهد انجامید. یافته‌ها حاکی از آن‌اند که بین میزان استفاده این کاربران از فضای مجازی با هویت قومی‌شان رابطه‌ای مثبت وجود دارد، به این صورت که با افزایش میزان استفاده، هویت قومی آن‌ها تقویت و هویت

## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

ملی‌شان تضعیف می‌شود (ر.ک: بروجردی علوی و صدیق یزدچی، ۱۳۹۶؛ حسنی‌فر و عباسزاده مرزبالی، ۱۴۰۰؛ رضایی، ۱۳۹۴؛ طالبی و عیوضی، ۱۳۹۲؛ فکوهی و عیاری، ۱۳۸۸؛ کیانپور و دیگران، ۱۳۹۲).

بهره‌گیری گروه‌های قومی ایرانی از شبکه‌های ماهواره‌ای برای جامعه چندقومی ایران پیامدهای مهمی در خصوص هویت ملی و ابعاد قومی دربر داشته و در مسئله هویت‌جویی قومی این تأثیرات نمایان‌تر می‌باشد. آن‌چه بر ابعاد این مسئله می‌افزاید این است که شبکه‌های ماهواره‌ای قومی در حال حاضر بخش زیادی از اوقات مخاطبان قومی داخل کشور را به خود اختصاص داده و به رقیبی جدی برای صدا و سیما جمهوری اسلامی تبدیل شده‌اند.

از مهم‌ترین دلایل گرایش اعضای گروه‌های قومی ایرانی به شبکه‌های ماهواره‌ای، پخش برنامه‌هایی از شبکه‌های داخلی است که متناسب با نیازهای آنان نمی‌باشد. در برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای قومی برعکس شبکه‌های داخلی، به موضوعات مختلف مربوط به اقوام ایرانی پرداخته می‌شود. راهبرد اصلی این شبکه‌ها، تقویت هویت‌های قومی و اصالت‌دادن به عناصر هویت قومی است. آن‌ها به نیازهای مخاطبان قومی توجه کرده و براساس سلیقه آنان برنامه‌سازی می‌کنند. شبکه‌های ماهواره‌ای قومی با برجای گذاشتن تأثیرات ذهنی، موجب برانگیختن نگرش‌های قومی و علاقه‌مندشدن به خرده‌فرهنگ و هویت قومی در نزد اعضای گروه‌های قومی در ایران می‌شوند (رسولی و دیگران، ۱۳۹۲).

در کنار شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت نیز دگرگونی‌هایی در ساختار مناسبات قومی در ایران ایجاد کرده که فرصت‌های جدیدی را برای تقویت هویت قومی به‌وجود آورده است. هرچند داده‌های آماری در برخی از تحقیقات صورت‌گرفته حاکی از آن است که گرایش به هویت‌جویی قومی در ایران امروز در میان برخی اقوام بیشتر از سایر اقوام است (برای نمونه ر.ک: حاجیانی، ۱۳۸۷)، اما می‌توان بیان کرد که مطالبات مطرح‌شده در وبسایت‌ها و وبلاگ‌های قومی ایرانی تقریباً مشابه بوده، به‌طوری‌که اغلب بر مواردی چون محرومیت‌زدایی، زبان، مذهب و وطن مشترک و ... توجه دارند.

ویژگی‌های منحصربه‌فرد اینترنت باعث شده است تا اعضای گروه‌های قومی ایرانی بتوانند از وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، چت‌روم‌ها و دیگر امکانات فراهم‌شده در این شبکه به‌منظور تقویت هویت قومی‌شان بهره‌گیرند. نگاهی به نحوه حضور و کنش این افراد در اینترنت نشان‌دهنده‌ی آن است که شاخص‌ها و نماگرهای قومی به اشکال گوناگون در سراسر این رسانه ارتباطی حاضرند. این حضور را در عناوین انتخاب‌شده برای پایگاه‌های اینترنتی، در نمادها، عکس‌ها و ... اسامی و آدرس‌های انتخاب‌شده برای وبلاگ‌ها و آدرس‌های ایمیل، گروه‌های اینترنتی، استفاده از زبان‌های قومی و محلی در نگارش متون و نیز ارتباطات درون‌قومی رایج در شبکه‌های اینترنتی و ... می‌توان مشاهده کرد.

در نشریات و سایت‌های اینترنتی قومی ایرانی، مسائل محلی و قومی بیش از موضوعات و مسائل ملی بازنمایی شده‌اند، به طوری که بخش قابل توجهی از جغرافیای زیرپوشش مطالب، مربوط به سطح محلی و قومی است. علاوه بر این پیشی‌جستن تعداد و درصد بازنمایی نشانگان هویت قومی بر نشانگان هویت ملی در این نشریات و سایت‌ها و وجود نگاه تقابلی در طرح هویت‌های قومی و ملی نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که نویسندگان و طراحان این نشریات و سایت‌ها در تهیه محتوا، آگاهانه اولویت و تقدم خاصی برای هویت قومی قائل شده و در آن‌ها جهت‌گیری‌های ملی ضعیف می‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه نیز از کارکردهای مختلفی برای گروه‌های قومی ایرانی برخوردارند که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر می‌باشند: ۱. عضویت و فعالیت در این شبکه‌ها به فرصتی برای بازنمایی هویت و مطالبات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اقوام در کشور تبدیل شده است، ۲. این شبکه‌ها امکان بالای بسیج مردمی را فراهم کرده‌اند، ۳. به دلیل امکان مخفی ماندن هویت اصلی افراد فعال و دسترسی‌نداشتن نیروهای امنیتی به آنان، هزینه‌های فردی و امنیتی کاهش می‌یابد، ۴. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ارتباط میان اعضای گروه‌های قومی‌ای که در کشورهای مختلف به سر می‌برند را با گروه‌های قومی داخل ایران مستحکم سازند و ۵. کاربران قومی با استفاده از فضای مجازی با مراکز و سازمان‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کنند و با عضویت در گروه‌ها و کلپ‌های مختلف، اعضای این شبکه‌ها را با مطالبات خود آشنا می‌سازند (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲: ۵۱-۵۲).

روی هم رفته می‌توان گفت، فضای مجازی توانسته است با کارکردهایش بر تعلق خاطر بسیاری از کاربران قومی ایرانی به هویت قومی‌شان بیافزاید و در مقابل گرایش آنان به هویت ملی را کاهش دهد.

### **نتیجه‌گیری و ارائه راهکارها**

فضای مجازی واقعیت نوظهوری است که با کارکردها و ویژگی‌های خود و شکل‌دهی به تعاملات فرامرزی، توانسته است بر جنبه‌های مختلف زندگی بشری تاثیر بگذارد که یکی مهم‌ترین آن‌ها، عرصه هویت ملی می‌باشد. به طور کلی ارتباطات بدون مرز در فضای مجازی موجب بروز تحولاتی در نگرش افراد به هویت ملی خود گشته و از این رو بسیاری از جوامع را با مسئله بحران هویت ملی مواجه ساخته است. نکته اساسی این که، فضای مجازی بر گرایش‌های به هویت ملی در ایران نیز تاثیر گذاشته است، به طوری که در نتیجه‌ی این تاثیرپذیری، بسیاری از ایرانیان در معرض پرسش‌های اساسی در رابطه با هویت ملی خود قرار گرفته‌اند و نگرش آنان به این هویت دچار تحول گشته است. به طور کلی نفوذ و گسترش فضای مجازی و افزایش میزان به کارگیری آن در ایران توانسته است بر گرایش بسیاری از کاربران ایرانی به هویت ملی خویش تاثیر منفی گذاشته و آن را کاهش دهد، که این مسئله هویت ملی ایران را به چالش

## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

طلبیده است. این وضعیت، اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد در عرصه‌های مختلف را از سوی دولت جمهوری اسلامی به‌منظور مقابله با چالش مذکور و تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی ضروری ساخته است که یکی از مهم‌ترین حوزه‌ها، حوزه رسانه می‌باشد. در واقع استمرار تحولات هویتی ناشی از فضای مجازی در ایران در صورت عدم اتخاذ سیاست مناسب رسانه‌ای از سوی دولت مذکور می‌تواند موجب تضعیف هرچه بیشتر گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود گردد. بر این اساس تجدیدنظر اساسی دولت جمهوری اسلامی در سیاست رسانه‌ای‌اش به ویژه در ارتباط با رسانه صدا و سیما و رسانه‌های نوین ارتباطی (فضای مجازی) می‌تواند به تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی و در نتیجه، جلوگیری از بروز بحران هویت ملی در کشور کمک نماید.

تاکید بر رسانه صدا و سیما به این دلیل است که این رسانه علی‌رغم گسترش فضای مجازی در ایران، همچنان می‌تواند نقش موثری در مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از فضای مجازی ایفا نماید. از دیدگاه این مقاله، از مهم‌ترین اقداماتی که می‌بایست در رسانه صدا و سیما جمهوری اسلامی به‌منظور جذب مخاطبان ایرانی و تقویت گرایش آنان به هویت ملی‌شان انجام گیرد به شرح زیر می‌باشد:

- تمرکززدایی در حوزه فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی و هویتی در صدا و سیما و فراهم‌سازی بستر، زمینه و فرصت کافی برای پرداختن به ماهیت ترکیبی و چندگانه‌ی هویت ملی ایران و پرهیز از مستثنی کردن بخش‌هایی از ابعاد هویتی در حیات فردی و اجتماعی کشور و جامعه.

- تدوین سیاست رسانه‌ای و فرهنگی لازم برای پرداختن به مؤلفه‌های هویت ملی در برنامه‌های مختلف با در نظر گرفتن تمامی عناصر این هویت.

- مخاطب‌محوری و پاسخ‌گویی به نیازها و خواسته‌های اقشار مختلف با تمرکز بر هویت ملی و لحاظ نمودن تنوع در گرایش‌های هویتی در جامعه ایرانی.

- اجتناب از انگاره‌سازی منفی از خرده‌فرهنگ‌های ایرانی به‌ویژه در عام‌ترین برنامه‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی، و غیره.

- تاکید بر همبستگی و انسجام ملی با در نظر گرفتن تنوع فرهنگی جامعه و تقویت علاقه و احساس مشترک در میان آحاد جامعه در دفاع از میهن، استقلال و یکپارچگی ملی، همدلی، ترجیح مصالح و منفعت ملی و جمعی بر منافع گروهی، قومی و طایفه‌ای.

- توجه به رسوم و سنن ملی ایرانیان به‌عنوان مصادیق و نمادهای مشترک میان تمام ایرانیان به‌منظور تقویت و توسعه هویت ملی فراگیر.

## فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۶۰، پائیز ۱۴۰۱

- تاکید و توجه به اسطوره‌های ملی فراگیر ایرانیان به منظور ایجاد همبستگی ملی.
- توجه به زبان و ادبیات ملی و مفاخر فرهنگی کشور و درعین حال توجه به زبان‌ها و گویش‌های محلی به‌عنوان پشتوانه زبان فارسی و یکی از منابع مهم حفظ اقوام و پیوند میان آنان و شکل‌دهنده و انتقال‌دهنده خرده‌فرهنگ‌ها و فولکلور ایرانیان.
- توجه به تاریخ قبل و بعد از اسلام به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از هویت تاریخی ایرانیان و بازنمایی وقایع و حوادث تاریخی در برنامه‌ها و سریال‌ها و انگاره‌سازی مثبت از گذشته تاریخی به‌منظور ایجاد احساس افتخار و غرور نسبت به گذشته تاریخی.
- ترویج نمادهای ملی کشور به‌عنوان نمادهای مشترک به‌منظور ایجاد تعلق خاطر و دلبستگی به اجتماع سیاسی در میان شهروندان.
- اجتناب از موضع‌گیری تقابلی و خصمانه با ارزش‌های مدنی و اتخاذ کاربست عقلانی و عالمانه برای بهره‌گیری از ارزش‌های مثبت مدرن و مدنی مانند: آزادی‌خواهی، عقل‌گرایی، تلاش و کوشش (میرمحمدی، ۱۳۹۴: ۲۴۰-۲۴۲).
- توجه به ترکیب چندقومی و تنوع فرهنگی جامعه ایران در تعریف و بازنمایی اعضای مشترک و احساس تعهد افراد به اجتماع ملی.
- گسترش همراه با کیفیت کانال‌های تلویزیونی و توسعه رادیوهای تخصصی.
- حضور فعالانه در عرصه فضای مجازی و ایجاد و گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای و مجازی ملی.
- علاوه بر این، لازم است دولت جمهوری اسلامی جهت تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود، در رویکردش نسبت به فضای مجازی تجدیدنظر نماید. به‌طور کلی این دولت در ارتباط با فضای مجازی و تصمیم‌گیری در این زمینه دارای رویکرد «سلبی» و «پاک‌کردن صورت مسئله» بوده و توجه چندانی به نیازهای ارتباطی مخاطبان ایرانی در پیوستن به رسانه‌های نوین ارتباطی نداشته و ندارد. بر همین اساس باوجود گذشت چند سال از تشکیل شورای عالی فضای مجازی در کشور، «این شورا به دلایلی چون: غلبه نگاه امنیتی و سیاسی به نگاه علمی، فرهنگی و اجتماعی در سیاست‌گذاری‌ها، نبود حساسیت و دانش روز در برخی اعضا، پیشرو نبودن و اتخاذ تصمیمات دیر هنگام و...» (محمدی و نصرالهی، ۱۴۰۰: ۱۴۷) دستاوردها و تاثیرات قابل توجهی در زمینه مدیریت فضای مجازی و جهت‌دهی به نگرش‌ها و الگوهای رفتاری کاربران ایرانی و نحوه‌ی بهره‌گیری از فضای مجازی نداشته است.



## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

به اعتقاد این مقاله، نگاه سلبی و منفی به تحولات فناورانه در عرصه رسانه‌های ارتباطی و عدم توجه به خواسته‌های جدید کاربران ایرانی، زمینه را برای تاثیرگذاری بیشتر فضای مجازی بر این افراد و افزایش گرایش آنان به ارزش‌ها و سبک زندگی غربی و دورترشدن از ارزش‌های ایرانی-اسلامی و نیز افزایش گرایش کاربران قومی به هویت قومی به‌ضرر هویت ملی را فراهم خواهد نمود. بنابراین ضروری است که دولت جمهوری اسلامی در رابطه با فضای مجازی به نکات زیر توجه نماید:

- اتخاذ رویکرد منطقی، واقع‌بینانه و فعالانه در برابر فضای مجازی.
- تلاش در جهت کسب بینش صحیح از تحولات ارتباطی در پهنه بین‌المللی.
- توجه به نقش تاثیرگذار رسانه‌های نوین ارتباطی در جامعه ایران.
- بهره‌گیری از امکانات فضای مجازی در جهت تقویت گرایش اعضای جامعه ایران به هویت ملی خود.
- شناسایی علل گرایش ایرانیان به فضای مجازی و تلاش در جهت تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های متناسب با علائق و نیازهای مخاطبان ایرانی.
- تلاش در راستای اشاعه ظرفیت‌ها و عناصر هویت ملی ایران از طریق امکانات فضای مجازی.
- اعمال نظارت سنجیده و منطقی بر فضای مجازی.
- شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی.
- توجه به فضای مجازی با توجه به اقتضائات و انتظارات فرهنگ غیررسمی و زندگی روزمره کاربران.
- آموزش و افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان ایرانی و فرهنگ‌سازی و نظارت کارشناسانه بر فضای مجازی به‌منظور کسب مهارت‌های لازم از سوی این کاربران برای گزینش عقلانی در دنیای پیچیده‌ی کنونی و دستیابی به خودآگاهی ملی.

## منابع

- ۱) احمدی، حمید (۱۳۹۰)، بنیادهای هویت ملی ایرانی: چارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ۲) احمدی، مهرداد و مولانا، یاسمین (۱۴۰۰)، تاثیر اینستاگرام بر سبک زندگی: تصویر بدن، اختلال در تغذیه و مد (مورد مطالعه: زنان ۲۰ تا ۷۰ سال ساکن تبریز)، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۸، شماره ۱۰۷، صص ۱۶۱-۱۸۵.
- ۳) اشرف، احمد (۱۳۹۵)، هویت ایرانی: از دوران باستان تا پایان پهلوی، ترجمه و تدوین حمید احمدی، تهران: نشر نی.
- ۴) الوانی، سیدمهدی؛ خنیفر، حسین و حاجی‌ملا میرزایی، حامد (۱۳۹۳)، تدوین الگوی خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی کشور، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره ۱۳، صص ۷۵-۱۰۰.
- ۵) بابایی‌فرد، اسدالله (۱۳۹۲)، بحران هویت در جامعه معاصر ایران، تهران: چاپخش.
- ۶) بروجرودی علوی، مهدخت و صدیق یزدچی، امیرسعید (۱۳۹۶)، تاثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۲، صص ۸۷-۱۱۰.
- ۷) بشیریه، حسین (۱۳۸۳)، توسعه سیاسی و بحران هویت ملی، در: داود میرمحمدی، گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران، تهران: موسسه مطالعات ملی.
- ۸) بنی‌هاشمی، میرقاسم (۱۳۹۰)، الگوی پیش‌بینی تحولات قومی در ایران، در: مجموعه مقالات آینده‌شناسی هویت‌های جمعی در ایران، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- ۹) بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۵)، مهم‌ترین روش‌های جذب مخاطب در سه شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای سرگرمی‌محور، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۶، صص ۵۷-۹۰.
- ۱۰) بیگدلو، مهدی (۱۳۹۷)، بررسی رابطه فعالیت در تلگرام با فرهنگ سیاسی استادان دانشگاه‌های کلان‌شهرهای ایران، جستارهای سیاسی معاصر، دوره ۹، شماره ۲، صص ۱-۳۱.
- ۱۱) توحیدفام، محمد و توسرکانی، محمد (۱۴۰۰)، بررسی مولفه‌های الگوی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه (گذار از نهادگرایی کلاسیک به نهادگرایی جدید)، فصلنامه سیاست، دوره ۵۱، شماره ۱، صص ۱۳۵-۱۵۳.
- ۱۲) جعفری، احمد و یزدانی، مرجان و قبادی، مجید (۱۳۹۳)، بررسی عوامل مرتبط با هویت ملی دانش‌آموزان متوسطه شهر کرج، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۱۵، شماره ۵۸، صص ۱۴۷-۱۶۸.
- ۱۳) حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷)، نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳ و ۴، صص ۱۴۳-۱۶۴.

## تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

- ۱۴) حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۳)، جغرافیای سیاسی فضای مجازی، تهران: سمت.
- ۱۵) حسنی درمیان، غلامرضا و تیموری، محمود (۱۴۰۰)، آسیب‌شناسی تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر هویت؛ فراتحلیل پژوهش‌های موجود، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۸، شماره ۱۰۷، صص ۶۷-۴۳.
- ۱۶) حسنی‌فر، عبدالرحمن و عباس‌زاده‌مرزبالی، مجید (۱۴۰۰)، فضای مجازی، چالش هویت‌جویی قومی و راهکارهای پیش‌روی دولت جمهوری اسلامی، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال ۱۷، شماره ۱، صص ۲۱۳-۱۷۸.
- ۱۷) حیدری، حسین و شاوردی، تهمینه (۱۳۹۲)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت: فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۰، شماره ۷۶، صص ۳۷-۲۸.
- ۱۸) خاشعی، وحید (۱۳۹۱)، ارائه الگوی مطلوب تدوین سیاست‌های رسانه‌ای، فصلنامه رسانه، سال ۲۳، شماره ۱، صص ۶۵-۲۹.
- ۱۹) خانیکی، هادی؛ اتابک، محمد و عزیزی، فرید (۱۳۹۶)، تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس (مورد مطالعه چند گروه فیس‌بوکی)، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره ۱۸، شماره ۳۷، صص ۱۰۱-۱۳۰.
- ۲۰) دانایی، ابوالفضل و بابائی ساروئی، مصطفی (۱۳۹۶)، نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۷۱، صص ۶۸-۴۳.
- ۲۱) ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فائزه (۱۳۸۵)، رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن، پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۳، صص ۱۱۱-۱۵۳.
- ۲۲) رجایی، فرهنگ (۱۳۸۶)، مسئله هویت ایرانیان امروز، تهران: نشر نی.
- ۲۳) رحمتی، محمدمهدی و بخشی، سعادت (۱۳۹۴)، سبک زندگی و الگوی مصرف، مورد مطالعه: تلفن همراه، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ۸، شماره ۴، صص ۱۱۹-۱۴۲.
- ۲۴) رسولی، رضا؛ معروفی، فخرالدین و خوانچه سپهر، شیرزاد (۱۳۹۲)، بازنمایی فرهنگی قومی در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۰، شماره ۷۴، صص ۷۱-۱۰۰.
- ۲۵) رضایی، محمد (۱۳۹۴)؛ شکاف‌های جامعه ایرانی، تهران: انتشارات آگاه.
- ۲۶) رمضان‌زاده، عبدالله و بهمنی قاجار، محمدعلی (۱۳۸۷)، هویت ایرانی و چندگانگی قومی، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۹، شماره ۳۳، صص ۹۵-۶۹.
- ۲۷) زارعی، عباس (۱۳۹۲)، تعامل زبان، هویت و اینترنت، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۳۰، صص ۵۴-۳۳.

### فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۶۰، پائیز ۱۴۰۱

۲۸) ساعی، منصور؛ حیدری، حسین و ساعی، احمد (۱۳۹۴)، بررسی و تحلیل تغییرات ارزش‌های اجتماعی جوانان با تأکید بر نقش تلویزیون‌های ماهواره‌ای، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴۱، صص ۱۳۱-۱۵۲.

۲۹) سحابی، جلیل و آقابیک‌پوری، هاشم (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی (مطالعه موردی جوانان ۱۵ تا ۲۱ ساله شهرستان بوکان)، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۱۳۵-۱۵۴.

۳۰) شهرام‌نیا، امیرمسعود (۱۳۸۶)، جهانی‌شدن و دموکراسی در ایران، تهران: نشر نگاه معاصر.

۳۱) صالحی‌امیری، سیدرضا و افروغ، محمدصالح (۱۳۹۲)، نقش ماهواره در شکل‌گیری هویت ملی (مطالعه موردی مؤسسه‌همشهری)، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۱۵، صص ۵۱-۷۶.

۳۲) طالبی، ابوتراب و عیوضی، یاور (۱۳۹۲)، هویت‌طلبی قومی در فضای مجازی، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۶، صص ۱۳۵-۱۷۲.

۳۳) عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۳۴) عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود (۱۳۹۲)، شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۱۴، شماره ۵۶، صص ۱۴۱-۱۶۴.

۳۵) علوی‌پور، سیدمحسن؛ عسگری، سید احمد؛ خسروی، علیرضا و سروری زرگر، محمد (۱۳۹۹)، سیاست‌گذاری سواد رسانه‌ای در ایران: چالش‌ها و ظرفیت‌ها، دوفصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، سال ۱۰، شماره ۱، صص ۱۶۵-۱۸۸.

۳۶) علیزاده، عبدالرحمان و زردار، زرین (۱۳۹۶)، عوامل موثر بر تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای «من و تو» توسط جوانان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۲، صص ۳۱-۶۵.

۳۷) علیزاده، توحید و محمدی، نریمان (۱۳۹۴)، بررسی نقش شبکه اجتماعی وایبر در برساخت هویت نسلی جوانان، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، شماره ۳۲، صص ۱۱۹-۱۴۴.

۳۸) علی‌عسکری، عبدالعلی؛ صلواتیان، سیاوش و ارجمندی، اسماعیل (۱۳۹۴)، الگوی طراحی آرایش رسانه‌ای صداوسیما در فضای نوین رسانه‌ای جهان، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۸۲، صص ۲۷-۴۵.

۳۹) فتحی، حبیب‌اله و جعفری، علی (۱۳۹۶)، رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۹، صص ۲۲۱-۲۵۵.

### تأثیر فضای مجازی در کاهش گرایش کاربران ایرانی به هویت ملی و .../عباسزاده مرزبالی

- ۴۰) فرجی هارمی، سمیه؛ خدامی، علیرضا و کریمی، مجید رضا (۱۴۰۱)، بررسی رابطه اینترنت و گرایش به هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد شیراز، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، سال ۱۳، شماره ۵۱، صص ۱۰۳-۱۱۸.
- ۴۱) فرقانی، محمدمهدی و بدیعی، بهار (۱۳۹۴)، فرایند اهلی‌سازی تکنولوژی رسانه‌ای: تجربه زیست جوانان ایرانی در پذیرش تلفن همراه هوشمند، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۴، صص ۱۳۳-۱۷۸.
- ۴۲) فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش (۱۳۸۸)، اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایران، فصلنامه جهانی رسانه، دوره ۴، شماره ۱.
- ۴۳) قاسمی، سعید؛ بای، عبدالرضا و مطلبی، مسعود (۱۳۹۹)، شاخص‌های سیاست‌گذاری مطلوب جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای در بستر شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، شماره ۳۸، صص ۲۲۹-۲۵۵.
- ۴۴) قربانزاده سوار، قربانعلی؛ رحمتی، مهدی و ناطقی، هاشم (۱۳۹۵)، رسانه و هویت ملی؛ مطالعه موردی تأثیر رسانه در شاخص‌های هویت ملی، دوفصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، سال ۶، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۳۱.
- ۴۵) قلی‌زاده، آذر و زمانی، عباس (۱۳۹۶)، مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران، فصلنامه رسانه، سال ۲۸، شماره ۱، صص ۱۰۳-۱۱۹.
- ۴۶) کریمی، علی و قاسمی طوسی، سمیه (۱۳۹۳)، سیاست‌گذاری اجتماعی و هویت‌سازی ملی، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۱۵، شماره ۵۸، صص ۲۵-۴۸.
- ۴۷) کیان، مریم و قلی‌پور، زهره (۱۳۹۵)، آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان، فصلنامه رسانه، سال ۲۷، شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۲۲.
- ۴۸) کیانپور، مسعود؛ عدلی‌پور، صمد و کیخانی، الهام (۱۳۹۲)، تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۵۲، صص ۶۷-۸۴.
- ۴۹) گرگی، عباس (۱۳۸۵)؛ «اینترنت و هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۵۳-۷۰.
- ۵۰) گنجی، محمد؛ نیازی، محسن؛ اشتری مهرجردی، اباذر و حیدریان، امین (۱۴۰۰)، رسانه‌های جهانی و هویت فرهنگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه کاشان)، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال ۱۰، شماره ۴۰، صص ۹۱-۱۱۶.

### فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۶۰، پائیز ۱۴۰۱

- ۵۱) گیویان، عبدالله و کریمی، امید (۱۳۹۱)، مصرف فرهنگی و استفاده از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای، فصلنامه رسانه، سال ۲۳، شماره ۳، صص ۱۰۹-۱۳۱.
- ۵۲) محمدی، حمید و نصرالهی، اکبر (۱۴۰۰)، راهبردهای شورای عالی فضای مجازی در سیاست‌گذاری رسانه‌های نوین ارتباطی، فصلنامه راهبرد، سال ۱۰، شماره ۳۸، صص ۱۲۷-۱۵۶.
- ۵۳) مدیرشانه‌چی، محسن (۱۳۸۴)، گوناگونی اقوام در ایران؛ زمینه‌ساز تکامل ملی و مرکزیت منطقه‌ای، در: داریوش قمری، همبستگی ملی در ایران، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ۵۴) مصطفوی، سیدمحمدحسین و صفی، سیدمحمد (۱۳۹۴)، علل تحولات فرهنگ مصرف محصولات شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در ایران با اشاره به نقش سرمایه اجتماعی، فصلنامه رسانه، سال ۲۶، شماره ۲، صص ۱۴۱-۱۷۳.
- ۵۵) معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴)، هویت و مجاز: تاثیر هویتی اینترنت، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۶، شماره ۲۴، صص ۱۰۷-۱۲۳.
- ۵۶) موحد، مجید؛ حسینی، مریم و کاووسی، فرزانه (۱۳۹۰)، رسانه‌ها و هویت ملی، مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین رسانه‌ها و هویت ملی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر اهواز، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۳، صص ۱۵۹-۱۷۷.
- ۵۷) مهدی‌زاده، شراره و خیلا، زهرا (۱۳۹۲)، تلفن همراه، روابط اجتماعی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۹، شماره ۳۲، صص ۹۹-۱۱۷.
- ۵۸) میرمحمدی، داود (۱۳۹۴)، فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ۵۹) نصیری، بهاره و شهاب‌الدین، پریا (۱۳۹۴)، بررسی میزان تاثیر تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای بر نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان، فصلنامه رسانه، سال ۲۶، شماره ۴، صص ۸۵-۱۰۴.
- ۶۰) نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۱)، تاثیر فرهنگ ملی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- ۶۱) هاشمی‌زاده، سیدرضا و انصاری‌نسب، بنیامین (۱۳۹۶)، عصر مجازی؛ تاملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه مجازی، تهران: انتشارات تیسرا.

62) Elkins, David J (1997), Globalization, Telecommunication and Virtual Ethnic Communities, *International political Science Review*, Vol. 18, No. 2 , PP. 139-152