

تأثیر فضای مجازی بر عرصه هویت فرهنگی

سمیرا وکیل‌ها^{۲۴}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۴/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۷/۲۱

چکیده

عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی تعاملات انسانی است. در واقع فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد هویت خویش را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد. هویت فرهنگی، حول محورهایی همچون مرز جغرافیایی (سرزمین)، دین و مذهب، باورها و سنن فرهنگی، و زبان مشترک تعریف می‌شود. دستیابی به جامعه‌ی آنلاین، منجر به اجتماعی شدن بیشتر و سطوح بالاتری از جامعه‌پذیری می‌شود و در ایجاد ایدئولوژی و رفتارهای نو پدیدکنندگان اجتماعی تأثیر به‌سزایی دارد. در این مقاله براساس سوال اصلی تحقیق مبنی بر اینکه آیا فضای مجازی در طول دهه گذشته بر هویت فرهنگی افراد تأثیر گذار بوده است یا خیر؟ چارچوب نظری این تحقیق ملهم از نظریات استوارت هال، جنکینز، گیدنز، برگر و کاستلز است. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و روش مورد استفاده در آن کتابخانه‌ای است که ابزار گردآوری داده‌ها فیش برداری از مجموعه آثار مرتبط است. فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل، هویت فرهنگی نیز به عنوان متغیر وابسته تعریف شده است. عوامل تاریخی، عوامل زبانی و عوامل ارزشی به عنوان شاخصهای هویت فرهنگی در نظر گرفته می‌شود.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، هویت فرهنگی، تعاملی بودن، فرا زمانی-فرا مکانی، انعطاف‌پذیری، واقعیت مجازی.

۱. مقدمه

فضای مجازی، اجتماعات و نیز زندگی مجازی موضوعات اساسی هستند که در ششمین کنفرانس جهانی فرهنگ مجازی در مورد آنها به بحث و گفتگو پرداخته شده است. اجتماعات سایبری نوعاً متشکل از مجموعه‌ای از علاقمندی‌های مشترک در موضوعات یا فعالیت‌هایی است که مشارکت کنندگان این فضا، از آن به منظور مبادله عقاید و ارتقا تعاملات فرهنگی-اجتماعی‌شان بهره‌برداری می‌کنند (Baumann, 2012). گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تحت تاثیر قرار داده است. همان‌طور که تلگراف، تلفن و راه‌آهن در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باعث تحول چشم‌اندازهای ملی و بین‌المللی شدند، فناوری ارتباطات و وجه مشخص آن، یعنی اینترنت در زمان ما، تحولات بی‌سابقه را به دنبال داشته‌اند؛ تا آن‌جا که به وجه غالب جهان معاصر تبدیل شده است. گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، که مانوئل کاستلز از آن به عنوان «جامعه شبکه‌ای» یاد می‌کند، منجر به تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی شده است (کاستلز، ۱۳۸۸: ۱۵).

جهان امروز مجموعه‌ای در حال بهم پیوستن، در هم تنیده و چند وجهی است و بدون دید یکی از تحولات اساسی در زمینه فرهنگی و اجتماعی کارکردهای منابع هویت ساز است، دگرگونی این منابع با تحولات مکان، فضا، زمان، فرهنگ جامعه و نقش رو به کاهندگی اقتدار و مرجعیت دولت‌ها در مقیاس با گذشته هویت‌های مالوف را در جوامع به چالش کشانده است. اینترنت به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدن به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراج قدرت به وسیله‌ای بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده و زمینه‌های تاثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را به وجود می‌آورد (ربیعی، ۱۳۸۷).

بنابراین نویسنده این مقاله در صدد پاسخ به این سوال است؛ آیا فضای مجازی در طول دهه گذشته بر هویت فرهنگی افراد تاثیرگذار است؟ به نظر می‌رسد با توجه به گسترش فضای مجازی و خاصیت تعاملی بودن و منعطف بودن آن این امر، در شکستن مرزهای سنتی اقوام مختلف نقش قابل ملاحظه‌ای در جامعه ایران داشته باشد.

طبق دیدگاه «جبرگرایی تکنولوژیک» هر تکنولوژی با ظهور خود، باعث تغییرات گسترده‌ای می‌شود و جامعه را با تغییرات فرهنگی روبرو می‌کند. در این دیدگاه، تکنولوژی به عنوان عامل مستقلی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند یک جامعه و الگوهای رفتاری حاکم بر آن را تحت تاثیر قرار داده و شکل نوینی از روابط انسانی را بر اساس ابزارهای نوین ارتباطی شکل می‌دهد. فضای مجازی در واقع محیطی است، مشتمل بر شبکه‌های آن‌لاین (on line) کامپیوتری، که در لحظه، به مبادله اطلاعات با یکدیگر می‌پردازند. این ارتباطات نه تنها شکل نوینی از روابط اجتماعی را می‌سازد، بلکه فضای مجازی را شکل می‌دهد که در این فضا روابط اجتماعی متنوع و متکثر است و براساس شبکه‌های گسترده، مبتنی بر هویت‌های مجازی شکل می‌گیرد (نور محمدی، ۱۳۸۸). بر این اساس سوالات این تحقیق بر این اساس هستند:

- آیا فضای مجازی بر هویت فرهنگی افراد تاثیرگذار است؟
- آیا فضای مجازی در شکستن مرزهای سنتی خانواده‌های ایرانی نقش داشته است؟
- آیا گسترش فضای مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات نو در عرصه فضای اجتماعی موثر بوده است؟
- آیا سبک زندگی در پرتو شبکه‌های گسترده اجتماعی تغییرات قابل ملاحظه‌ای داشته است؟

نظریه ی استوارت هال^{۲۵}

استوارت هال سه مرحله ی تاریخی متفاوت برای سوژه (هویت) ارائه می‌کند: الف) سوژه ی روشنگری ب) سوژه ی جامعه‌شناختی و ج) سوژه ی پست مدرن (هال و دیگران، ۱۳۸۴: ۹۱).

سوژه ی روشنگری: طبق نظریه ی هال، سوژه ی روشنگری بر مفهومی از انسان به عنوان فردی تمام و کمال و یکپارچه استوار بود که ظرفیت‌هایی مبنی بر تعقل، آگاهی و عمل داشت. «مرکز» سوژه ی روشنگری شامل یک هسته ی درونی بود که با تولد فرد برای اولین بار ظاهر و همراه آن شکوفا می‌شد؛ گو اینکه در سراسر زندگی فرد ذاتاً همان (همواره یا عیناً مانند خودش) باقی می‌ماند و مرکز ذاتی خود، هویت فرد بود (تاجیک، ۱۳۸۴: ۹۳).

سوژه ی جامعه‌شناختی: همانطور که جوامع مدرن پیچیده‌تر شدند، اشکال اجتماعی‌تر و جمعی‌تری به دست آوردند و مفهوم اجتماعی‌تری از سوژه ظهور کرد که طبق آن فرد باید در درون صورت‌بندی‌ها و ساختارهای بزرگ حمایت‌کننده‌ی جامعه‌ی مدرن، مکان یافته‌تر دیده می‌شد. بر طبق این رویکرد، هویت در «کنش متقابل» بین خود و جامعه شکل می‌گیرد. سوژه هنوز یک هسته و یا ماهیت درونی دارد که «من واقعی» است، اما من واقعی در گفتگوهای مستمر با جهان‌های فرهنگی «بیرون» و هویت‌هایی که ارائه می‌دهد شکل می‌گیرد و تعدیل می‌یابد (همان: ۹۴).

سوژه ی پست‌مدرن: مدل جامعه‌شناختی تعاملی مذکور با رابطه ی پایدارش میان «درون» و «بیرون» دستاورد مهمی برای نیمه ی اول قرن بیستم بود. با این همه، در همین دوره، تصویر آشفته‌کننده‌تر و آشفته شده‌ای از سوژه و هویت در جنبش‌های زیبایی‌شناختی و روشنفکری شروع به نمایان شدن می‌کرد. این بینش‌ها چیزهایی را که باید برای سوژه‌های دکارتی و جامعه‌شناختی در مدرنیته متأخر روی می‌داد، پیش‌بینی کردند. سوژه ی پست مدرن، هویت برجسته ذاتی و ثابت ندارد. هویت به یک «جشن مواج» تبدیل می‌شود که در ارتباط با شیوه‌هایی از نظام فرهنگی شکل می‌گیرد و متحول می‌گردد که ما را احاطه کرده‌اند و دائماً به وسیله ی آن‌ها بازنمایی می‌شویم و مورد خطاب قرار می‌گیریم (هال، ۱۹۸۷).

نظریه ی پیتر برگر^{۲۶}

دو قلمرو اصلی جامعه‌شناسی معرفت عبارتند از «زیست‌جهان اجتماعی» و «ساخت اجتماعی واقعیت». زیست‌جهان اجتماعی از آگاهی کنشگران، یعنی شیوه‌ای که انسان‌ها واقعیت اجتماعی را می‌سازند، سخن می‌گوید. این آگاهی روزمره رشته‌ای از معانی مشترک بین فرد و دیگران است و یک «زیست‌جهان اجتماعی» را می‌سازد. از منظر جامعه‌شناسی معرفت، هر نوع آگاهی تنها در موقعیتی خاص موجه و معنادار است. لذا دیالکتیک بین آگاهی و واقعیت (ذهن و عین) باعث ساخته شدن واقعیت اجتماعی می‌شود و توجه به بعد آگاهی (ذهن و درون فرایندهای نهادی) فهم واقعیت اجتماعی را مقدور می‌سازد. در این چارچوب، برگر و همکارانش با بررسی و تحلیل رابطه ی بین مدرنیته و تغییرات چارچوب‌های شناختی و به تبع آن واقعیت‌های اجتماعی، به این نتیجه می‌رسند که تفاوت چشمگیر و عظیمی ما بین سنت (زیست‌جهان سنتی) و جهان مدرن (آن‌ها اشاره‌ای به تفکیک مدرن و پست مدرن نمی‌کنند) وجود دارد. آن‌ها معتقدند انسان به حکم انسان بودنش ناگزیر از زیستن در یک جهان، یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست‌جهان در صدد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است. همچنین فهم زیست‌جهان برای تحلیل جامعه‌شناختی موقعیت‌های انضمامی بسیار مهم است (برگر و لاکمن، ۱۳۷۵).

با توجه به چارچوب نظری برگر و همکارانش، مرکزیت برنامه ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی‌نامه ی خویش (و نیز معانی فراگیر جامعه) نسبت می‌دهد که همگی به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه ی

مدرن دامن می‌زنند. منظور آن‌ها از هویت، چیزی نیست که در روان‌شناسی علمی توصیف می‌شود بلکه بیشتر تجربه‌ی واقعی فرد درباره‌ی خود در یک موقعیت اجتماعی خاص منظور است. به سخن دیگر، منظور آن‌ها از هویت، «طریقی است که در آن افراد به تعریف خود می‌پردازند. هویت به این معنا، بخشی از یک ساختار معین آگاهی است و از این رو تابع توصیفی پدیدارشناسانه (فارغ از هرگونه داورى معرفت‌شناختی یا روان‌شناسانه) است» (برگر و دیگران، ۱۳۸۱: ۸۴).

نظریه‌ی آنتونی گیدنز^{۲۷}

نظریه‌ی گیدنز، نظریه‌ای جامعه‌شناسانه است که بر ظهور سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است که در عین حال هم زاینده‌ی نهادهای امروزی هستند و هم به آن‌ها شکل می‌دهند. از این جهت «خود» مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیرات بیرونی شکل گرفته باشد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۶). او براساس رویکرد تلفیقی (ساختار و عامل) خود معتقد است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، «خود» و «جامعه» در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل می‌پردازند.

گیدنز با تأکید بر مسئله‌ی شناسایی هویت و آگاهی به آن، معتقد است که «هویت شخصی، به عنوان پدیده‌ای منتظم، مستلزم روایت معینی است: روایت «خود» باید صریح و بی‌امّ و اگر باشد، برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشت‌های منظم روزانه و تدوین زندگینامه‌ی شخصی از توصیه‌های عمده است» (همان: ۱۱۳). در زمینه‌ی نقش ساختارهای اجتماعی، گیدنز بر آن است که انتخاب شیوه‌ی زندگی و برنامه‌ریزی زندگی دقیقاً «در» بطن زندگی روزمره، عامل‌های اجتماعی یا از عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن زندگی نیستند بلکه مرتبط با موقعیت‌های نهادینی هستند که به افراد کمک می‌کنند تا به کنش‌های خود شکل دهند (همان).

همچنین می‌توان گفت که گیدنز هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین «محتوای» هویت شخصی یا به عبارت دیگر، ویژگی‌هایی که زندگینامه‌ی شخص از آن‌ها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است (همان: ۸۵).

نظریه‌ی جنکینز^{۲۸}

تعریف جنکینز از هویت، در حقیقت نقد تعاریف ذات‌گرایانه و ایستای هویت است. به عقیده‌ی او هویت مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادی نیست که صرفاً «وجود دارد»، بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه «عمل می‌کند» یا «به کار گرفته می‌شود». همچنین باید به فرآیند و تأملی‌بودن آن و به ساختار اجتماعی هویت در تعامل و به عنوان یک نهاد توجه کافی مبذول داشت، زیرا فهم این فرآیندها برای درک این که هویت اجتماعی چه «هست» نقشی اساسی دارد. بنابراین هویت را صرفاً می‌توان همچون یک فرآیند («بودن» یا «شدن») فهمید (جنکینز ۱۳۸۱: ۶).

جنکینز در زمره‌ی نظریه‌پردازان برساختی هویت قرار می‌گیرد. از نظر او هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (همان: ۸).

در نظریه‌ی جنکینز، زمان و مکان نیز به عنوان منابع ساخته شدن هویت در صحنه‌ی اجتماع، اهمیت کانونی دارند. با این حال برداشت جنکینز از این دو عامل با فهم رایج اندکی متفاوت است: در مورد افراد، در وهله‌ی اول، هویت در تن آن‌ها جای دارد. هویت فردی همیشه تجسم یافته است، گرچه گاهی به طور مجازی یا تخیلی تجسم می‌یابد (برای مثال، در آثار داستانی یا اسطوره‌ها). به طور مشابه می‌توان هویت‌های اجتماعی جمعی را در چارچوب یک سرزمین یا منطقه جای داد:

1. Anthony Giddens.
2. Jenkins.

حتی اگر آن سرزمین جایی باشد که طبق اسطوره باید به آن بازگشت یا آن که یک ساختار سازمانی باشد که نمودار آن مطابق با یک الگوی جایگاهی است. از آنجا که تن‌ها همیشه در سرزمین‌ها سکنا می‌گزینند؛ فرد و جمع تا حدودی بر هم منطبق می‌شوند. علاوه بر این، در تجربه‌ی شخص از خودش و دیگران، زمان با مکان مرتبط است (کمپل به نقل از جنکینز: ۴۴). مکان، خارج از چارچوب زمان معنا ندارد. در فرآیندهای شناسایی، زمان دارای اهمیت است. به دلیل آن که هویت، تداوم دارد ولو آن‌که فقط به طور منطقی، از طرف کسی ادعا شود یا این‌که به کسی انتساب یابد.

نظریه‌ی مانوئل کاستلز^{۲۹}

کاستلز هویت را فرآیند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ی به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به نظر کاستلز «در جامعه‌ی شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی معنا حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. اگر چه این رهیافت به نحوه‌ی فرمول‌بندی اریکسون از هویت شباهت دارد اما در این‌جا کانون توجه من‌عمدتاً معطوف به هویت جمعی خواهد بود تا به هویت فرد. هرچند که فردگرایی (که با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۳-۲۲).

به نظر کاستلز تمام هویت‌ها برساخته می‌شوند. اما مسئله‌ی اصلی این است که چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافیا، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره‌ی جمعی، رؤیاهای شخصی، دستگاه و جهاز قدرت، وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود. اما افراد، گروه‌های اجتماعی و جوامع، تمامی این مواد خام را می‌پروراند و معنای آن‌ها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی- مکانی آن‌ها دارد؛ از نو تنظیم می‌کنند. به نظر کاستلز اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را برمی‌سازد تا حد زیادی تعیین‌کننده‌ی محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا بیرون از آن تصور می‌کنند (همان: ۲۴).

این پرسش که انواع مختلف هویت‌ها چگونه و به دست چه کسی ساخته می‌شوند و چه پیامدهایی دارند، نمی‌تواند به صورت کلی و انتزاعی مورد بحث قرار گیرد. چرا که امریست مربوط به متن و زمینه‌ی اجتماعی. به نظر کاستلز «سیاست‌های مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد» (همان) و این زمینه‌ی خاص برای او شرط پیدایش جامعه‌ی شبکه‌ای است.

بر اساس رویکرد بالا، کاستلز بین سه صورت و منشأ برساختن هویت، تمایز قائل می‌شود که هر کدام پیامدهای اجتماعی خاصی دارد:

هویت مشروعیت بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه‌ی آن‌ها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند و با نظریه‌های ملی‌گرایی هم‌خوانی دارد و جامعه‌ی مدنی ایجاد می‌کند که منابع سلطه‌ی ساختاری را، البته گاهی به شیوه‌ای پر تعارض، عقلانی می‌سازد.

هویت مقاومت: این هویت که شاید مهمترین شکل هویت‌سازی در جامعه‌ی امروز است، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود. به نظر کاستلز این نوع هویت‌سازی، منجر به ایجاد جماعت‌ها و اجتماعات می‌شود. این هویت شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند و معمولاً بر مبنای هویت‌هایی (مثلاً ملی‌گرایی مبتنی بر قومیت)

ساخته می‌شود که آشکارا به وسیله‌ی تاریخ، جغرافیا یا زیست‌شناسی تعریف شده‌اند و تبدیل مرزهای مقاومت را به جنبه‌های اساسی و ذاتی آسان‌تر می‌کنند (همان: ۲۶). این دسته توسط نخبه‌ها و به عنوان دستگاهی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آن‌ها ساخته می‌شود. برنامه‌ی این هویت، تلاش برای ساختن جامعه‌ای است که بدون تبعیض به تفاوت‌های فرهنگی احترام بگذارد (انیس، ۱۳۸۴: ۵-۱۰۴).

هویت برنامه‌دار: هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی هستند، این نوع هویت تحقق می‌یابد. مصداق این هویت مثلاً وقتی است که فمینیسم از سنگرهای مقاومت و دفاع از هویت و حقوق زنان خارج می‌شود تا پدرسالاری را به چالش بخواند. طبعاً، هویت‌هایی که در آغاز به منزله‌ی هویت مقاومت شکل می‌گیرند، ممکن است مبلّغ برنامه‌هایی شوند یا ممکن است در طول تاریخ در میان نهادهای جامعه به نهاد مسلط بدل شوند و بدین ترتیب به منظور عقلانی کردن سلطه‌ی خود به هویت‌های مشروعیت‌بخش تبدیل شوند. در واقع، تحول هویت‌ها در طول این توالی نشان می‌دهد که از دیدگاه نظریه‌ی اجتماعی، هیچ هویتی نمی‌تواند یک جوهر به شمار آورده شود و هیچ هویتی به خودی خود خارج از متن تاریخی خود، ارزش متری یا ارتجاعی ندارد (کاستلز: ۵-۲۴).

فضای مجازی واژه‌ای است که در دهه ۱۹۸۰ وارد ادبیات علمی تخیلی شد و شاغلان در زمینه کامپیوتر و علاقه‌مندان به سرعت آن را به کار بردند و در دهه ۱۹۹۰ رایج شد. در این دوره، استفاده از اینترنت، شبکه و مخابرات دیجیتال سریعاً در حال رشد بود و لفظ فضای مجازی می‌توانست بسیاری از ایده‌ها و پدیده‌های نوظهور را نمایندگی کند.

درجهان سایبر مفهوم هویت، به دو صورت حقیقی و مجازی بروز می‌یابد. در فضای سایبر ما یک هویت جدید، علاوه بر هویت فیزیکی خود پیدا می‌کنیم، این هویت می‌تواند به صورت حقیقی یا مجازی شکل بگیرد؛ یعنی می‌توانیم مشخصات هویت حقیقی خودمان را برزو دهیم و از خود، شخصی دیگر غیر از آنچه در واقعیت وجود داشته ارائه دهیم. فضای سایبر این امکان را به شخص می‌دهد که هویت حقیقی و به تعریفی دیگر هویت فرهنگی، خویش را مخفی کند و با هویت ساختگی جدیدی وارد آن شود. این معنای هویت مجازی که است (خسروی، ۱۳۸۹).

قرن بیستم همچنین آغاز تحول بزرگی در مناسبات اجتماعی بود و تمام توجه اندیشمندان و نظریه پردازان به ناگاه از سوی تولید به سمت مصرف سوق پیدا کرد. این حاصل نگاه جامعه‌ای بود که مصرف را برای خود به عنوان عاملی هویت بخش برگزیده بود. به این ترتیب اندیشمندانی همچون (بورديو، ۲۰۰۲-۱۹۳۰) با نگاهی به هویت اجتماعی فرد در جامعه غربی سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی تعریف می‌کنند که از ذوق و سلیقه فرد سرچشمه می‌گیرد و بیشتر جنبه عینی و خارجی داشته و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و بدین ترتیب میان قشرهای مختلف اجتماعی تمایز پدید می‌آورد (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۸۶ و ۳۳۷). همچنین آنتونی گیدنز «سبک زندگی را رفتاری در زندگی روزمره هر کس می‌داند که او را از دیگری متمایز می‌کند» (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۲۰).

هویت

هویت از نگاه متفکران مختلف در حوزه‌های روان‌شناسی و جامع‌شناسی، تعاریف متعددی دارد و اندیشمندان با رویکردهای مختلف به این مفهوم پرداخته‌اند. استوارت هال اعتقاد دارد که هویت‌ها پیوسته‌های موقتی و گذرای سوبژه هستند که کنش‌های موقتی را برای ما به ارمغان می‌آورند. این تعریف به این مبناست که در حقیقت نمی‌توان از هویت‌های ثابت حرف زد (ربیعی، ۱۳۸۷). تعریف هویت را اولیت بار اریکسون طرح کرد؛ اریکسون در اصطلاح هویت را یک حس درونی کلی توصیف کرده است، از نظر او هویت جریان تلفیق تغییرات فردی و نیازهای اجتماعی برای آینده است. وی تشکیل

هویت را شامل به وجود آمدن یک احساس این همانی و وحدت شخصیت می‌داند. که فرد احساس می‌کند دیگران آن را تشخیص می‌دهند و از زمانی به زمان دیگر مشابه است (ادیب راد، ۱۳۸۳: ۱۸۴). از سوی دیگر مانوئل کاستلز هویت را فرایند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه بهم پیوسته ای از ویژگی های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر الویت داده می‌شود. بر مبنای این تعریف هویت ها همیشه تولید و باز تولید می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). از نظر کاستلز هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فردیت بخشیدن ساخته می‌شود. آنتونی گیدنز نیز هویت را منبع معنا برای کنشگران می‌داند. از نظر وی انسان با احساس عدم هویت، عدم امنیت هم خواهد داشت (نوجه فلاح، ۱۳۸۳: ۴۲).

هویت دارای دو ویژگی مهم است: اول اینکه هویت وجه تمایز من و ما با دیگری و دیگران است و دوم اینکه هویت مهم ترین و اساسی ترین منبع شناخت عواطف، احساسات و سازماندهی رفتارهای جمعی درون جامعه پیرامون ما محسوب می‌شود و آن را امری تاریخمند معرفی می‌کند (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۲۵۱-۲۷۰).

تاجفل معتقد است؛ هویت اجتماعی نوعی خود شناسی در رابطه با دیگران است و با عضویت گروهی پیوند زده می‌شود. وی عضویت گروهی را مبتنی بر سه عنصر زیر می‌داند:

۱. عنصر شناختی: آگاهی فرد از اینکه به یک گروه تعلق دارد؛

۲. عنصر ارزشی: فرض هایی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی؛

۳. عنصر احساسی: احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاص با آن گروه دارند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۱۳-۱۸). براساس نظریه تمایز نمادین، گروه خودی و غیر خودی مبنای شکل گیری هویت اجتماعی است. به اعتقاد بلومر، هویت خود اجتماعی افراد است. بر این اساس، هویت فرد پنداشتی است که او از خود در جریان کنش متقابل با دیگران به دست می‌آورد. بر مبنای دیدگاه کنش متقابل نمادین م‌یتوان گفت عوامل جامعه پذیری همانند مدرسه، همسالان، گروه های مرجع و رسانه های گروهی، اهمیت زیادی در جریان هویت یابی دارند (قنبری برزیان، ۱۳۸۳: ۳۶۳).

درمجموع هویت واجد سه عنصر است: هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی که هر یک در تکویت هویت فرد نقش مهمی ایفا می‌کنند. در مقایسه این سه هویت، هویت شخصی ویژگی بی همتای فرد را تشکیل می‌دهد؛ هویت اجتماعی (نقش های اجتماعی درونی شده و متنوع) و فرهنگی (درک و کاربرد نمادهای فرهنگی) در پیوند با گروه ها و اجتماعات مختلف قرار می‌گیرد (بوربور، ۱۳۸۳: ۸۸).

هویت فرهنگی، عبارت از همبستگی و یکپارچگی بافت معنوی جامعه است که به واسطه آن، افراد یک حوزه، خود را متعلق به هم می‌دانند و از نظر دیگران متعلق به هم شناخته می‌شوند. در حقیقت، هویت، مجموعه آداب، رسوم، معتقدات، علوم و هنرهایی است که عمدتاً به وسیله زبان و خط فراگرفته می‌شوند. در واقع، این دو مجموعه، هویت فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهند (روح الامین، ۱۳۸۸: ۹۶).

هرگاه ارزش های جدید در جامعه وارد شود و به دنبال نهادینه کردن خود باشد، تضادی میان ارزش های جدید و قدیم ایجاد خواهد شد. بدین ترتیب، زمانی که ارزش های جدید بتواند به مقابله با ارزش های قدیمی بپردازد، ممکن است فرهنگ جامعه را دست خوش تحولاتی کرده و در نهایت، هویت فرهنگی جامعه را با چالش مواجه سازد و در صورت حل نشدن این چالش، بستری برای تبدیل آن به بحران و تهدید فراهم خواهد شد. بدین ترتیب، شکل گیری بحران هویت موجب می‌شود تا افراد نتوانند به شناسایی خود و هویت فرهنگی خود به منظور حرکت به سوی پیشرفت بپردازند. با ظهور فضای مجازی با واقعیت مجازی این فرصت فراهم آورده است که اشکال عامی از تبادل و ارتباط را از طریق زمان جهانی و مکان

جهانی تجربه کنیم. این حقیقت موجب طرح پرسش درباره ارزش‌های فرهنگی و اهمیت هویت در فضای مجازی می‌گردد. گسترش فن‌آوری‌های شبکه‌ای و بروز تحولات فرهنگی در دو دهه اخیر، چشم‌اندازهای جدیدی را برای تحول در چگونگی فهم مسایل اجتماعی فراهم نموده است. ظهور واقعیات مجازی و اجتماعات مجازی دو استعاره مهم برای اشاره به فرایندهای فرهنگی جدیدی است که چارچوب‌هایی را برای پی‌ریزی نوع جدیدی از پیکره انسانی ارائه می‌کند (خسروی، ۱۳۸۹).

بسیاری از نظریه پردازان استدلال می‌کنند که واقعیت‌های مجازی به نحو فزاینده‌ای زندگی ما را در گسترده جهانی شکل می‌دهند و به بازنمایی و جایگزینی اشکال قدیمی فرهنگ و هویت منتهی می‌شود که از آن به فن‌آوری‌های زیست اجتماعی تعبیر می‌شود. ارتباطات انسانی و جامعه اطلاعاتی ترتیباتی برآمده از شبکه‌هایی است که در آن افراد به مدتی طولانی با یکدیگر تعامل دارند؛ چنان که می‌توانند شبکه‌هایی از روابط فردی را در فضای مجازی بر مبنای احساس تعامل انسانی، در قالب دهکده جهانی به وجود آورند (فصلنامه مطالعات ملی، ۱۳۸۹).

فضای مجازی و هویت ملی - فرهنگی

از مهمترین ویژگی‌های فضای مجازی گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می‌توانند در گروه‌های مختلف و گاه متضاد با هویت حقیقی خود حضور داشته باشند؛ می‌توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی باعث می‌شود، فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی قدرت انتخاب افراد، همواره تحت تأثیر عواملی چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و... محدود بوده است. اما در جهان مجازی مرزهای محدود کننده از میان برداشته می‌شود و شخص در مقیاس جهانی با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب روبروست. لذا بر همین اساس در میان اقوام سنتی و مذهبی شاهد تأثیرات قابل ملاحظه‌ای در ایجاد انعطاف‌پذیری و شکستن مرزهای محدود کننده اعتقادی- فرهنگی هستیم. در فراسوی این تحول فرهنگی با پدیده‌ای به نام رفتارهای نو پدید اجتماعی رو به رو می‌شویم که در بازتولید جامعه‌پذیری افراد نقش به‌سزایی دارد. مهمترین متغیر در هویت ملی- فرهنگی، وحدت بخشی یا تمایز پذیری اجتماعی است. اجتماعی شدن و فردی شدن دو روی سکه تجدد و دوره مدرن هستند. یعنی دوره مدرن دارای یک دوگانگی در ساختار اجتماعی است که از یک طرف به اجتماعی شدن افراد منجر می‌شود و از طرف دیگر فردی شدن را تقویت می‌کند (نور محمدی، ۱۳۸۸). حاصل پویایی فرهنگ و سیر تحولی آن، تغییر پوسته ذهنیت اجتماعی است، که طی آن ارزشهای فرهنگی به صورت لایه‌های تفکیک‌پذیر، در پی یکدیگر قرار می‌گیرند. ارزشهای منسوخ نیز در بعضی شرایط احیا می‌شوند و رفتار اجتماعی را با ایدئولوژی جدید تحت تأثیر قرار می‌دهند (نورائی، ۱۳۸۸).

اینترنت و فضای مجازی

برای تبیین فضای مجازی ناشی از فرایند ارتباطی جدید، به دو مفهوم فضای مجازی و اینترنت اشاره می‌کنیم. فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی رو به رو شده‌اند. در این پارادایم تأکید بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است (عاملی، ۱۳۸۲: ۱۴۲-۱۷۴). در ابتدا باید بدانیم هرچند جهانی شدن همزمان با جدی شدن صنعت ارتباطات و به ویژه با ورود اینترنت به زندگی انسان مطرح شد اما یک بحث قدیمی است که می‌توان آن را به سه دوره تقسیم کرد.

جهانی شدن سنتی - ظهور ادیان بزرگ

آغاز جهانی شدن که همان دوران سنتی جهانی شدن است با ظهور ادیان بزرگ شکل گرفت. این ادیان با پیامهای جهانی خود کل بشریت را مورد خطاب قرار می‌دادند. مفاهیم این پیامها به قومیت و جغرافیای خاصی تعلق نداشت. بنابراین می‌توان گفت ادیان بزرگ جهانی شدن را پایه گذاری کردند.

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

جهانی شدن مدرن - صنعت چاپ

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

جهانی شدن ارتباطات - آغاز جدید با موریس

جهانی شدن سوم با اختراع موریس شروع شد. موریس پایه ارتباط حاضر با غایب را به صورت همزمان فراهم کرد. در اواخر قرن ۱۹ همزمان با توسعه این صنعت، رسانه‌ها به میدان آمدند، سینما گرافیک معنا پیدا کرد و صنعت سینما آغاز شد. در عرصه ارتباطات رسانه‌های توده‌ای، رادیو و تلویزیون پدید آمد و در صنایع ارتباطی نیز تلکس، تلفکس و فکس وارد عرصه شدند. این اتفاقات پایه جهانی شدن دوره جدید یعنی امکان فرامحلی شدن پدیده‌ها را به صورت همزمان ایجاد کرد.

از نگاه عاملی مهم‌ترین تغییر جهان معاصر، که بنیان تغییرات جهان معاصر را می‌سازد، رقابت جهان واقعی با جهان مجازی است. در واقع این واقعیت که جهان مجازی پدیده‌ای نوین است، باعث شده ظرفیت‌های این جهان کمتر از میزان واقعی ارزشیابی شود؛ در حالیکه جهان مجازی به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت می‌یابد و این دو جهان از یک رابطه "انعکاس هندسی" برخوردارند. جهان اول با ویژگی جغرافیامند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت، طبیعی-صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود. جهان مجازی، بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض، دسترس پذیر و بی‌اعتنا به محدودیت‌های دولت-ملت است (عاملی، ۱۳۸۲: ۱۴۶). تعامل فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی متکی به تعامل‌های دو جهانی است.

اینترنت، اصلی‌ترین عامل تشکیل دهنده فضای مجازی شناخته می‌شود. می‌توان گفت اینترنت صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد. در این فضای عمومی از جمله فیس‌بوک، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا بتوان با تنظیمات نمادین بازی کرد.

بسیاری از متخصصین و روانشناسان سایبری و خانواده‌ها هشدار دادن نسبت به رشد فزاینده و آینده شبکه‌های اجتماعی، نسبت به جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرورفتن در دنیای مجازی خود ساخته، هشدار داده‌اند. اما نباید تأثیرات مثبت شبکه‌های اجتماعی از قبیل افزایش اطلاعات عمومی، افزایش ارتباط با دیگران برای روابط اجتماعی و کسانی که در خارج از فضای اینترنت از روابط ناخوشایند با دیگران رنج می‌برند نادیده گرفت. افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی می‌توانند روابط متفاوتی را تجربه کنند.

شبکه‌های اجتماعی، امکان اتصال انسان‌ها را در سراسر جهان به طور غیرقابل‌تصوری افزایش داده‌اند. با این همه، برخی از متخصصان فناوری، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان می‌گویند کاربران شبکه‌های اجتماعی نسبت به دیگرانی که در آن حضور

ندارند، یا بهره کمتری از آن می‌برند، «تنهاتر» و «خودشیفته تر» شده‌اند. حتی بیماری‌های جسمی و روحی هم کاربران را تهدید می‌کند.

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

۲. یافته‌ها

با آمدن شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تاثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی برجای گذاشت. شبکه‌های اجتماعی یکی از پرتعدادترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند. ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های اجتماعی است.

- در مطالعه و بررسی شکست مرزهای سنتی خانواده توسط فضای مجازی باید اذعان داشت؛ شبکه‌های اجتماعی با قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، به ۴ اولویت اول کاربران اینترنت تبدیل شده‌اند؛ ۱- فرد با طیف وسیعی از افراد در ارتباط است. ۲- علایق خود در زمینه‌های مختلف را با آنها به اشتراک می‌گذارد. ۳- افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند. ۴- بر پایه همان هویت دلخواه ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند.

- در تحلیل شکل‌گیری هویت فرهنگی و ارتباطات نو متاثر از فضای مجازی به این یافته‌ها رسیدیم؛ از آنجا که ظاهر شبکه‌های مجازی جمع‌گرا است، تغییرات فرهنگی اخیر، موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی، ارتباطات گسترده‌ای هم با جهان پیرامون خود داشته باشند. شبکه‌های اجتماعی این خواسته را فراهم می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مختلف با سرویس‌ها و خدمات مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، موجب تاثیرگذاری بیشتر روی زندگی آن‌ها و جامعه و رفتارهای اجتماعی می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... تاثیرگذارند. "این شبکه‌ها کارکردهای گوناگون اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی دارند و به گفته متخصصان ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش رابطه‌های چهره به چهره را کاهش می‌دهند". (مصطفی قوانلو قاجار، همایش شبکه‌های اجتماعی مجازی و زندگی روزمره) فیسبوک و یوتیوب که گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی‌اند بعد از گوگل پر بازدیدترین سایتهای جهان بوده‌اند. شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی داشته و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار بسیاری از افراد دیگر را فارغ از محدودیتهای زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می‌دهند. فیس بوک سرشناسترین شبکه اجتماعی اینترنتی است که با استقبال بسیاری مواجه شده است. این شبکه بیش از پانصد میلیون جمعیت دارد که سومین منطقه پر جمعیت جهان پس از چین و هند به شمار می‌آید. در هر ثانیه هشت کاربر جدید در این سایت ثبت‌نام می‌کنند که در این میان به طور معمول دانشجویان یکی از اصلیترین فعالان در این شبکه‌ها هستند. روابط اینترنتی سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند (منتظر قائم، و تاتار، ۱۳۸۴: ۱۵۱-۲۷۰). لذا عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به عنوان منبعی برای تعیین سطح سرمایه اجتماعی می‌تواند مورد سنجش قرار بگیرند. اعتماد به عنوان سنگ بنای سرمایه اجتماعی و عامل تعیین کننده سطح سرمایه اجتماعی باید مورد توجه قرار گیرد چرا که امروزه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی اینترنتی می‌تواند عاملی مهم برای میزان استفاده و نحوه استفاده از این شبکه‌ها باشد.

- یکی از مباحث حائز اهمیت که در پرتو تأثیرات فضای مجازی قرار دارد سبک زندگی است که از اهداف و سوالات مورد بررسی این پژوهش است. شایان ذکر است که زندگی در فضاهای مجازی، تأثیرات مثبت و منفی مختلفی بر «سبک زندگی» کاربران داشته باشد. فرصتهای آموزشی، اقتصادی و... از جمله نقاط مثبت این فضاها می‌باشد اما حضور در این دنیاها می‌تواند آسیب‌پذیریهای اجتماعی و خانوادگی را نیز همراه داشته باشد. در جامعه ما یکی از مهم‌ترین چالش‌های فرارو، تضادهای فرهنگی جامعه با این ابزارها و دستاوردهای حاصل از آنها است. در این میان، بدیهی است با سرعت گرفتن رشد تکنولوژی‌های ارتباطی و ورود این فناوری‌ها به کشور و در عوض عدم برنامه‌ریزی در داخل، این تضادها به شکل برجسته‌تری نمایان می‌شوند و آسیب بیشتری را متوجه جامعه می‌کنند. در فضای مجازی، فضای نو و جدیدی برای شکل دهی به یک نوع زندگی که «زندگی دوم» (Second Life) نامیده می‌شود، در اختیار بشر قرار گرفته است که در آن فرد می‌تواند با چهره‌ی مطلوب و دلخواه خود در آن حضور پیدا کرده و با دیگران به تعامل بپردازد و در فضایی مبتنی بر رؤیاهای خویش زندگی کند که اگرچه هیچ یک از مؤلفه‌های این زندگی واقعیت ندارند ولی بطور چشم‌گیری در زندگی فرد اثرگذارند. در فضای زندگی مجازی (Virtual Life)، «سبک زندگی خاصی که هیچ‌گاه رنگ و بوی واقعیت و تجسم مادی را به خود نخواهد گرفت، شکل می‌گیرد». شایان ذکر است که ظهور این نوع زندگی با توجه به امکانات گسترده و جذابیت‌های بی‌شمار، به سرعت به فضای محبوب نسل جوان تبدیل شده است «فلیپ روزدال» بنیانگذار زندگی دوم می‌گوید: «زندگی دوم یک بازی رایانه‌ای نیست بلکه جایی است که مردم آنگونه که می‌پسندند زندگی می‌کنند، سرگرمی دارند، و حتی به نحوی که دوست دارند درآمد کسب می‌کنند. در واقع زندگی دوم بهترین محل برای کسانی است که از محیط اطرافشان خسته شده‌اند یا در شرایط بد آب‌وهوایی، کاری و... زندگی می‌کنند. زندگی دوم دنیایی است که مطابق با میل افراد طراحی می‌شود» (ویستا، ۱۳۹۲). در ابتدا باور این مسئله سخت است که چگونه می‌توان با دنیای مجازی بدینگونه ارتباط برقرار کرد، ولی طبق آمار بدست آمده افراد با یک بار وارد شدن به این دنیا چنان مجذوب آن می‌شوند که به آن عادت خواهند کرد و اهمیت آن بگونه‌ای می‌شود که نمی‌تواند آن را براحتی کنار بگذارد.

در «سبک زندگی مجازی شده»، یک نوع «ازجاکنندگی» دیده می‌شود که افراد با اینکه در محلی خاص زندگی می‌کنند، اما بدون مرز، در فضا و زمانی دیگر، در حال سیر هستند که شرط وقوع ازجاکنندگی است (گیدنز، ۱۳۸۴:۲۵). و این با ارزش‌ها و فرهنگ بسیاری از جوامع از جمله جامعه ما همخوانی ندارد و می‌تواند تهدیدی فراروی نسل آینده که اکنون جوانان و نوجوانان دانش‌آموز و دانشجوی ما هستند محسوب شود.

به طور کلی می‌توان آسیب‌های روانی شبکه‌های اجتماعی را در چهار دسته تقسیم بندی کرد:

۱. کاهش احساسات: اغلب ارتباطات در این فضا نوشتاری است و کیفیت ارتباط در فضای واقعی را ندارد و از احساس کمتری برخوردار است. و موجب کاهش احساسات در فرد می‌شود. ارتباطات متنی پایه و اساس شبکه‌های اجتماعی را می‌سازد و وسایل ارتباطی جدید هم نتوانسته‌اند خللی در آن ایجاد کند. این موضوع از آنجا اهمیت دارد که یک نوشته ممکن است حق مطلب را ادا کند اما به هیچ وجه نمی‌تواند احساس افراد در جریان کنش متقابل منتقل کند.

۲. متن‌گرایی: با وجود امکانات چندرسانه‌ای موجود در فضای مجازی، هنوز هم قسمت بزرگی از ارتباطات در فضای مجازی را ارتباطات متنی (ایمیل، چت) تشکیل می‌دهد. ارتباط متنی می‌تواند شکل جدیدی از هویت مجازی را شکل دهد.

۳. انعطاف‌پذیری هویتی: افراد در فضای مجازی می‌توانند چهره‌ها و بازنمایی‌های متفاوتی از خود ارائه دهند.

۴. دریافت‌های جایگزین: در ارتباطات مجازی می‌توان دیوارها را شکست و به حوزه خصوصی دیگران وارد شد و حرف‌هایی را که افراد حاضر نیستند در ارتباط چهره به چهره بگویند، می‌گویند (ربیعی، ۱۳۸۷).

۳. نتیجه‌گیری

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

استفاده جوانان در طبقات مختلف اجتماعی از اینترنت و شبکه‌های مجازی رو به گسترش است. وابستگی دو جهان مجازی و واقعی منجر به تعاملات فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی شده است. هویت در هر جامعه‌ای از عوامل ثبات و همبستگی است و هویت با ابعاد مختلف شخصی، اجتماعی، قومی و دینی هر یک از تأثیرات زیادی در دوام و بقا و استمرار جامعه دارند. مطالعات اسنادی حاصل از این پژوهش نشان دهنده آنست که فضای مجازی به واسطه خاصیت تعاملی بودن و منعطف بودن آن تغییراتی را در ایدئولوژی، عوامل ارزشی و بروز رفتارهای نوپدید اجتماعی ایجاد می‌کند و هویت فرهنگی- ملی یک جامعه را تحت تأثیر و دگرگونی قرار داده است. بر این اساس، فرضیات این پژوهش مورد تأیید نسبی قرار می‌گیرد.

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

به نظر می‌رسد با توجه به نتایج مطالعات اسنادی و تحقیقات انجام شده در این حوزه، مسئولین و خصوصاً دست‌اندرکاران نظارتی و فرهنگی به بهره‌گیری از امکانات آموزشی رسانه‌ها بخصوص رسانه ملی به ارتقای سطح «سواد رسانه‌ای» جامعه بپردازند تا سطح آگاهی خانواده‌ها ارتقا یابد. بدین منظور گنجاندن آموزش مباحث مرتبط با فضای مجازی، سبک زندگی هویت‌یابی فرهنگی در برنامه درسی مدارس و دانشگاه‌ها موثر به نظر می‌رسد. شاید ابزار مناسب با جهت‌گیری این هدف تولید نرم افزارهای مناسب از این دست متناسب با فرهنگ و باور مردم و برخاسته از نیاز جامعه باشد تا اصول توسعه یافتگی نیز در این فرایند محقق گردد.

منابع

- ادیب زاده، نسترن (۱۳۸۳). ابعاد روان شناختی هویت فرهنگی، مبانی نظری و بحران هویت. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴). روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان. تهران: فرهنگ گفتمان.
- بوربور حسین بیگی، مریم (۱۳۸۳). بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش ها در بین دو نسل. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۰). تمایز- نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی. (حسن چاووشیان، مترجم). تهران: نشر ثالث.
- خسروی، آرشد (۱۳۸۹). بررسی هویت مجازی در فضای سایبر با رویکرد اخلاقی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ربیعی، علی (۱۳۸۷). رسانه های نوین و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۹ شماره ۴.
- ربیعی، علی (۱۳۸۰). جامعه شناسی تحولات ارزشی. تهران: فرهنگ و اندیشه.
- شهریاری، حمید (۱۳۸۰). مزایا و چالش های هویت مجازی در فضای سایبر. نشریه ره آورد نور. شماره ۳۵.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۴). دو جهانی شدن ها و آینده هویت های همزمان، هویت ملی و جهانی شدن. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- فصلنامه مطالعات ملی (۱۳۸۹). سیاست مجازی؛ هویت و اجتماع در فضای مجازی، سال ۱۱ شماره ۴۴.
- قنبری برزیان، علی (۱۳۸۳). رویکردها چالش ها و مولفه های هویت ملی. تهران: جهاد دانشگاهی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۲). (حسن چاووشیان، مترجم). تهران: طرح نو.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰). جهانی شدن و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۳ شماره ۱۰.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (ناصر موفقیان، مترجم) تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). چشم اندازهای جهانی. (محمدرضا جلالی پور، مترجم). تهران: طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. (چاپ پنجم). (احدعلیقلیان، افشین خاکباز، مترجمان). تهران: نشر طرح نو.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴). رسانه های جمعی و هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۲ شماره ۴.
- نوچه فلاح، رستم (۱۳۸۳). هویت واقعی ثابت یا سیال (مجموعه مقالات هویت و بحران هویت). تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- نورائی، مهرداد (۱۳۸۸). تغییر و تحول فرهنگی و هویت اجتماعی. نشریه دانش. شماره ۱۱۷.
- نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸). تأثیر فضای مجازی بر عرصه هویت. مجلات عقیدتی، فرهنگی، اجتماعی. شماره ۲۶۱.
- ویستا، زندگی دوم در فضای مجازی (۱۳۹۲)
- <http://vista.ir/article/>؛ ۳۲۰۱۰۶: نشانی سایت
- هال، استوارت (۱۳۸۳). هویت های قدیم و جدید، قومیت های قدیم و جدید. (شهریار وقفی پور، مترجم). فصلنامه ارغنون، شماره ۲۴.
- **Baumann, Sabine. (1987).** Cultures in Cyberspace Communities, Inter-Disciplinary press, Oxford United Kingdom.
- **Erikson, E.H. (1968).** Identify, youth and Crisis, London: faber.