

پدیدارشناسی هویت ملی در فضای سایبر (نمونه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته جغرافیای سیاسی در دانشگاه‌های تهران، تربیت مدرس و خوارزمی)

سید عباس احمدی (استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران)

[abbas\\_ahmadi@ut.ac.ir](mailto:abbas_ahmadi@ut.ac.ir)

مصیب قره‌بیگی (دانشجوی دکتری سازمان سیاسی فضا، دانشگاه تهران، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

[m.garehbaygi@ut.ac.ir](mailto:m.garehbaygi@ut.ac.ir)

سجاد پورعلی‌آتی‌کندی (کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران)

[spoz1368@gmail.com](mailto:spoz1368@gmail.com)

DOI: 10.22067/pg.v1i4.63298

### چکیده

فضای سایبر، به سبب ویژگی‌ها و جایگاه منحصر به فرد در جهان امروز، خاستگاه مهمی از قدرت و تغییرات اجتماعی را با خود به همراه دارد. با گسترش اینترنت و انقلاب اطلاعات، نقش فضای سایبر در زیست هر روزه انسان‌ها و نیز در مقیاس کلان کشورها به چنان واقعیت اجتناب‌ناپذیری تبدیل شده است که گریز و گزیری برای آن متصور نیست. با توجه به چنین اهمیتی و نیز به سبب ارزش فزاینده هویت ملی در بقا و دوام کشور، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر فضای سایبر بر هویت ملی انجام شده است. شرکت کنندگان در پژوهش، شامل ۵۰ نفر از دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری تخصصی) رشته جغرافیای سیاسی در دانشگاه‌های تهران، تربیت مدرس و خوارزمی هستند که بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی سیستماتیک انتخاب شدند و با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته و بر پایه روش‌شناسی «کیو»، نگرش آن‌ها درباره هویت ملی در فضای سایبر سنجیده شده است. مفهوم هویت ملی در این پژوهش در چارچوب سه شاخص زبان ملی، تاریخ ملی و تعلق سرزمینی بررسی شده است. پژوهش حاضر، از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش، از نوع پدیدارشناسی است. نتایج این پژوهش، نشان از آن دارد که شاخص زبان و تاریخ ملی به دلیل ویژگی «تعاملی و ارتباطی» فضای سایبر افزایش و شاخص تعلق سرزمینی به دلیل خاصیت بی‌مرزسازی فضای سایبر، کاهش داشته است. با این حال، افزایش احساس تعلق به زبان و تاریخ ملی از لحاظ اعتبار اسناد و مدارک موجود در اینترنت، نامطلوب است؛ بنابراین، پدیدارشناسی

هویت ملی در فضای سایبر نشان می‌دهد که فقدان زیرساخت‌ها و آموزش و پرورش نامطلوب، پیوند فضاهای گفتمان هویت ملی میان نسل‌های مختلف را با گسست مواجه کرده است.

**کلیدواژه‌ها:** سایبر، هویت ملی، اینترنت، پدیدارشناسی، جغرافیای سیاسی.

#### مقدمه

فضای سایبر<sup>۱</sup>، تناقض جالب توجهی است؛ «تناقضی که امکان می‌دهد تا فراتر از توان احساس‌سازمان بینیم، بشنویم، لمس کنیم و بنگریم» (Friedman, 2003:3). شبکه‌های عظیمی که مرزهای جغرافیایی و سیاسی را در هم می‌شکنند و از فراز این سیاره، امواج صوتی و تصویری را به حریم زندگی همه ملت‌ها می‌برد که گاه مرزهای فرهنگی را هم کمرنگ نموده است. فضای سایبر بر زبان، ادبیات، هویت ملی و دیگر ابعاد زندگی بشر تأثیرگذار بوده و اگر چون گروهی از متفکران فرهنگ را نمود معنوی رشد و پیشرفت جامعه تصور کرد، باز هم باید گفت که اینترنت در این راستا مؤثر بوده است (Vali-Mirfardi & Nejad, 2016:103). گیدنز<sup>۲</sup> معتقد است که پس از انقلاب ارتباطات و اتصال تکنولوژی ماهواره‌ای به رایانه‌ها، می‌توان در یک چشم به هم زدن، در هر زمان با هرکسی و هر نقطه‌ای از جهان ارتباط برقرار کرد. این ارتباط آنی، بسیاری از جنبه‌های زندگی ما را تغییر می‌دهد (Giddens, 2001:61-62). ارتباطات، انتقال عواطف، آموزش و هویت‌ها در فضای سایبر، به گونه‌ای است که شاید بتوان به آن عنوان «جامعه بی‌طبقه» داد؛ «یعنی در این شبکه، هیچ کامپیوتری برتر از کامپیوتر دیگری نیست و هیچ فردی هم بهتر از فردی دیگر نیست» (Levin & Barody, 2000:6). به معنای دیگر در این فضا همه چیز مجازی فرض می‌شود و نهایتاً بدون حضور فیزیکی، همه فشارها و معضلات معطوف به اذهان می‌گردد. آنچنان که رید<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) به تعریف اریکسون استناد نموده و فضای سایبر را «یک جهان جدید، یک جهان موازی که به وسیله کامپیوترها و خطوط ارتباطی جهان به وجود آمده» (Reid, 2009:13)، تعریف می‌کند.

هویت ملی نیز از مسائل بسیار حساس و استراتژیک در هر کشوری است و بنیادهای ملی و فرهنگی یک ساختار سیاسی در یک سرزمین مشخص (کشور) را برمی‌سازد. با ظهور اینترنت و فضای سایبر، همه ارکان هویت با قرار گرفتن در این فضا تغییرات خوشایند و ناخوشایند را از سرگذرانده‌اند. برخی از این

1 Cyber

2 Giddens

3 Reid

تغییرات، به حوزه‌ها و شاخص‌هایی پیوند می‌خورد که با کلیت و پایه‌های اصلی فرهنگ سیاسی یک کشور پیوند دارد. از این گزاره می‌توان به هنجارها، ارزش‌ها و نمادهای گفتاری (زبان) اشاره کرد. هر کشوری به فراخور فرهنگ و جغرافیای تاریخی خود از این سه شاخص هویتی برخوردار بوده و با گذار قرون و اعصار، شاکله و زیست‌مایه یک ملت را تشکیل داده است. این سه شاخص، ارتباط مستقیمی با «هویت ملی» دارد و از این روی، آشکار است که تغییر در آن، تغییر در امنیت ملی را به دنبال خواهد داشت. پژوهش حاضر، با توجه به اهمیت فزاینده فضای سایبر در جهان امروز و برجستگی مسئله امنیت به مثابه اتمسفر فکری-ذهنی یک ملت، به بررسی تأثیر فضای سایبر (با تأکید بر اینترنت) بر هویت ملی انجام شده است. پرسش بنیادی تحقیق حاضر این است که مفهوم هویت ملی در فضای سایبر چه تغییراتی را از نظر معنایی و کارکردی می‌یابد؟ مفهوم هویت ملی در این پژوهش در چارچوب تغییرات فرهنگی و با سه زیرشاخص زبان ملی، تاریخ ملی و تعلق سرزمینی بررسی شده است

#### چارچوب مفهومی-نظری پژوهش

##### فضای سایبر

فضای سایبر که در فارسی فضای مجازی هم خوانده می‌شود، فضای گسترده، مؤثر و نافذی است که در همه امور و فعالیت‌های بشری راه یافته است و نیزگاهی انسان را به جهانی دیگر می‌برد. این اصطلاح توسط ویلیام گیسون رمان نویس، ابداع گردید برای تشریح فضای اطلاعاتی که توسط شبکه‌های کامپیوتری ایجاد شد (Shaw, 2008: 89). «فضای، سایبر، فضایی است کاملاً متفاوت از آنچه تا به حال درگیر آن بوده‌ایم، چنان است که گاهی یک انسان بسیار ضعیف از نظر مالی و جسمی می‌تواند انسان‌های بسیار دیگری را در عرض مدت بسیار کوتاهی غافلگیر کند و سرنوشت آنها را از مسیری به مسیر دیگر سوق دهد» (Hosseini, 2004: 11). فضای سایبر با این رویکرد، دیگر نمی‌تواند امری مجازی یا مرتبط به قلمرو خیال تصور شود؛ چرا که این فضا واقعی عینی است که تبدلات فرهنگی در آن مهیا می‌گردد و می‌تواند موضوعاتی چون هویت، دین، زبان، ادبیات، رسوم و دیگر ابعاد فرهنگی و هویتی را به چالش بکشد (Levin, 2003: 146-147). از این روی، فضای سایبر در معنا به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها گفته می‌شود که از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای طبیعی روی می‌دهد. یک سیستم آن لاین (On Line)، نمونه‌ای از فضای سایبر است که کاربران آن می‌توانند از طریق ایمیل با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. بر خلاف فضای واقعی، در فضای سایبر نیاز به جابجایی‌های فیزیکی

نیست و کلیه اعمال فقط از طریق فشردن کلیدها صورت می‌گیرد (Suler, 2008:36). از این روی، فضای سایبر قلمرویی است که به وسیله طیف‌های الکترومغناطیسی و الکترونیکی، داده‌ها را از طریق کامپیوترهای شبکه‌ای و زیرساخت‌های فیزیکی مرتبط، ذخیره، تعدیل و مبادله می‌کند. این فضا از دهه ۱۹۹۰ همان اینترنت خوانده شد (Mahdavi & Akbari, 2007:19).

فضای سایبر که بستر یا به تعبیری، همان اینترنت است، امکان ارتباط افراد با یکدیگر را آسان می‌کند. ارتباط‌هایی که به صورت‌های زیر انجام می‌پذیرد:

الف) پست الکترونیک، همان نامه الکترونیکی است که می‌تواند یک پیام متنی ساده یا همراه با فایل‌های دیگر شامل اطلاعات صوتی، تصویری و یا گرافیکی باشد و یکی از فراگیرترین ابزار اینترنت است (Hosseini, 2004:24). پست الکترونیکی یا ایمیل در حال تبدیل شدن به بخشی از فرهنگ بشر است.

ب) گروه‌های خبری، تخته سیاه یا تابلوی اعلانات اینترنت است که افراد در یک موضوع مشابه با یکدیگر به تبادل اطلاعات و نظرات می‌پردازند (Hosseini, 2004:25).

ج) مکالمه اینترنتی<sup>۱</sup>، مکانی مشترک برای گفت‌گو از طریق اینترنت است (Levin, 2003:149). انگیزه برخط (آن لاین) شدن از طریق چت روم‌ها، جستجوی مکالمات و ارتباطات اولیه با دیگران است. افراد اغلب از اسامی مستعار در اتاق‌های گپ‌زنی<sup>۲</sup> استفاده می‌کنند.

د) آی سی کیو<sup>۳</sup>، سیستمی است که یک کاربر، تمایل خود را از طریق آن با افراد خاصی که کاربر مایل به چت با آنها است، آگاه می‌سازد.

ه) تلفن اینترنتی و ویدئو کنفرانس، نرم‌افزار کنفرانس ویدئویی همزمان که گروه‌ها می‌توانند ملاقات‌های همزمان صوتی و تصویری داشته باشند (Peris et. al, 2002:43-51).

و) تابلوهای اعلانات<sup>۴</sup>، یکی از قدیمی‌ترین مکانیسم‌های تبادل اطلاعات بین کامپیوترهای از راه دور است (Hosseini, 2004:26-27).

1 IRC(Internet Relay Chat)

2 Chat rooms

3 ICQ (I seek you)

4 Bulletin Boards

ابزارهای انتشار، شامل ابزارهای برقراری ارتباط و وب جهانی<sup>۱</sup> و ابزارهای مربوط به آن که با استفاده از همان برنامه‌های کامپیوتری که کاربرد وب را مجاز می‌نمایند، قابل دسترسی هستند (Hick et. al, 2006:110). وبلاگ‌ها را هم می‌توان جزء ابزار انتشار پیام و یا ارتباطی به حساب آورد. کلمن<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) استدلال می‌کند که وبلاگ‌ها می‌توانند کمکی باشند برای پی‌ریزی سیاست‌های تازه‌ای از استراق سمع که در آن هرکسی صدایی دارد. آن‌ها می‌توانند پست‌های استراق سمع پیشرفته‌ای از دموکراسی مدرن و منابعی از تغذیه برای نوعی از دموکراسی باشند که در آن حساب هرکسی محاسبه می‌شود (Coleman, 2005:247). ارتباط از طریق اینترنت اگر چه دارای محدودیت‌هایی است که قدر مسلم هر چه پیش می‌رود، با توسعه و رشد این فناوری از این محدودیت‌ها کاسته می‌شود. بر اساس نظر والتر (۲۰۱۴) ارتباط کامپیوتری بین افراد می‌تواند بیش از حد خصوصی شود؛ زیرا این ارتباط کامپیوتری و فرستادن پیام فواید ارتباطی زیادی نسبت به تعاملات چهره به چهره سستی دارد. در مقایسه با موقعیت‌های چهره به چهره معمول که تعداد علائم غیرکلامی کاهش می‌یابد، فرستنده پیام اینترنتی، از امکانات زیادی برای گسترش و تصحیح سخن خودش و یا تسهیل سخنرانی برگزیده خود بهره‌مند است (Pennebaker, 2014:183).

#### فضای سایبر و تغییر فضا

در دهه ۱۹۸۰ تکنولوژی‌های جدید، دنیای رسانه‌ها را دستخوش دگرگونی ساخت و به دنبال آن در دهه ۱۹۹۰ سیستم چند رسانه‌ای شکل گرفت که قلمرو ارتباط الکترونیکی را به کل زندگی از خانه تا کار، از مدرسه تا بیمارستان و از تفریحات تا مسافرت گسترش داد. این سیستم تغییرات اساسی ایجاد خواهد نمود که شماری از پیامدهای آن بر زندگی انسان‌ها نامعلوم است (Tawaf, 2002:31). عصر اطلاعات و انقلاب ارتباطات، نظام‌های سیاسی و رژیم‌های حکومتی را بر آن داشت تا برای استمرار و تداوم بقای خویش از توان رسانه‌ای حداکثر استفاده را ببرند و بدین ترتیب در مبانی خود تعدیل نموده و در اکثر موارد سعی بر تصاحب صد در صدی قدرت رسانه‌ها از ایستگاه‌های رادیویی تا شبکه‌های خبری، ماهواره و اینترنت نموده‌اند. فناوری ارتباطی و اطلاعاتی تغییرات بنیادی شدیدی را در جوامع سستی پدید آورده و منجر به دگرگونی در تمدن انسانی و ایجاد جهان‌بینی جدیدی شده است (Hafezenia, 2013:69). شاید

1 www(world wide web)

۲ Coleman

هیچ تحولی را در عصر حاضر نتوان سراغ گرفت که از حیث ایجاد تغییر در حیات سیاسی و اجتماعی انسان با تحول حاصل از سر برآوردن فناوری‌های مدرن در زمینه اطلاعات برابری کند (Gharebeygi, 2013:3). این عصر به مدد فضای سایبر توانسته است جهان را به دهکده‌ای کوچک مبدل سازد که در آن، نوع تازه‌ای از مناسبات سیاسی و اجتماعی جاری است (Mir Ismaili, 2008:103). تغییر در شیوه ارتباطات، روابط میان سازمان‌ها، نهادها و نهایتاً کشورها را دگرگون نموده است و این خود نه تنها سبب کاهش بورکراسی، بلکه رعایت سلسله‌مراتب را هم به چالش کشیده است. آتن (۲۰۰۴) معتقد است اینترنت با سلسله‌مراتب، تصورات نخبه‌محور روزنامه‌نگاری به عنوان یک شغل یا تجارت در تقابل است (Atton, 2004:24). یکی از مهم‌ترین وجوه عملکرد رسانه‌ها، تأثیرات مثبت و منفی آنها در عرصه تولید، توزیع و اعمال قدرت سیاسی و هویت‌سازی است. به همین سبب نقش ارتباطات و رسانه‌ها در زندگی سیاسی، به ویژه در توسعه سیاسی و گسترش دموکراسی از دیرباز مورد توجه محققان حوزه‌های سیاست و ارتباطات بوده است. یکی از عوامل توجه روزافزون پژوهشگران علوم سیاسی به این پدیده نقشی است که شبکه اینترنت و تارنمای جهان‌گستر می‌توانند در رشد و تقویت دموکراسی و مشارکت سیاسی به شیوه‌هایی کاملاً نو در جوامع مختلف داشته باشند. این توانایی به دلیل ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، همزمانی ارتباط، فراگیر بودن و متمرکز نبودن شبکه اینترنت است که آن را از رسانه‌های جمعی سنتی نظیر مطبوعات و رادیو و تلویزیون متمایز می‌سازد (Minavand, 2006:121). البته از این ویژگی‌ها می‌توان به عنوان عامل تغییر، در بسیاری از زمینه‌های دیگر چون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیز نام برد. مسائل ارزشی و نمادهای ملی نیز که به حوزه هویت ملی تعلق دارند، در فضای سایبر دستخوش تغییراتی می‌شوند.

## هویت ملی<sup>۲</sup>

هویت یا الهویه، واژه‌ای عربی است. از نظرگاه ریشه‌شناسی، واژه هویت از ضمیر غایب مفرد مذکر «هو» مشتق شده است و به معنای یکی شدن موصوف با صفت است (Zahed, 2005:130). معادل انگلیسی این واژه، Identity از ریشه idem به معنای «همان، یکسان و همسان» برگرفته شده است. از همین روی، شماری معادل فارسی این واژه را «اینهمانی» دانسته‌اند (Gharebeygi, 2013:6). چنین

1 Atton

۲ National Identity

تعبیری بدین خاطر است که شخص میان آنچه در درون خود دارد و آنچه در بیرون به عنوان یک پدیده یا پدیدار ظاهر می‌شود، همسانی و عینیت می‌یابد. به تعبیری دیگر، هویت، به معنای پنداشت نسبتاً پایدار فرد از کیستی و چیستی خود در ارتباط با گروه‌های دیگر تعریف می‌شود که از طریق تعاملات اجتماعی فرد با دیگران در فرایند اجتماعی شدن تکوین می‌یابد (Abdollahi. & Hosseinbeer, 2002:107). هویت را می‌توان به دو نوع فردی و جمعی تقسیم کرد (Najjar Nahavandi & Ghorbanalizadeh, 2014:3). یکی از جامع‌ترین بخش‌های هویت جمعی، هویت ملی است که فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی به شمار می‌آید (Abdi & Lotfi, 2008:54). نظریه‌های گوناگونی دربارهٔ هویت ملی یا «مقیاس ملی هویت» وجود دارد که با دسته‌بندی آنها در حوزه‌های علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و جغرافیا، می‌توان به چهار نظریهٔ عمده دربارهٔ هویت ملی دست یافت؛

۱. نظریهٔ کلاسیک؛ بر پایهٔ این نظریه، هویت روندی تکوینی و تاریخی دارد و هر ملتی به فراخور وضعیت تاریخی و جغرافیایی خود، به مجموعه کنش‌هایی دست می‌زند که در گذار زمان به بخشی از موجودیت و هستی آن ملت تبدیل می‌شود. آنتونی اسمیت<sup>۱</sup>، یکی از نظریه‌پردازان در این حوزه، هویت ملی را بازتولید و بازتفسیر مداوم الگوها، ارزش‌ها، اسطوره‌ها، نمادها و سنت‌هایی می‌داند که یک ملت را از ملت‌های دیگر متمایز می‌کند. از نظرگاه اسمیت، تشخیص هر فرد به عنوان یک انسان دارای هویت، با استناد به میراث‌های تاریخی و فرهنگی صورت می‌پذیرد (Smith, 2004:25).
۲. نظریهٔ ساخت مدرن؛ بنابر گفته‌های برخی جامعه‌شناسانی که عموماً به مکاتب فکری مارکسیستی تعلق دارند و با نام‌های دیگری همچون «مدرنیزاسیون»<sup>۲</sup> و «مدرن‌گرایان»<sup>۳</sup> نیز شناخته می‌شود، هویت ملی حاصل تفوق دولت‌ها بر مردم است. دولت‌ها برای افزایش اقتدار و حاکمیت خود، اقدام به آفرینش مفاهیمی می‌کنند تا ذهنیت افراد را به گونه‌ای پرورش دهند تا به مشروعیت حکومت منجر شود. از جمله، جغرافی‌دانان و انسان‌شناسان پسامارکسیست در این حوزه، بر این باورند که حکومت برای افزایش مشروعیت خود باید به قدرت نرم‌افزاری متوسل شود. یکی از

۱ Anthony Smith

۲ Modernization

۳ Modernists

مهمترین و کاراترین عنصرهایی که حکومت‌ها با استفاده از آن به مشروعیت و حاکمیت خود یاری می‌رسانند، همسان کردن نمادها و ارزش‌ها با خواست‌های حکومتی است. به سخن دیگر، حکومت‌ها مجموعه‌ای از ارزش‌ها و الگوها را خلق می‌کنند و با تبلیغات گسترده، آن را به مثابه یک فرهنگ ارزشی در جامعه نهادینه می‌کنند. بر پایه این نظریه، چنین روشی در میان حکومت‌های مدرن که با بحران‌های مشروعیت دست و پنجه گرم می‌کنند، بسیار متداول است. هویت ملی در این نظریه، بخشی از پروژه حکومت برای مشروعیت‌بخشیدن به خود است (Abdi & Lotfi, 2008:55).

۳. نظریه برساخت‌گرایی<sup>۱</sup>؛ این نظریه شباهت‌هایی با نظریه ساخت مدرن دارد، با این تفاوت که الگوهای کهن و میراث‌های تاریخی را پدیده‌ای صرفاً سیاسی می‌داند. به دیگر سخن، از نظر مدرن‌گرایان، نمادها و اسطوره‌های کهن می‌توانند واقعیت تاریخی داشته باشند، اما همواره از سوی حکومت‌ها جهت‌دهی خاصی می‌شوند؛ اما از نظر برساخت‌گرایان، هویت ملی، مجموعه نمادها و ارزش‌هایی است که از سوی دولت‌ها «جعل می‌شود» تا ساختار غیرمادی حکومت‌ها شکل بگیرد.

۴. نظریه پدیدارشناسی<sup>۲</sup>؛ این نظریه که تلفیقی از نظریه‌های موجود و اقتباس از پدیدارشناسی هوسرل است، رویکرد ابداعی نگارندگان مقاله حاضر است. این نظریه، وجود تاریخی و اهمیت هویت را امری انکارناشدنی تلقی می‌کند. همچنین، برپایه این نظریه، نمی‌توان هویت ملی را موجودیتی ثانوی یا روساخت در نظر گرفت؛ بلکه از آنجا که تاریخت مسئله هویت با سه عنصر ملت، کشور و سرزمین گره خورده است، می‌بایست هویت ملی را به مثابه «پدیدار عینی یا ذهنیت تجسدیافته یک ملت در درازای تاریخ به شمار آورد که با استفاده از آن، از سرزمین و کشور خود و میراث‌های نیاکان خود پاسبانی می‌کنند». بنیادهای این نظریه با تکیه بر سه عنصر زیربنایی ملت، کشور و سرزمین شکل گرفته است. با توجه به سه عنصر یاد شده، احساس تعلق به یک سرزمین با گذار تاریخی خود، گروه‌هایی همسان و همراستا پدید می‌آورد که با بازتولید خواست و آرزوی خود به یک کشور مشترک یا میهن، دست می‌یابند. وجه تمایز نظریه پدیدارشناسی در همسنجی با نظریه کلاسیک آن است که نظریه کلاسیک، جنبه‌های غیریت‌ساز و مخرب هویت را نادیده می‌گیرد و امکان بررسی فضائی و یکپارچه را در مقطعی از زمان فراهم نمی‌کند. برپایه نظر نگارندگان پژوهش حاضر، در نظریه

۱ Constructionism

2 Phenomenology



کلاسیک، به فضائیت<sup>۱</sup> و مناسبات رابطه‌مندی که مفاهیم اسطوره‌ای را در فضا تجسد<sup>۲</sup> یا عینیت می‌بخشد، توجه نشده است. آنچه مفاهیم اسطوره‌ای را عینیت بخشیده و آن را با سوژه و فاکت‌های<sup>۳</sup> حاکمیت پیوسته ساخته است، وجود یک فضا است که آغاز و انجام یک شبکه را در دست گرفته و به مثابه یک بستر و مکانی پویا عمل می‌کند و با پدید آوردن شبکه‌ای از مناسبات، کالبدبندی مفاهیم اسطوره‌ای را ممکن می‌سازد. آنچه در نظریات اسمیت با عنوان «ملت کهن» نامیده می‌شود، تنها برآمده و سرچشمه گرفته از آئین‌هایی است که به صورت مداوم و یکدست در تاریخ جریان داشته است؛ در صورتی که در نظریه پدیدارشناسی، دوران گسست<sup>۴</sup> نیز در روند هویت‌های ملی مشاهده می‌شود. دوران گسست، به روندی از زمان اشاره دارد که پدیده‌هایی بیرونی و قدرتمند راه را بر تکوین تدریجی و طبیعی هویت ملی می‌بندد. با توجه به زمینه پژوهش حاضر، فضای سایبر را می‌توان به مثابه یک «گسست» در تکوین و خودآگاهی مردمان یک سرزمین نسبت به هویت ملی آنها قلمداد کرد. چنین گسستی به معنای وارد شدن عناصر سوم به پیکره هویت ملی است. این روند بیشتر در فضاهایی رخ می‌دهد که بسترهای مکمل فضای سایبر در آن وجود ندارد و پرداخت به هویت ملی نیز در نهادهایی همانند آموزش و پرورش نادیده گرفته می‌شود. از این روی، بررسی هویت ملی ایران در فضای سایبر با استفاده از نظریه پدیدارشناسی، می‌تواند ابعاد گسست و کاستی در هویت ملی ایران را آشکار کند.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، یک پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی است. پدیدارشناسی، از جمله نظریه‌ها و روش‌هایی است که در مخالفت با روش‌های اثبات‌گرایانه (پوزیتیویستی) شکل گرفت. روش اثبات‌گرایی با تاکید بر «آزمون‌پذیری»، «قابلیت تعمیم»، «تجربی بودن» گزاره‌ها، تنها دانش‌هایی را معتبر و علمی می‌داند که در چارچوب ویژگی‌های یاد شده بگنجد. عمده رویکردهای پژوهشی در این نظریه نیز بر پایه علمی همچون فیزیک و ریاضی قرار داشت. در واکنش به چنین شیوه‌ای، پدیدارشناسی بر

۱ Spatiality

۲ Embodiment

۳ Facts

۴ Discontinuity

«تفسیرپذیری»، «موردی بودن» و «ذهنی - شهودی بودن» گزاره‌ها تاکید دارد و به جای استفاده صرف از روش‌های کمی به روش‌های کیفی و تفسیری می‌پردازد (Kashti Aray, 2008:92). با اقتباس از این نظریه و ترکیب نظریات موجود درباره هویت ملی، این پژوهش با رویکرد پدیدارشناسی درباره هویت ملی انجام شده است. گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه نیمه استاندارد (نیمه ساختاریافته)<sup>۱</sup> انجام شده است. در این روش سوال‌ها در یک راهنمای مصاحبه با تمرکز بر مسائل و حوزه‌ای که باید پیگیری شود، گنجانده می‌گردد. توالی پرسشنامه‌ها به فرایند مصاحبه و پاسخ هر فرد بستگی دارد (Hooman, 2006:114). از میان روش‌های پدیدارشناسانه، این پژوهش بر پایه «روش‌شناسی کیو»<sup>۲</sup> انجام گرفته است. روش‌شناسی کیو ابزاری توانا برای درک ارزش‌ها، نگرانی‌ها و دیدگاه‌های فرد است که پایه آن تحلیل آماری است تا ذهنیت افراد را کشف کند و الگوها و اشتراک نظرها را آشکار سازد و بر پایه این الگوها افرادی را که دارای رفتار مشترک هستند، شناسایی نموده و ساختاری برای ذهنیت کشف نشده آن‌ها ارائه نماید (Ahmadiyan & Eslami, 2013:121). تفاوت اصلی روش کیو با سایر روش‌های تحقیق در علوم انسانی در این است که در این روش به جای متغیرها، افراد تحلیل می‌شوند و از تحلیل افراد، شاخص‌ها و زیرشاخص‌هایی به دست می‌آید. این روش را پیوند روش‌های پژوهش کیفی و کمی می‌دانند (Hosseini et. al, 2011:73). طبقه‌بندی فرآیند مطالعه کیو به اشکال مختلف صورت می‌پذیرد. در پژوهش جاری از فرآیندی ۵ مرحله‌ای به شرح زیر استفاده شده است که در ادامه، این مراحل تعریف شده و انجام آن‌ها در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار می‌گیرد (Ahmadiyan & Eslami, 2013:121):

الف) ساخت مجموعه گزاره‌های کیو: برای شروع بایستی مجموعه‌ای از اعتقادات و دیدگاه‌های گوناگونی که درباره موضوع پژوهش در جامعه مورد مطالعه وجود دارد گردآوری نمود. این مجموعه «فضای گفتمان»<sup>۳</sup> نامیده شده و از منابع گوناگون مانند مصاحبه، تحلیل محتوا یا تحقیقات قبلی، مراجعه به روزنامه‌ها یا اخبار رسانه‌های گوناگون و حتی عکس، فیلم و قطعات موسیقی که در خصوص موضوع پژوهش وجود داشته باشد، قابل دستیابی است (Khoshgoyan Fard, 2007:13).

1 Semi-Structured

۲ Q-methodology

۳ Concourse

ب) انتخاب مشارکت‌کنندگان: پژوهش‌های انجام شده بر اساس روش کیو، برای نمونه‌گیری از دنیای افکار و ذهنیت افراد طراحی شده است. بنابراین نمونه‌های آماری کوچک و گلچین شده انتخاب خواهند شد (Khoshgoyan Fard, 2007:33) و گوناگونی افراد مهم‌تر از تعداد آنها است. در مورد تعداد مشارکت‌کنندگان نیز ۲۰ تا ۵۰ نفر را برای یک پژوهش دسته‌بندی کیو کافی می‌دانند (Ten Klooster et. al, 2008:19).

ج) گردآوری داده‌ها: در این مرحله مشارکت‌کنندگان مجموعه گزاره‌های کیو را با روش توزیع اجباری مرتب می‌کنند (Hosseini et. al, 2011:19).

د) تحلیل همبستگی و تحلیل عاملی: پس از مرتب‌سازی و دسته‌بندی گزاره‌های کیو توسط مشارکت‌کنندگان، اطلاعات به دست آمده، گردآوری شده و با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد پردازش آماری قرار می‌گیرند. سپس با توجه به بارهای عاملی، مفاهیم یا افراد در گروه‌های مختلف دسته‌بندی می‌شوند.

ه) تفسیر عامل‌ها: دو روش برای این منظور پیشنهاد شده است. در روش اول به گزاره‌هایی که توسط مشارکت‌کنندگان تحت یک عامل امتیازهای بالا یا پایین گرفته‌اند، توجه شده و بر اساس آن به تفسیر عامل پرداخته می‌شود و به پژوهشگر کمک می‌کند تا ذهنیت افراد تحت این عامل را شناسایی کند. در روش دیگر استفاده از محاسبات کمی و نرم افزارهای رایانه‌ای برای کمک به پژوهشگر در کشف ذهنیت عامل‌ها است. در این روش بایستی امتیاز عاملی عبارت‌ها برای هر یک از عامل‌ها را محاسبه کرد (Hosseini et. al, 2011:39).

پژوهش حاضر، متشکل از ۵۰ نمونه آماری است که بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی سیستماتیک از میان دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری تخصصی) جغرافیای سیاسی در سه دانشگاه تهران، تربیت مدرس و خوارزمی در سال ۱۳۹۵ انتخاب شده‌اند. آمار توصیفی ۵۰ نفر مشارکت‌کننده به لحاظ جنس، سن، محل زندگی، حرفه، و گرایش سیاسی در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱- آمار توصیفی مشارکت‌کنندگان

جنس	تعداد	سن	تعداد	محل زندگی	تعداد	حرفه	تعداد	گرایش سیاسی	تعداد
مرد	۲۵	۲۲ تا ۲۵	۵	استان تهران	۸	دولتی	۵	اصولگرا	۱۳

۱۵	اصلاح طلب	۵	آزاد	۵	آذربایجان (شرقی و غربی) و کردستان	۴۰	۲۵ تا ۵۰	۲۵	زن
۲۰	ملی‌گرا	۴۰	دانشجو (بیکار)	۳۷	سایر	۵	۷۵ تا ۵۰		
۲	هیچ‌کدام								

از آنجا که در پژوهش حاضر، تغییرات پدید آمده‌ی هویت ملی و زیرشاخه‌های آن در فضای سایر اهمیت داشت، توزیع مکانی (محل زندگی) نمونه‌های تحقیق در سه فضای تهران، آذربایجان (شرقی و غربی) و کردستان و سایر دسته‌بندی شد. با توجه به امکان فعال بودن گرایش‌های قوم‌گرایی فزاینده در استان‌های استراتژیک آذربایجان (شرقی و غربی) و کردستان، اهمیت بیشتری به این دو استان داده شد. همچنین، هدف دیگر از داده‌های جدول ۱، مشخص شدن نوع گرایش سیاسی دانشجویان و تأثیر آن بر گرایش‌های مرتبط با هویت ملی بود. به همین سبب، گرایش‌های سیاسی در چهار دسته‌ی اصول‌گرا، اصلاح‌طلب، ملی‌گرا و هیچ‌کدام دسته‌بندی شد.

مفهوم هویت ملی در این پژوهش در چارچوب تغییرات فرهنگی و با سه زیرشاخص زبان ملی، تاریخ ملی و تعلق سرزمینی بررسی شده است. جدول (۲) گزاره‌های مربوط به هویت ملی را نشان داده است.

#### جدول ۲- گزاره‌های هویت ملی بر اساس روش‌شناسی کیو

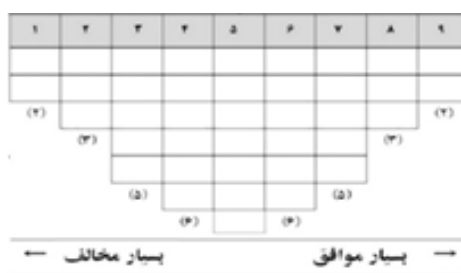
۱	در اینترنت می‌توان اطلاعات مفیدی درباره‌ی تاریخ ایران به دست آورد
۲	با افزایش دامنه‌ی اینترنت و ضریب نفوذ آن، می‌توان آگاهی‌های تاریخی ملت ایران را افزایش داد
۳	نا آگاهی و بی‌تفاوتی مردم نسبت به تاریخ ملی، از جمله عوامل توسعه‌نیافتگی است و اینترنت می‌تواند در حل این توسعه‌نیافتگی مفید باشد
۴	زبان فارسی، زبان ملی ایران و متعلق به همه‌ی ایرانیان است
۵	اینترنت فضایی را فراهم کرده است که در آن اصطلاحات خارجی فراوانی وارد زبان فارسی می‌شوند
۶	کشش و رسایی اصطلاحات اینترنتی در فضاهایی مانند چت روم، بیشتر از معادل‌های فارسی آن است
۷	زبان فارسی، توانمندی لازم برای تبدیل به یک زبان روزمره‌ی اینترنت در ایران را ندارد
۸	آگاهی‌های عمومی و معتبر درباره‌ی زبان فارسی در اینترنت وجود دارد
۹	بیش از آنکه در فضای اینترنت به دنبال تاریخ ایران باشم، مطالب مربوط به قومیت خودم را دنبال می‌کنم
۱۰	در اینترنت، ابتدا مطالب مربوط به هویت ملی و سپس هویت فراملی مهم است
۱۱	ارتباطات گسترده در اینترنت، تعلق به ایران را در من کمرنگ کرده است

۱۲	احساس تعلق به ایران بیش از احساس تعلق به زادگاه محلی خودم است
۱۳	ترجیح می‌دهم مطالب مربوط به زادگاه محلی‌ام را در اینترنت (وبلاگ و وبسایت) منتشر کنم تا زادگاه ملی
۱۴	فضای سایبر ثابت کرده است که تعلق به وطن در چارچوب ملی‌گرایی امری بیهوده است
۱۵	جهان‌وطنی (انترناسیونالیسم) یکی از نشانه‌های بارز و قابل قبول اینترنت است

## ادامه جدول ۲

۱۶	کاستی عمده کشور ایران، بیش از آنکه مربوط به مسائل هویت ملی باشد، اقتصادی است
۱۷	فضای سایبر و ارتباطات ناشی از آن، افتخار به گذشته را زیر سؤال برده است
۱۸	در وبلاگ‌ها و وبسایت‌های فارسی، می‌توان مطالب معتبری درباره تاریخ و زبان ملی یافت
۱۹	گرایش‌های قوم‌گرایانه در فضای اینترنت بسیار بیشتر و موفق‌تر از گرایش‌های ملی عمل کرده است
۲۰	مسئولان در ایران از اینترنت در راستای افزایش هویت ملی استفاده مطلوب کرده‌اند

برای ۲۰ گزاره بالا که فضای گفتمان این پژوهش را تشکیل می‌دهد، یک توزیع نسبتاً نرمال از موافقت (۱) تا مخالفت (۹) رتبه‌بندی شد (شکل ۱). حال بایستی از مشارکت‌کنندگان خواسته می‌شد که گزاره‌های نمونه کیو را براساس میزان موافقت و مخالفت در نمودار توزیع کنند. از آنجا که تعداد گزاره‌ها زیاد بود، ابتدا از افراد خواسته شد که عبارات را به سه دسته کلی (موافق، بی‌نظر، مخالف) تقسیم کنند و سپس نمودار کیو در اختیار آن‌ها قرار می‌گرفت تا نسبت به مرتب کردن گزاره‌ها در نمودار فوق اقدام نمایند.



شکل ۱- نمودار کیو

(Ahmadiyan &amp; Eslami, 2013)

## جدول ۳- مفاهیم ساده شده در دسته‌های هم‌مفهوم

مفاهیم	ردیف
تغییر هویت	۱

تغییر زبان	۲
نا آگاهی تاریخی	۳
گرایش‌های قومی	۴
تضعیف ایرانی بودن	۵
اعتبار رسانه‌های	۶

## ادامه جدول ۳

مفاهیم	ردیف
ملی‌گرایی غیر واقعی	۷
تحریف تاریخ	۸
جهان‌وطن‌گرایی	۹
محلی‌گرایی	۱۰
نفوذ کلمات انگلیسی به زبان فارسی	۱۱
عاریه گرفتن اصطلاحات اینترنتی	۱۲

## یافته‌ها و تجزیه و تحلیل

گروه‌بندی مشارکت کنندگان: با توجه به توضیحات داده‌شده، ماتریس عامل‌های چرخشی در پژوهش حاضر (شکل ۲)، بیانگر شناخت ۳ عامل (گروه) متفاوت از ذهنیت مشارکت کنندگان در موضوع تحقیق است. بار عاملی افراد در ۳ عامل شناسایی شده، مقایسه شده و هر شاخص در گروهی قرار می‌گیرد که در آن بار عاملی بزرگتری دارد. با مرتب‌سازی بارهای عاملی در هر گروه (عامل) از بیشترین تا کمترین مقدار، گزاره‌های مشترکی که در هر گروه مورد موافقت یا مخالفت بیشتری قرار گرفته‌اند، و در حقیقت موجب تشخیص تمایز در ذهنیت افراد است، شناسایی می‌گردد (جدول ۴).

## جدول ۴- مهم‌ترین گزینه‌های موافقت و مخالفت عامل‌ها

بیشترین گزاره‌های مخالفت (-)				بیشترین گزاره‌های موافقت (+)				
۲۴	۳۷	۲۹	۳۸	۱۷	۲۱	۴	۵	عامل ۱
۱۲	۱۴	۲۹	۹	۱۹	۶	۲۰	۳۸	عامل ۲
۳۷	۲۰	۱۸	۴	۳۹	۱۳	۱۰	۳	عامل ۳

به طور کلی می‌توان سه شاخص یاد شده را با توجه به بار عاملی آنها، اینگونه توصیف کرد؛  
 الف- عامل نخست: در این گروه که ۲۵٪ از کل مشارکت‌کنندگان را به خود اختصاص داده، میانگین سنی برابر با ۲۹ سال است. ۱۲ درصد از شرکت‌کنندگان از استان تهران، ۵ درصد از آذربایجان (شرقی و غربی) و کردستان و باقی از دیگر استان‌های کشور بوده‌اند. به لحاظ گرایش سیاسی، بیشتر افراد خود را اصلاح‌طلب دانسته و باقی افراد خود را در هیچ گروه‌بندی سیاسی جای نداده‌اند. افراد این گروه، نگاهی رضایتمندانه نسبت به وضعیت هویت ملی در فضای اینترنت ندارند (+۴ و -۲۹ و -۲۴).

ب- عامل دوم: در این گروه که ۳۷٪ از کل مشارکت‌کنندگان را در خود جای داده است، میانگین سنی آن ۳۸ سال است. از لحاظ تقسیمات کشوری، ۳۱ درصد از استان‌های آذربایجان و کردستان، ۶ درصد از تهران و باقی از دیگر استان‌های کشور هستند. به لحاظ گرایش سیاسی عنوان شده، ۲۵ درصد خود را اصولگرا دانسته، و ۵۰ درصد ملی‌گرا، و مابقی اصلاح‌طلب هستند. این افراد وضعیت شاخص‌های هویت ملی در اینترنت را مطلوب نمی‌دانند و آن را با ایده‌آل‌های خود منطبق نمی‌بینند (+۶) و رسیدن به وضع مطلوب را نیز ناممکن می‌دانند (+۳۹).

ج- عامل سوم: در این گروه که ۳۸ درصد از کل شرکت‌کنندگان را به خود اختصاص داده، میانگین سنی آنها ۴۳ سال می‌باشد. ۲۰ درصد از آنان هیچ گرایش سیاسی نداشتند، ۱۰ درصد اصلاح-طلب، ۲۹ درصد اصولگرا و مابقی ملی‌گرا بوده‌اند. از لحاظ پراکنش جغرافیایی، ۱۹ درصد از استان‌های آذربایجان و کردستان و مابقی از دیگر استان‌های کشور بودند. وضعیت تاریخ و زبان ملی از نظر آن‌ها در اینترنت نامطلوب و وضعیت تعلق سرزمینی نیز متوسط ارزیابی شده است. جدول (۵)، سطح‌بندی مفاهیم فضای گفتمانی هویت ملی در فضای سایبر را بر اساس سه زیرشاخص زبان ملی، تاریخ ملی و تعلق سرزمینی نشان می‌دهد.

جدول ۵- پدیدارشناسی هویت ملی در فضای سایبر

ردیف	مفاهیم مقیاس سوم	مفاهیم مقیاس دوم	مفاهیم مقیاس اول	مقیاس بنیادی
۱	فضای بدون مرز اینترنت	کم‌رنگ شدن تعلق به کشور	تعلق سرزمینی	هویت ملی
۲	جهان‌وطن‌گرایی	کاهش حس ملی-گرایی		
۳	مرززدایی			
۴	فردگرایی			

			محل‌گرایی	۵
تاریخ ملی	نا آگاهی تاریخی	نبود منابع دست اول تاریخی	تسریع پان‌ترکیسم	۶
			تسهیل پان‌کردیسم	۷
			کاهش اعتماد جمعی	۸
	فقدان آموزش تاریخ	آموزش و پرورش ناکارآمد	۹	
		افزایش گسست‌های ملی	۱۰	
		جامعه توده‌ای	۱۱	

## ادامه جدول ۵

مقیاس بنیادی	مفاهیم مقیاس اول	مفاهیم مقیاس دوم	مفاهیم مقیاس سوم	ردیف	
تاریخ ملی	نا آگاهی تاریخی	فقدان آموزش تاریخ	کاهش اشتیاق به تاریخ‌آموزی	۱۲	
		وندالیسم تاریخی	تسریع شکاف قومیتی	۱۳	
			فرقه‌گرایی	۱۴	
			تنش‌های مذهبی	۱۵	
			ارجحیت هویت ایدئولوژیک بر هویت ملی	۱۶	
			باستان‌گرایی مفرط	۱۷	
			چیرگی تاریخ محلی بر تاریخ ملی	محل‌گرایی	۱۸
		کاهش پیوستگی ملی	۱۹		
		تاریخ‌سازی آگاهانه	افزایش قوم‌گرایی	تاریخ‌سازی	۲۰
				ساخت توده‌های منفعل	۲۱
	جنبش‌های جدایی‌خواه			۲۲	
	تجزیه‌طلبی هدایت شده			۲۳	
	تخریف تاریخ		هویت جعلی	۲۴	
			دروغ	۲۵	
			خلق هویت جدید	۲۶	
			هویت دست‌کاری شده	۲۷	
			تأثیرات منفی روحی	۲۸	
			تأثیرات منفی رفتاری	۲۹	
			تأثیرات منفی فکری	۳۰	
			افزایش هویت فروملی	باز شدن (تغییر) فضای فرهنگی	۳۱
				تغییر الگوهای تعلق به کشور	۳۲
	ارجحیت دهستان و شهرستان و استان به	۳۳			



		گست‌گی اجتماعی	کشور	
			اتحاد و اعتماد صرفاً قومی	۳۴
	زبان ملی		اشاعه ایدئولوژی	۳۵
			نفوذ کلمات انگلیسی به زبان فارسی	۳۶
		عاریه گرفتن اصطلاحات اینترنتی	۳۷	

### نتیجه‌گیری

فضای سایبر که به‌واسطه ظهور و گسترش اینترنت، توانسته است در همه ابعاد زیست انسان نفوذ کند و همه مقیاس‌ها را درنوردد، دارای تأثیراتی در سطح ملی و استراتژیک است که در کنار تسهیلات و مزایای بسیار فراوان و تحسین برانگیز آن، گهگاه می‌تواند تغییراتی را در فرهنگ غالب یک ملت پدید آورد. امنیت به مثابه یکی از بنیادها و پایه‌های تشکیل دهنده هر ملتی، در گذار به فضای مجازی از تأثیرات مثبت و منفی زیادی برخوردار می‌شود. در این پژوهش، پدیدارشناسی هویت ملی در فضای سایبر با سه شاخص «زبان ملی، تاریخ ملی و تعلق سرزمینی» بررسی شد. نتایج این پژوهش، نشان از آن دارد که شاخص زبان و تاریخ ملی به دلیل ویژگی «تعاملی و ارتباطی» فضای سایبر افزایش و شاخص تعلق سرزمینی به دلیل خاصیت بی‌مرزی فضای سایبر، کاهش داشته است. همچنانکه داده‌های جدول شماره ۵، نشان می‌دهد مهمترین تأثیرات ناخوشایند فضای سایبر بر هویت ملی در مفاهیمی همچون «جهان-وطن‌گرایی، محلی‌گرایی، اولویت شهرستان و استان نسبت به کشور، قوم‌گرایی، باستان‌گرایی مفروط و در مقابل آن، ایدئولوژی‌گرایی مفروط و عاریت گرفتن اصطلاحات زبان انگلیسی» تبلور می‌یابد. مفاهیم یاد شده، هر یک می‌توانند سه شاخص زبان ملی، تاریخ ملی و تعلقات سرزمینی را تحت تأثیر قرار دهند. از دیگرسوی، افزایش فضاهای گفتمانی و حجم اطلاعات آزاد در دسترس، می‌تواند به عنوان سدی در برابر آثار ناخوشایند فضای سایبر عمل کند. با این حال، اعتبار و وثوق مدارک و مطالب مرتبط با زبان و تاریخ ملی در فضای سایبر، رضایت‌بخش نیست. از این رو، به موازات استفاده از ظرفیت‌های بسیار بالا و ستایش برانگیز اینترنت، باید به ژرف‌سازی و خودآگاهی ملی نیز پرداخته شود. فضای سایبر نیز همانند شماری دیگر از فناوری‌ها، بدون پشتوانه و استراتژی‌های بلندمدت مورد استفاده قرار می‌گیرد و الزامات و ضرورت‌های هویتی-فرهنگی آن پس از آن اجرا می‌شود. چنین شیوه‌ای سبب ایجاد تأخر فرهنگی یا

«فرهنگ دیررس» می‌شود و هویت و خودآگاهی ملی را با چالش‌هایی مواجه می‌سازد. به‌نظر می‌رسد تقویت اسناد و مدارک معتبر درباره تاریخ، زبان و هویت ملی در فضای سایبر همراه با آموزش و پرورش عمومی در فضای واقعی، یک استراتژی مهم و حیاتی برای دوام و بقای ملی باشد.

#### کتابنامه

1. Abdi, A. & Lotfi, M. (2008). The status of national identity in the textbooks of education (case study: high school textbooks). *National Studies Quarterly*. (3). Pp. 72-53. [ In Persian]
2. Abdollahi, M. & Hosseinbeer, M.O. (2002). The Baluch student's tendency toward national identity in Iran. *Iranian Journal of Sociology*. 4(4). Pp. 105-117. [ In Persian]
3. Ahmadiyan, M. & Eslami, R. (2013). An Attitude Survey of the Relationship between the Government and the Nation in Iran (Methodology of Qi). *Strategic and macro policies*, 1(4). Pp. 107-133.[ In Persian]
4. Atton, C. (2004). *An Alternative Internet*. Edinburgh University Press.
5. Coleman, S. (2005). Blogs and the New Politics of listening. *The Political Quarterly*. 76 (2): 273-280.
6. Friedman, M. (2003). *The Cultural Paradox of Global Village, The McLuhan Program in Culture and Technology*, [http://www.utoronto.ca /McLuhan/article\\_culturalparadox.htm](http://www.utoronto.ca /McLuhan/article_culturalparadox.htm).
7. Gharebeygi, M. (2013). A Study on lay the groundwork of Internet for Cultural Translation. Issued in the Analytical-Explaining Database. Pages 1-13. Available in: <http://www.borhan.ir /NSite /FullStory/News/?Id=5478>[ In Persian]
8. Giddens, A. (2001). Living in the world of fundamental developments. Interview with Anthony Giddens. Translated by Sarkhosh, N., *Social Science Monthly*. 4(11 & 12). Pp. 62-61. [ In Persian]
9. Hafezenia, M.R. (2013). *Political geography of cyberspace*. Tehran: Publication of SAMT. [ In Persian]
10. Hick, S. & Helping E. & Hawkskins, E. (2006). *Human Rights and the Internet*. Translated and research. Zamani, Q. & Bahramloo B. (1st Edition). Tehran: Khorsandi Publishing. [ In Persian]
11. Hooman, H. (2006). *A Practical Guide to Qualitative Research*. (1st Edition). Tehran: Publication of SAMT. [ In Persian]
12. Hosseini, B. (2004). *Internet Crimes Against Children and Its Criminological backgrounds*. First Edition. Tehran: Afraz Publications. [ In Persian]
13. Hosseini, Y. & Behjati Ardakani, B. & Rahmani, S. (2011). Identifying the Individuals' Mindful of Privatization Policies in Iran (Policies of Article 44 of the Constitution) Using Qi Methodology. *Business Management Exploration*. 3(6). Pp. 69-80. [ In Persian]
14. Kashti Aray, N. (2008). Designing and validation of the experienced model in higher education based on the phenomenological-feminist approach. PhD thesis of sociology. Islamic Azad University of Khorasgan Branch. [ In Persian]

15. Khoshgoyan Fard, A. (2007). *Methodology of Qi*. Tehran: Islamic Republic of Iran Broadcasting Research Center. [ In Persian]
16. Levin, L. & Barody, C. (2000). *Internet for everyone*. Translated by Abolghasem Shadmanpour. (2nd edition). Bandar Abbas: Hormozgan University. [ In Persian]
17. Levin, L. (2003). *Using the Internet to enrich curriculum*. Translated by Dezvare. (2nd edition). Tehran: Madrese Publications. [ In Persian]
18. Mahdavi, M.S. & Akbari, H. (2007). Identity of young people in virtual environments. *Quarterly journal of intercultural studies*. Barge Farhang Publishing, 2(5). Pp 14-23.[ In Persian]
19. Minavand, M. (2006). Internet and Political Development: Public Area in the Cyberspace. *Quarterly journal of political science*. 3 (2). Pp. 119-146. [ In Persian]
20. Mir Ismaili, B. (2008). The Role of Government in the Media and the Impact of the Media on Managing Public Opinion. *Quarterly Journal of Management and Economics of Media*. Islamic Azad University Damavand Branch. 1(1). Pp 98-110. [ In Persian]
21. Mirfardi, A. & Vali-Nejad, A. (2016). A Survey on National Identity and its Relationship with the Use of Social Networks: Case Study, Yasouj University Students. *National Studies Quarterly*. 17(3). Pp. 118-103. [ In Persian]
22. Najjar Nahavandi, M. & Ghorbanalizadeh, M. (2014). An Analysis of National Identity in Textbooks (Case Study of Social Studies books)". *Quarterly Journal of Educational Research*. 1(1). Pp.1-13. [ In Persian]
23. Peris, R., Gimeno, M. A., Pinazo, D., Ortet, G., Carrero, V., Sanchiz, M., & Ibanez, I. (2002). Online chat room: Virtual space of interaction for socially oriented people. *Cyber-Psychology & Behavior*, No. 5, pp.43-51.
24. Reid, E. M. (2009). Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities, A thesis for the degree of Master of Arts, Cultural Studies Program Department of English University of Melbourne, second edition
25. Shaw, D. B. (2008). *Techno culture: The key concepts*, first publish, New York: Oxford, Berg.
26. Smith, A. (2004). *Nationalism: Theory, Ideology and History*. Translated by Ansari, M., Tehran: Publication of Iranian Civilization. [ In Persian]
27. Stone, L. D., & Penne baker, J. w. (2014). Trauma in real time: Talking and avoiding online conversations about the death of Princess Diana. *Basic and Applied Social Psychology*, 24, 173-183.
28. Suler, J. (2008). *The Psychology of Cyberspace*. Department of Psychology Science and Technology Center Rider University, [http:// users.rider.edu/ ~suler/psycyber/ psycyber.htm](http://users.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.htm).
29. Tawaf, M. (2002). Internet, Chat and Cultural Developments. *Niki Quarterly*. 1(2). Pp. 30-39. [ In Persian]
30. Ten Klooster, P. M., Visser, M., & de Jong, M. D. (2008). Comparing two image research instruments: The Q-sort method versus the Likert attitude questionnaire. *Food Quality and Preference*. 19, pp 511-518

31. Walther, J. B. (2014). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyper-personal interaction. *Communication Research*, pp.3-43.
32. Zahed, S. (2005). Iranian National Identity. *Yas Strategy Quarterly*. 1(4). Pp. 139-129. [ In Persian]