



بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی

محمودرضا رهبر قاضی*^۱

زینب ایمانیان مفرد^۲

چکیده:

تغییر و تکوین هویت ملی به عوامل و زمینه‌های مختلفی مرتبط می‌گردد. یکی از متغیرهای مهم و تأثیرگذار بر هویت ملی تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است. هدف این پژوهش شناخت و تبیین تأثیر فضای مجازی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی دانشجویان است. نوع تحقیق «بنیادین»، سطح تحقیق «تحلیلی»، رویکرد روش شناختی ابطال‌گرایی، روش تحقیق «پیمایش» و تکنیک گردآوری اطلاعات «پرسشنامه» است. در این پژوهش با تقسیم شبکه‌های اجتماعی به مؤلفه‌هایی از قبیل مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی، مدت زمان استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی، میزان فعال بودن کاربران شبکه‌های اجتماعی و میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی به بررسی میزان تأثیرگذاری این مؤلفه‌ها بر هویت ملی پرداخته شد. حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار *spss sample power* به تعداد ۳۴۰ نفر تعیین و نمونه‌ها با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در دانشگاه شیراز انتخاب شدند. نتایج مدل نهایی نشان داد ۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی تحت تأثیر چهار مؤلفه شبکه‌های اجتماعی قرار دارد که در این میان متغیرهای "مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی" یا ضریب استاندارد (-۰/۱۲) و "مدت زمان استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی" با ضریب استاندارد (-۰/۱۳) تأثیری تضعیف‌کننده و معنادار بر روی هویت ملی داشتند. نتایج نشان می‌دهد دو مؤلفه میزان

۱. عضو هیات علمی گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان. (نویسنده مسئول)

m.rahbarghazi@ase.ui.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

zeinabimaniyan@yahoo.com

فعال بودن کاربران شبکه‌های اجتماعی و میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر روی هویت ملی نداشتند.

واژه‌های کلیدی: هویت ملی، رسانه، شبکه‌های اجتماعی مجازی.

مقدمه

وقتی سخن از "ما" پیش می‌آید بحث هویت مطرح می‌گردد. مرز ما از دیگران توسط خطوط ترسیم شده توسط هویت ما روشن می‌گردد. در این راستا، یکی از انواع هویت که از اهمیت تاریخی و جامعه‌شناختی فراوانی برخوردار است هویت ملی است. اهمیت تاریخی آن به این جهت است که اولاً این پدیده در فرایند زمان در جامعه شکل گرفته و از رویدادها و تغییر و تحولات تاریخی تأثیر پذیرفته است. ثانیاً هر هویتی که امروزه در جامعه و میان گروه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود، برگرفته از جریان‌های تاریخی ادوار مختلف است. از نظر جامعه‌شناختی هویت ملی به این لحاظ اهمیت دارد که یکی از عوامل مهم انسجام اجتماعی و وفاق ملی در هر جامعه تلقی می‌شود. هر اندازه یک ملت از هویت محکم‌تر و منسجم‌تری برخوردار باشد، به همان اندازه در تحکیم پایه‌های همبستگی و وفاق اجتماعی موفق‌تر خواهد بود (زاهد، ۱۳۸۴).

به نظر می‌رسد یکی از عواملی که توانسته است در عصر جدید بر روی هویت ملی ایرانیان تأثیر گذارد، جهانی شدن است. جهانی شدن روندی است که در قالب گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به تشدید یکپارچگی و درهم‌تنیدگی مناسبات گسترده در ابعاد و سطوح مختلف (اقتصادی، فرهنگی و سیاسی) میان کنشگران نو (جامعه مدنی جهانی، اجتماعات مجازی، شرکت‌های فرا سرزمینی یا چندملیتی و غیره) و سنتی (دولت، حکومت، مقامات اداری و اجرایی) شده است. این تأثیرات، دگرگونی در مناسبات پیشین اجتماعات انسانی، فزاینده‌گی دامنه آگاهی و به تبع آن دگرگونی در احساسات، ارزش‌گذاری‌ها و مطالبات را به دنبال داشته است. تحول در گونه، ژرفا و سطح مطالبات زمینه‌ساز دگرگونی در سطوح مختلف هویت اجتماعات انسانی در ابعاد فرو ملی، ملی و فراملی شده است. این مفروض مخصوصاً در برخی از واحدهای سیاسی که هنوز نتوانسته‌اند بنیادهای هویت ملی را تبیین نمایند موجب تقویت نیروهای واگرا و در نهایت تهدید موجودیت آنها شده است (حافظ‌نیا و همکاران، ۱۳۸۵: ۱). بدین ترتیب به نظر می‌رسد فرایند جهانی شدن چالش‌هایی جدی فراروی هویت پدید آورده است (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۲: ۴۹).

بنابراین به نظر می‌رسد از مهم‌ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات به ویژه در فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری، به عنوان یکی از ابزارهای مهم جهانی شدن،

است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی که آزادترین محیطی است که بشر تا به امروز با آن مواجه بوده، منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آنها را با دشواری روبرو کرده است (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۵) هویت ملی در جامعه اطلاعاتی، به دلیل ظهور اجتماعات مجازی، به شدت تهدید می‌شود. در اجتماعات مجازی معمولاً افراد در یک چیز اشتراک دارند و آن، علائق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می‌سازد؛ هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. بدین ترتیب هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است و سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند؛ بلکه منافع مقطعی، محدود و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع می‌کند و هویت آنها را می‌سازد. از این رو، به نظر می‌رسد شبکه‌های ارتباطی جدید و مصرف‌کنندگان آنها چندان در راستای تداوم سنت و فرهنگ ملی و بومی نباشد. این امر در ابتدا به بحران هویت و سپس به تغییر هویت می‌انجامد که برای کل فرهنگ و هویت ایرانی عواقب ناگواری به دنبال خواهد داشت (باقری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶۲).

در این راستا ادبیات تجربی پژوهش نیز حاکی از آن است که فضای مجازی تأثیری منفی بر روی هویت ملی داشته است (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷: ۱؛ مهدی‌زاده و عنبرین: ۱، ۱۳۸۸؛ معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۵؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۰؛ رضایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۳؛ میروویتس و مگور، ۱۹۹۳: ۴۱). البته بیشتر تحقیقات صورت گرفته در این زمینه صرفاً به بررسی رابطه اینترنت و هویت ملی پرداخته‌اند و شاید تنها تحقیقات عدلی‌پور و همکاران و قاسمی و همکاران است که به بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی پرداخته‌اند، اما آنان نیز تنها بر روی فیس‌بوک تمرکز کرده‌اند و به شبکه‌های اجتماعی جدیدی از قبیل واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام و غیره که عمدتاً موبایل محور بوده و از ضریب نفوذ بالاتری برخوردارند، اشاره‌ای نمی‌کنند. این درحالی است که در پژوهش حاضر به تأثیرات این نوع شبکه‌های اجتماعی جدید نیز پرداخته خواهد شد.

در چنین شرایطی لزوم انجام پژوهش در مورد هویت ملی و تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی امری است که به شناخت عناصر تضعیف‌کننده یا تقویت‌کننده هویت ملی شهروندان کمک کرده و می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مؤثر و کارا واقع شود. در این راستا، فرضیه اصلی پژوهش حاضر این است که احتمالاً شبکه‌های اجتماعی اینترنتی موجب تغییر در نظام ارزشی، هنجاری و نگرش شهروندان و زمینه‌ساز بحران هویت در سطح ملی شده است. حال اهداف این پژوهش عبارت‌اند از:

¹.Meyrowitz, Maguire

۱. بررسی تأثیر مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر روی میزان هویت ملی
۲. بررسی تأثیر میزان استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی بر روی میزان هویت ملی
۳. بررسی تأثیر میزان فعال بودن کاربران در شبکه‌های اجتماعی بر روی میزان هویت ملی
۴. بررسی تأثیر میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه کاربران بر روی میزان هویت ملی

ادبیات نظری

هویت بخش مهمی از خودانگاره اشخاص است. درحالی که خودانگاره کلیت افکار و احساسات یک فرد است که با اشاره به خود به عنوان یک ابژه به وجود می‌آید (روزنبرگ، ۱۹۸۶: ۴۵-۳۸) اما هویت بخشی از خود است که باعث می‌شود ما به دیگران شناخته شویم (آلتید، ۲۰۰۰: ۲). بنابراین ساخت هویت فرایندی عمومی است که مستلزم "اعلام هویت" توسط فرد و "تعیین سطح هویت" توسط دیگرانی است که بر هویت ادعا شده صحنه می‌گذارند. بدین ترتیب هویت زمانی ایجاد می‌شود که بین اعلام هویت و تعیین سطح هویت انطباق به وجود آید (استون، ۱۹۸۱: ۸۸). در تعاملات چهره به چهره، هویت تحت مجموعه منحصر به فردی از محدودیت‌ها و اضطراب‌ها به وجود می‌آید. حضور جسمانی در برخوردهای اجتماعی، افراد را از ادعاهای هویتی‌ای که با بخش پدیداری و قابل رؤیت ویژگی‌های فیزیکی (از قبیل جنسیت، نژاد، ظاهر و ...) ناسازگار باشد، جلوگیری می‌کند و معرفت مشترک از بسترهای اجتماعی و خصایص شخصیتی همدیگر باعث می‌شود تا وانمود سازی (ادعا کردن آنچه او نیست) بسیار مشکل باشد (گافمن، ۱۹۵۹: ۷۷-۷۵). هنگامی که چنین تعاملات چهره به چهره‌ای با بیگانگان صورت گیرد آنها می‌توانند شخصیت و ویژگی‌های اجتماعی خود را پنهان سازند تا بدین ترتیب هویت جدیدی را ایجاد کنند.

اما با ورود اینترنت شرایط سنتی ساخت هویت تغییر یافته است. به طوری که جسم افراد از برخوردهای اجتماعی در محیط آنلاین حذف شده است. به همین دلیل در شرایط جدید افراد می‌توانند در محیط اینترنت با همدیگر طوری برخورد داشته باشند که درباره ویژگی‌های شخصیتی و بسترهای اجتماعی همدیگر چیزی را فاش نکنند. علاوه بر این حتی در مواقعی که افراد از شیوه‌های سمعی و بصری در تماس‌های آنلاین خود با افراد دیگر استفاده می‌کنند، گمنامی و ناشناس بودن می‌تواند از طریق دریغ

1. Rosenberg

2. Altheide

3. Stone

4 Goffman

کردن افراد برای دادن اطلاعات شخصی (از قبیل نام، محل سکونت و پیوند خانوادگی) به افراد دیگر حفظ شود. بدین ترتیب ترکیب عدم حضور فیزیکی و گمنامی باعث ایجاد محیطی می‌شود که ساخت هویت در آن به شیوه‌های جدیدی عمل می‌کند (برق و همکاران؛ ۲۰۰۲: ۴۸-۳۳) به عبارت دیگر، مشخصه ارتباطات از راه در عصر جدید یعنی فقدان رابطه چهره به چهره و نبود حضور جسمی _ که فریب کاری و جعل هویت آشکار را ممکن می‌کند _ مانع گرایش به کلیشه پردازی و هویت سازی می‌شود (گارسیا و همکاران؛ ۲۰۰۹: ۸۴-۵۲).

بنابراین یکی از ویژگی‌های اصلی این شیوه نوظهور ساخت هویت تمایل مردم به تصور محیط اجتماعی به عنوان عرصه‌ای برای رفتارهای بازی‌گونه از قبیل جا انداختن خود به عنوان فردی دیگر و یا تغییر ویژگی‌های شخصیتی خود در محیط آنلاین به شیوه‌ای کاملاً متفاوت است؛ رفتارهایی که با هویت سخت در "زندگی واقعی" کاملاً متفاوت است (استون، ۱۹۹۶: ۳۶). بنابراین عدم حضور فیزیکی باعث می‌شود تا افراد بتوانند ویژگی‌های فیزیکی نامطلوب خود را پنهان سازند، و همچنین گمنامی به افراد اجازه می‌دهد تا شخصیت و بیوگرافی خویش را به شکل جدیدی طراحی کنند. برای مثال در جهان آنلاین یک مرد می‌تواند خود را به عنوان یک زن وانمود کند، یک ایرانی خود را به عنوان یک اروپایی نشان دهد و یکی اقلیت قومی خود را به عنوان یک فارس نشان دهد.

بنابراین به نظر می‌رسد اینترنت و فضای مجازی شیوه‌های تولید و تجربه هویت‌ها را تغییر داده است (بانون و همکاران؛ ۲۰۱۵: ۵۰۴). در این راستا، شبکه‌های اجتماعی و سایر ابزارهای گفتگوی اینترنتی از طریق تأثیرگذاری بر روی ادراکات افراد در مورد مرزهای اجتماعی بر روی هویت ملی نیز تأثیر می‌گذارند. به دلیل اینکه هویت‌سازی ملی مستلزم یک فرایند اجتماعی تمایز گذاری بین "ما" و "دیگران" است، بنابراین ماهیت پیچیده تعاملات در محیط آنلاین، تشخیص و تعیین هویت ملی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. فضای مجازی محیط سمبولیک و نمادینی را به وجود آورده است که حدود آن ضرورتاً توسط مرزهای جهان واقعی مشخص نمی‌شود (میرویتس؛ ۱۹۸۵: ۴۸-۴۱). در این راستا کاستلز استدلال می‌کند که در عصر جدید همه واقعیت‌ها از طریق نمادها بیان می‌شوند و در ارتباط انسانی و تعاملی، همه نمادها در ارتباط با معانی و واژگانی که به آنها اسناد داده می‌شود به نوعی دچار تغییر می‌شوند، به تعبیری می‌توان گفت که کل واقعیت به گونه‌ای مجازی ادراک می‌شود؛ سیستمی که ایجاد می‌کند، سیستمی است که در

1Bargh and et al.

2Garcia and et al.

3. Bannon and et al.

4. Meyrowitz

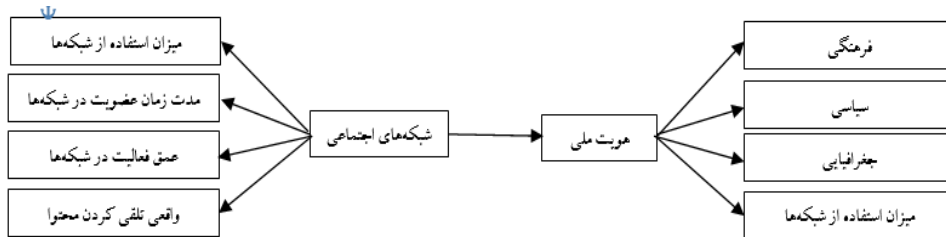
آن خود واقعیت و وجود مادی، کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع‌نما غرق شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه تجربه است، از نظر کاستلز عبارت از کنش کنشگران انسانی بر روی یکدیگر است که به واسطه تعامل میان هویت‌های زیستی و فرهنگی از خلال ارتباط با محیط طبیعی و اجتماعی تعیین می‌شود (رابرتسون، ۱۳۸۲: ۴۱). دیدگاه کاستلز با نظر پستمن، هماهنگ است که می‌گوید: «واقعیت را آن گونه که هست نمی‌بینیم، بلکه آن گونه می‌بینیم که زبان‌هایمان هستند و زبان‌های ما رسانه‌ها هستند. رسانه‌های ما و استعاره‌های ما، محتوای فرهنگ ما را می‌آفرینند» (کاستلز، ۱۳۸۰، ۳۸۳). به نظر کاستلز فرایند جهانی شدن و به دنبال آن جامعه شبکه‌ای با تولید و رشد آگاهی در مردم به تضعیف مسائلی چون دولت ملی و هویت ملی مرتبط با آن منجر می‌شود؛ بدین صورت که با برجسته کردن بسیاری از هویت‌های خاص گرایانه (مانند هویت‌های قومی و دینی) در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده خواهد شد. بدین ترتیب کاستلز بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت-ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث تقویت هویت‌های فرو ملی می‌شود (کاستلز، ۱۹۹۷: ۱۷).

هویت در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع، ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که در صورت‌بندی‌های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس هستند، جان می‌گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده‌ای چند لایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه تکه است. پدیده‌ای که شکل دادن خویش را به گونه‌ای طراحی می‌کند که با هرگونه تثبیت هویت می‌ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماعات مجازی، تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع، در اجتماعات مجازی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علائق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می‌سازند. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است. عوامل دیگر، همچون سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند بلکه منافع مقطعی، محدود و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع می‌کند و هویت آنها را می‌سازد (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳۱). کامپیوتر و موبایل به عنوان نمادهای شاخص فضای مجازی، منابع اساسی ایجاد هویت‌های متکثرند؛ به

گونه‌ای که فرد با تلفن همراهی که در دست دارد، می‌تواند به گسترده‌ترین شبکه‌های اجتماعی متصل گردد و با معرفی خود با هویت‌های گوناگون، خود را به گونه‌ای جدید بروز دهد (باقری دولت‌آبادی و زارعیان، ۱۳۹۲: ۱۶۱).

البته این امر که اینترنت و دیگر ابزارهای شبکه‌های اجتماعی باعث از بین رفتن یا ساخت مرزهای اجتماعی می‌شود خود مسئله‌ای است که به لحاظ تئوریک مناقشات زیادی در مورد آن وجود داشته است. در این راستا، هوستون که درباره اثرگذاری اینترنت بر فرهنگ، مفاهیم نیک‌خواهی فرهنگی، ستیزش فرهنگی و تخریب خلاق فرهنگی بحث و نظریه‌پردازی می‌کند، معتقد است که در نیک‌خواهی فرهنگی فضای مجازی می‌تواند تساهل نسبت به تفاوت‌های فرهنگی را در سطح جهان افزایش دهد. در واقع اینترنت به افراد اجازه می‌دهد با جوامع محلی دوردست ارتباط برقرار نماید و درباره اصول و تفاوت‌ها، با دیگر فرهنگ‌ها مذاکره نماید. اما در ستیزش فرهنگی فضای مجازی می‌تواند زمینه گفتگو را به سوی ایده‌نولوژی انقباضی و تنش فرهنگی بکشد و برخی فرهنگ‌ها به جای تساهل بیشتر، خود را بالاتر از دیگران پنداشته و درصدد القای فرهنگ خود بر دیگران باشند. بالاخره در تخریب خلاق فرهنگی فضای مجازی می‌تواند تعاملات میان فرهنگی را افزایش دهد، در این صورت احتمال آن است که ایده‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای بیگانه واحدهای ملی را زیر و رو کنند (ساروخانی و رضایی‌قادی، ۱۳۹۱: ۵۹). بنابراین در حالی که احتمالاً ستیزش فرهنگی باعث افزایش هویت ملی در بین شهروندان می‌گردد اما نیک‌خواهی فرهنگی و تخریب خلاق فرهنگی ناشی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی موجود در فضای آنلاین سطح هویت ملی افراد را کاهش خواهد داد. در این راستا، در پژوهش حاضر بر اساس پیشینه پژوهش و نظریات کاستلز، نظریات اولیه هیلتز و تورف و بخش‌هایی از نظریات هوستون به بررسی جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی کاربران پرداخته می‌شود. در این راستا، فرضیات و مدل پژوهش عبارت‌اند از:

۱. مدت زمان بالای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
۲. میزان بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
۳. فعالیت بالای کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
۴. میزان بالای واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی از دیدگاه کاربران باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی همبستگی است و از نظر هدف، یک پژوهش بنیادین است. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.اس سمپل پاور^۱ استفاده شد که بر اساس نتایج، حجم نمونه ۳۴۰ نفری با حجم اثر ۰/۰۴ و توان ۰/۹۰ کافی به نظر می‌رسید. در این راستا ۳۴۰ پرسشنامه در سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵ در دانشکده‌های مختلف دانشگاه شیراز به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای پخش شد. از این تعداد ۵۵/۹ درصد پاسخگویان زن و ۴۴/۱ درصد پاسخگویان مرد می‌باشند که در دامنه سنی ۱۸ سال تا ۴۱ سال قرار داشتند. همچنین ۵۷/۴ درصد افراد در مقطع کارشناسی، ۳۹/۱ درصد افراد در مقطع کارشناسی ارشد و ۳/۵ درصد آنان در مقطع دکتری در حال تحصیل بودند. سرانجام ۱۰ درصد پاسخگویان دارای درآمد پایین، ۸۳/۸ درصد دارای سطح درآمدی متوسط و ۶/۲ درصد دارای درآمد بالا بودند. در پایان لازم به ذکر است در حالی که ۹۸/۲ درصد پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند اما تنها ۱/۸ آنان چنین شبکه‌هایی را در اختیار نداشتند.

در این راستا، برای تعریف متغیر مستقل پژوهش یعنی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی در این پژوهش دارای پنج مؤلفه استفاده یا عدم استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی، مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان فعال بودن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، و میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی از دیدگاه کاربران بود. دو متغیر مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی (عبارت است از مدت زمانی که فرد به عضویت در شبکه‌های اجتماعی از قبیل تلگرام، واتس‌آپ، فیسبوک و موارد مشابه درآمده است) و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (عبارت است از مدت زمانی از شبانه‌روز که فرد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کند) یک سؤال تک گویه‌ای در مقیاس فاصله‌ای بود. همچنین متغیر میزان فعال بودن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (شاخص‌هایی از قبیل دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان؛ فقط خواندن وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده؛ اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات

¹. spss samole power

به بحث گذاشته شده؛ شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو؛ دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات سیاسی؛ دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی) دارای ۶ گویه بود که میزان پایایی آن بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۷۲ به دست آمد. سرانجام متغیر میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی از دیدگاه کاربران (شاخص‌هایی از قبیل اعتقاد کاربران نسبت به صحت و درستی اخبار و اطلاعات شبکه‌های اجتماعی؛ میزان اعتماد و خوش‌بینی کاربران نسبت به محتوای مطالب شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با رسانه‌های داخلی؛ اعتبار و مقبولیت پیام‌رسانان شبکه‌های اجتماعی از دید کاربران) دارای ۳ گویه بود که پایایی آن نیز ۰/۷۴ بود. لازم به ذکر است که روایی این پرسشنامه از طریق تأیید اساتید علوم سیاسی و جامعه‌شناسی مورد تأیید قرار گرفته است.

ابزار دیگر مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته هویت ملی بود. در این راستا، برای سنجش هویت ملی از پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه با بهره‌گیری از مقیاس لیکرت توسط محقق ساخته شد که دارای ۱۶ سؤال است و چهار بعد هویت اجتماعی-فرهنگی (سوالاتی از قبیل؛ از لحاظ فرهنگی مردم ایران یکی از بزرگ‌ترین ملت‌های دنیا هستند، از اینکه دارای فرهنگ ایرانی هستم به خود می‌بالم و غیره)، جغرافیایی (سوالاتی از قبیل؛ حتی اگر فرصتش پیش آید باز دوست ندارم در کشورهای خارجی زندگی کنم، دفاع از سرزمین ایران وظیفه همه ما ایرانیان است و غیره)، سیاسی (سوالاتی از قبیل؛ از اینکه در سایه نظام جمهوری اسلامی ایران زندگی می‌کنم احساس غرور می‌کنم، قانون اساسی ما یک قانون پیشرفته و کامل است و غیره) و تاریخی (سوالاتی از قبیل؛ تاریخ ایران پر از شکوه و افتخار است، ایران همیشه تمدن ساز بوده است و غیره) را می‌سنجد. برای تعیین روایی و اعتبار ابزار تحقیق، ابتدا پرسش‌های متعددی توسط چند تن متشکل از استادان علوم سیاسی و علوم اجتماعی طرح و پس از بررسی، تعداد ۱۶ سؤال انتخاب و مورد استفاده قرار گرفت که پایایی آن به روش ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۵ به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

در این قسمت به تحلیل و آزمون داده‌های پژوهش پرداخته شده است. ابتدا آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته ارائه شده و سپس نتایج آزمون رگرسیون چندگانه متغیرهای مورد نظر پژوهش و ارتباط بین متغیرها آمده است.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای شبکه‌های اجتماعی

فرآوانی	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد	
۳۴۰	۰/۰۰	۹/۲۰	۳/۴۵	۱/۹۱	مدت زمان عضویت
۳۴۰	۰/۰۰	۸/۳۰	۳/۵۸	۲/۴۹	میزان استفاده روزانه
۳۴۰	۱/۰۰	۶/۰۰	۳/۴۰	۰/۸۱	میزان فعال بودن
۳۴۰	۱/۰۰	۶/۰۰	۳/۳۷	۰/۹۰	واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی

۱۲۵

دو فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات

قدرت نرم

محمودرضا رهبر قاضی و همکار

بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی

میانگین و انحراف معیار زیر مقیاس‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در جدول ۱ ارائه شده است. برای مقایسه بهتر وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی پاسخگویان، نمرات برخی از متغیرها یعنی میزان فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی و میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی در دامنه ۱ تا ۶ محاسبه شدند. در این راستا، میانگین نمره متغیر مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی محاسبه شده برای تمامی افراد شرکت کننده در این پژوهش بین در حدود ۳/۴۵ و به عبارت دیگر حدود سه سال و چهار ماه بود. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که پاسخگویان مورد بررسی به طور متوسط روزانه در حدود ۳/۵۸ و یا به عبارت دیگر ۳ ساعت و ۵۸ دقیقه از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند که به نظر میزان بالایی می‌باشد.

همچنین میانگین نمره متغیر میزان فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی برای تمامی افراد شرکت کننده در این پژوهش ۳/۴۰ بود. حال اگر نمره متوسط برای میزان فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی را ۳/۵ و نمره بالا را ۶ در نظر بگیریم می‌توان گفت میزان فعال بودن شرکت کنندگان این پژوهش در شبکه‌های اجتماعی مجازی تقریباً متوسط بوده است. به عبارت دیگر پاسخگویان مورد بررسی پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان خود را تقریباً به شکل متوسطی می‌دیدند، تا حد متوسطی به شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو علاقه‌مند بودند، لینک اخبار و موضوعات سیاسی موجود در شبکه‌های اجتماعی را دنبال می‌کردند و غیره. از سوی دیگر، میانگین نمره متغیر میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی برای تمامی افراد شرکت کننده در این پژوهش ۳/۳۷ بود. بنابراین می‌توان گفت میزان واقعی تلقی کردن محتوای اخبار شبکه‌های اجتماعی توسط شرکت کنندگان این پژوهش مقداری کمتر از متوسط بوده است. به عبارت دیگر، کاربران اعتماد نسبتاً کمی نسبت به صحت و درستی اخبار و اطلاعات شبکه‌های اجتماعی داشتند، کاربران نسبت به محتوای مطالب شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با رسانه‌های داخلی خوش‌بینی کمی داشتند، و اعتبار و مقبولیت پیام‌رسانان شبکه‌های اجتماعی از دید کاربران نسبتاً پایین بود.

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای هویت ملی و مؤلفه‌های آن

فرآوانی	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد	
۳۴۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۵	۰/۸۵	بعد فرهنگی
۳۴۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۴۹	۰/۶۸	بعد جغرافیایی
۳۴۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۲/۸۵	۰/۸۶	بعد سیاسی
۳۴۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۷۹	۰/۷۰	بعد تاریخی
۳۴۰	۱/۲۵	۵/۰۰	۳/۴۲	۰/۶۰	هویت ملی

همانطور که قبلاً اشاره شد برای ارزیابی و سنجش متغیر هویت ملی از ۱۶ گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین هویت ملی محاسبه شد. نمره ۱ بیانگر هویت ملی بالا و نمره ۵ بیانگر هویت ملی پایین است. با توجه به جدول فوق می‌توان نشان داد که هویت ملی شهروندان در نمونه آماری تقریباً اندکی کمتر از حد متوسط قرار دارد (میانگین = ۳/۴۲). در این بین به نظر می‌رسد بالاترین نمره در مؤلفه‌های مختلف هویت ملی بعد تاریخی هویت ملی با میانگین ۳/۷۹ است و بعد سیاسی هویت ملی با میانگین ۲/۸۵ پایین‌ترین نمره را در بین مؤلفه‌های هویت ملی دارد.

جدول ۳. ماتریس همبستگی ابعاد شبکه‌های اجتماعی و مؤلفه‌های هویت ملی

مدت عضویت	استفاده روزانه	فعال بودن	واقعی تلقی کردن	بعد فرهنگی	بعد جغرافیایی	بعد سیاسی	بعد تاریخی
۱/۰۰							
۰/۲۵	۱/۰۰						
۰/۱۶	۰/۱۸	۱/۰۰					
۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۳۶	۱/۰۰				
-۰/۱۲	-۰/۱۱	۰/۰۰	-۰/۰۳	۱/۰۰			
-۰/۱۰	-۰/۱۱	۰/۰۱	-۰/۰۱	۰/۶۲	۱/۰۰		
-۰/۱۳	-۰/۱۳	-۰/۰۸	-۰/۱۳	۰/۵۴	۰/۴۱	۱/۰۰	
-۰/۱۰	-۰/۱۴	-۰/۰۰	-۰/۰۱	۰/۴۶	۰/۴۰	۰/۲۶	۱/۰۰

جدول شماره ۳ میزان همبستگی و ارتباط بین ابعاد مختلف شبکه‌های اجتماعی و هویت ملی را نشان می‌دهد. همانطور که نتایج نشان می‌دهد تقریباً بین تمامی ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت ملی ارتباط منفی‌ای وجود دارد. به عبارت دیگر به هر میزان مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی افزوده می‌شود، از میزان هویت ملی فرهنگی، جغرافیایی، سیاسی و تاریخی پاسخگویان کاسته می‌شود. این درحالی است که همه مؤلفه‌های هویت ملی باهمدیگر ارتباط مثبتی دارند. در این میان نتایج نشان می‌دهد که بالا رفتن میزان استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی بیشترین رابطه منفی را با بعد تاریخی هویت ملی دارد ($r = -0.14$).

جدول ۴. ارزیابی مدل پژوهش

همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل یافته	F	سطح معنی داری
۰/۲۱	۰/۰۴	۰/۰۳	۳/۹۲	۰/۰۰

جدول فوق به دنبال بررسی میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی در بین افراد مورد بررسی می‌باشد. هدف این جدول بررسی واریانس کلی تبیین شده هویت ملی توسط مدل شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی مجازی تنها حدود ۴٪ واریانس هویت ملی را تبیین می‌کند. همچنین سطح معنی‌داری به دست آمده برای مقدار F نشان می‌دهد ضرایب در سطح $p < 0.05$ معنی‌دار است. به عبارت دیگر مدل مورد بررسی این پژوهش که از ۴ بعد شبکه‌های اجتماعی مجازی تشکیل یافته است مدل خوبی برای تبیین هویت ملی است.

جدول ۵. ضرایب رگرسیون به ازای رگرسیون هر بعد از شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی

B	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد بتا	t	سطح معنی داری
۳/۷۲	۰/۱۶		۲۳/۰۲	۰/۰۰
-۰/۰۳	۰/۰۱	-۰/۱۲	-۲/۱۷	۰/۰۳
-۰/۰۳	۰/۰۱	-۰/۱۳	-۲/۴۵	۰/۰۱
۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۷۱	۰/۴۷
-۰/۰۴	۰/۰۳	-۰/۰۶	-۱/۲۰	۰/۲۲

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی از دیدگاه کاربران بر روی هویت ملی تأثیر معنی‌دار داشته‌اند. جهت آماره t نشان دهنده این امر است که هر دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر منفی‌ای بر روی هویت ملی افراد می‌گذارد. بنابراین ضرایب بتا نشان می‌دهد که به هر میزان مقدار میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مدت زمان عضویت

در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد، هویت ملی آنان کمتر می‌شود. به عبارت دیگر، افزایش مدت زمانی که فرد به عضویت در شبکه‌های اجتماعی درآمده است، و همچنین بالا رفتن زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در طی شبانه روز باعث می‌شود تا هویت ملی افراد به مخاطره افتاده و میزان آن کاهش یابد. این در حالی است که دو مؤلفه دیگر یعنی میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر روی کاهش یا افزایش هویت ملی نداشتند.

جدول ۶. خلاصه‌ای از نتایج بررسی فرضیات پژوهش

نتیجه	فرضیه
تأیید	۱ مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
تأیید	۲ میزان بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
رد	۳ فعالیت بالای کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.
رد	۴ واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی باعث کاهش میزان هویت ملی می‌گردد.

خلاصه بررسی فرضیات پژوهش در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که فرضیات اول و دوم پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است و بنابراین می‌توان استدلال کرد که تنها دو متغیر مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی تأثیر داشتند و باعث می‌شوند تا میزان هویت ملی در افراد مورد بررسی کاهش یابد. اما سایر وجوه شبکه‌های اجتماعی تأثیر خاصی بر روی کاهش یا افزایش هویت ملی افراد نداشته است.

نتیجه‌گیری

همانطور که قبلاً اشاره شد هویت ملی عبارت از وابستگی و تعلق یک فرد و یا یک جامعه به صورت رسمی و قانونی به یک کشور و دولت- ملت است. جغرافیای مشترک، نظام سیاسی مشترک، تاریخ مشترک، فرهنگ مشترک، منافع و زبان مشترک، مؤلفه‌های هویت ملی در یک کشور تلقی می‌شود. این اشتراکات برای ساکنان و شهروندان کشور، روح مشترک ملی ایجاد می‌کند و روابط آنها علی‌رغم ناهمگونی‌های اجتماعی و فرهنگی در پرتو این روح مشترک شکل می‌گیرد. هویت ملی، کار ویژه‌های متعددی دارد که از جمله آنها می‌توان به ایجاد همبستگی ملی و جهت‌دهی به زندگی اجتماعی و سیاسی مردم اشاره کرد. اما در عصر اخیر به نظر می‌رسد برخی عوامل از جمله فرایند جهانی شدن و برخی

از ابزارهای آن از قبیل فضای مجازی چالش‌هایی جدی فراروی هویت پدید آورده است. در واقع، بحران هویت معاصر، معطوف به پدیده جهانی شدن است که به صورت‌های مختلف و در سطوح متفاوت خود شکل می‌یابد. عصر فرا صنعت، اطلاعات و پیدایش جامعه شبکه‌ای، مفهوم هویت را دچار تحول کرده است. فضای مجازی و مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی مجازی در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند هویت را در وضعیت کاملاً جدیدی قرار می‌دهند. هویت در عصر جدید تحت تأثیر این شبکه‌های مجازی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند و از صورت‌بندی‌های ذهنی جدیدی حمایت می‌کند که سازنده هویت بی‌ثبات انسان جدید است. در این راستا بود که پژوهش حاضر نیز به بررسی تأثیر شبکه‌های مجازی بر روی هویت ملی دانشجویان در دانشگاه شیراز پرداخت.

در این زمینه یافته‌های پژوهش همسو با یافته‌های رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷)، مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸) و غیره نشان می‌دهد که اولاً مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر روی هویت ملی پاسخگویان تأثیرگذار بود و باعث کاهش میزان هویت ملی در آنان می‌گشت. به هر حال، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی محصول درهم شکستگی هستی‌شناختی و پیچیده‌تر شدن فرایندهای تفاوت‌های فردی هستند و با آن سنخیت تام دارند. امروزه حتی اعضای خانواده‌ها و همسایگان نیز به ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند. این امر تشخیص اصالت‌ها را روز به روز دشوارتر می‌سازد. آلن تورن به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض‌آمیز انسانی را توصیف کرده است و اعلام می‌کند که ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر می‌بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده‌ایم (تورن، ۱۳۸۰: ۱۶۰). از این حیث، هویت مجازی را می‌توان با فرایند اساساً مدرن تشکیل هویت به وسیله خویشتن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست. فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و توأمان مهم‌ترین جنبه پست‌مدرنیستی فضای مجازی را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های فضای مجازی نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند؛ بلکه موجب تکثر بیشتر می‌شود. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده عمومی از فضای مجازی، جهان‌بینی‌های افراد واگراتر می‌شود (گیسینز و ریمر، ۱۳۸۸: ۷۸؛ به نقل از ابویصری) و چنین امری فضا را برای تضعیف هویت ملی در جامعه فراهم می‌سازد.

یافته دوم این پژوهش همسو با نظریات کاستلز (۱۳۸۰)، هیلتر و تورف (۱۹۷۸) و برخی دیگر از محققان نشان می‌دهد که افزایش مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز بر روی هویت ملی پاسخگویان تأثیر گذاشته و میزان هویت ملی آنان را کاهش می‌دهد. به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی به

چند طریق می‌تواند بر روی هویت ملی تأثیر گذارد. اولاً در اثر جهانی شدن و گسترش فضای مجازی، پیوند میان یک گذشته مشترک و حال مشترک از بین می‌رود و نظم سنتی موجود مبتنی بر مکان‌های انحصاری و تداوم‌های معنابخش و هویت‌ساز نابود می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۳۶). همچنین علاوه بر تضعیف قدرت معناسازی نمادهای سنتی در اثر گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی یکی از پیامدهای جهانی شدن و گسترش فضای مجازی گسترش دموکراسی‌خواهی و حق تعیین سرنوشت و همچنین مباحث مربوط به حقوق بشر می‌باشد که این مسئله می‌تواند کشورهایی را که دارای تفاوت‌های قومی و زبانی و... می‌باشند، تحت تأثیر قرار دهد. در واقع جهانی شدن نه تنها موجب کاهش سطح اقتدار حکومت‌ها می‌شود، بلکه موجب تقویت خرده فرهنگ‌ها و تحریک آنها نیز می‌شود و با اولویت‌بخشی به هویت‌های فروملی موجبات تقویت گرایش‌های گریز از مرکز را فراهم می‌کند؛ چرا که سازمان‌های متعددی تحت عناوین بشردوستانه و حافظ حقوق اقلیت‌ها بر حکومت‌ها فشار وارد می‌کنند و مانع از اقدام مؤثر حکومت‌ها در راستای کنترل مؤثر نیروهای گریز از مرکز می‌شوند. سوم اینکه رواج فرهنگ غربی در اثر فناوری شبکه‌های اجتماعی موجب بروز برخی ناهنجاری‌ها و ضد ارزش‌ها در جوامع می‌شود و علاوه بر آن فضای مجازی با انتشار امور غیر ارزشی موجب تضعیف ارزش‌های ملی شده و فرهنگ جوامع را دچار اضمحلال ارزش‌ها می‌کنند. سرانجام بین‌المللی شدن زبان و خط انگلیسی در محیط شبکه‌های اجتماعی موجب یادگیری گسترده آن توسط کاربران و استفاده از آن به عنوان زبان ارتباطی می‌شود که این مسئله نیز در اثر گذر زمان موجب فراموشی تدریجی زبان ملی و کاهش هویت ملی می‌شود (مختاری، ۱۳۸۶: ۱۴-۱۳). بنابراین فضای مجازی در واقع محیطی است، مشتمل بر شبکه‌های آنلاین که در لحظه، به مبادله اطلاعات با یکدیگر می‌پردازند. این ارتباطات نه تنها شکل نوینی از روابط اجتماعی را می‌سازد، بلکه فضایی مجازی را شکل می‌دهد که در این فضا روابط اجتماعی متنوع و متکثر مبتنی بر هویت‌های مجازی شکل می‌گیرد و باعث تضعیف هویت‌های جمعی از جمله هویت ملی می‌گردد.

در پایان لازم به ذکر است که با توجه به اینکه در عصر جدید نمی‌توان با شبکه‌های اجتماعی برخورد حذفی کرد و چنین رویه‌هایی کارایی لازم را نداشته است، حداقل یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که احتمالاً با تشویق افراد به بالا بردن عمق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی - از قبیل آموزش آنان به این امر که منابع خبری خود را از سایت‌ها و کانال‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی معتبرتر کسب نمایند - شاید بتوان با آثار منفی چنین شبکه‌هایی بر روی هویت ملی افراد برخورد کرد؛ چرا که نتایج این پژوهش نیز نشان می‌داد افرادی که صرفاً به شکل سطحی و با میزان بالایی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بیش از دیگران تحت تأثیر پیامدهای منفی چنین شبکه‌هایی قرار داشتند.

- ابویصری، انسیه (۱۳۹۴) "شناخت و تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد بحران هویت در بین کاربران جوان"، کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی، امارت.
- باقری‌دولت‌آبادی، علی، فرج‌الله زارعیان جهرمی (۱۳۹۲) "تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی"، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، شماره ۶۰، صص ۱۸۲-۱۴۹.
- تورن، آلن (۱۳۸۰) نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: گام نو.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ کاویانی راد، مراد، کریمی پور؛ یدالله، طاهرخانی، مهدی (۱۳۸۵) "تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران)"، ژنوپلیتیک، شماره ۵ و ۶، صص ۲۱-۱.
- ۱.
- رضایی، حسین، حدیثه رضانی‌فر و زهرا قیصری (۱۳۹۴) "رابطه استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان شهر همدان"، فصلنامه مطالعات ملی؛ شماره ۲، صص ۱۳۱-۱۱۳.
- رابرتسون، رونالد (۱۳۸۲). جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، ترجمه کمال پولادی، نشر ثالث.
- رفعت‌جاء، مریم و علی شکوری (۱۳۸۷)، "اینترنت و هویت اجتماعی"، فصلنامه جهانی رسانه، شماره ۳، صص ۱۷-۱.
- زاهد سعید (۱۳۸۴) "هویت ملی ایرانیان"، راهبرد یاس، سال اول، شماره ۴، صص ۱۳۸-۱۲۹.
- ساروخانی، باقر؛ خدیجه رضایی قادی (۱۳۹۱) "اینترنت و هویت ملی در میان کاربران"، فرهنگ و ارتباطات، شماره ۵، صص ۷۰-۵۱.
- عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ قصابی، رضوان و طاهری، نقی (۱۳۹۳). "تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر اعتماد و مشارکت سیاسی جوانان"، مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۲۸، صص ۱۷۳-۱۵۵.
- قاسمی، وحید؛ صمد عدلی‌پور؛ سیداحمد میرمحمدتباردیو کلایی (۱۳۹۲) "شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تغییرات هویت اجتماعی جوانان شهر تبریز"، جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، شماره ۱، صص ۱۵۰-۱۲۵.
- قاسمی، وحید؛ صمد عدلی‌پور؛ سیداحمد میرمحمدتباردیو کلایی (۱۳۹۳) "تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان"، تحقیقات فرهنگی، شماره ۱، صص ۲۸-۱.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱) جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی.
- گیبینز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۸) سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.
- معمار، ثریا، صمد عدلی‌پور و فائزه خاکسار (۱۳۹۱) "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)"، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴، صص ۱۷۶-۱۵۵.
- مهدی‌زاده، شراره و زینب عنبرین (۱۳۸۸) "بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان"، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۷.

- مختاری، حسین (۱۳۸۶) جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت ملی: <http://mokhtarihashi.persianblog.ir/post/20/>
 - نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸) چالش‌های فرهنگ و هویت در فضای مجازی، نشریه نگاه حوزه، قابل دسترس در: www.pegahhowzeh.com

- هلد، دیوید و مک گرو، آنتونی (۱۳۸۲) جهانی شدن و مخالفان آن، ترجمه مسعود کرباسیان، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

- Altheide, D. L. (2000). Identity and the Definition of the Situation in a Mass-Mediated Context. *Symbolic interaction*, 23(1), 1-27.
- Bannon, S., McGlynn, T., McKenzie, K., & Quayle, E. (2015). The positive role of Internet use for young people with additional support needs: Identity and connectedness. *Computers in Human Behavior*, 53, 504-514
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of social issues*, 58(1), 33-48.
- Castells, M. (1997). *The power of identity* (Vol. 2). Malden (MA, USA) and Oxford (UK): Blackwell.
- Garcia, A. C., Standlee, A. I., Bechkoff, J., & Cui, Y. (2009). Ethnographic approaches to the internet and computer-mediated communication. *Journal of contemporary ethnography*, 38(1), 52-84.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, AT: Doubleday.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press.
- Meyrowitz, J., & Maguire, J. (1993). Media, place, and multiculturalism. *Society*, 30(5), 41-48.
- Rosenberg, M. (1986). *Conceiving the self*. RE Krieger. Stone, A. R. (1996). *The war of desire and technology at the close of the mechanical age*. MIT press.
- Stone, G. P. (1981). Appearance ad the Self. *A slightly revised version. I Social psychology through symbolic interaction*, Harvey A. Fabermann og Gregory P Stone. New York: John Wiley & Sons.

قدرت نرم

قدرت

قدرت



گروه نشر نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
ژانر: تاریخ علوم انسانی

قدرت

قدرت

قدرت