
Providing the Structural Equation Model of the Effect of Virtual Social Networks on the Identity of the Youth of West Azerbaijan Province

By: : Gholamreza Tajbakhsh, Ph.D.* & Farshad Goudarzi, M.A.✉

Abstract:

Nowadays, youth identity in the country has become an important issue, and identifying the factors affecting the identity of the youth seems essential. The purpose of this research is to examine the effect of virtual social networks on the identity of young people. The method of the research was quantitative and the statistical population includes young people aged 18 to 35 years of West Azerbaijan province who were randomly selected. Research data was collected using a researcher-made electronic questionnaire. The sample size was 383 people using Sample power software, which was increased to 400 people To increase accuracy. The research data was analyzed using Spss 26 software, and the structural equation model and model fit criteria were drawn and estimated with Amos Graphic 24 software. The findings of the research showed that the Pearson correlation between the cognitive and communication dimension of virtual social networks with the identity of young people is at a significant level. The communication dimension had the highest correlation with the religious dimension of identity, and the cognitive dimension had the highest correlation with the political dimension of youth identity. The results of multiple regression also showed that the dimensions of the independent variable of the research explain %67 of the variance and changes of the dependent variable. Also, based on the structural equation model of the research and according to the fit criteria, the empirical data of the research supported the theoretical model. In general, the results indicate that the two cognitive and communicative dimensions of virtual social networks have influenced the identity of the youth of West Azerbaijan province and have influenced the identity dimensions of the youth of this province; However, the effect of these two dimensions has been at a weak level.

Keywords: *Communication Dimension, Cognitive Dimension, Young People, Virtual Social Networks, Identity*

* Associate Prof. In Social Sciences, Faculty of Humanities, University of Borujerdi, Borujerd, Iran

✉ Sociology

Email: farshadgoudarzi262@gmail.com



مدل‌سازی معادله ساختاری تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی

غلامرضا تاج‌بخش*، فرشاد گودرزی

چکیده

امروزه هویت‌یابی جوانان در کشور به مسئله مهمی تبدیل شده است و شناسایی عوامل مؤثر بر هویت جوانان ضروری به نظر می‌رسد، پژوهش حاضر با هدف، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان انجام شده است. روش این پژوهش از نوع کمی و پیمایشی و جامعه آماری آن، شامل جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال استان آذربایجان غربی بوده که به روش تصادفی انتخاب شده‌اند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه الکترونیکی محقق‌ساخته جمع‌آوری شده است. حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار *Sample power* ۳۸۳ نفر به دست آمده که برای حصول اطمینان، این تعداد به ۴۰۰ نفر افزایش یافته و داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار *Spss 26* تحلیل شده و مدل معادله ساختاری و معیارهای برازش مدل، با نرم‌افزار *Amos Graphic 24* ترسیم و برآورد شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میزان همبستگی پیرسون بین بعد شناختی و ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان در سطح معناداری است و بعد ارتباطی، بیشترین همبستگی را با بعد دینی هویت و بعد شناختی بیشترین همبستگی را با بعد سیاسی هویت جوانان داشته است، نتایج رگرسیون چندگانه نیز حاکی از آن است که ابعاد متغیر مستقل پژوهش به میزان ۶۷ درصد واریانس و تغییرات متغیر وابسته پژوهش را تبیین کرده‌اند؛ همچنین بر اساس مدل‌سازی معادله ساختاری پژوهش می‌توان گفت که باتوجه به معیارهای برازش داده‌های تجربی پژوهش از مدل نظری حمایت کرده است. به‌طور کلی نتایج بیانگر آن است که دو بعد شناختی و ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی تأثیر داشته‌اند و ابعاد هویتی جوانان این استان را تحت تأثیر قرار داده‌اند، هرچند اثرگذاری این دو بعد در سطح ضعیفی بوده است.

کلیدواژه‌ها: بعد ارتباطی، بعد شناختی، جوانان، شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت

* دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت‌الله‌العظمی بروجردی (ره)، بروجرد، ایران
✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشکده حقوق و علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
Email: farshadgoudarzi262@gmail.com

مقدمه

جوامع معاصر شاهد تحولات چشمگیری بوده‌اند که حوزه‌های زیسته انسان، اعم از اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و سیاسی را به شدت تحت تأثیر قرار داده‌اند. در این بین، یکی از چالش‌برانگیزترین دگرگونی‌ها، به تغییرات شناختی و به‌طور مشخص، تحولات هویتی افراد مربوط می‌شود. در گذشته مقوله هویت به شکلی که امروز مطرح است، مهم قلمداد نمی‌شد، چراکه باورها و ارزش‌های سنتی مسیر زندگی انسان را هدایت می‌کردند. اما با افول منابع هویت‌یابی سنتی همچون ارزش‌های مذهبی، الگوهای خانوادگی و آموزشی از یک سو و رشد الگوهای هویت‌ساز جدید مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی دیگر، فرایند دگرگونی هویت افراد دچار تغییرات گسترده‌ای شده است. گذار از سنت به مدرنیته، نقش بسیار مهمی در تحولات گسترده هویتی برعهده داشته، زیرا هویت مفهومی است که در هر بستر اجتماعی و تاریخی می‌توان آن را مطالعه کرد. به عقیده جی دان^۱: «هویت و مضامینی که با آن در عصر حاضر مرتبط هستند، به دلیل واقعیتی است که دوران گذار یعنی حرکت از جامعه سنتی به مدرنیته نامیده می‌شود، دورانی که تحولات شدید هویتی به‌واسطه آن رخ داده است» (ربانی و رستگار، ۱۳۹۲: ۲).

طی چند دهه اخیر، ظهور صنایع الکترونیک و گسترده فضای اطلاعاتی جدید در بسترهایی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی، تشدید دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی را در پی داشته و نگرش افراد به‌ویژه نسل جوان را دچار تغییرات عمده‌ای کرده است. مجموعه این تحولات موجب شده است که مسئله مهمی مانند هویت و ابعاد مختلف آن و نیز تأثیر این مفهوم بر کنش و نگرش نسل جوان، اهمیتی دوچندان یابد. چنانچه نسل جوان از نگرش و باور پویا و مستحکم فرهنگی تهی شود و نتواند دنیای درونی و ذهنی خود را با هنجارها و ارزش‌های بادوام تطبیق دهد، دچار انزوا، بی‌انگیزی و نوعی بدبینی نسبت به جامعه می‌شود و به این ترتیب، شرایط برای بحران هویت در جامعه فراهم می‌آید. در جوامع پیشامدرن، هویت یک امر انتسابی و از پیش مشخص است، به همین دلیل نیز هویت افراد بر این اساس هیچ تغییری نمی‌کند، اما در جوامع مدرن، هویت انعطاف‌پذیر است و هویت افراد جامعه هر لحظه، تحت تأثیر عوامل مختلف، دچار دگرگونی می‌شود (مهدی‌خانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۷۵).

امروزه با گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در محیط وب

و اینترنت، نوع خاصی از ارتباطات در بسترهای مجازی میان افراد شکل گرفته که خروجی مهم آن، شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است. این شبکه‌ها شامل گروه‌هایی از افراد می‌شوند که از طریق یک یا چند نوع وابستگی به هم مرتبط شده‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده با یکدیگر کنش‌های ارتباطی دارند. این شبکه‌ها بر مبنای اجتماعات آنلاین بنا شده‌اند که امکان دستیابی به شکل جدیدی از ارتباطات و تبادل اطلاعات را فراهم می‌کنند و به کاربران خود نیز امکان می‌دهند که علایق، نظریات و فعالیت‌هایشان را با یکدیگر به اشتراک بگذارند (شاوردی، ۱۳۹۶: ۶۹).

با ظهور برخی از مؤلفه‌های مدرنیته همچون فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش آن دسته از مؤلفه‌های سنتی که در شکل دادن هویت ایرانی، مهم بوده، بسیار کم‌رنگ شده است، چراکه رسانه‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرد را از مکان جدا کرده و به فرایند جهانی شدن پیوند زده‌اند. براین اساس، افراد جامعه و به‌ویژه نسل جوان با منابع هویتیابی متکثری روبه‌رو شده‌اند و هویت آنان شکلی غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است. در جامعه ایرانی، نهادهای سنتی که در تکوین هویت نقش داشته‌اند، با پیدایش ساختارهای جدید مدرنیته، برای مثال سبک زندگی نوین مبتنی بر مصرف‌گرایی، سرگرمی و شیوه‌های نوین تعیین هویت در بستر رسانه‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی به شدت تهدید شده‌اند. به باور آنتونی گیدنز^۱، مؤلفه‌های مدرنیته، تأثیر شگرفی بر هویت افراد داشته‌اند، به طوری که هیچ فردی هویت واحدی ندارد و به عبارت دیگر، قابلیت انعطاف هویت در چهارچوب مدرنیته و مؤلفه‌های مربوط به آن به‌طور چشمگیری افزایش یافته است، امری که حکایت از ظهور بستری تازه برای تکوین هویت دارد. حضور کمی رسانه‌های متفاوت در زندگی افراد و به‌طور خاص جوانان، به‌ویژه با فراگیر شدن تلفن همراه به همه اوقات بیداری انسان گسترش یافته و از سوی دیگر، حضور کیفی رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی بیش از گذشته شده است (رضوی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۰۹). در دهه‌های اخیر با گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه جهانی، تحولاتی در زمینه‌های فرهنگی و ساختاری رخ داده که سبب دگرگونی نقش‌های اجتماعی و آگاهی جوانان شده است. از این‌رو، مسئله هویت جوانان، در چند دهه اخیر ذهن پژوهشگران حوزه‌های مختلف اعم از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی را به خود مشغول کرده است. حضور مؤلفه‌هایی مانند دوگانگی ساختاری، جوان

1. Anthony Giddens

بودن هرم سنی جمعیت ایران، نوسازی فرهنگی و آموزشی، مصرف کالاهای فرهنگی، جهانی شدن و... باعث نوگرایی نسل حاضر و در نتیجه، آمادگی این نسل برای پذیرش الگوها و شیوه‌های جدید حیات اجتماعی، پذیرفتن دگرگونی‌های مدرن و پافشاری نکردن به حفظ الگوهای سنتی و قدیمی را شده است (تاج‌بخش، ۱۳۹۲: ۳۷). در حال حاضر بررسی و شناخت نگرش و عوامل مؤثر بر هویت جوانان به‌ویژه شکل‌گیری آن، یکی از ضرورت‌های مهم به شمار می‌رود، چراکه برنامه‌های در نظر گرفته شده این بخش، از وجوه مختلف توسعه‌یافتگی و سلامت اجتماعی در بخش کلان است تا از این راه، عوامل مرتبط با آن، مانند رضایتمندی جوانان از زندگی سالم و حفظ تعادل هویت‌مندی در نظام جهانی با توجه به تحولات روبه‌رشد به شکل بهتری برنامه‌ریزی و اجرا شود. بی‌توجهی به این امر، منجر به ابهام نقشی و سردرگمی هویتی جوانان خواهد شد و اثرات زیان‌باری چون آسیب‌های اجتماعی در پی خواهد داشت. از سوی دیگر در ایران، شبکه‌های اجتماعی مجازی بسیار پرطرفدارند و مورد استفاده بسیاری از افراد جامعه، به‌ویژه نسل جوان قرار می‌گیرند. ارائه آمار دقیق از کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در کشور دشوار است، اما می‌توان بر اساس وبسایت‌های عرضه‌کننده این نرم‌افزارها مانند کافه‌بازار، ادعا کرد که در ایران شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون واتساپ ۳۶ میلیون، تلگرام ۳۲ میلیون و اینستاگرام ۲۸ میلیون کاربر دارند^۱ و وجود این آمارها حکایت از رغبت زیاد جامعه ایرانی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی است.

باتوجه به آنچه گفته شد، در پژوهش حاضر تلاش می‌کنیم که تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی مورد بررسی قرار دهیم. در این استان قومیت‌های متفاوتی از جمله کرد و ترک زندگی می‌کنند و خرده‌فرهنگ‌های گوناگونی ناشی از این قومیت‌ها رواج دارند که بر هویت جوانان این استان اثرگذارند. بر اساس آخرین آمارها، جمعیت استان آذربایجان غربی ۳/۴۱۶/۲۶۵ نفر است و بیش از ۶۵ درصد آن را جوانان^۲ تشکیل می‌دهند و عددی نزدیک به ۲/۲۲۳/۰۰۰ نفر است (مرکز ملی آمار ایران، ۱۳۹۵). تنوع قومیتی و وجود هرم سنی جوان این استان می‌تواند از دلایل مهم اثرگذاری بر هویت جوانان آن باشد، از سوی دیگر، حضور رسانه‌های اجتماعی و ظهور فرایند جهانی شدن، می‌تواند زندگی جوانان این استان را همانند سایر استان‌های کشور تحت تأثیر قرار دهد.

۱. این آمار با مراجعه به وبسایت رسمی کافه بازار به آدرس «<https://cafebazaar.ir>» در تاریخ ۱۰/۰۲/۱۴۰۱ ذکر شده است.
۲. مفهوم جوانی یک برساخت اجتماعی با معنای اجتماعی که وابسته به شرایط اجتماعی و فرهنگی یک جامعه است (جونز، ۱۳۹۳: ۵).
بر اساس تعاریف سازمان بهداشت جهانی جوانی شامل بازه ۱۸-۳۵ سال است (شفرز، ترجمه راسخ، ۱۳۹۶).

باتوجه‌به هرم سنی جوان این استان، پرداختن به مسئله مهمی مانند هویت امری ضروری است، تاکنون پژوهش‌های بسیاری در مورد هویت با رویکردهای مختلف صورت گرفته است؛ اما پرداختن به هویت جوانان با تأکید بر متغیرهایی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی بسیار اهمیت دارد. باتوجه‌به جوان بودن هرم سنی استان آذربایجان غربی، نقش هویت در توسعه فرهنگی کشور و گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی مجازی، پرداختن به هویت جوانان این، امری استان ضروری است.

براین‌اساس، هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر ابعاد مختلف شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد هویتی جوانان استان آذربایجان غربی بوده است و پژوهشگران سعی داشته‌اند به این پرسش پاسخ دهند که چه ابعادی از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان این استان اثرگذاراند؟

پیشینه پژوهش

تاکنون پژوهش‌های متعددی درباره هویت صورت گرفته و هر پژوهش با رویکردی متفاوت به این موضوع پرداخته است. در دو دهه اخیر، با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی در کشور و اثرگذاری این شبکه‌ها بر تمامی سطوح زندگی افراد در جامعه ایرانی، بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی با سایر مقوله‌های مهم جامعه‌شناختی مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. در این بین، مطالعاتی در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی و مؤلفه‌های متفاوت هویتی انجام شده که بررسی آنها ضرورت دارد، در ادامه، به برخی از مطالعاتی که رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد هویتی را مورد بررسی قرار داده‌اند، می‌پردازیم.

جدول ۱. خلاصه مطالعات پیشین

Table 1. Summary of previous studies

نویسنده	عنوان	نتایج
نعمتی و همکاران (۱۴۰۱)	بررسی نقش واسطه‌ای بحران هویت و انسجام خانواده در تعیین رابطه مشارکت در شبکه‌های اجتماعی با نگرانی از تصویر بدنی در میان دانش‌آموزان	اصلاح میزان و شیوه استفاده نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی و برگزاری جلسات آموزشی به‌منظور تسهیل‌گذاری از مرحله بلوغ و پیشگیری از بحران هویت دارای اهمیت است تا زمینه کاهش ناراضی‌تی از تصویر بدن و ارتقای سلامت روانی نوجوانان فراهم آید.
فرامرزیانی و جعفری (۱۴۰۰)	نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل	بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و مؤلفه‌های هویت شخصی مدرن (توسعه فردی، توسعه نظام ارتباطات بین‌فردی، توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد، تغییر در پیوندها، دلبستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی و دسترسی فوری یا فرهنگ فوری) همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. بیشترین همبستگی مربوط به توسعه فردی و کمترین همبستگی نیز مربوط به توسعه ارتباطات بین‌فردی است. نتایج پژوهش نشان داد که گسترش استفاده از شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه به فردیت و فردی شدن می‌انجامد.
نواح و همکاران (۱۳۹۸)	بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان، مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز	بین متغیرهای مستقل میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیر وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد.
بیات و قنبری برزیان (۱۳۹۶)	تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی، مطالعه موردی: جوانان عرب‌زبان اهواز	بین دیدن موسیقی تصویری، فیلم سینمایی و برنامه جنسی از ماهواره و استفاده از اینترنت با هویت ملی ارتباط وجود دارد و استفاده بیشتر از فضای مجازی و رسانه‌های جمعی سبب برجستگی هویت قومی در برابر هویت ملی شده است.
شامانی و همکاران (۱۳۹۵)	رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران	بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد، به این معنی که در چهار مؤلفه مدت‌زمان حضور، میزان استفاده، میزان فعال بودن کاربر و میزان واقعی تلقی کردن محتوا در فضای مجازی با وضعیت هویت فرهنگی جوانان رابطه معنادار و معکوس وجود دارد.

نویسنده	عنوان	نتایج
کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳)	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران	تحت تأثیر قرار گرفتن فرهنگ و نظام باورها از دریچه ارتباطات شبکه‌ای با میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی افراد رابطه معکوس دارد، همچنین بین هویت مذهبی پاسخگویان و هویت اجتماعی آنان رابطه مثبت و معناداری دیده می‌شود.
قاسمی و همکاران (۱۳۹۱)	تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان	بین مدت‌زمان عضویت، مشارکت، فعالیت و استفاده از فیس‌بوک، رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و هویت دینی کاربران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
برونز ^۱ و همکاران (۲۰۰۲)	رهبری هویت و هویت اجتماعی در تیم‌های ورزشی در طول یک فصل؛ تحلیل یک شبکه اجتماعی	یافته‌های این پژوهش شواهدی از یک پیوند دوسویه تقویت‌کننده متقابل در شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کنند، به‌طوری‌که هم‌تیمی‌هایی که فعالانه در ترویج حس «ما» در میان اعضای تیم مشارکت دارند، به‌احتمال، به‌عنوان همذات‌پنداری قوی با تیم دیده می‌شوند.
چوگوگودزا ^۲ (۲۰۲۲)	تجربه فراملیتی و هویتی مهاجران افریقایی در شبکه‌های اجتماعی؛ مورد مطالعه کارگران مهاجر زیمباوه در انگلستان	شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در تقویت هویت فراملیتی کارگران مهاجر زیمباوه که در انگلستان شاغل هستند ایفا می‌کنند و مفاهیمی چون «خانه و تعلق» برای این مهاجران اهمیت بسیاری دارد.
باب ویک ^۳ و همکاران (۲۰۲۲)	تنوع قومی فرهنگی شبکه‌های اجتماعی شخصی مهاجران، ادغام هویت دو فرهنگی و هویت جهانی	نتایج نشان‌دهنده ارتباط بین داشتن روابط اجتماعی نزدیک و متنوع از نظر قومی فرهنگی و هویت برتر است.
مک کانل ^۴ و همکاران (۲۰۱۸)	همه افراد تمام زندگی را در فیس‌بوک قرار می‌دهند، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و هویت جوانان	نتایج این پژوهش نشان داد که فیس‌بوک بستر مناسبی برای به‌اشتراک‌گذاری تجربیات جوانان و ایجاد تعامل و ارتباط با دیگران است.

1. Bruner

2. Chogugudza

3. Bobowik

4. Mc Connell

ادامه جدول ۱.

نویسنده	عنوان	نتایج
برونر و همکاران (۲۰۱۷)	روابطی که پیوند می‌زند؛ ورزش جوانان به‌عنوان وسیله‌ای برای هویت اجتماعی و رشد مثبت جوانان	نتایج نشان می‌دهد که هویت اجتماعی بر رفتار تیمی، عملکرد تیم و قوی‌تر شدن هویت جوانان تأثیر دارد.
کراسنوا ^۱ و همکاران (۲۰۰۹)	نگرانی‌های حفظ حریم خصوصی و هویت در شبکه‌های اجتماعی آنلاین	کاربران تمایل دارند نگرانی‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی به مقدار زیادی کاهش دهند و در نتیجه با کاهش نگرانی کاربران در مورد اطلاعات هویتی خود، پایداری شبکه‌های اجتماعی تضمین می‌شود.
لوبت ماریس ^۲ (۲۰۰۳)	قبایل تلفن همراه؛ جوانان و هویت اجتماعی	در این پژوهش عواملی مانند همسالان و مدرسه نیز به‌عنوان متغیرهای مداخله‌گر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. که نتایج نشان می‌دهد که تلفن‌های همراه و سیستم شبکه‌ای مورد استفاده بر هویت جوانان اثرگذار هستند.

مطالعات پیشین هرکدام بعد خاصی از هویت را در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار داده‌اند. اکثر مطالعات صورت گرفته به روش کمی و پیمایش بوده‌اند. ذکر این نکته حائز اهمیت است که پژوهش حاضر نیز به لحاظ روشی با اکثر مطالعات پیشین یکسان است، هرچند که سعی دارد با بهره‌گیری از مدل‌سازی معادلات ساختاری به نتایج دقیق‌تری دست یابد. در مطالعات پیشین به‌طور عمده، یک بعد از هویت مورد بررسی قرار گرفته و از ابعاد دیگر غفلت شده است، اما در پژوهش حاضر، سعی بر آن شده تا ابعاد بیشتری در ارتباط با هویت جوانان مورد بررسی قرار گیرد. می‌توان گفت که نوآوری اساسی این پژوهش، بررسی هویت جوانان در بعدی گسترده‌تر است، به‌طوری‌که ابعاد جدیدی از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت را مورد بررسی قرار می‌دهد.

مبانی نظری پژوهش

هویت

از نظر آنتونی گیدنز هویت شخصی، هم‌زاییده نهادهای امروزی است و هم به این نهادها شکل می‌دهد. از این‌رو خود مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت

1. Krasnova

2. Lobet-Maris

تأثیر متغیرهای بیرونی باشد (ترجمه موفقیان، ۱۳۸۷: ۱۶). به عقیده گیدنز خود و جامعه در محیطی جهانی با یکدیگر تعامل دارند. هویت از نظر گیدنز و امری سیال و غیرقطعی است، بنابراین محتوای هویت شخصی که ویژگی‌های زندگی‌نامه شخص از آنها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است (ترجمه موفقیان، ۱۳۸۷: ۸۵). پیتر برگر^۱ معتقد است زیست جهان 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 نوعی زیست جهان اجتماعی را می‌سازد. به عقیده برگر، انسان به حکم انسان بودنش ناگزیر از زیستن در یک جهان واقعی، یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست جهان در صدد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است. باتوجه به دیدگاه برگر، مرکزیت برنامه‌ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی خویش نسبت می‌دهد و همه به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه مدرن دامن می‌زنند (ترجمه مجیدی، ۱۳۸۷: ۱۵۸). به عقیده ریچارد جنکینز^۲ هویت یک امر ایستا نیست، بلکه یک فرایند پویا به عبارت دیگر، هویت مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادین نیست که وجود داشته باشد، بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه عمل می‌کند یا به کار گرفته می‌شود (ترجمه یاراحمدی، ۱۳۸۱: ۶). جنکیز عقیده دارد که هویت افراد تحت تأثیر عواملی چون زمان و مکان بر ساخته می‌شود، به این معنا که درک ما از این که چه کسی هستیم و دیگران چگونه هستند، یک فرایند سیال است، از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق یا نبود توافق است و می‌توان درباره آن به چون و چرا پرداخت (ترجمه یاراحمدی، ۱۳۸۱: ۸).

از منظر اندیشمندان پست‌مدرن، با شتاب گرفتن تغییرات در جوامع، هویت‌ها نیز تغییرات عظیم و بنیادینی را پشت‌سر می‌گذارد و بر همین اساس، دچار شکنندگی و تغییر می‌شوند. لیوتار^۳ معتقد است: «در وضعیت پست‌مدرن، هویت‌های کلان، تجویزی، یکپارچه و واحد به تدریج رنگ می‌بازند و در بستر مناسبات کثرت‌گرایانه، تردیدآمیز، نسبی و دائماً در حال تغییر و تحول، قاطعیت و وجه غالب خود را از دست می‌دهند و رو به افول و زوال می‌گذارند و جای خود را به هویت‌های خرد، بومی، محلی، منطقه‌ای، متنوع، متفاوت و هویت‌های طرد و سرکوب شده و به حاشیه رانده شده سابق می‌دهند، هویت‌هایی که

1. P. Berger

2. R. Jenkins

3. Lyotard

تا پیش از این اساساً به چشم نمی‌آمدند و نه هویت، بلکه ضد هویت محسوب می‌شدند» (ترجمه نوذری، ۱۳۹۵: ۱۳۷). همچنین به باور رابرتسون^۱، مفاهیمی چون هویت و فرهنگ برای بیان رابطه بین امر جهانی و امر محلی بسیار حیاتی هستند. او می‌گوید هویت فرهنگی در عین حال که تفاوت‌های یک جامعه را شرح می‌دهد، اما عناصری از جهانی‌شدن را هم درون خود جای داده است و آن جامعه را به‌عنوان یک کل پیوند می‌زند، از دید رابرتسون هویت‌های فردی و اجتماعی در عصر جهانی و باتوجه به واقعیات موجود در عرصه جهانی، نسبی شده‌اند و از قالب مرزهای خدشه‌ناپذیر ملی به درآمده است، چون مفهوم هویت در مرکز توجه رابرتسون قرار دارد، او به ناچار به‌سوی مفهوم فرهنگ گرایش می‌یابد (مقیمی و امینی، ۱۳۹۴: ۱۶۷).

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی مجموعه پایگاه داده‌هایی هستند که از طریق آنها کاربران می‌توانند افکار، علاقه‌مندی‌ها، فعالیت‌ها و در نهایت کنش‌هایشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و در کنش‌ها و افکار خود با آنها سهیم شوند (بوید^۲ و الیسون^۳، ۲۰۰۷). این شبکه‌ها پدیده‌های نوظهوری هستند که در عصر گسترش فناوری اطلاعات در دنیا رواج یافته‌اند و با استقبال گسترده مردم روبه‌رو شده‌اند. شبکه‌های مجازی کارکردهای متفاوتی دارند؛ از جمله افزایش تعاملات اجتماعی و جمع‌شدن میلیون‌ها کاربر در کنار یکدیگر که بدون هیچ محدودیت جغرافیایی، زبانی یا نژادی، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند (پمپک^۴ و همکاران، ۲۰۰۹).

شبکه‌های اجتماعی مجازی به علت بی‌مکانی حاکم بر فضای سایبری، بر علایق افراد، گروه‌ها و مشارکت و همیاری همگانی افراد بنا شده‌اند. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به همه فضاها، اجتماعی، سازمانی و فردی جوامع انسانی رخنه کرده‌اند و شیوه کار و زندگی روزمره را در سطوح مختلف تحت تأثیر قرار داده‌اند (خانیک و بابائی، ۱۳۹۰: ۲۷۲). در نظریه شبکه اجتماعی سنتی، شبکه اجتماعی شامل مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی، مردم و سازمان‌هایی می‌شود که از طریق مجموعه‌ای از ارتباطات معنادار اجتماعی با یکدیگر مرتبط شده و با هم در اشتراک‌گذاری ارزش‌ها و عقاید تعامل دارند. شکل سنتی خدمات شبکه‌های اجتماعی بر شیوه‌های روابط چهره‌به‌چهره متمرکز شده است؛ اما

1. Robertson

2. Boyd

3. Ellison

4. Pempek

خدمات شبکه‌های اجتماعی جدید که بر فناوری‌های نوین اطلاعاتی تکیه دارند، بر جامعه مجازی برخط و ارتباطات رایانه‌ای واسط تمرکز دارند (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۳). شبکه‌های اجتماعی مجازی امکاناتی را مهیا می‌کنند تا افراد بتوانند افکار، فعالیت‌ها و علاقه‌مندی‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و سایر افراد هم در این افکار و فعالیت‌ها با آنها سهیم شوند. یک شبکه اجتماعی مجازی، مجموعه‌ای از خدمات مبتنی بر وب است که این امکان را برای کاربران فراهم می‌آورد که از طریق برخی فعالیت‌ها، با دیگر افراد و اعضای شبکه رابطه و پیوند برقرار کنند، منابع خود را با آنها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد برای یافتن ارتباطات تازه استفاده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۰۲). به‌طور کلی، شبکه‌های اجتماعی مجازی برای تقویت و بالا بردن سطح ارتباطات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. با اطلاعاتی مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و ... که کاربران بر روی پروفایل خود قرار می‌دهند، ایجاد ارتباط با دیگران تسهیل می‌شود و کاربران می‌توانند از طریق برنامه‌های کاربردی در بستر وب با یکدیگر در ارتباط باشند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸).

به عقیده مانوئل کاستلز^۱ یکی از نتایج مهم گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در عصر حاضر، دگرگونی فرهنگ‌هاست، از این‌رو، بر اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های ارتباطی، فرهنگ تازه‌ای در حال پیدایش است که تمامی حوزه‌های زیسته انسان از جمله هویت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. وی می‌گوید در شرایطی که کارکرد و معنا دچار دگرگونی ساختاری هستند، الگوهای ارتباطی نسبت به گذشته دچار تنش می‌شوند و ارتباط به معنای تعاملات مفهومی روبه زوال می‌گذارد. زمانی که هیچ‌گونه ارتباطی به وجود نیاید، گروه‌های اجتماعی و افراد نسبت به هم غریبه می‌شوند و به یکدیگر به‌عنوان خطر نگاه می‌کنند؛ در نهایت، بر اثر این روند هویت‌ها ویژه‌تر و مشارکت در آنها دشوارتر است (کفاشی و فلاحی، ۱۳۹۳: ۱۶). به عقیده کاستلز ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییراتی اساسی در کنش و ارتباط افراد جامعه با یکدیگر به وجود آورده است. وی یادآور می‌شود که انتقال و جریان فرهنگ و هویت از مجرای اطلاعات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که عقاید و رفتارها را در برمی‌گیرد، با ظهور فناوری‌های نوین دچار تحولات اساسی می‌شود (ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۵: ۱۹۰).

چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری این پژوهش، به صورت انتخابی بر مبنای نظریات ارائه شده تدوین شده است. می‌توان گفت هویت برخلاف گذشته که به عنوان امری ثابت در نظر گرفته می‌شد، امروزه به عنوان یک فرایند پویا و سیال عمل می‌کند، هویت امری در بسترهای مختلفی شکل می‌گیرد و عوامل بسیاری همچون روابط فرامرزی و جهانی شدن، کنش‌های روزمره، شرایط خاص اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و عوامل دیگری مانند ظهور فناوری‌های نوین می‌تواند هویت را دستخوش تغییر و تحول کند، به عقیده اندیشمندانی چون گیدنز و رابرتسون هویت، مقوله‌ای است که به واسطه جهانی شدن می‌تواند دچار دگرگونی شود؛ در عصر جهانی شدن ما شاهد برخورد هویت‌های مختلفی هستیم که با یکدیگر تعارضی ندارند، برای رابرتسون بعد فرهنگی هویت در کنار بعد جهانی آن مهم تلقی می‌شود، اما برای گیدنز در کنار بعد جهانی، بعد سیاسی نیز مهم است، از سوی دیگر، اندیشمندانی چون برگر و جنکینز به بر ساخته شدن هویت در محیط‌های اجتماعی و فرهنگی تأکید می‌کنند، برگر هویت را به مثابه پدیده‌ای می‌بیند که در جریان زندگی روزمره و در کنش‌ها و گفتگوها ساخته می‌شود و به نوعی، بر هویت اجتماعی - فرهنگی تأکید دارد. از سوی دیگر جنکینز بر بعد زمانی و مکان نیز توجه می‌کند، به عبارت دیگر، برای وی بعد جغرافیایی هویت مهم است. در نهایت اندیشمندان پست‌مدرنی چون لیوتار فرهنگ غربی را مورد انتقاد قرار داده‌اند و معتقدند که غرب با ایجاد نظام سلسله‌مراتبی و دو فضایی بین غرب و سایر مناطق جهان، نوعی سلطه ایجاد کرده تا هویت غربی را بر سایر مناطق جهان مسلط کند، در حالی که به اظهار اندیشمندان پست‌مدرن، انسان‌ها و گروه‌های به حاشیه رانده شده نیز این حق را دارند که از هویت و فرهنگ خاص خود دفاع کنند، بر این مبنای می‌توان گفت که لیوتار نیز مانند رابرتسون بر بعد محلی یا قومیتی، جهانی و فرهنگی هویت تأکید دارد.

از سوی دیگر با ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید، هویت تحت تأثیر این فناوری‌ها قرار می‌گیرد. اندیشمندانی چون بوید و الیسون بر بعد شناختی شبکه‌های اجتماعی مجازی تأکید دارند و در واقع معتقدند که شبکه‌های اجتماعی به واسطه خصوصیتی که دارند و ابزار و امکاناتی که در اختیار کاربران خود ارائه می‌دهند، نوعی ابزار شناخت نیز هستند، همچنان که بر اساس نظریه مانوئل کاستلز می‌توان گفت کنش‌های ارتباطی انسان‌ها از محیط فیزیکی به

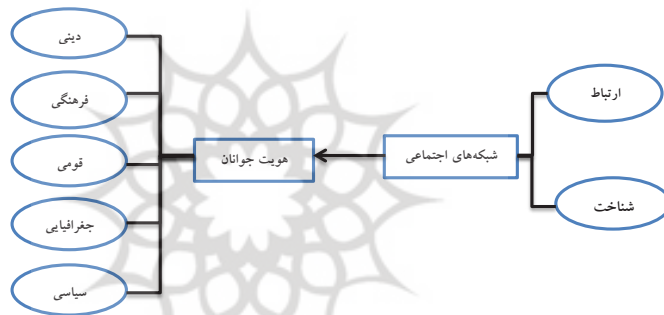
فضای مجازی انتقال یافته و شیوه ارتباط افراد در بستر فناوری‌های نوظهور دگرگون شده است.

بر اساس آنچه در چارچوب نظری پژوهش آمده، فرضیه‌ها را می‌توان به شرح زیر ارائه کرد:

۱. بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد هویتی جوانان اثرگذار است.
۲. بعد شناختی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد هویتی جوانان اثرگذار است.

شکل ۱. مدل نظری پژوهش

Figure 1. Theoretical model of research



روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به روش کمی و با استفاده از رویکرد پیمایش انجام شده است، از طریق روش پیمایشی پژوهشگر، به توصیف خصوصیات مجموعه‌ای از موردها می‌پردازد، در واقع روش پیمایش به دنبال بررسی علت پدیده‌هاست و با بررسی تغییرات متغیرها بر حسب موردها و جستجوی ویژگی‌های دیگری که به‌طور منظم با آن پیوند دارد، در پی شناخت علت پدیده‌ها برمی‌آید (دواس، ترجمه نایبی، ۱۳۹۷: ۱۵). جامعه آماری این پژوهش، جوانان ۳۵ - ۱۸ ساله استان آذربایجان غربی را در بر می‌گیرد که بر اساس آخرین سرشماری آماری نفوس و مسکن، تعداد آنها ۲/۲۲۳/۰۰۰ نفر است.

باتوجه به شیوع کووید ۱۹ در کشور، پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی تکمیل شده‌اند، داده‌های پژوهش نیز از طریق ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته،

جمع‌آوری و بعد از مطالعات نظری و استفاده از نظر متخصصان، در میان جامعه آماری توزیع شده است. به‌منظور محاسبه پایایی پژوهش، پرسشنامه‌ها به‌طور تصادفی بین ۴۰ نفر از اعضای جامعه آماری توزیع و با انجام آزمون آلفای کرونباخ، پایایی آنها سنجیده شده است.

جدول ۲. آلفای کرونباخ مربوط به متغیر مستقل و وابسته پژوهش

Table 2. Cronbach's alpha related to the independent and dependent variables of the research

ردیف	متغیر	نوع متغیر	تعداد گویه	سطح آلفای کرونباخ
۱	هویت	وابسته	15	0.75
۲	شبکه‌های اجتماعی مجازی	مستقل	6	0.78

حجم نمونه آماری با استفاده از نرم‌افزار تعیین حجم نمونه «Sample power» در سطح خطای ۰/۰۵ درصد، ۳۸۳ نفر به دست آمده و به‌منظور افزایش دقت رقم مورد استفاده با کنار گذاشتن پرسشنامه‌های ناقص ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. روش نمونه‌گیری به‌کاررفته در این پژوهش، از نوع تصادفی بوده و برای تحلیل‌های آماری توصیفی و استنباطی، از رایانه شخصی و نرم‌افزار آماری «Spss 26» و برای مدل معادله ساختاری از نرم‌افزار «Amos Graphic24» استفاده شده است.

همان‌گونه که گفته شد ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته است که بر روی طیف لیکرت پنج درجه‌ای طراحی شده است، همچنین تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مورد سنجش و شاخص‌های مربوط به آن در ادامه، در جدول ۲ و ۳ آمده است.

تعریف مفهومی متغیر وابسته: مقصود از هویت گروه‌بندی یا برجستگی است که گروهی از افراد را بر اساس خصوصیات یکسان در یک دسته یا گروه قرار می‌دهد، براین اساس می‌توان گفت؛ هویت چهارچوبی است که عناصر ارزشی، عاطفی، احساسی، معرفتی و شناختی را در بر می‌گیرد.

تعریف عملیاتی متغیر وابسته: در این پژوهش تعریف عملیاتی هویت شامل پنج مؤلفه قومی، دینی، فرهنگی، جغرافیایی و سیاسی در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. گویه‌های مربوط به متغیر هویت

Table 3. Items related to the identity variable

متغیر	گویه
هویت	۱. قومی: لهجه محلی‌ام را به سایر لهجه‌ها ترجیح می‌دهم، همه قومیت‌ها در ایران برابر هستند و اتحاد آنها باعث پیشرفت جامعه می‌شود، از بین رفتن ارزش‌های قومیتی همچون رقص محلی، موسیقی محلی و ... ناراحت می‌کند.
	۲. فرهنگی: برای رسیدن عید نوروز لحظه‌شماری می‌کنم، هنر نزد ما ایرانیان است و بس، خودم را بخشی از تاریخ کشورم می‌دانم.
	۳. دینی: رفتن به هیئت‌ها و مراسم دعا و نماز را دوست دارم، حاضرم برای دینم، بجنگم، برای پرکردن اوقات فراغتم به مطالعه کتاب‌های مذهبی می‌پردازم.
	۴. جغرافیایی: ای کاش در کشورهای غربی متولد شده بودم، به هیچ‌عنوان کشورم را ترک نمی‌کنم، در صورتی که مرزهای کشورم تهدید شود، با تمام وجود از آنها دفاع می‌کنم.
	۵. سیاسی: حکومت مستقل کشورمان مایه افتخار و سربلندی است، مسئولان کشورم بسیار دلسوزند و به فکر منافع ملی هستند، معتقدم تن‌دادن به خواسته‌های امریکا مایه سرافکنندگی ملی است.

تعریف مفهومی متغیر مستقل: شبکه‌های اجتماعی مجازی، سیستم‌های مبتنی بر وب هستند که این امکان را برای افراد فراهم می‌آورند که پروفایل‌های عمومی و خصوصی بسازند، به مبادله اطلاعات و نظرها بپردازند و فهرست پیوندهای خود و سایر افرادی را که در آن سیستم هستند، مشاهده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۱).

تعریف عملیاتی متغیر مستقل: منظور از شبکه‌های اجتماعی مجازی در این پژوهش، مؤلفه‌های ارتباط و کسب شناخت است که گویه‌های مربوط به آن در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. گویه‌های مربوط به متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی

Table 4. Items related to the variable of virtual social networks

متغیر	گویه
شبکه‌های اجتماعی مجازی	ارتباطی: از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم، شبکه‌های اجتماعی ابزار مناسبی برای ارتباط با دیگران هستند، شبکه‌های اجتماعی ابزار مناسبی برای کسب اطلاعات هستند.
	شناختی: شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری شخصیت من تأثیر دارند، آنچه در شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد، حقیقت محض است، صفحات شخصی افراد در شبکه‌های اجتماعی، به شناخت شخصیت واقعی افراد کمک می‌کند.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شوند، در بخش یافته‌های توصیفی، به معرفی و توصیف پاسخگویان و در بخش نتایج استنباطی، به تحلیل رابطه فرضیه‌های پژوهش از طریق آزمون‌های آماری می‌پردازیم.

یافته‌های توصیفی

در این بخش از پژوهش، به بررسی متغیرهای زمینه‌ای فراوانی مربوط به پاسخگویان می‌پردازیم. دامنه سنی جامعه آماری در این پژوهش بین ۱۸ تا ۳۵ سال است، گروه سنی ۲۶-۲۴ سال، بیشترین فراوانی را با حدود ۳۳/۵ درصد و گروه سنی ۳۳-۳۵ سال کمترین فراوانی را با ۳/۹ درصد به خود اختصاص داده‌اند. از ۴۰۰ نفر پاسخگو ۲۵۰ نفر که معادل ۶۲/۵ درصد کل پاسخگویان است، مرد ۱۵۰ نفر یعنی معادل ۳۷/۵ درصد از کل پاسخگویان است. بیشترین پاسخگویان با تعداد ۱۸۴ نفر که معادل ۴۶ درصد است، مدرک تحصیلی دیپلم دارند و کمترین میزان مربوط به افراد بی‌سواد با تعداد ۱ نفر و ۳ درصد است. بیشترین میزان پاسخگویی بر حسب وضعیت تأهل مربوط به گروه مجرد با ۲۰۲ نفر و ۵۰/۵ درصد، سپس افراد متأهل با ۱۸۶ نفر و ۴۰/۵ درصد و کمترین، میزان پاسخگویی مربوط به گروه مطلقه‌ها با ۱۲ نفر و ۳ درصد است. بیشترین میزان پاسخگویی نیز به افراد شاغل با فراوانی ۲۶۰ نفر و ۶۵ درصد، سپس گروه بیکار با فراوانی ۱۴۰ نفر و ۳۵ درصد تعلق دارد.

بر اساس نتایج، جدول ۵ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب متغیر وابسته پژوهش، یعنی هویت و شاخص‌های آن نشان می‌دهد. به این ترتیب، بیشترین میزان فراوانی برای شاخص‌های مربوط به متغیر هویت در طبقه زیاد و کمترین میزان فراوانی در طبقه خیلی کم قرار دارد، بنابراین هویت و شاخص‌های مربوط به آن بر اساس نتایج پاسخگویان در سطح بالایی قرار دارد.

جدول ۵. میزان هویت افراد و شاخص‌های آن

Table 5. The amount of identity of people and its indicators

سیاسی	جغرافیایی	فرهنگی	دینی	قومی	فرهنگی	هویت میزان
63	81	75	73	81	فراوانی	خیلی زیاد
15.8	20.36	18.5	18.2	20.3	درصد	
30.2	128	129	127	112	فراوانی	زیاد
30.2	31.96	32.36	31.83	28.06	درصد	
28.43	101	113	104	110	فراوانی	متوسط
23.2	25.36	28.16	25.93	27.53	درصد	
16.46	60	72	68	67	فراوانی	کم
14.12	14.93	15.46	17	16.73	درصد	
9.23	30	21	28	20	فراوانی	خیلی کم
8.23	7.53	6.8	7.06	7.5	درصد	
400	400	400	400	400	فراوانی	مجموع
100	100	100	100	100	درصد	

جدول ۶ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب متغیر مستقل پژوهش، یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی و شاخص‌های آن نشان می‌دهد. بر این اساس بیشترین فراوانی برای شاخص‌های مربوط به متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی یعنی ارتباط و شناخت در طبقه زیاد و کمترین میزان فراوانی در طبقه خیلی کم قرار دارد، بنابراین شبکه‌های اجتماعی مجازی و شاخص‌های مربوط به آن، بر اساس نتایج پاسخگویان در سطح بالایی قرار دارد.

جدول ۶. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی و شاخص‌های آن

Table 6. Descriptive statistics related to the variable of virtual social networks and its indicators

میزان	شبکه‌های اجتماعی	ارتباط	شناخت
خیلی زیاد	فراوانی	73	55
	درصد	18.1	13.76
زیاد	فراوانی	127	120
	درصد	31.76	30.1
متوسط	فراوانی	119	114
	درصد	29.66	28.63
کم	فراوانی	58	67
	درصد	14.6	16.7
خیلی کم	فراوانی	23	46
	درصد	5.96	10.93
مجموع	فراوانی	400	400
	درصد	100	100

تحلیل استنباطی

پژوهش حاضر دارای دو فرضیه است که در این بخش، ابتدا با استفاده از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره به بررسی آنها می‌پردازیم و سپس مدل معادله ساختاری آن را بررسی می‌کنیم. فرضیه اول این پژوهش به اثرگذاری بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان می‌پردازد.

H0: بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان اثرگذار نیست.

H1: بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان اثرگذار است.

باتوجه به یافته‌های جدول ۷، ضریب همبستگی پیرسون برای بعد ارتباطی متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جوانان برابر با $0/309$ و سطح معناداری برابر با $0/000$ است که وجود ارتباط معنادار متوسط روبه پایین و مستقیم را بین

این دو متغیر نشان می‌دهد. یعنی هر قدر بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح بالاتری باشد، هویت جوانان نیز در سطح بالاتری قرار می‌گیرد. بر این اساس فرضیه H0 رد و فرضیه H1 تأیید می‌شود.

جدول ۷. نتایج آزمون همبستگی پیرسون فرضیه‌های پژوهش

Table 7. Pearson correlation test results of research hypotheses

آزمون فرضیه		تعداد		معناداری		مقدار پیرسون		فرضیه		
تأیید		400		0.000		0.309		فرضیه اول		
تأیید		400		0.000		0.200		فرضیه دوم		
سیاسی		جغرافیایی		فرهنگی		دینی		قومی		ابعاد متغیرها
Sig.	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.	r	
0.000	0.209	0.000	0.268	0.000	0.263	0.000	0.282	0.001	0.164	ارتباطی
0.001	0.172	0.001	0.171	0.005	0.141	0.153	0.072	0.074	0.089	شناختی

فرضیه دوم این پژوهش به اثرگذاری بعد شناختی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان می‌پردازد.

همچنین برای مشخص شدن رابطه هر یک از مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با هر کدام از ابعاد هویت، آزمون همبستگی پیرسون انجام شده که در جدول ۷ آمده است. بر این اساس بیشترین میزان همبستگی بین بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی و با ابعاد هویت بیشتر از همبستگی بعد شناختی است، این همبستگی، در سطح ضعیف اما معنادار است.

در ادامه پژوهش، به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از شاخص‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی می‌پردازیم. جدول ۸ مدل رگرسیونی چندمتغیره شبکه‌های اجتماعی مجازی را نشان می‌دهد. آماره‌های موجود در جدول ۸ حاکی از آنند که شاخص ارتباطی با بتای ۰/۲۸۷ درصد تأثیر بیشتری نسبت به بعد شناختی با ۰/۱۶۲ بر متغیر وابسته پژوهش داشته است.

همان‌گونه که در جدول ۸ ملاحظه می‌شود، ضریب تعیین برابر با ۰/۶۷ است و بیانگر این مطلب است که ۶۷ درصد از واریانس و تغییرات هویت جوانان را شاخص‌های شبکه‌های اجتماعی تبیین می‌کنند، همچنین با توجه به سطح

معناداری ۰/۰۰۵ که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان به این نکته پی برد که شاخص‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته، یعنی هویت جوانان تأثیر داشته‌اند.

جدول ۸. مدل رگرسیونی چند متغیره شبکه‌های اجتماعی مجازی

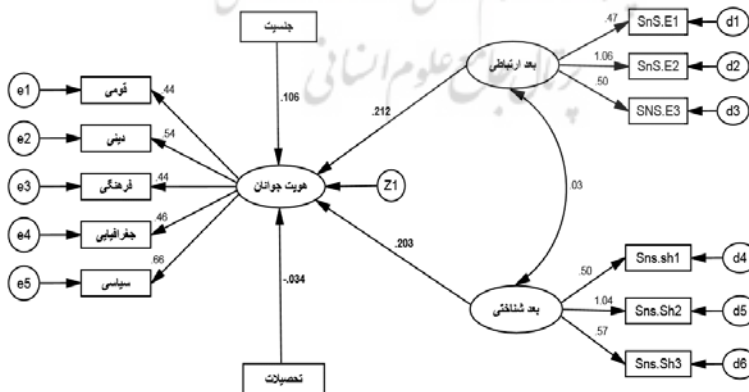
Table 8. Multivariate regression model of virtual social networks

معناداری	مقدار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		متغیر
		Beta	خطای استاندارد	B	
0.000	6.048	0.287	0.152	0.917	بعد ارتباطی
0.001	3.402	0.161	0.121	0.412	بعد شناختی
معناداری (Sig.)	ضریب تعیین تصحیح شده (Adjusted R Square)		ضریب تعیین (R Square)		
0.005	0.64		0.67		

در ادامه، مدل معادله ساختاری پژوهش رسم شده و مشاهده می‌شود که متغیرهای پنهان وابسته مربوط به هویت جوانان که شامل مؤلفه‌های دینی، قومی، فرهنگی، جغرافیایی و سیاسی می‌شود، ضرایب رگرسیونی تأثیر مؤلفه‌های متغیر مستقل شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هر کدام از ابعاد متغیر وابسته و تأثیر متغیر جنسیت و تحصیلات نیز مشاهده می‌شود.

شکل ۲. مدل معادله ساختاری پژوهش

Figure 2. Structural equation model of research



در جدول ۹ نسبت بحرانی برای تأثیر بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان برابر با $3/487$ و سطح معناداری $0/000$ است، باتوجه به اینکه مقدار قابل قبول نسبت بحرانی بالای $1/96$ به دست آمده، می‌توان گفت که تأثیر این بعد از متغیر مستقل بر متغیر وابسته معنادار و مستقیم است. این وضعیت برای بعد شناختی متغیر مستقل برابر با $3/318$ و معناداری $0/000$ است که اثر مستقیم و معنادار این بعد بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند، اما برای متغیر جنسیت و تحصیلات پاسخگویان با توجه به اینکه مقدار نسبت بحرانی کمتر از میزان قابل قبول بوده و در سطح معناداری قرار نداشته می‌توان ادعا کرد که متغیرهای جنسیت و تحصیلات بر هویت جوانان اثر ندارند.

جدول ۹. ضرایب رگرسیونی و سطح معناداری مدل معادله ساختاری پژوهش

Table 9. Regression coefficients and significance level of the structural equation model of the research

سطح معناداری	نسبت بحرانی	تخمین	متغیر
0.000	3.487	0.715	تأثیر بعد ارتباطی بر هویت جوانان
0.000	3.318	0.588	تأثیر بعد شناختی بر هویت جوانان
0.078	1.765	0.384	تأثیر جنسیت بر هویت جوانان
0.569	0.546-	0.053-	تأثیر تحصیلات بر هویت جوانان

در جدول ۱۰ تعدادی از معیارهای مهم برازش و تفسیر آنها و مقادیر مفروض مربوط به مدل معادلات ساختاری آمده است. می‌توان گفت که اکثر شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند، بنابراین مدل ترسیم شده، مدلی است که می‌تواند داده‌های ما را با مدل نظری تطبیق دهد. به عبارت دیگر، مدل ما نشان می‌دهد که داده‌های تجربی مان می‌توانند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۱۰. معیارهای برازش مدل و تفسیر برازش قابل قبول

Table 10. Model fit criteria and acceptable fit interpretation

وضعیت پذیرش	تفسیر	سطح قابل قبول	مقدار حاصل در مدل مفروض	معیار برازش مدل
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۵۹ منعکس کننده یک برازش مطلوب است.	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	0.92	نیکویی برازش (GFI)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۵۹ منعکس کننده یک برازش مطلوب است.	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	0.88	نیکویی اصلاح شده (AGFI)
قابل قبول	مقدار کمتر از ۰/۸۰ یک برازش خوب را نشان می‌دهد.	کوچکتر از ۰/۸۰	0.082	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۵۹ منعکس کننده یک برازش مطلوب است.	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	0.77	توکر لوئیس (TLI)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۵۹ منعکس کننده یک برازش مطلوب است.	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	0.77	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
قابل قبول	مقدار کمتر از ۱ نشان دهنده ضعف برازش و مقدار بیشتر از ۵ منعکس کننده نیاز به بهبود است.	۱ تا ۵	3.657	کای اسکوئر نسبی (CMIN/DF)
قابل قبول	بیشتر از ۰/۰۵ یا ۰/۰۶	-	0.61	شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI)
قابل قبول	بیشتر از ۰/۰۵ یا ۰/۰۶	-	0.65	شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)

بحث و نتیجه‌گیری

استان آذربایجان غربی، یکی از استان‌های جوان کشور است که هرم سنی جوان آن دلیل مهمی برای بررسی وضعیت متغیرهای مؤثر بر هویت جوانان این استان محسوب می‌شود. هویت مقوله‌ای مهم و قابل توجه است که بررسی آن در نسبت با جوانان ضروری به نظر می‌رسد. در این پژوهش تلاش شده است که تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر در میان جوانان، بر مؤلفه‌های هویتی آنان بررسی شود. براین اساس تأثیر دو بعد ارتباطی و شناختی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پنج بعد قومی، دینی، فرهنگی، جغرافیایی و سیاسی هویت جوانان این استان مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های این پژوهش و با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون هر دو بعد شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد پایین بر هویت جوانان این استان اثرگذار بوده‌اند، ذکر این نکته حائز اهمیت است که بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی با بعد دینی هویت جوانان همبستگی قوی‌تری نسبت به سایر ابعاد داشته و بر اساس نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره، این بعد ارتباطی بیش از بعد شناختی بر هویت جوانان این استان اثرگذار بوده و ۶۷ درصد از واریانس متغیر هویت جوانان را مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی تبیین کرده است. مدل معادله ساختاری این پژوهش نشان داده است که برآزش مدل بر اساس معیارهای قابل قبول در حد مطلوبی قرار دارد. همچنین طبق نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری، مؤلفه‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثری در حد مطلوب داشته و متغیرهای زمینه‌ای چون جنسیت و تحصیلات بر هویت جوانان این استان اثرگذار نبوده‌اند. در نهایت، با توجه به معیارهای برآزش مدل معادله ساختاری می‌توان ادعا کرد که داده‌های تجربی این پژوهش، مدل نظری آن را تا حد مطلوبی حمایت می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش‌های نواح و همکاران (۱۳۹۸)، بیات و قنبری برزیان (۱۳۹۶)، شادمانی و همکاران (۱۳۹۵)، کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳)، قاسمی و همکاران (۱۳۹۱) و لویت ماریس (۲۰۰۳) همخوانی دارند و نتایج را تأیید می‌کنند. همان‌گونه که نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، بعد ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبت به بعد شناختی، تأثیر بیشتری بر مؤلفه‌های هویت جوانان استان آذربایجان غربی داشته است و از این حیث می‌توان ادعا کرد که یافته‌ها با رویکرد نظری مانوئل کاستلز، در خصوص جامعه شبکه‌ای و

شکل‌گیری هویت در بستر این شبکه همخوانی داشته و آن را تأیید می‌کند. به باور کاستلز ارتباط در بستر جامعه شبکه‌ای نسبت به شکل سنتی آن دچار تحول شده و الگوهای ارتباطی مجازی، شکل‌گیری هویت‌های نوظهور را در پی داشته است. تعامل افراد در چنین جامعه‌ای، هویت و مؤلفه‌های آن را دچار تحول کرده است. از سوی دیگر، نتایج این پژوهش به رویکردهای پست‌مدرنیستی با هویت همخوانی دارد، این رویکرد بر عنصر فناوری در شکل‌گیری شناخت افراد تأکید دارد و اندیشمندان این مکتب فناوری را عامل به وجود آمدن هویت‌های متکثر و چهل تکه می‌دانند. هویت مقوله مهمی است که توجه به آن از سوی پژوهشگران بسیار اهمیت دارد، در این میان، شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل مورد استفاده قرار گرفتن توسط نسل جوان تأثیر به‌سزایی بر هویت آنان دارند. شبکه‌های اجتماعی مجرای بسیار مهمی هستند که ابعاد شناختی و نگرشی نسل جوان را تحت تأثیر قرار می‌دهند و در این بین، جوانان استان آذربایجان غربی نیز از این قاعده مستثنا نیستند و هویت آنان در تمامی ابعاد، تحت تأثیر این شبکه‌های مجازی قرار دارد و به همین منظور ارائه پیشنهادهایی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد.

پیشنهادهای

- یکی از عوامل مهم بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی، شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند، بر این اساس، تولید محتوا در جهت ترویج هویت ایرانی - اسلامی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، تلگرام، واتساپ، توئیتر و ... می‌تواند راهگشا باشد.
- افزایش سواد رسانه‌ای و برنامه‌ریزی برای آشنایی جوانان این استان با هویت ایرانی و شناختن هویت بیگانه بسیار مهم است.
- تولید فیلم‌های سینمایی، سریال‌های بومی و موسیقی‌های محلی به‌منظور بازنمایی ارزش‌های قومی مردم این منطقه، نیز می‌تواند بر شکل‌گیری هویت جوانان استان اثرگذار باشد.
- برای قوت دادن به هویت جوانان در جامعه مورد مطالعه، ارزش‌دهی و تقویت عناصری مانند زبان، لهجه، پوشاک، غذاهای سنتی، بهره‌بردن از ظرفیت‌های موجود در فرهنگ بومی و قومی و جلوگیری و دوری از تمسخر و تحقیر سبک‌زندگی قومیت‌های مختلف از جمله مواردی است که می‌تواند در شبکه‌های اجتماعی مجازی ترویج شود.

نوآوری و محدودیت

پژوهش‌های متعدد و مهمی که تاکنون درباره نسبت شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت انجام شده‌اند، اما هر کدام به‌طور معمول بر یک بعد از هویت و یا یک شبکه اجتماعی مجازی خاص تمرکز کرده‌اند؛ اما مطالعه حاضر از آن رو که بر پنج بعد هویت متمرکز شده و شبکه‌های اجتماعی مجازی را در دو بعد خاص مطرح کرده، پژوهشی جدید است.

به دلیل شیوع ویروس کرونا در دو سال اخیر، پژوهشگران ناچار از توزیع پرسشنامه الکترونیکی در میان جامعه آماری شده و یافتن شبکه‌های ارتباطی از جوانان این استان در فضای مجازی دشوار بوده است، از این رو، می‌توان گفت که حضور نیافتن پژوهشگر به صورت فیزیکی در میان جامعه مورد مطالعه، از محدودیت‌های این پژوهش بوده است.

منابع

- برگر، پیتر و توماس، لاکمن. (۱۳۸۷). **ساخت اجتماعی واقعیت** (ترجمه فریبرز مجیدی). چاپ دوم، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- بیات، بهرام و علی، قنبری برزیان. (۱۳۹۶). تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی، مطالعه موردی؛ جوانان عرب‌زبان اهواز. **نظم و امنیت انتظامی**، ۱۱(۳).
- تاج‌بخش، غلامرضا. (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسل‌ها در شهرستان شوشتر. **توسعه اجتماعی**، ۷(۲)، ۵۴-۳۲.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی** (ترجمه تورج یاراحمدی). تهران: شیرازه.
- خانیکی، هادی و محمود، بابائی. (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی؛ مفهوم و کارکردها. **انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی**، ۱۱(۱)، ۹۶-۷۱.
- دواس، دی‌ای. (۱۳۹۷). **پیمایش در تحقیقات اجتماعی** (ترجمه هوشنگ نایی). چاپ هفدهم، تهران: نی.
- ربانی، علی و یاسر، رستگار. (۱۳۹۲). تحلیلی بر وضعیت هویت ملی و ابعاد ششگانه آن در بین شهروندان شهر اصفهان. **جامعه‌شناسی کاربردی**، ۲۴(۲)، ۲۰-۱.
- رضوی‌زاده، نجم‌الدین. (۱۳۸۵). **بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران**. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

شامانی، اسماعیل؛ مهدی، واحدی و داریوش، نوروزی. (۱۳۹۵). رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران. **فرهنگ مشاوره و روان درمانی**، ۷(۲۸)، ۱۸۲-۱۶۳.

شاوردی، تهمنه. (۱۳۹۶). سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی؛ مورد مطالعه دختران دانشجوی دانشگاه تهران. **توسعه اجتماعی**، ۱۱(۳۰)، ۹۶-۶۷.

شفرز، برنهارد. (۱۳۹۶). **مبانی جامعه‌شناسی جوانان** (ترجمه کرامت‌الله راسخ). تهران: نی.

عدلی‌پور، صمد؛ سیداحمد، میرمحمدتبار؛ سیمین، افشار و مریم، سهرابی. (۱۳۹۴). تأثیر شبکه اجتماعی کلوب بر سرمایه اجتماعی دختران و زنان شهر تبریز. **مطالعات جامعه‌شناختی جوانان**، ۶(۱۹)، ۹۹-۱۲۰.

فرامرزیانی، سعید و علی، جعفری. (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل. **مطالعات ملی**، ۲۱(۸۲)، ۸۸-۶۹. قاسمی، وحید؛ صمد، عدلی‌پور و مسعود، کیانپور. (۱۳۹۱). تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان. **دین و ارتباطات**، ۱۹(۲)، ۳۶-۵. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۵). **عصر اطلاعات، قدرت و هویت** (ترجمه حسن چاوشیان). تهران: طرح نو.

کفاشی، مجید و علی، فلاحی. (۱۳۹۳). تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران. **دین و ارتباطات**، ۲۱(۲)، ۱۶۴-۱۳۵.

گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). **تجدد و تشخیص** (ترجمه ناصر موفقیان). چاپ دوم، تهران: نی.

لیوتار، ژان فرانسو. (۱۳۹۵). **وضعیت پست مدرن: گزارشی درباره دانش** (ترجمه حسینعلی نودری). چاپ ششم، تهران: گام نو.

مرکز ملی آمار ایران. (۱۳۹۵). سرشماری نفوس و مسکن. بازیابی شده از: www.amar.org.ir

مقیم، اعظم و مجید، امینی. (۱۳۹۴). جهانی شدن؛ تعامل هویت محلی و نگرش‌های فرهنگی مطالعه موردی جوانان دانشگاهی یزد. **مطالعات جامعه‌شناختی جوانان**، ۶(۱۹)، ۱۸۶-۱۵۷.

مهدی‌خانی، مینا؛ سیدعلی‌اصغر، سلطانی و حسین، اسکندری. (۱۴۰۱).

مطالعه شکل‌گیری هویت جسمیت‌یافته زنان دهه نود با رویکرد روان‌شناسی
گفتمانی. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۴(۱)، ۹۵-۷۳.

نعمتی، فاطمه؛ حسن، بلند و علی، صیادی. (۱۴۰۱). بررسی نقش واسطه‌ای
بحران هویت و انسجام خانواده در تعیین رابطه مشارکت در شبکه‌های اجتماعی
با نگرانی از تصویر بدنی در میان دانش‌آموزان. *مشاوره*، ۲۱(۸۱)، ۲۸۰-۲۵۶.
نواح، عبدالرضا؛ سارا، رشیدی و ایوب، رستمی. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر
شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان مورد مطالعه؛ جوانان ۱۸ تا
۳۰ سال شهر اهواز. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۸(۲)، ۴۲۱-۳۹۱.

Bobowik, M.; Martínez, V. & Repke, L. (2022). Ethnocultural Diversity of Immigrants' Personal Social Networks, Bicultural Identity Integration and Global Identification. *International Journal of Psychology*, 57(4), 491-500.

Boyd, D. & Ellison, N (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210- 230.

Bruner, M.; Balish, S.; Forrest, C. & Brow, S. (2017). Tiesthat Bond: Youth Sport as a Vehicle for Social Identity and Positive Youth Development. *Journal Research Quarterly for Exercisa and Sport*, doi: 10.1080/02701367.2017.1296100

Bruner, M.; McLaren, C.; Mertens, N.; Steffens, K.; Boen, F.; Mckenzie, L.; Haslam, A. & Feransen, K. (2022). Identity Leadership and Social Identification Within Sport Teams Over A Season: A Social Network Analysis. *Journal Psychology of Sport and Exercise*, 59, <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.102106>

Chogugudza, C. (2022). African Diaspora Experience of Transnationalism, Social Networks and Identity: The Case of Zimbabwean Social Workers in the United Kingdom. *Journal of African Studies and Development*, 14(2), 27-34.

Krasnova, H.; Gunther, O.; Spiekermann, S. & Koroleva, K. (2009). Privacy Concerns and Identity in Online Social Networks. *Identity Journal Limited*, 18.

Lobet-Maris, C. (2003). Mobile Phone Tribes: Youth and Social Identity. *Journal Mediating the Human Body*, doi: 10.4324/9781410607768

Mc Connell, E.; Neray, B.; Hogan, B.; korpak, A.; Clifford, A. & Birkett, M. (2018). Everybody Puts Their Whole Life on Facebook: Identity Management and the Online Social Networks of LGBTQ Youth. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(3), 1-19.

Pempek, T.; Yermolayera, Y. & Calvert, S. (2009). Collge Students Social Networking Experience on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30 (3), 227-238.