

واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان

فرزانه توکلی

دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

فائزه تقی‌پور

استادیار، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) nmsal1399@gmail.com

علی رشیدپور

استادیار، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

هدف پژوهش: در جامعه امروز ایران شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه وضعیت جدیدی را برای کاربران فراهم کرده و مرزهای تازه‌ای را در شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان پدید آورده‌اند. از این رو هدف این تحقیق واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان است.

روش پژوهش: این تحقیق از لحاظ نتیجه، جزء تحقیقات توسعه‌ای، از لحاظ هدف اکتشافی و بر مبنای استراتژی تحقیق از نوع میدانی است. روش‌شناسی تحقیق از نوع کیفی است.

جامعه آماری: جامعه آماری اساتید دانشگاهی حوزه فرهنگ و رسانه بود به منظور مصاحبه از نمونه‌گیری هدفمند استفاده و در نهایت ۲۰ مصاحبه انجام شد.

روش انجام پژوهش: در این تحقیق از روش کدگذاری داده‌ها از نوع باز، محوری و انتخابی استفاده شد و در مرحله کدگذاری اولیه تعداد ۳۰۰ کد شناسایی شد و سپس از بین کدهای اولیه در مرحله دوم کدگذاری باز تعداد ۱۹۸ کد شناسایی و در مرحله کدگذاری محوری ۴۴ کد در قالب ۳ مقوله (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای) دسته‌بندی شدند و در نهایت منجر به ارائه یک مدل برخواسته از داده‌های تجربی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آنها به اطلاعات قابل استفاده در مدل از روش نظریه زمینه‌ای یا مبنایی بهره گرفته شد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: بر مبنای یافته‌های این پژوهش، برای ابعاد مختلف هویت فرهنگی در زمینه شبکه‌های اجتماعی که مخاطب اصلی آنها جوانان هستند، راهکارهایی ارائه شده است. پیشنهاد می‌شود: بستر مناسب برای آشنایی و تحکیم بنیان‌های هویت‌سازی در میان جوانان، به ویژه دانشجویان ایجاد شود.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه، هویت، هویت فرهنگی.

مقدمه

همراه با توسعه و گسترش ارتباطات فناورانه و رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی^۱ رشد کرده و نوعی از ارتباطات در فضای مجازی شکل گرفته است. اصطلاح شبکه‌های اجتماعی برای نخستین بار توسط جی. ای. بارنز^۲ در سال ۱۹۵۴ مطرح شد و از آن پس به شیوه‌ای کلیدی در پژوهش‌های اجتماعی بدل گشت. (معمار و همکاران، ۱۳۹۱) در تعریف شبکه‌های اجتماعی می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. (پمپک و همکاران^۳، ۲۰۰۹) چنین فضایی قلمرویی وسیع است که برای ساکنان خود امکانات، آزادی، فرصت‌ها و آسیب‌هایی را به همراه دارد و در جنبه‌های مختلف زندگی افراد تأثیرگذار است. یکی از جنبه‌های مهمی که از این فضا تأثیر می‌پذیرد، هویت افراد به‌ویژه هویت فرهنگی است. (دستجردی، ۱۳۹۳).

استفاده از اینترنت و این اواخر مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در میان ایرانی‌ها به‌طور غیر قابل توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد این روند کماکان ادامه دارد. اینترنت، به ویژه در میان جوانان ایرانی شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل‌های قدیم‌تر فاحش می‌باشد. بنابراین، عجیب نیست که بیشتر تحقیقات انجام شده در مورد اینترنت نشان می‌دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارد. (معمار و همکاران، ۱۳۹۱) شبکه‌های اجتماعی از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه

همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آنها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است (آلوی، ۱۳۹۲) در دوره جدید که اینترنت و شبکه‌های مجازی در جامعه سیطره دارد، داده‌ها، اصطلاحات و اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. چرا که این رسانه‌ها تغییراتی را در برداشت‌های فرد به وجود آورده، هویت را در وضعیت تازه‌ای قرار می‌دهد که بسیار با گذشته متفاوت و حتی گاهی مغایر است. هویت از خصوصی‌ترین جلوه فردی تا عمومی‌ترین نمود جمعی را در بر می‌گیرد. از هویت به معنای مختصات ویژه فرد و متمایزکننده از دیگران (اولسون^۴، ۲۰۰۲) تا هویت به‌عنوان پدیده‌ای جمعی یاد می‌شود (خانیکی، ۱۳۸۳) از هویت به مثابه احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی، احساس استقلال شخصی (جاکوبسن^۵، ۱۹۹۳). با توجه به معنای هویت، پیوند میان هویت و فرهنگ چنان عمیق است که اغلب هویت را پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و برای فرهنگ جایگاه مستقلی در هویت قرار می‌دهند. از این‌رو در ترکیب هویت فرهنگی باید به مقوله فرهنگ توجه بیشتری کرد. در یک تعریف لغت‌نامه‌ای و کاربردی فرهنگ هر آن چیزی است که کسب می‌کنیم، می‌آموزیم، می‌توانیم انتقال دهیم و در یک کلام مجموعه حیات اجتماعی است که از سازمان‌های نهادی تا حیات روانی را دربر می‌گیرد (بیرو^۶، ۱۳۷۰). هویت فرهنگی احساس تعلق و همبستگی به جامعه و فرهنگ آن است. هویت فرهنگی موجودیت معنوی جامعه و پویایی آن را می‌سازد که شامل عواملی چون میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی و اعتقادات مذهبی، احساس تعلق خاطر به زبان، اساطیر و میراث فرهنگی، لباس و پوشش، رقص و موسیقی می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰). هویت افراد در فضاهای سایبری هویتی دیجیتال است و سرزمین، زبان بومی و ملی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد هویت افراد را تعیین نمی‌کند لذا در چنین اجتماعات مجازی هویت

فرهنگی و ملی افراد به شدت تهدید شده و همچنین موجبات از هم پاشیدگی شبکه‌های سنتی روابط شده و هویت‌های جدا از جهان واقعی برای افراد ایجاد می‌کند. (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۴).

بر اساس نظریه ساخت یابی گیدنز، می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران با فعالیت بازاندیشانه و مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر است، ولی هر چه کاربران منفعل و غیر مشارکت‌جویانه در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند، کمتر در تولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آنها کمتر خواهد بود. همچنین گریز بر این نظر است که استفاده از رسانه‌ها بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی، تأثیری نخواهد گذاشت. می‌توان گفت هرچه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. برعکس هرچه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود. (یوسف‌وند، ۱۳۹۵).

از آن چه بیان شد می‌توان گفت امروزه تلفن‌های همراه و برنامه‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی از آنجایی که بسیار کاربردی هستند برای همه محبوب شده‌اند. با یک تلفن همراه در دست می‌توان بسیاری از مسائل را حل کرد و افراد به ویژه دانشجویان دانشگاه را با جامعه مرتبط نگه داشت، (جسی، ۷، ۲۰۱۵). علاوه بر این، اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در دوران اخیر تبدیل شده‌اند. با این حال، شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای وجود دارد که ارتباط بین افراد را فراهم کند تا در سطح جدیدی متصل بمانند که به مکان یا زمان بستگی ندارد، اما در هر زمان و هر مکان به راحتی در دسترس است (چترجی، ۸، ۲۰۱۴). بسیاری از تحقیقات نشان دادند که استفاده از

فضای مجازی و برنامه‌های تلفن همراه بر زندگی اجتماعی، عملکرد تحصیلی و روابط دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارد بسیاری از تحقیقات نشان داد که استفاده از فضای مجازی و برنامه‌های کاربردی تلفن همراه بر زندگی اجتماعی، عملکرد تحصیلی و روابط دانش‌آموزان و دانشجویان تأثیر می‌گذارد. (استولاک و همکاران، ۹، ۲۰۱۱؛ محمود و تاسویر، ۱۰، ۲۰۱۳؛ عبدالرحیم، ۱۱، ۲۰۱۳؛ راجیو و جوپیل، ۱۲، ۲۰۱۵؛ جسی، ۲۰۱۵) ولی بررسی ادبیات تحقیقات نشان داد که تعداد کمی تحقیق وجود دارد که استفاده از تأثیر استفاده از تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان را بررسی نموده است. (اتنوکلتوس و همکاران، ۱۳، ۲۰۱۲؛ راجیو و جوپیل، ۲۰۱۵) بر اساس نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۵۵ نفر و از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۵۱ نفر عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و در مجموع ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه هستند که تلگرام با ۲۸ میلیون کاربر محبوب‌ترین است (وفایی، ۱۳۹۵). با توجه به مطالب مطرح شده در کشور ایران رشد اینترنت در مقایسه با کشورهای پیشرفته بسیار سریع و تأثیرگذار بوده است؛ اما همراه با رشد اینترنت یکی از مقولاتی که باید مورد توجه قرار گیرد، چالش‌های گسترش آن در جامعه است. افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن افزایش تعداد شبکه‌های اجتماعی مجازی نیازمند واکاوی و بررسی از منظر چالش‌ها و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی است (کاستلز، ۱۳۸۰).

با وجود اینکه تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی یک ابزار ارتباطی مناسب و دارای کارکردهای مفیدی است، در سوی دیگر تهدیدهای زیادی به همراه دارد که جامعه را به مقابله با آن واداشته است. دانشجویان نیز از جمله بزرگ‌ترین طیف مخاطبان و فعالان سایبری به شمار می‌آیند. این فضا جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی،

فرهنگی و عملی آنها را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد که نتیجه و پیامد آن تأثیر روی تمام جوانب از جمله هویت افراد دارد. چنین فضایی موجب شده است تا در اوضاع کنونی پرداختن به موضوع هویت فرهنگی دانشجویان کاربر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به موضوعی درخور توجه تبدیل شود. از این رو هدف این تحقیق واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان می‌باشد.

پیشینه تحقیق

کاروانی (۱۳۹۵) در پژوهشی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی را بررسی کردند. روش پژوهش پیمایشی است و جامعه آماری دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان به تعداد ۴۰۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از اینترنت، میزان و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوع صفحات به اشتراک گذاشته شده، نوع پسندیدن و نظر نوشتن صفحات و نوع عضویت در گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت ملی رابطه معناداری دارند.

پرویزی و اطهری (۱۳۹۵) تأثیر شبکه‌های اجتماعی لاین و تلگرام را بر هویت فرهنگی دانشجویان بررسی کرده‌اند. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-همبستگی است و جامعه آماری پژوهش شامل ۴۶۰ نفر دانشجوی ارشد و دکتری رشته مدیریت فرهنگی واحد علوم و تحقیقات تهران است. این پژوهش نشان می‌دهد که بین مدت زمان استفاده از این شبکه‌ها و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

زارع‌پور (۱۳۹۵) جنسیت زنانه را در لطیفه‌های

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بررسی کرده است در این پژوهش ۸۰۰ لطیفه به روش کیفی تحلیل متن و با رویکرد ترکیبی نقد شناسانه و گفتمان انتقادی تحلیل شد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که لطیفه‌ها با تکیه بر شخصیت زنان بی‌خرد و کلیشه‌هایی مانند کار خانگی، پرحرفی، خیانت‌کاری و حيله‌گری و اشاره به بی‌ارزشی زنان آنها به محاق فرودستی می‌کشاند. همچنین لطیفه‌ها با اشاره به نمادهای بدن و آرایش این نکته را یادآوری می‌کند که بدن زنان همواره در جامعه مردسالار تحت کنترل و سیادت بوده است.

عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان (تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان) تعداد ۴۲۴ نفر از کاربران جوان شهر اصفهان را به صورت پیمایشی با روش نمونه‌گیری داوطلبانه مورد مطالعه قرار داده و نشان دادند که هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کرد، هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شد. برات دستجردی (۱۳۹۳) به (بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان (۹۱-۱۳۹۰) پرداخت. روش تحقیق از نوع پیمایشی است و جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۹۱ بوده‌اند که از میان آنها ۲۰۰ نفر به روش خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. نتایج نشان داد که بین میزان، انگیزش و اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. مهم‌ترین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری اهداف اجتماعی، ارتباطی، فردی و فرهنگی بوده است. همچنین، بین استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی براساس متغیرهای جنس، مقطع تحصیلی و سن دانشجویان رابطه معناداری وجود داشت.

احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) تعامل در فضای سایبر

برخوردار است و استفاده از اینترنت بر ابعاد مختلف هویت افرادی که از اینترنت استفاده کرده بودند، تأثیر داشته است.

زیملز و کی^{۱۴} (۲۰۱۴) اشتراک‌گذاری رسانه‌های تصویری دیجیتال؛ نگرانی‌های حریم خصوصی و اعتماد میان جوانان را جهت مقایسه نگرش دانشجویان کالج در رابطه با حفظ حریم خصوصی و اعتماد به دیگران از طریق رسانه‌های مبتنی بر اینترنت در سه شکل فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده است.

شنشان و کویانگ^{۱۵} (۲۰۱۳) در پژوهشی بر این نکته تأکید دارد که با توسعه فناوری مدرن اطلاعات اینترنت، زندگی مردم، یادگیری، کار و مبادلات تغییرات عمیقی داشته و دنیای مجازی کاربران به یک سکوی مهم در دسترس برای تبادل و انتشار اطلاعات تبدیل شده است. میشل^{۱۶} (۲۰۱۱) در پژوهشی در راستای اثرات متغیرهای پیشین در اثرگذاری شبکه‌های مجازی اجتماعی بر کاربران نشان داد: دوران مختلف تحصیل بر روی استفاده یا لذت بردن محصلان از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر دارد و هر چه آنها مراحل بالاتری را سپری می‌کنند، رفتار و نگرششان نسبت به استفاده از این شبکه‌های اجتماعی آنلاین کاربردی‌تر می‌شود.

و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان بررسی شده است. نتایج نشان داد که هویت دینی کاربران در تعامل با فضای سایبر تضعیف می‌شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی دانشجویان کاسته می‌شود.

ابراهیم آبادی (۱۳۸۸) به بررسی الگوی استفاده از اینترنت و محیط یادگیری، بافت فرهنگی و اجتماعی پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق شامل همه‌ی دانشجویان سال دوم دوره متوسطه منطقه ۲ آموزش و پرورش تهران است که ۳۶ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده بیش از اندازه و غیرمعمول از اینترنت با یادگیری و پیشرفت تحصیلی رابطه معکوس دارد. همچنین، کاهش زمان استفاده فراغتی و افزایش استفاده علمی از شبکه‌های اینترنتی، بیش از آنکه به علاقه با بی‌علاقگی افراد مرتبط باشد، با جو و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی زندگی، نحوه و میزان حضور یادگیرندگان در شبکه و محتوا و کیفیت یادگیری فضای مجازی ارتباط دارد.

رفعت‌جاء و شکوری (۱۳۸۷) تأثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت، از جمله هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی را به روش پیمایشی در دو گروه از دختران در شهر سنندج به تعداد ۳۶۰ نفر بررسی کردند. نتایج نشان داد هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کردند، نسبت به کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند، از قوت کمتری

جدول ۱- خلاصه تحقیقات انجام شده

ردیف	نویسندگان	سال	عنوان پژوهش	نتایج
۱	کاروانی	۱۳۹۵	تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی	وجود رابطه معنادار بین متغیرهای عضویت، استفاده از اینترنت، سابقه استفاده، احساس آزادی، نوع صفحات به اشتراک گذاشته شده، نوع عضویت در گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت ملی
۲	پرویزی و اطهری	۱۳۹۵	تأثیر شبکه‌های اجتماعی لاین و تلگرام را بر هویت فرهنگی دانشجویان	رابطه معنادار معکوس بین مدت زمان استفاده از این شبکه‌ها و هویت فرهنگی کاربران
۳	زارع‌پور	۱۳۹۵	جنسیت زنانه را در لطیفه‌های شبکه‌های	به فرودستی کشاندن زنان با لطیفه‌ها با تکیه بر

شخصیت زنان بی‌خرد و کلیشه‌هایی مانند کار خانگی، پرحرفی، خیانت‌کاری و حيله‌گری و اشاره به بی‌ارزشی زنان	اجتماعی تلفن همراه			
ضعیف‌ترشدن هویت فرهنگی کاربران در زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک	تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان	۱۳۹۳	عدلی‌پور و همکاران	۴
وجود رابطه معنی‌دار بین میزان، انگیزش و اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان	بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان	۱۳۹۳	برات دستجردی	۵
تضعیف هویت دینی کاربران در تعامل با فضای سایبر	تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان	۱۳۸۹	احمدپور و قادرزاده	۶
رابطه معکوس بین استفاده بیش از اندازه و غیرمعمول از اینترنت با یادگیری و پیشرفت تحصیلی	به بررسی الگوی استفاده از اینترنت و محیط یادگیری، بافت فرهنگی و اجتماعی	۱۳۸۸	ابراهیم آبادی	۷
تأثیر استفاده از اینترنت بر ابعاد مختلف هویت افرادی استفاده‌کننده	تأثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت، از جمله هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی	۱۳۸۷	رفعت‌جابه و شکوری	۸
اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه بیشتر از رسانه‌های دیگر	اشتراک‌گذاری رسانه‌های تصویری دیجیتال؛ نگرانی‌های حریم خصوصی و اعتماد میان جوانان	۲۰۱۴	زیملز و کی	۹
دنیای مجازی کاربران یک سکوی مهم در دسترس برای تبادل و انتشار اطلاعات	بررسی توسعه فناوری مدرن اطلاعات اینترنت، زندگی مردم، یادگیری	۲۰۱۳	شنشان و کویانگ	۱۰
تأثیر دوران مختلف تحصیل بر روی استفاده یا لذت بردن محصلان از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی	اثرات متغیرهای پیشین در اثرگذاری شبکه‌های مجازی اجتماعی بر کاربرانشان	۲۰۱۱	میشل	۱۱

این تحقیق از لحاظ نتیجه، جزء تحقیقات توسعه‌ای، از لحاظ هدف اکتشافی و بر مبنای استراتژی تحقیق از نوع میدانی است. روش‌شناسی تحقیق از نوع کیفی است. در این تحقیق از مصاحبه عمیق و مصاحبه نیمه ساختار یافته^{۱۷} عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آنها به اطلاعات قابل استفاده در مدل از روشی زمینه‌ای یا مبنایی^{۱۸} مبتنی بر روش کدگذاری داده‌ها از نوع باز، محوری و انتخابی (استراوس و کوربین^{۱۹}، ۱۹۹۸) بهره گرفته شد. حوزه پژوهش شامل مصاحبه با خبرگان، اساتید دانشگاه و افراد آگاه به حوزه رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بود که به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. این اساتید در دانشگاه‌های دولتی، آزاد و در حوزه رسانه و مطبوعات فعال هستند.

با مطالعه تحقیقات متعدد انجام شده در این حوزه این نکته حاصل می‌شود که در اکثر این مطالعات، محققین هنگام مطالعه طرح تحقیق خود را بر مبنای مطالعه تنها یک بعد از این مفاهیم انجام داده‌اند و بر این اساس، سؤالات یا فرضیه‌های خود را آزموده‌اند. همچنین بررسی پیشینه تحقیقات نشان داد که به مفهوم شبکه‌های اجتماعی در رابطه با هویت فرهنگی با استفاده از روش کیفی با رویکرد داده بنیاد کمتر پرداخته شده است. بخش اعظمی از تحقیقات موجود این مفهوم را با رویکردی جزئی و خرد مورد توجه قرار داده‌اند؛ بنابراین این تحقیق به دنبال واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان است که برخی ابعاد و جوانب این حوزه را بتواند پوشش دهد.

روش پژوهش

با هدف توسعه این گروه از مقوله‌ها، در این حوزه پیگیری شد. بنابراین مصاحبه عمیق با ۲۰ نفر از متخصصان که به صورت تخصصی و علمی اطلاعات دقیقی از مفاهیم داشتند به مدت ۴۵ دقیقه بصورت رو در رو انجام شد. مصاحبه‌ها بعد از ۲۰ نمونه به مرحله اشباع رسید، طوری که جواب‌ها به صورت تکراری بوده و مطلب جدیدی در مصاحبه‌ها یافت نشد. علاوه بر این از کتاب‌ها و مقالات معتبر جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. مشخصات جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در جدول (۲) آمده است:

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت کنندگان در پژوهش

تعداد شرکت کننده	جنسیت	سن	وضعیت تاهل	مدرک تحصیلی
۶ نفر	مرد	۴۲-۵۰	متاهل	دکتری
۵ نفر	زن	۳۷-۵۰	متاهل	
۱ نفر	زن	۴۷	مجرد	
۶ نفر	مرد	۳۲-۴۲	متاهل	کارشناسی ارشد
۱ نفر	زن	۳۵	متاهل	
۱ نفر	زن	۳۵	مجرد	

را استخراج و با دید کلی به دست آمده از مطالعه متن مصاحبه مقایسه می‌کند. سپس با تعدیل و اصلاح این نکات، عناوینی را برای آنها در نظر می‌گیرد. (۳) مطالعه کلمه به کلمه متن مصاحبه. در جریان کدگذاری از دو تکنیک عمده مقایسه کردن و پرسیدن استفاده شد و در آن پرسش‌های مقایسه‌ای سؤال شد. در این مرحله مفاهیم دارای ارزش علمی از متن گفته‌های افراد بیرون کشیده شده و برای هر کدام از آنها یک نام اختصاص داده شده است.

پس از شناسایی مفاهیم اولیه در مرحله کدگذاری تعداد ۳۰۰ کد شناسایی شد و سپس از بین کدهای اولیه در مرحله دوم کدگذاری باز تعداد ۱۹۸ کد شناسایی شد و به هر تعداد مفهوم با مضامین مشابه یک کد باز اختصاص داده شد در نهایت ۴۴ کد باز در قالب ۳ مقوله دسته‌بندی شدند.

بیشتر مصاحبه‌ها در محل کار افراد ترتیب داده شد. در این مطالعه، جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح‌تر تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدیدتر فراهم نباشد، ادامه یافت. یکی از وظایف کلیدی در مدیریت مصاحبه‌ها قرار دادن مصاحبه‌شوندگان در شرایطی است که بتوانند آزادانه دانش خود را در اختیار محقق قرار دهند. در مصاحبه‌ها، محقق مقوله‌های اولیه‌ای را از تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شناسایی کرد. با شناسایی مضامین و شکل‌گیری مقوله‌های اولیه، ادامه مصاحبه‌ها

مطابق اطلاعات ذکر شده در جدول (۳) شرکت کنندگان در پژوهش ۸ نفر زن و ۱۲ نفر مرد از میان رده سنی ۳۰ تا ۵۰ سال بودند که ۱۲ نفر دارای مدرک تحصیلی دکتري و ۸ نفر کارشناسی ارشد و همچنین ۲ نفر مجرد و ۱۸ نفر متاهل بودند.

یافته‌های تحقیق

کدگذاری باز

در پایان هر مصاحبه، محقق سریعاً به پیاده‌سازی مصاحبه روی کاغذ می‌پردازد. سپس، به سه شیوه به مطالعه متن مصاحبه می‌پردازد: (۱) خواندن تمام مصاحبه با این کار محقق می‌کوشد تا دیدی کلی نسبت به آنچه که در طول مصاحبه گذشته، دست یابد و ایرادات پیاده‌سازی مصاحبه را رفع می‌نماید. (۲) مطالعه جملات و پاراگراف‌های مصاحبه. با این کار محقق ایده‌ها و نکات کلیدی نهفته در جملات و پاراگراف‌ها

کدگذاری محوری

در این مرحله ۴۴ کد باز در قالب ۳ مقوله به شرح زیر دسته‌بندی شدند:

۱- شرایط علی

۲- شرایط زمینه‌ای

۳- شرایط مداخله‌ای

تشریح «مقولات» به دست آمده

۱- شرایط علی

نتایج جدول (۳) نشان داد مفهوم تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شامل: دین و مذهب (باورهای دینی، تغییر در نظام ارزشی، مناسک مذهبی)، تمایل به زبان، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (ترویج موسیقی، انتشار سبک‌های موسیقی، تغییر سلیقه مخاطبان در انتخاب موسیقی)، تبادل فرهنگ (تغییر فرهنگ، شناخت مفاخر و بزرگان، اشتراک‌گذاری هویت ملی)، عدم قانون و ویژگی‌های جامعه (ایجاد فرصت برابر) می‌باشند.

جدول ۳- فراوانی مؤلفه‌های شرایط علی

درصد	فراوانی	
۴/۷۲	۵	شناخت دین و مذهب
۳/۷۷	۴	مناسک مذهبی
۳/۷۷	۴	تمایل به انحراف اخلاقی
۱۵/۰۹	۱۶	تغییر در نظام ارزشی
۱/۸۹	۲	تغییر زبان
۱۴/۱۵	۱۵	تاریخ (مراسم‌ها و نمادهای ملی)
۱۹/۸۱	۲۱	ترویج موسیقی
۱۱/۳۲	۱۲	انتشار سبک موسیقی
۴/۷۲	۵	تغییر سلیقه مخاطبان در موسیقی
۳/۷۷	۴	تغییر فرهنگ
۰/۹۵	۱	شناخت مفاخر و بزرگان
۵/۶۶	۶	اشتراک‌گذاری هویت ملی
۵/۶۶	۶	عدم رعایت قانون
۴/۷۲	۵	ویژگی‌های جامعه (ایجاد فرصت برابر)
%۱۰۰	۱۰۶	کل

با توجه به جدول (۳) ملاحظه می‌شود که از مجموع ۱۴ مفهوم شناسایی شده در شرایط علی واکاوی مفهوم تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی بیشترین فراوانی مربوط به «موسیقی: ترویج موسیقی» و کمترین فراوانی مفهوم مربوط به «تبادل فرهنگ: شناخت مفاخر و بزرگان» است.

۲- شرایط زمینه‌ای

نتایج روش گراندد تئوری جدول (۴) نشان داد که شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شامل: خانواده، آزادی کاربران در انتخاب اجزای هویت، محدودیت در انتخاب اجزای هویت، قابلیت مشاهده اطلاعات شخصی افراد، قضاوت کردن از روی عکس پروفایل، آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی، هویت جعلی، عدم نظارت مسئولین، موثق نبودن منبع اطلاعات می‌باشند.

جدول ۴- فراوانی مؤلفه‌های شرایط زمینه‌ای

کدهای باز	فراوانی	درصد
خانواده	۲	۷/۱۴
آزادی کاربران در انتخاب اجزای هویت	۵	۱۷/۸۶
محدودیت در انتخاب اجزای هویت	۱	۳/۵۷
قابلیت مشاهده اطلاعات شخصی افراد	۴	۱۴/۲۹
قضاوت کردن از روی عکس پروفایل	۳	۱۰/۷۱
آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی	۴	۱۴/۲۹
هویت جعلی	۶	۲۱/۴۳
عدم نظارت مسئولین	۲	۷/۱۴
موثق نبودن منبع اطلاعات	۱	۳/۵۷
کل	۲۸	٪۱۰۰

رابطه بین جوانان، تمایل جوانان به جلب توجه، وابستگی جوانان به شبکه‌های اجتماعی، سردرگمی در مسائل دینی، ارجحیت شبکه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های دیگر، از بین رفتن انحصارگرایی رسانه‌های دولتی، نفوذ در هویت فرهنگی، سطحی‌نگری، شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف، ارسال پیام‌های مناسبی از طرف دولت، تقویت اعتماد و هویت ملی و فرهنگی، ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم، ترویج، تبلیغ و اطلاع رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی، اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی، ابراز احساسات یا اعتراضات، آشکار شدن هویت افراد جامعه، امکان شناسایی استعداد‌های موسیقی، تشخیص سلیقه افراد جامعه، ایجاد تفریح و سرگرمی است.

با توجه به جدول (۴) ملاحظه می‌شود که از مجموع ۹ مفهوم شناسایی شده در شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی بیشترین فراوانی مربوط به مفهوم «هویت جعلی» و کمترین فراوانی مربوط به مفاهیم «محدودیت در انتخاب اجزای هویت» و «موثق نبودن منبع اطلاعات» است.

۳- شرایط مداخله‌ای

نتایج روش گراند تئوری جدول (۵) نشان داد که شرایط مداخله‌ای واکاوی مفهوم تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شامل: ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب، استحکام

جدول ۵- فراوانی مؤلفه‌های شرایط مداخله‌ای

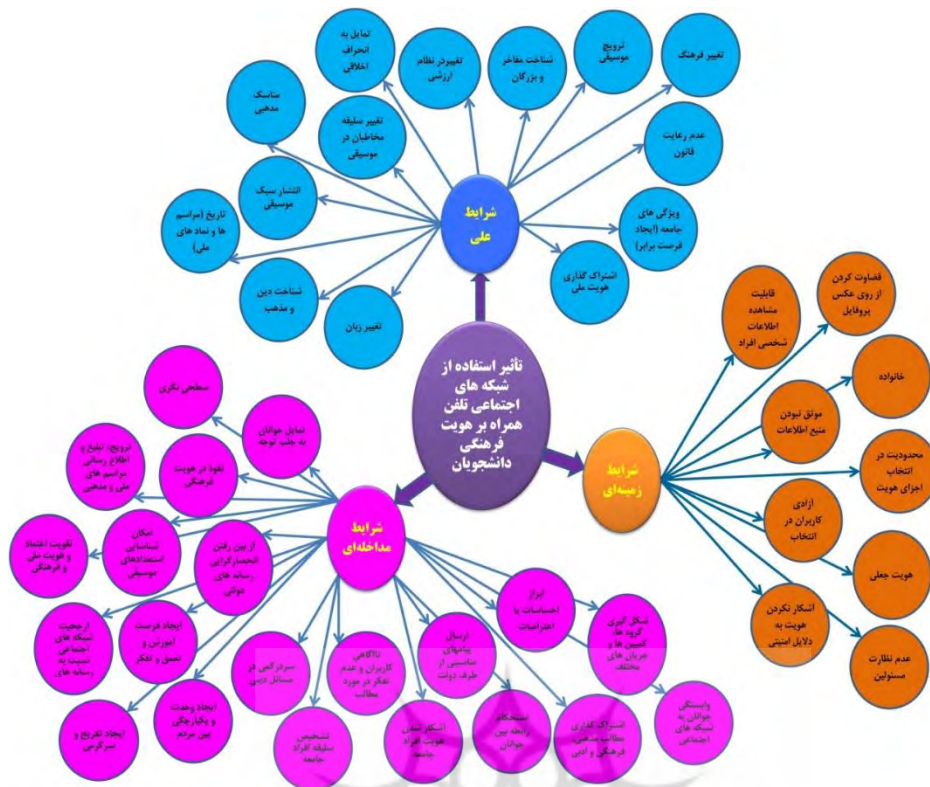
کدهای باز	فراوانی	درصد
ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب	۱	۱/۵۷
استحکام رابطه بین جوانان	۱	۱/۵۷
تمایل جوانان به جلب توجه	۲	۳/۱۲
وابستگی جوانان به شبکه‌های اجتماعی	۲	۳/۱۲
سردرگمی در مسائل دینی	۵	۷/۸۱
ارجحیت شبکه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های دیگر	۲	۳/۱۲
از بین رفتن انحصارگرایی رسانه‌های دولتی	۲	۳/۱۲
نفوذ در هویت فرهنگی	۲	۳/۱۲

۶/۲۵	۴	سطحی نگری
۶/۲۵	۴	شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف
۶/۲۵	۴	ارسال پیام‌های مناسبی از طرف دولت
۶/۲۵	۴	ایجاد فرصت آموزش و تعمق و تفکر
۳/۱۲	۲	تقویت اعتماد و هویت ملی و فرهنگی
۱/۵۷	۱	ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم
۳/۱۲	۲	ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی
۴/۶۹	۳	اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی
۱۲/۵	۸	ابراز احساسات یا اعتراضات
۹/۳۸	۶	آشکار شدن هویت افراد جامعه
۶/۲۴	۴	امکان شناسایی استعداد‌های موسیقی
۳/۱۵	۲	تشخیص سلیقه افراد جامعه
۴/۶۹	۳	ایجاد تفریح و سرگرمی
٪۱۰۰	۶۴	کل

در این مرحله از روش گراند تئوری، موارد مرتبط با یکدیگر در یک طبقه قرار می‌گیرند که در نهایت منجر به ارائه یک مدل برخواسته از داده‌های تجربی می‌شود. در این مرحله یک‌بار دیگر از تعدادی از خبرگان مشارکت‌کننده در این پژوهش خواسته شد که در مورد فرایند تدوین مدل و مدل نهایی نظرات خود را ارائه دهند که بیشتر آنها مدل به دست آمده را تأیید کردند و بعضی از آنها نظرات اصلاحی نیز داشتند که در فرایندی رفت و برگشتی اصلاحات اعمال شد و نظر نهایی خبرگان بر تأیید مدل نیز گرفته شد.

با توجه به جدول (۵) ملاحظه می‌شود که از مجموع ۲۱ مفهوم شناسایی شده در شرایط مداخله‌ای واکاوی مفهوم تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی، بیشترین فراوانی به مفهوم «ابراز احساسات یا اعتراضات» و کمترین فراوانی مربوط به مفاهیم «ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب»، «استحکام رابطه بین جوانان»، «ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم» است.

کدگذاری گزینشی



شکل ۱- الگوی واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان

بحث و نتیجه‌گیری

تبلیغ و ترویج می‌کنند. از سوی دیگر دسترسی آسان کاربران به انواع سبک‌های موسیقی موجب تغییر ذائقه موسیقی افراد شده است.

نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر در برخی از مفاهیم به دست آمده با پژوهش‌های کاروانی (۱۳۹۵)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) همخوان است. یافته‌های کاروانی (۱۳۹۵) نشان داد متغیرهای عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از اینترنت، میزان و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان احساس آزادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوع صفحات به اشتراک گذاشته شده، نوع پسندیدن و نظر نوشتن صفحات و نوع عضویت در گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت ملی رابطه معناداری دارند. همچنین نتایج پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) نتایج نشان داد که هویت دینی کاربران در تعامل با فضای سایبر تضعیف می‌شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی

نتایج نشان داد که شرایط علی واکاوی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی دانشجویان همراه عبارت‌اند از: دین و مذهب (باورهای دینی، تغییر در نظام ارزشی، مناسک مذهبی)، تمایل به زبان، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (ترویج موسیقی، انتشار سبک‌های موسیقی، تغییر سلیقه مخاطبان در انتخاب موسیقی)، تبادل فرهنگ (تغییر فرهنگ، شناخت مفاخر و بزرگان، اشتراک‌گذاری هویت ملی)، عدم قانون و ویژگی‌های جامعه (ایجاد فرصت برابر) می‌باشد. با توجه به نتایج در زمینه مفهوم موسیقی که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است می‌توان گفت: شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه ارتباط تولیدکنندگان موسیقی با مخاطبان را بسیار آسان نموده است، بنابراین خوانندگان جدید به راحتی انواع مختلفی از سبک‌های موسیقی (حتی موسیقی‌های مبتذل و زیرزمینی) را از طریق این شبکه‌ها به کاربران معرفی،

دانشجویان کاسته می‌شود.

همچنین نتایج نشان داد که شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شامل: خانواده، آزادی کاربران در انتخاب اجزای هویت، محدودیت در انتخاب اجزای هویت، قابلیت مشاهده اطلاعات شخصی افراد، قضاوت کردن از روی عکس پروفایل، آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی، هویت جعلی، عدم نظارت مسئولین، موثق نبودن منبع اطلاعات می‌باشند. با توجه به نتایج در زمینه مفهوم هویت جعلی که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است می‌توان گفت: شناخت شخصیت واقعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه امکان‌پذیر نیست. زیرا کاربران توانایی پنهان کاری در فضای مجازی با استفاده از تصاویر مختلف را دارند. ممکن است هویت واقعی و هویت مجازی افراد در عکس پروفایل متفاوت باشد. افراد می‌توانند نقش دلخواه خود را با تنوع تصاویر پروفایل ایفا کنند و یک هویت جعلی و غیرواقعی از خود در فضای مجازی ارائه دهند. همچنین افراد می‌توانند اجزاء هویت (نام، مذهب، جغرافیا، زبان و...) خود را در فضای مجازی تغییر داده و دیگران را با شخصیت‌های کاملاً تخیلی (غیرواقعی) فریب دهند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر در برخی از مفاهیم با نتایج پژوهش زیملز و کی (۲۰۱۴) همخوان است. زیملز و کی (۲۰۱۴) در پژوهشی به این نتایج رسیدند اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده است. همچنین در مورد شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی بیان نمودند که هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند، هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شد.

همچنین نشان داد که شرایط مداخله‌ای واکاوی

مفهوم تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شامل: ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب، استحکام رابطه بین جوانان، تمایل جوانان به جلب توجه، وابستگی جوانان به شبکه‌های اجتماعی، سردرگمی در مسائل دینی، ارجحیت شبکه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های دیگر، از بین رفتن انحصارگرایی رسانه‌های دولتی، نفوذ در هویت فرهنگی، سطحی‌نگری، شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف، ارسال پیام‌های مناسبی از طرف دولت، تقویت اعتماد و هویت ملی و فرهنگی، ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم، ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی، اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی، ابراز احساسات یا اعتراضات، آشکار شدن هویت افراد جامعه، امکان شناسایی استعدادها، موسیقی، تشخیص سلیقه افراد جامعه، ایجاد تفریح و سرگرمی است. با توجه به نتایج در زمینه مفهوم ابراز احساسات که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است می‌توان گفت: شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه می‌توانند به از بین بردن احساس پوچی و ناامیدی با اشتراک‌گذاری نمادهای ملی و فرهنگ، تقویت هویت ملی و فرهنگی در افراد جامعه و افزایش قدرت اعتماد ملی با به اشتراک‌گذاری نمادهای ملی به طور موثری کمک کنند. بنابراین شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به اینکه جهان را فشرده‌تر و ارتباط اجتماعی بین افراد از کشورهای مختلف با فرهنگ‌ها و هویت‌های متفاوت را میسر ساخته است و اینکه این شبکه‌های اجتماعی به فضایی تبدیل شده‌اند که افراد تاحدودی زیادی در این فضا احساس آزادی می‌کنند می‌تواند تأثیرهای زیادی بر هویت افراد ایجاد کند.

پیشنهادهاى کاربردى

براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهاى زیر ارائه

می‌گردد:

- تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰. نشریه جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۵، شماره ۵۴.
- بیرو، آ (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی. مترجم: باقر ساروخانی. تهران: موسسه کیهان.
- پرویزی، ش، اطهری، ا (۱۳۹۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی لاین و تلگرام بر هویت فرهنگی دانشجویان واحد علوم و تحقیقات تهران. دو فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی. سال ۸، شماره ۱۵.
- خانیکی، ه (۱۳۸۳). هویت و گفتمان‌های هویتی در ایران. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- رفعت‌جاه، م، شکوری، ع (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی، مجله جهانی رسانه. شماره ۵.
- زارع‌پور، س (۱۳۹۵). بازنمایی جنسیت زنانه در لطفه‌ها (مطالعه شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی. دانشگاه کاشان.
- عدلی‌پور، ص، قاسمی، و، میرتبار، ا (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۷، شماره ۱.
- کاروانی، عبدالطیف (۱۳۹۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان). مجله مدیریت فرهنگی، تابستان ۱۳۹۵، سال یازدهم، شماره سی و دوم.
- کاستلز، م (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای عصر اطلاعات. ترجمه: احمد عقیلیان و افشین خاک‌باز، جلد اول، انتشارات طرح نو.
- معمار، ثریا، عدلی‌پور، صمد، خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۱.
- نوابخش، م، هاشم‌زاده، ف، ثم‌پور، و (۱۳۸۴). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان (۲۹-۱۵) ساله استان مازندران. مجله تخصصی جامعه‌شناسی. شماره ۱.
- مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور سعی در ارائه برنامه‌های منسجم برای معرفی فرهنگ ملی مجازی داشته باشند تا به نوعی بتوان فضای فرهنگ ایرانی را به عنوان یکی از فرهنگ‌های اثرگذار در عرصه جهانی به کاربران معرفی نمود.
- برنامه‌های رسانه‌های جمعی در جهت شکل‌دهی هویت ملی با تأکید بر سنت و آداب اسلامی و ایرانی گسترش یابد.
- مراسم‌های ملی و مذهبی همواره از طریق شبکه‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی شود تا با دعوت از کاربران برای شرکت در این‌گونه مراسم‌ها، هویت ملی و فرهنگی در جامعه استحکام یابد.
- همچنین به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌شود:
- با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی کارکردها و مخاطبان متفاوتی دارند، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی میان انواع شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه تمایز قائل شود و هویت فرهنگی افراد به تفکیک این شبکه‌ها مورد بررسی قرار گیرد.
- با توجه به اینکه هویت فرهنگی مفهوم گسترده‌ای دارد، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی در مطالعاتی عمیق‌تر هر یک از مولفه‌های آن به طور خاص مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

ابراهیم آبادی، ح (۱۳۸۸). الگوی استفاده از اینترنت، محیط یادگیری و بافت فرهنگی و اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. شماره ۵۵.

احمدپور، م، قادرزاده، م (۱۳۸۹). تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان). فصلنامه علمی- تخصصی پژوهش جوانان فرهنگی و جامعه. شماره ۵.

برات دستجردی، ن (۱۳۹۳). بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان سال

Mehmood, S & Taswir, T (2013). The effects of social networking sites on the academic performance of students in college of applied sciences, nizwa, oman. *International Journal of Arts and Commerce*, 2(1).

Michael, J. hart (2011). A study on the high school and undergraduate college.

Olson, Eric T. (2002). Personal Identity. In the *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Edward N. Zalta, ed.

Pempek, T & et al (2009). College students' social networking experiences on Facebook, *Journal of Applied Developmental Psychology*.

Rajeev, M & Jobilal (2015). Effects of social media on social relationships: A descriptive study on the impact of mobile phones among youth population. *International Research Journal of Social Sciences*, 4(2).

Shanshan, Z & Qiang, Bi (2013). Research on information Architecture model in building of online community. *Applied mechanics and materials* vols. 321-324: 2798-2801.

Stollak, M. J, Vandenberg, A, Burklund, A & Weiss, S (2011). Getting social: The impact of social networking usage on grades among college students. In *Proceedings from ASBBS annual conference*.

Zemmels, D. R & Khey, D. N (2014). Sharing of digital visual media: privacy concerns and trust among young people. *American journal of criminal justice* may 2014 (online). link: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12103-014-9>.

وفایی، ص (۱۳۹۵). ۲۸ میلیون نفر عضو تلگرام هستند.

خبرگزاری مهر. شناسه خبر: ۳۷۶۸۱۲۹ قابل دسترس در

<http://www.mehrnews.com/news/3768129>

یوسفوند، س، محمدی مزینانی، آ، خدایاری مطلق، ص

(۱۳۹۵). مطالعه کیفی اهداف و انگیزه دانشجویان از تشکیل

گروه در شبکه اجتماعی مجازی تلگرام. دو فصلنامه

جستارهای اجتماعی. شماره ۳.

Abdelraheem, A (2013). University students' use of social networking sites and its relation with some variables. *Proceedings of the Eurasian Academic Conference*, Antalya, Turkey.

Chatterjee, S (2014). A sociological outlook of mobile phone use in society. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS)*, 11(6).

Eteokleous, N, Ktoridou, D, Stavrides, I & Michaelidis, M (2012). Facebook-a social networking tool for educational purpose: Developing special interest groups. Retrieved from

<http://www.icipte.org/Proceedings2012/Papers/09-2-Eteokleous.pdf>

Jacobson (1993). *Islam in Transition*. London: Routledge.

Jesse, G (2015). Smartphone and App Usage among College Students: Using Smartphones Effectively for Social and Educational Needs. *Conference on Information Systems and Computing Education*. Wilmington, North Carolina USA.

یادداشت

¹Social Networks

²J.A.Barnes

³Pempek et al.

⁴Olson

⁵Jacobson

⁶Bero

⁷Jesse

⁸Chatterjee

⁹Stollak et al

¹⁰Mehmood & Taswir

¹¹Abdelraheem

¹²Rajeev & Jobilal

¹³Eteokleous et al

¹⁴Zemmels & Khey

¹⁵Shanshan & Qiang

¹⁶Michael

¹⁷Semi- Structuraea

¹⁸Grounded Theory

