

بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)

اختر سلطانی^۱

چکیده

هویت اجتماعی به ویژگی‌هایی اشاره دارد که یک جامعه را از جوامع دیگر متمایز می‌کند. این مقوله که با ورود شبکه‌های اجتماعی مجازی، دچار تغییر و تحولات عمده‌ای شده است، بیش از هر گروهی، در ارتباط با جوانان اهمیت می‌یابد؛ چرا که جوانی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی آنان است. در این زمینه یکی از پدیده‌های انکارنشدنی در کشور ما، گسترش روزافزون کاربرد کامپیوتر و شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی جوانان است. نگارنده با هدف بررسی رابطه میان وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان به انجام این پژوهش دست یازید که جامعه آماری آن را ۱۳۰ نفر از دانشجویان رشته مدیریت تشکیل داد. حجم نمونه هم با استفاده از فرمول کوکران ۹۷ نفر محاسبه شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS22 انجام گرفت. جهت سنجش ابعاد هویت اجتماعی از شاخص‌های هویت قومی، دینی، ملی و جهانی و برای سنجش وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شد. سنجش روایی نیز با استفاده از روش روایی صوری انجام گرفت.

نتایج سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری، نشان داد که ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه سنجش هویت اجتماعی، ۰/۷۱۷ و در حوزه سنجش وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ۰/۷۷۸ می‌باشد که نشان‌دهنده پایایی پرسش‌نامه در سطح مطلوب است؛ همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و کلیه ابعاد مطرح شده در حوزه هویت اجتماعی، بجز هویت ملی و هویت دینی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیونی به شیوه گام به گام نیز نشان داد که تنها مؤلفه هویت جهانی، وارد مدل رگرسیونی استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی شده و این بعد، بیشترین اثر را بر هویت اجتماعی داشته است.

واژگان کلیدی: هویت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، دانشجویان.



مقدمه و بیان مسئله

در جوامع سنتی، فرد به واسطه اقتدار سنت‌ها و ساختارهای درون‌ملی، هویت می‌یافت و مکان و سرزمین با تقویت مرزهای طبیعی، اجتماعی و فرهنگی، نه تنها هویت‌سازی را آسان‌تر می‌کرد؛ بلکه به خاطر نیاز به تداوم و پایداری، منبعی مهم در تأمین هویت به شمار می‌رفت؛ اما با شکل‌گیری، رشد و گسترش تجدد (مدرنیته) و جهانی‌شدن؛ همچنین با پیشرفت و اقتدار شگفت‌آور فناوری‌های نوین ارتباطی، روند گسست مکان (سرزمین، سنت‌ها و ساختارهای داخلی) و فضا شتاب یافته است که این امر، رشته‌های پیوند دهنده فضای اجتماعی با مکان و سرزمین معین را بیش از پیش پاره می‌کند.

«هویت اجتماعی^۱ مجموعه‌ای از خصوصیات و مشخصات اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسانی است که بر یگانگی یا همانندی اعضای آن دلالت می‌کند و آن را در یک ظرف زمانی و مکانی معین، به طور مشخص، قابل قبول و آگاهانه، از سایر گروه‌ها متمایز می‌سازد» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۲).

طرح مباحث مربوط به هویت، هر چند در آغاز، متوجه بحران هویت بود؛ ولی بعدها به سمت بازسازی هویت در جوامع گوناگون تغییر مسیر داد. با پیدایش مدرنیته، تصویری از هویت اجتماعی انسان‌ها، همچون سوژه‌ای یکپارچه، متحد و متمرکز، شکل گرفت. دگرگونی‌های به وجود آمده در جوامع مدرن، باعث بحران هویت در میان انسان‌ها شد؛ به گونه‌ای که در کانون توجه علوم اجتماعی؛ به ویژه روان‌شناسی اجتماعی قرار گرفت. مقوله هویت اجتماعی با ورود شبکه‌های مجازی، دچار تغییر و تحولات عمده‌ای شد. جهان مجازی با خصیصه‌هایی چون: بی‌مکانی، فرا زمان بودن، تکرار داشتن، قابلیت دسترسی همزمان به طور نسبی و ... از جهان واقعی جدا می‌شود. عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی، تعاملات انسانی است؛ در واقع هنگامی که فردی به تعامل با دیگری می‌پردازد، هویت خود را به عنوان عضوی از جامعه پیدامی‌کند؛ به عبارت دیگر، هویت در بستر تعاملات اجتماعی^۲ تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در تعاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است؛ چنان‌که کاستلز^۳ معتقد است انتقال فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد؛ بنابراین حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی جدید، دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شود. اینترنت و ارتباطات کامپیوتری مبتنی بر آن، به عنوان یکی از مهمترین دستاوردهای انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی در آغاز هزاره سوم، به ارتباطات معنایی تازه بخشید و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شد. تاکنون حضور فیزیکی، برای ایجاد تعامل و رابطه لازم بود؛ ولی در ارتباطات کامپیوتری، طرفین رابطه بدون اینکه همدیگر را

1. Social identity
2. Social interaction
3. Manuel Castells

بینند در فضایی به اصطلاح مجازی با هزینه‌ای نسبتاً کمتر به تعامل می‌پردازند.

«اینترنت با دو ویژگی خود بر هویت اجتماعی تأثیر می‌گذارد: یکی اینکه با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن، تغییر در برجستگی تشابه و تفاوت، بیشترین تأثیر را بر هویت‌های اجتماعی می‌گذارد؛ دیگر آنکه گمنامی یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات کامپیوتری امری ممکن و معمول است، در روشنی و اهمیت مرزبندی گروهی و در نتیجه معنای هویت اجتماعی تأثیر می‌گذارد» (دوران، ۱۳۸۱: ۲۲؛ محسنی تبریزی و هاشمی، ۱۳۹۰: ۳۶). هویت اجتماعی، بیش از هر گروهی، در ارتباط با جوانان اهمیت می‌یابد؛ به این دلیل که جوانی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی آنان است. در این زمینه یکی از پدیده‌های انکار نشدنی در جهان؛ از جمله کشور ما، گسترش روزافزون کاربرد کامپیوتر و شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی جوانان است؛ چنان که نتیجه تحقیق بیابانگرد (۱۳۸۷) نشان می‌دهد، بیشتر کاربران اینترنت، جوانان هستند که ۳۵ درصد آنان به خاطر حضور در چت‌روم، ۲۸ درصد برای بازی‌های اینترنتی، ۳۰ درصد به منظور چک کردن پست الکترونیکی و ۲۵ درصد برای جستجو در شبکه‌های جهانی از اینترنت استفاده می‌کنند.

تمایل بشر به اجتماعی بودن و اجتماعی کردن، وی را بر آن داشت تا محیط اینترنت را به یک جامعه مجازی تبدیل کند. این مهم اکنون با توسعه محیط مجازی در قالب وب معناگرا و ایجاد رابطه تعاملی، در ساختار شبکه‌های اجتماعی مجازی ظاهر شده است. «شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از صفحات اینترنتی هستند که بر اساس نیاز مخاطبان طراحی شده‌اند. افراد با ورود به این شبکه‌ها وارد دنیای جدیدی می‌شوند که نشأت گرفته و تأثیر پذیرفته از فضای واقعی است و رویدادها و بحث‌ها، حول و حوش دل‌مشغولی‌های انسان معاصر در دنیای واقعی صورت می‌پذیرد» (اکبری و اکبری، ۱۳۹۰: ۱۶؛ نوابخش، ۱۳۹۱: ۳۸).

«شبکه‌های اجتماعی^۱ مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است و هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. افراد در اجتماعات مجازی - که تهدیدی برای اجتماعات واقعی هستند - حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن، علائق و منافع است که به خاطر آن، دور هم جمع شده‌اند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت را می‌سازد؛ هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در دنیای مجازی، هویتی دیجیتالی است. دیگر سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، نژاد و فرهنگ ملی، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کند؛ بلکه منفعی که باعث جمع شدن آنها می‌شود، هویت آنها را می‌سازد و اطلاعات، هویت افراد را در جامعه جدید شکل می‌دهد» (بهرام‌پور، ۱۳۸۳: ۲).



چارچوب نظری تحقیق

هویت در مفهوم جامعه‌شناختی، فاصله میان درون و بیرون و حوزه عمومی و خصوصی را پر می‌کند. این واقعیت که ما خود را به درون هویت‌های فرهنگی می‌افکنیم و در همان زمان، معانی و ارزش آنها را درونی و بخشی از وجود خود می‌کنیم، کمک می‌کند تا احساسات ذهنی خود را با مکان‌های عینی‌ای که در جهان فرهنگی و اجتماعی اشغال نموده‌ایم، هماهنگ سازیم؛ بنابراین، هویت، سوژه را به ساختار متصل می‌سازد. در ادامه به برخی نظریات مطرح‌شده در زمینه هویت اجتماعی اشاره می‌شود:

نظریه استوارت هال

«استوارت هال، سه مرحله تاریخی متفاوت را برای سوژه (هویت) ارائه کرده است: الف) سوژه روشنگری؛ ب) سوژه جامعه‌شناختی و ج) سوژه پست مدرن» (هال، ۱۳۸۳: ۹۱).

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

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

سوژه پست مدرن: «مدل جامعه‌شناختی تعاملی مذکور با رابطه پایدارش میان درون و بیرون، دستاورد مهمی برای نیمه اول قرن بیستم بود. با این همه، در همین دوره، تصویر آشفته‌کننده‌تر و آشفته‌شده‌ای از سوژه و هویت در جنبش‌های زیبایی‌شناختی و روشنفکری، شروع به نمایان شدن کرد. این بینش‌ها چیزهایی را که باید برای سوژه‌های دکارتی و جامعه‌شناختی در مدرنیته متأخر روی می‌داد، پیش‌بینی کردند. سوژه پست-مدرن، هویت برجسته ذاتی و ثابت ندارد. هویت به جشنی مواج تبدیل می‌شود که در ارتباط با شیوه‌هایی از نظام فرهنگی شکل می‌گیرد و متحول می‌شود که ما را احاطه کرده‌اند و به طور دائم به وسیله آنها بازنمایی می‌شویم و مورد خطاب قرار می‌گیریم» (هال، ۱۹۸۷: ۵۶).

نظریه پیتز برگر

دو قلمرو اصلی جامعه‌شناسی معرفت؛ عبارتند از: زیست‌جهان اجتماعی و ساخت اجتماعی واقعیت. زیست‌جهان اجتماعی از آگاهی کنشگران؛ یعنی شیوه‌ای که انسان‌ها واقعیت اجتماعی را می‌سازند، سخن می‌گوید. این آگاهی روزمره، رشته‌ای از معانی مشترک بین فرد و دیگران است و یک زیست‌جهان اجتماعی را می‌سازد. از منظر جامعه‌شناسی معرفت، هر نوع آگاهی تنها در موقعیتی خاص، موجه و معنا دار است؛ لذا دیالکتیک بین آگاهی و واقعیت (ذهن و عین)، باعث ساخته شدن واقعیت اجتماعی می‌شود و توجه به بعد آگاهی (ذهن و درون فرایندهای نهادی)، فهم واقعیت اجتماعی را مقدور می‌سازد. در این چارچوب، برگر و همکارانش با بررسی و تحلیل رابطه بین مدرنیته و تغییرات چارچوب‌های شناختی و به تبع آن، واقعیت‌های اجتماعی، به این نتیجه رسیدند که تفاوت چشمگیر و عظیمی بین سنت (زیست‌جهان سنتی) و جهان مدرن (آنها اشاره‌ای به تفکیک مدرن و پست مدرن نمی‌کنند) وجود دارد. آنها معتقدند انسان به حکم انسان بودنش، ناگزیر از زیستن در یک جهان؛ یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست‌جهان در صدد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است؛ همچنین فهم زیست‌جهان برای تحلیل جامعه‌شناختی موقعیت‌های انضمامی بسیار مهم است» (برگر و لاکمن، ۱۳۷۵: ۱۲۲).

با توجه به چارچوب نظری برگر و همکارانش، مرکزیت برنامه‌ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی نامه خویش (و نیز معانی فراگیر جامعه) نسبت می‌دهد که همگی به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه مدرن دامن می‌زنند. منظور آنها از هویت، چیزی نیست که در روان‌شناسی علمی توصیف می‌شود؛ بلکه بیشتر تجربه واقعی فرد درباره خود در یک موقعیت اجتماعی خاص منظور است؛ به سخن دیگر، منظور آنها از هویت، «طریقی است که در آن، افراد به تعریف خود می‌پردازند. هویت به این معنا، بخشی از یک ساختار معین آگاهی است؛ از این رو، تابع توصیفی پدیدارشناسانه (فارغ از هرگونه داوری معرفت‌شناختی یا روان‌شناسانه) است» (برگر و لاکمن، ۱۳۸۱: ۸۴).

نظریه جنکینز

تعریف جنکینز از هویت، در حقیقت نقد تعاریف ذات‌گرایانه و ایستای هویت است. به عقیده او، هویت، مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادی نیست که صرفاً «وجود دارد»؛ بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه «عمل می‌کند» یا «به کار گرفته می‌شود»؛ همچنین باید به فرایند و تأملی بودن آن، ساختار اجتماعی هویت در تعامل و به عنوان یک نهاد، توجه کافی مبذول داشت؛ زیرا فهم این فرایندها برای درک اینکه هویت اجتماعی «چیست» نقشی اساسی دارد؛ بنابراین هویت را صرفاً می‌توان همچون یک فرایند «بودن» یا «شدن» فهمید (جنکینز، ۱۳۸۱: ۶). جنکینز در زمره نظریه‌پردازان برساختی هویت قرار می‌گیرد. از نظر او، هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی



هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست؛ از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت (همان: ۸). در نظریه او، زمان و مکان نیز به عنوان منابع ساخته شدن هویت در صحنه اجتماع، اهمیت کانونی دارد؛ با این حال، برداشت جنکینز از این دو عامل با فهم رایج اندکی متفاوت است: «در مورد افراد، در وهله اول، هویت در تن آنها جای دارد. هویت فردی، همیشه تجسم یافته است؛ گرچه گاهی به طور مجازی یا تخیلی تجسم می‌یابد (برای مثال، در آثار داستانی یا اسطوره‌ها). به طور مشابه می‌توان هویت‌های اجتماعی جمعی را در چارچوب یک سرزمین یا منطقه جای داد؛ حتی اگر آن سرزمین، جایی باشد که طبق اسطوره باید به آن بازگشت یا آنکه ساختاری سازمانی باشد که نمودار آن، مطابق با یک الگوی جایگاهی است. از آنجا که تن‌ها همیشه در سرزمین‌ها سکنی می‌گزینند، فرد و جمع تا حدودی بر هم منطبق می‌شوند؛ علاوه بر این، در تجربه شخص از خودش و دیگران، زمان با مکان مرتبط است» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۴). مکان، خارج از چارچوب زمان معنا ندارد. در فرایندهای شناسایی، زمان دارای اهمیت است؛ به دلیل آنکه هویت، تداوم دارد؛ ولو آنکه فقط به طور منطقی از طرف کسی ادعا شود یا اینکه به کسی انتساب یابد.

نظریه آنتونی گیدنز

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

گیدنز با تأکید بر مسئله شناسایی هویت و آگاهی به آن، معتقد است که «هویت شخصی، به عنوان پدیده‌ای منظم، مستلزم روایت معینی است؛ روایت «خود» باید صریح و بی‌آما و اگر باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جمعی از «خود»، یادداشت‌های منظم روزانه و تدوین زندگینامه شخصی از توصیه‌های عمده است» (همان: ۱۱۳). زندگی‌نامه در زندگی اجتماعی مدرن، هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد و باید در تدوین و تنظیم آن، مانند دیگر متن‌های روایت‌گرانه، ابتکار و خلاقیت به خرج داد.

گیدنز در زمینه نقش ساختارهای اجتماعی بر آن است که «انتخاب شیوه زندگی و برنامه‌ریزی برای آن، عامل‌های اجتماعی یا عناصر تشکیل دهنده آن زندگی نیستند؛ بلکه با موقعیت‌هایی نهادین، مرتبط هستند که به افراد کمک می‌کنند تا به کنش‌های خود شکل دهند» (همان). او همچنین هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند؛ بنابراین محتوای هویت شخصی یا به عبارت دیگر، ویژگی‌هایی که

زندگینامه شخص از آنها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است (همان: ۸۵).

نظریه مانوئل کاستلز

کاستلز، هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر، اولویت داده می‌شود. او می‌گوید: «در جامعه شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی، معنا حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان، قائم به ذات است؛ اگرچه این رهیافت، به نحوه فرمول‌بندی اریکسون از هویت شباهت دارد؛ اما در اینجا کانون توجه من، عمدتاً معطوف به هویت جمعی است تا به هویت فرد؛ هرچند که فردگرایی (که با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۲).

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

اینکه انواع مختلف هویت‌ها چگونه و به دست چه کسی ساخته می‌شوند و چه پیامدهایی دارند، نمی‌تواند به صورت کلی و انتزاعی مورد بحث قرار گیرد؛ چرا که این امر به متن و زمینه اجتماعی، مربوط است. به نظر کاستلز «سیاست‌های مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد» (همان) و این زمینه خاص برای او، شرط پیدایش جامعه شبکه‌ای است. بر اساس رویکرد مذکور، کاستلز بین سه صورت و منشأ برساختن هویت، تمایز قائل می‌شود که هر کدام پیامدهای اجتماعی خاصی دارد:

هویت مشروعیت‌بخش: این نوع هویت، توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند، با نظریه‌های ملی‌گرایی همخوانی دارد و جامعه‌ای مدنی را ایجاد می‌کند که منابع سلطه ساختاری را البته گاهی به شیوه‌ای پرتعارض، عقلانی می‌سازد.



هویت مقاومت: این هویت که شاید مهمترین شکل هویت‌سازی در جامعه امروز است، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه، بی‌ارزش است یا داغ‌ننگ بر آن زده می‌شود. به نظر کاستلز این نوع هویت‌سازی، به ایجاد جماعت‌ها و اجتماعات منجر می‌شود. «این هویت، شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند و معمولاً بر مبنای هویت‌هایی (مثلاً ملی‌گرایی مبتنی بر قومیت) ساخته می‌شود که آشکارا به وسیله تاریخ، جغرافیا یا زیست‌شناسی تعریف شده‌اند و تبدیل مرزهای مقاومت را به جنبه‌های اساسی و ذاتی آسان‌تر می‌کنند» (همان: ۲۶). «این دسته، توسط نخه‌ها و به عنوان دستگامی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آنها ساخته می‌شود. برنامه این هویت، تلاش برای ساختن جامعه‌ای است که بدون تبعیض به تفاوت‌های فرهنگی احترام بگذارد» (انیس، ۱۳۸۴: ۱۰۴ و ۱۰۵).

هویت برنامه‌دار: هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هر گونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی برمی‌آیند، این نوع هویت تحقق می‌یابد. مصداق این هویت، وقتی است که فمینیسم از سنگرهای مقاومت و دفاع از هویت و حقوق زنان خارج می‌شود تا پدرسالاری را به چالش بکشاند. به طبع، هویت‌هایی که در آغاز به منزله هویت مقاومت شکل می‌گیرند، ممکن است مبلّغ برنامه‌هایی شوند یا در طول تاریخ در میان نهادهای جامعه به نهاد مسلط بدل گردند و به منظور عقلانی کردن سلطه خود، به هویت‌های مشروعیت‌بخش تبدیل شوند؛ در واقع، تحول هویت‌ها در این توالی نشان می‌دهد که از دیدگاه نظریه اجتماعی، هیچ هویتی نمی‌تواند یک جوهر به شمار آید و هیچ هویتی به خودی خود و خارج از متن تاریخی‌اش، ارزش متری یا ارتجاعی ندارد» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۴ و ۲۵).

می‌توان گفت انگیزه‌های متفاوت کاربران برای استفاده از شبکه‌های مجازی، آنها را در موقعیتی قرار می‌دهد که زمینه‌ساز تغییر هویتشان است.

با توجه به تعدد، تفاوت و پراکندگی رویکردها نسبت به آثار و پیامدهای حضور در فضای مجازی و مصرف اینترنت در تمامی ابعاد اجتماعی، بخصوص ابعاد هویتی؛ ارائه و طرح یک رویکرد نظری منسجم بسیار دشوار است؛ به علاوه بسیاری از نظریه‌پردازان و جامعه‌شناسان معاصر، با توجه به نوظهور بودن این پدیده، به طور حاشیه‌ای و بسیار مجمل به این مسئله پرداخته و گوشه‌چشمی به برخی از بخش‌های آن داشته‌اند؛ بنابراین برای تبیین و تشریح کامل سؤالات و اهداف مورد نظر این تحقیق، ضمن دسته‌بندی برخی نظریه‌های مربوط به هویت و فضای مجازی، سعی می‌شود در قالب سه رویکرد طراحی شده، تحقیق، پی گرفته شود:

رویکرد خوش‌بینانه: در این رویکرد، با دید مثبتی به اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی

افراد نگر بسته می‌شود. این رویکرد را در نظریه شری ترکل^۱ می‌توان دید. «او از فضای مجازی، به علت ویژگی‌های خاص آن؛ از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی که به کاربر، اجازه می‌دهد تا به آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف و مورد پسند خود، بازی کند، به عنوان فضایی رهایی‌بخش یاد می‌کند؛ چرا که به کاربر اجازه می‌دهد تا در آن واحد، خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده و در مجموع، همه کاره نمایش مطلوب خود باشد. نظریه پرداز دیگر در قالب این رویکرد، هوراد رینگولد است. از نظر وی، شرکت در اجتماعات مجازی، از فشارهای ناشی از وفق دادن خود با انتظارات گروهی و جمعی در دنیای واقعی می‌کاهد و آزادی بیشتری را در جهت تحقق خودِ مطلوب و ایده آل و تعامل با سایرین مطلوب به فرد می‌بخشد؛ همچنین از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می‌کاهد» (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۲۳).

رویکرد بدبینانه: در این رویکرد، با دیدی منفی به مسئله هویت در فضای مجازی نگر بسته می‌شود. نظریه‌های منطبق با این رویکرد، به طور پراکنده و در انتقاد از نظریات و رویکردهای نسبتاً خوشبینانه برخی پسا مدرن‌ها شکل گرفته است. بر طبق این دیدگاه، دنیای مجازی، شاید محاسبه‌ناپذیرتر از دنیای روزمره باشد؛ اما بر پایه همان قواعد و قراردادهای اجتماعی دنیای واقعی، شکل گرفته است؛ همچنین این فضا توسط منابع قدرت اقتصادی و سیاسی واقعی کنترل و اداره می‌شود؛ بنابراین همه چیز، برنامه‌ریزی شده و از پیش مشخص است و توسط یک عده برنامه‌ریز، ایجاد شده و تحت کنترل آنان است و معتقدند که خودهای شکل گرفته در فضای مجازی، بیشتر شکل برنامه‌ها هستند تا هویت‌ها. بر طبق این دیدگاه در فضای مجازی، هر کاربری قادر است اطلاعات مختلفی را به آسانی در مورد کاربر دیگر کسب کند؛ بنابراین می‌توان گفت امروزه، زندگی‌ها در تار و پود تکنولوژی دیجیتال، به طور اجتناب‌ناپذیری برای سایرین، قابل مشاهده شده است و این مسئله‌ای است که زندگی شخصی افراد را با تهدید روبرو می‌کند» (همان: ۱۳۵).

رویکرد واقع‌بینانه: این رویکرد، خود با دو رویکرد کاملاً متفاوت به هویت و فضای مجازی پرداخته است: رویکرد اول، به نحوه شکل‌گیری و ارائه خود در فضای مجازی در چارچوب نظریه نمایش^۲ گافمن^۳ پرداخته است و رویکرد دوم، نگاه نوینی است به خود در دنیای مدرن کنونی، در پرتو ظهور و گسترش رسانه‌های جدید و افزایش تعاملات رسانه‌ای.

چارچوب نظری تحقیق حاضر، ملهم از نظریات استوارت هال^۴، جنکینز^۵، گیدنز^۶، برگر^۷ و کاستلز^۸

1. Sherry Turkle
2. dramatiurgcal theory
3. Goffman
4. Stuart Hall
5. Jenkins
6. Anthony Giddens
7. Burger
8. Manuel Castells



است. این پژوهش با هدف مطالعه و بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران آن، انجام شده و به بررسی چهار بعد هویت اجتماعی؛ یعنی هویت قومی، دینی، ملی و جهانی پرداخته است. نگارنده با توجه به اهمیت موضوع و تأثیر شبکه‌های اجتماعی؛ بخصوص شبکه‌های اجتماعی نوظهور تلفن همراه بر هویت اجتماعی دانشجویان، رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام را به عنوان کاربران این شبکه‌ها، در مؤلفه‌های فوق مورد مطالعه قرار داد.

فرضیه‌های تحقیق

الف) فرضیه اصلی

– میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

ب) فرضیات فرعی

۱. میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت قومی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۲. میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۳. میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت ملی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۴. میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جهانی دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

پیشینه تحقیق

در زمینه هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تحقیقات متعددی صورت گرفته است که نشان داده‌اند هویت در فضای مجازی، دستخوش تغییر و تحول می‌شود (رن و دیگران، ۲۰۰۷: ۱۱۴؛ پاپاکاریسی، ۲۰۰۹: ۶؛ شالچی، ۱۳۸۴: ۱۶۳؛ عیاری، ۱۳۸۴: ۶۳). دستیابی به جامعه آنلاین نیز منجر به اجتماعی شدن بیشتر و سطوح بالاتر جامعه‌پذیری می‌شود (لی و لی، ۲۰۱۰).

برخی از مطالعات، اثرگذاری فضای مجازی بر هویت را ناچیز می‌شمارند؛ مانند نمونه‌های زیر:

– برات دستجردی و صیادی (۱۳۹۲)، به بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام‌نور شهر اصفهان پرداختند و به این نتیجه رسیدند

که میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد؛ اما بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افسردگی، رابطه معناداری مشاهده نشد.

- خلیلی (۱۳۸۴) در پایان‌نامه‌اش با عنوان «وبلاگ‌نویسی در ایران، مطالعه کمی و کیفی نحوه ابراز هویت با تأکید بر وبلاگ‌های شخصی» به این نتیجه رسید که تعدد شخصیت در وبلاگ‌ها وجود ندارد.

- نتایج تحقیق بهزاد دوران (۱۳۸۱) نشان می‌دهد که میان تجربه فضای سایبرنتیک و سه سطح هویت اجتماعی (خانوادگی، همسالان و ملی) پاسخگویان، رابطه معناداری وجود نداشته است.

- بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱)، پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی: بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان)»، انجام داده‌اند. جامعه آماری این پژوهش نیز شبکه اجتماعی مجازی داخلی کلوپ بوده است. آنها نتیجه گرفتند که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی، ارتباط وجود دارد. بیشتر پاسخ‌دهندگان نیز اذعان داشتند که به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده‌اند؛ همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد.

- پژوهش کلایر پراترو^۱ (۲۰۰۹)، نشان داد که تأثیر رسانه در رفتار و ایدئولوژی، منعکس می‌شود و این به نوبه خود، هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در پژوهش او، هویت به عنوان یک فرایند پویا مورد نظر بوده که تحت تأثیر رسانه‌ها شکل خاصی به خود گرفته است.

برخی از تحقیقات نیز عواملی خارج از این شبکه‌ها را مورد بررسی قرار دادند تا اثرپذیری شبکه‌های مجازی اجتماعی و به تبع آن، کاربران‌شان را از دیگر متغیرها بررسی کنند. در این راستا پژوهش میشل جی. هارت (۲۰۱۱)، نشان داد که دوران مختلف تحصیل بر روی استفاده یا لذت بردن محصلان از شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار است؛ چنان‌که اگر در مرحله تحصیلی بالاتری باشند، رفتار و نگرش آنها نسبت به استفاده از این شبکه‌های اجتماعی آنلاین کاربردی‌تر می‌شود. چو و لیم^۲ (۲۰۱۰) نیز بیان کردند که دانشجویان، جزو بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی می‌باشند و بحث هویت در میان این قشر به مثابه نقطه کانونی مسئله هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است و چون روابط آنها با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت‌های مختلف، شبکه‌ای و وسیع است، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند.

1. Protheroe Claire

2. Chou&Lim



روش‌شناسی تحقیق

ابتدا منابع موجود برای بررسی ادبیات موضوعی زمینه مورد بررسی، جمع‌آوری شد و پس از تهیه چارچوب نظری، متغیرها و شاخص‌های مسئله بر اساس آن، تعیین و اطلاعات مورد نیاز به وسیله پرسش‌نامه تکمیل شد. سنجش و آزمون هر یک از متغیرهای تحقیق نیز با استفاده از سؤالات بسته، طیف‌های مجموع نمرات و مقیاس لیکرت بود و با توجه به سطوح سنجش هر یک از آزمون‌های آماری مرتبط به کار گرفته شد. پس از تهیه پرسش‌نامه مقدماتی و پیش‌آزمون آن، پرسش‌نامه نهایی تدوین شد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش، شامل ۱۳۰ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام در سال ۱۳۹۴ است. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران، ۹۷ نفر تعیین شد.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌های این پژوهش، دو پرسش‌نامه محقق ساخته می‌باشد که پرسش‌نامه اول، به سنجش استفاده از اینترنت پرداخته و پرسش‌نامه دوم، مؤلفه‌های هویت اجتماعی را در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی در ابعادی چون: هویت قومی، هویت دینی، هویت ملی و هویت جهانی مورد سنجش قرار داده است.

روایی^۱ و پایایی^۲ ابزار اندازه‌گیری

در این تحقیق به منظور سنجش روایی ابزار اندازه‌گیری، از روش تأیید روایی صوری^۳ استفاده شد. در این راستا، مفاهیم اصلی تحقیق، مورد ارزیابی داوران و متخصصان رشته‌های مرتبط با موضوع؛ نظیر علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی و ... قرار گرفت و پس از انجام اصلاحات لازم، پرسش‌نامه، روایی لازم را به دست آورد.

جهت سنجش پایایی پرسش‌نامه‌ها نیز از روش پیش‌آزمون^۴ استفاده شد. در این روش، تعدادی پرسش‌نامه میان شرکت‌کنندگان خارج از نمونه آماری توزیع گردید؛ سپس پایایی آنها به روش آزمون آلفای کرونباخ و توسط نرم‌افزار تحلیل داده‌های آماری^۵ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج، نشان داد که اعتبار پرسش‌نامه در بخش پرسش‌نامه سنجش هویت اجتماعی، ۰/۷۱۷ و در حوزه

1. validity
2. reliability
3. face validity
4. Pre Test
5. Spss

سنجش وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ۰/۷۷۸ می‌باشد که در سطح مطلوبی از اعتبار قرار دارد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در حوزه آمار توصیفی از شاخص‌های پراکندگی مرکز؛ شامل: میانگین، میانه، نما، انحراف از معیار و ضریب تغییرات و جهت آزمون فرضیات پژوهش، از آزمون‌های همبستگی (ضریب همبستگی پیرسون) و آزمون رگرسیون به شیوه گام به گام^۱ استفاده شد. کلیه تحلیل‌های آماری نیز توسط نرم‌افزار تجزیه و تحلیل داده‌های آماری^۲ انجام گرفت.

یافته‌ها

الف) آمار توصیفی

در این بخش از تحلیل آماری، به توصیف اطلاعات جمعیت‌شناختی و اطلاعات مربوط به استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ همچنین جامعه آماری مورد مطالعه با استفاده از شاخص‌هایی چون: درصد فراوانی، میانگین، میانه، انحراف از معیار و نما پرداخته می‌شود.

۱. جنسیت

جدول شماره (۱). توزیع فراوانی افراد نمونه آماری تحقیق از نظر جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۳۲	۳۳
زن	۶۵	۷۶
جمع	۹۷	۱۰۰

جدول بالا نشان می‌دهد که از نظر جنسیت، ۳۳ درصد پاسخگویان را مردان و ۷۶ درصد را زنان تشکیل داده‌اند.

۲. سن

جدول شماره (۲). توزیع فراوانی افراد نمونه آماری تحقیق از نظر سن

سن	فراوانی	درصد
۲۰ سال و کمتر	۱۶	۱۶/۵
۲۱ - ۲۵ سال	۴۲	۴۳/۳
۲۶ - ۳۰ سال	۲۲	۲۲/۷
۳۱ - ۳۵ سال	۸	۸/۲
۳۶ - ۴۰ سال	۳	۳/۱
۴۱ - ۴۵ سال	۶	۶/۲
جمع	۹۷	۱۰۰

1. Stepwise
2. Spss



جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پاسخگویان (۴۳/۳ درصد) در رده سنی ۲۱-۲۵ سال و کمترین تعداد آنها (۳/۱ درصد) در رده سنی ۳۶-۴۰ سال قرار داشته است.

۳. مدت آشنایی با اینترنت

جدول شماره (۳). توزیع فراوانی پاسخگویان تحقیق از نظر مدت آشنایی با اینترنت

مدت	فراوانی	درصد
کمتر از ۳ سال	۲۲	۲۲/۷
۴ - ۷ سال	۴۹	۵۰/۵
۸ - ۱۱ سال	۲۲	۲۲/۷
۱۲ سال به بالا	۴	۴/۱
جمع	۹۷	۱۰۰

جدول شماره (۳) نشان می‌دهد که مدت آشنایی ۵۰/۵ درصد از افراد مورد مطالعه با اینترنت، ۴-۷ سال است. ۴/۱ درصد از دانشجویان نیز اذعان داشتند که مدت ۱۲ سال یا بیشتر است که با اینترنت آشنا بوده و از آن بهره برده‌اند.

۴. هدف و نوع استفاده از اینترنت

جدول شماره (۴). توزیع فراوانی پاسخگویان تحقیق از نظر نوع استفاده از اینترنت

نوع استفاده از اینترنت	فراوانی	درصد
جستجوی اطلاعات آموزشی و علمی	۲۹	۲۹/۹
اطلاع از اخبار	۱۱	۱۱/۳
استفاده از پست الکترونیکی	۱۵	۱۵/۵
چت و گفتگوی آنلاین	۲۶	۲۶/۸
بازی و سرگرمی	۷	۷/۲
سایر موارد	۹	۹/۳
جمع	۹۷	۱۰۰

نما: جستجوی اطلاعات آموزشی و علمی

در این تحقیق، از پاسخگویان خواسته شد که نوع استفاده از اینترنت و شبکه جهانی اطلاعات را بر حسب اولویت مشخص کنند. پاسخ‌ها حاکی از آن بود که ۲۹/۹ درصد از دانشجویان به منظور

جستجوی اطلاعات آموزشی و علمی، ۲۶/۸ درصد برای چت و گفتگوی آنلاین، ۱۵/۵ درصد به منظور استفاده از پست الکترونیکی، ۱۱/۳ درصد برای اطلاع از اخبار، ۹/۳ درصد برای سایر امور و ۷/۲ درصد آنها به منظور بازی و سرگرمی از اینترنت استفاده می‌کنند (جدول شماره ۴).

۵. زمان استفاده از اینترنت در طول روز

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر زمان استفاده از اینترنت در طول روز

مدت	فراوانی	درصد
۱ - ۲ ساعت	۲۵	۲۵/۸
۳ - ۵ ساعت	۳۰	۳۰/۹
۶ - ۸ ساعت	۲۲	۲۲/۷
۱۰ - ۱۲ سال	۶	۶/۲
۲۴ ساعته	۱۴	۱۴/۴
جمع	۹۷	۱۰۰

نما: ۳-۵ ساعت

جدول بالا نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پاسخگویان (۳۰/۹ درصد) به طور میانگین ۳-۵ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند. ۶/۲ درصد از افراد مورد مطالعه نیز به طور متوسط در طول روز، ۱۰-۱۲ ساعت به اینترنت وصل هستند.

۶. هدف از استفاده از شبکه‌های اجتماعی

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی

هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	درصد
پیدا کردن دوستان قدیمی	۱۸	۱۸/۶
تبادل اطلاعات با گروه‌های دیگر	۲۴	۲۴/۷
چت و سرگرمی	۹	۹/۳
تماشای تصاویر و فیلم‌ها	۳	۳/۱
تماشا و اطلاع از اخبار	۷	۷/۲
ارسال مطالب برای دیگران	۶	۶/۲
پیدا کردن دوستان جدید	۲۲	۲۲/۷
سایر موارد	۸	۸/۲
جمع	۹۷	۱۰۰

نما: تبادل اطلاعات با گروه‌های دیگر



در این بخش، از پاسخگویان خواسته شد تا هدف استفاده خود را از شبکه‌های اجتماعی بیان کنند. نتایج نشان داد که بیشتر افراد مورد مطالعه (۲۴/۷ درصد) به منظور تبادل اطلاعات با گروه‌ها و افراد دیگر در شبکه‌های اجتماعی عضو هستند و ۲۲/۷ درصد آنها اعلام کردند که هدف آنها از فعالیت در این شبکه‌ها، پیدا کردن دوستان جدید است. تعداد معدودی نیز اطلاع از اخبار و تماشای تصاویر و فیلم‌ها را به عنوان هدف عضویت در شبکه‌های مذکور بیان کردند.

۷. رتبه‌بندی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در این بخش از توصیف داده‌ها به رتبه‌بندی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان، پرداخته می‌شود و به منظور رتبه‌بندی عوامل و شاخص‌ها از ضریب تغییرات استفاده می‌گردد.

جدول شماره (۷). توزیع فراوانی و اولویت گویه‌های مربوط به سنجش وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین از پنج	گویه‌ها
۱	۰/۳۳۳	۱/۱۳۲	۳/۳۹۱	تمایل دارم در همه شبکه‌های اجتماعی فعال و موجود، عضو باشم.
۲	۰/۳۷۰	۱/۲۸۳	۳/۴۶۴	۲۴ ساعته، اینترنت موبایل یا رایانه‌ام وصل است و پیگیر پیام‌های دریافتی یا ارسال پیام به گروه‌های عضو هستم.
۳	۰/۴۲۷	۱/۳۶۹	۳/۲۰۶	اتفاقات خود و محیط پیرامون خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارم.
۴	۰/۴۴۳	۱/۴۰۷	۳/۱۷۵	بلافاصله پس از دریافت پیام شبکه اجتماعی به سراغ موبایل یا رایانه می‌روم.
۵	۰/۵۰۹	۱/۶۲۲	۳/۱۸۶	تمایل دارم در طول روز بیشتر وقتم را در شبکه‌های اجتماعی صرف کنم.

طیف ارزیابی: (خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵)

همانطور که جدول شماره ۷ نشان داد، اولویت‌های مهم در حوزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی؛ عبارتند از: عضویت در همه شبکه‌های اجتماعی موجود، پیگیری ۲۴ ساعته پیام‌های دریافتی از شبکه‌های اجتماعی در طول روز و اشتراک اتفاقات پیرامون در شبکه‌های اجتماعی.

ب) آمار استنباطی

جهت آزمون فرضیات پژوهش، در گام نخست، از آزمون همبستگی و ضریب همبستگی اسپیرمن^۱ با توجه به ناپارامتریک بودن داده‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت قومی و هویت جهانی، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین این نتایج از همبستگی ضعیف میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی حکایت دارد؛ به عبارت دیگر، در جامعه مورد مطالعه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تنها با هویت قومی و جهانی افراد ارتباط معناداری دارد (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸. ماتریس همبستگی میان ابعاد هویت اجتماعی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

سطح معناداری	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	
-	۱	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۰۳	۰/۲۹۸**	هویت اجتماعی
۰/۰۱۶	۰/۲۴۴**	هویت قومی
۰/۱۶۱	۰/۱۴۴**	هویت دینی
۰/۱۹۲	۰/۱۳۳**	هویت ملی
۰/۰۰۰	۰/۴۸۹	هویت جهانی

** همبستگی در سطح $P < ۰/۰۱$

در این تحقیق، برای تعیین اثرات متغیرهای مستقل بر وابسته از رگرسیون استفاده شده است. متغیر وابسته، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی است و متغیرهای مستقل، عوامل مرتبط با هویت اجتماعی هستند که شامل: مؤلفه‌های هویت قومی، دینی، ملی و جهانی می‌باشند. نوع رگرسیون، گام به گام است. در این روش، قویترین متغیرها یک به یک، وارد معادله می‌شوند تا هنگامی که خطای آزمون معناداری به ۵ درصد برسد. در پژوهش حاضر، رگرسیون، طی یک گام صورت گرفته و یک متغیر مستقل، به مدل وارد شده است که شامل مؤلفه‌های هویت جهانی می‌باشد. در جدول شماره (۹)، خلاصه مدل رگرسیونی آمده است. در این جدول، بر اساس گام‌های طی شده، شدت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته در هر گام، توسط ضریب همبستگی چندگانه نشان داده شده؛ سپس ضریب تعیین (مجذور ضریب همبستگی چندگانه) که نشان‌دهنده توان تبیین تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل است به همراه ضریب تعیین تعدیل شده، ذکر شده است. ضریب تعیین تعدیل شده، به خاطر وابستگی به درجه آزادی، نسبت به ضریب تعیین، دقیق‌تر است. آنالیز واریانس نیز نشان‌دهنده معنادار بودن رگرسیون می‌باشد.

1. Spearman Correlation coefficients.



جدول شماره (۹). خلاصه متغیرهای وارد شده به مدل در هر گام از رگرسیون

مدل	متغیرهای وارد شده به مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۱	هویت جهانی ^a	۰/۳۹۶	۰/۱۵۷	۰/۱۴۸

a: متغیر پیش‌بین: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

در جدول شماره (۹) آخرین مرحله از اجرای رگرسیون گام به گام متغیرها، ضرایب استاندارد و غیراستاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معناداری آنها آمده است. مشاهده می‌شود که تمام متغیرهای وارد شده به مدل، در هر مرحله، از معناداری بالایی برخوردار بوده و تا گام اول با معناداری در سطح یک درصد وارد مدل شده‌اند.

جدول شماره (۱۰). ضرایب به دست آمده از تحلیل رگرسیون و سطوح معناداری آنها

مدل	متغیرهای وارد شده در مدل	ضرایب غیراستاندارد		t	Sig
		ضرایب استاندارد	ضرایب استاندارد رده شده		
۱	مقدار ثابت	(B)	انحراف معیار (Bet a)	۰/۱۷۱	۰/۰۰۰

متغیر وابسته: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی، هسته اصلی تحلیل رگرسیون است (جدول شماره ۱۰). معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون B به شرح زیر محاسبه کرد:

$$P = ۱/۶۵۶ + (۰/۴۹۴) X_1 + \epsilon$$

خطا + هویت جهانی (۰/۴۹۶) + ۲/۶۵۶ = استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در بخش اول این تحقیق از پاسخگویان خواسته شد تا به سؤالاتی در خصوص ساعات و هدف استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی پاسخ دهند. نتایج این بخش، نشان داد که هدف بیشتر پاسخگویان در حوزه استفاده از اینترنت، جستجوی اطلاعات آموزشی و علمی و در حوزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تبادل اطلاعات با افراد و گروه‌های دیگر است؛ همچنین متوسط استفاده

از اینترنت توسط دانشجویان در نمونه آماری مورد مطالعه در طول روز، ۳-۵ ساعت است. نتایج تحلیل داده‌ها در بخش بعدی، نشان داد که به طور کلی، میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان (موضوع فرضیه اصلی تحقیق) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تنها با هویت قومی و جهانی پاسخگویان ارتباط دارد؛ به عبارت دیگر، میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی پاسخگویان رابطه‌ای وجود ندارد؛ همچنین نتایج، نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جهانی کاربران این شبکه‌ها بیشترین ارتباط را دارد؛ بنابراین، فرضیه‌های اول و چهارم تحقیق، تأیید و فرضیه‌های دوم و سوم رد شدند. نتایج تحلیل رگرسیونی نیز با تأیید این نتایج، نشان داد که در انجام رگرسیون گام به گام، تنها مؤلفه هویت جهانی، وارد معادله مدل رگرسیونی شده است و این نشان‌دهنده این است که با ارتقای یک واحد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مؤلفه هویت جهانی در شاخص‌هایی چون: احترام به ارزش‌های سایر کشورها، تصور شبکه اجتماعی به عنوان یک جهان کل، تسهیل در پذیرش فرهنگ سایر کشورهای جهان، دنبال کردن فیلم‌ها و تصاویر سایر کشورها و ... به میزان ۰/۴۹۶ ارتقا خواهد یافت؛ به عبارتی «چون در عصر جهانی شدن، ارتباط میان آدمیان وسعت می‌یابد، تصور انسان از خودش در حد اعلام متحول می‌شود. در جهانی شدن، «بازار جهانی منابع هویت‌ساز» به وجود می‌آید و ایجاد فضای رقابتی، تولید هویت‌های جدید را از سطح محلی به سطحی جهانی ارتقا می‌دهد. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۱) و نوابخش و همکاران (۱۳۹۲)، در حوزه ارتباط این شبکه‌ها با هویت جهانی و قومی همخوانی دارد. در این راستا با توجه به تأثیرگذاری غیرقابل انکار شبکه‌های اجتماعی مجازی در هویت اجتماعی جوانان، پیشنهاد می‌شود در جهت توسعه فرهنگ ملی و دینی، شبکه‌های اجتماعی ملی، تقویت و به‌روزرسانی شوند و محتوای آنها برای ترغیب عضویت جوانان در شبکه‌های داخلی مورد توجه بیشتری قرار گیرد؛ همچنین به محققان، پیشنهاد می‌شود که در خصوص نقش شبکه‌های اجتماعی و نوظهور موبایل؛ نظیر: وایبر، واتس‌آپ، اینستاگرام و ... در شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان به پژوهش بپردازند.



منابع و مأخذ

الف) فارسی

- ۱- اکبری، ابوالقاسم و مینا اکبری؛ (۱۳۹۰)، آسیب‌شناسی اجتماعی، تهران: رشد و توسعه.
- انیس، مارتین؛ (۱۳۸۴)، گفتگو‌هایی با مانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران: نی.
- برگر، پیتر و توماس لاکمن؛ (۱۳۷۵)، ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: علمی و فرهنگی.
- برگر، پیتر و توماس لاکمن؛ (۱۳۸۱)، ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی، ترجمه محمد ساوجی، تهران: نی.
- بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی؛ (بهار ۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی: بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان)»، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره یک، ۳۱-۶۲.
- بهرام‌پور، شعبانعلی؛ (۱۳۸۳)، «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم‌نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- بیابانگرد، اسماعیل؛ (۱۳۸۷)، روش‌های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: دوران.
- خسرو شاهی، حبیب و نگین آذرگون؛ (۱۳۹۱)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی»، نشریه مطالعات رسانه‌ای، سال هشتم، شماره ۲۱، ۱-۱۹.
- تاجیک، محمدرضا؛ (۱۳۸۴)، روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان، تهران: فرهنگ‌گفتمان.
- جنکینز، ریچارد؛ (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یا احمدی، تهران: شیرازه.
- دوران، بهزاد؛ (۱۳۸۱)، تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، رساله دکتری جامعه‌شناسی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- برات دستجردی، نگین و سمیه صیادی؛ (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتماد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام‌نور شهر اصفهان»، مجله تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۱۱، شماره ۵، ۳۳۲-۳۴۱.
- ذکایی، محمدسعید و فخره خطیبی؛ (۱۳۸۵)، «رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن (پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی)»، فصل‌نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۳.
- شالچی، سمیه؛ (۱۳۸۴)، هویت بازاندیشانه و رسانه‌ها (بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- عیاری، آذرناوش؛ (۱۳۸۴)، هویت قومی در اینترنت (بررسی عملکرد اینترنتی گروه‌های قومی آذری، بلوچ، ترکمن، عرب خوزستانی و کرد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- کاستلز، مانوئل؛ (۱۳۸۵)، عصر اطلاعات، قدرت هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی؛ (۱۳۷۸)، تجدد و تخصص، جامعه و هویت در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- محسنی تبریزی، علیرضا و محمدرضا هاشمی؛ (بهار ۱۳۹۰)، «تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان (مورد مطالعه: دبیرستان‌های شهر اراک در سال تحصیلی ۸۸-۸۷)»، مجله علمی-پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال سوم، شماره دوم، ۱۵۷-۱۸۲.
- نوابخش، فرزاد، رسول خادم و هاشم آرام؛ (بهار ۱۳۹۲)، «اینترنت و هویت اجتماعی»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره دوم.
- نوابخش، مهرداد؛ (زمستان ۱۳۹۱)، «بررسی ابعاد هویتی سه‌گانه در بین جوانان و نقش آن در توسعه فرهنگی استان آذربایجان شرقی، فصل‌نامه علمی-پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره اول.
- هال، استوارت؛ (۱۳۸۳)، «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید»، ترجمه شهریار وقفی‌پور، فصل‌نامه ارغنون، شماره ۲۴.
- خلیلی، یگانه؛ (۱۳۸۴)، وبلاگ‌نویسی در ایران، مطالعه کمی و کیفی نحوه ابراز هویت با تأکید بر وبلاگ‌های شخصی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

ب) انگلیسی

- Chou, A & Lim, B. (2010) "A framework for measuring happiness in online social



network". Illinois state university.

- Jacobson J. and R. Jenkins 1996. Social Identity. London, Routledge.

- Hall, S. (1987) «Minimal Selves», in Identity: The Real Me, ICA Document 6, London.

Institute for Contemporary Arts.

- Lee, J & Lee, H, (2010), "The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital". New Media & Society. -711. (5) 12 727.

- Michael, j. hart. (2011) "A Study on the motives of high school and undergraduate college students for using the social network site facebook", proquest.

- Papacharissi, Z. (2009). "The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World". New media society.

- Protheroe, Claire, (2009), identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity, University of KwaZulu-Natal, Durban, South Africa.

- Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2007), "Applying Common Identity and Bond Theory to Design Online Communities", Organization Studies: <http://nms.sagepub.com>.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی