

The Role of Social Network Instagram in the Formation of Citizenship Identity; Case Study of Citizens, Isfahan City

Najmeh Karimian Talekhoncheh 

Master's Student in Journalism, Payam Noor University, Tehran, Iran

Nafiseh Sadr Arahami 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran

Akram Hamidian 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran

Farahnaz Mostafavi Kohnegi 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran

Abstract

Today, the concept of citizenship as one of the concepts of the modern world guides sustainable human interactions. Citizenship represents the relationship between the individual and society in the form of rights and responsibilities. On the one hand, solving urban problems, urbanization crises and improving the behavior of citizens, the existence of a suitable culture of citizenship and urbanization, such as urban responsibility; Lawfulness of citizens, and normality are among the patterns of urbanization and these categories are among the necessities of urban life. So all the components of urban life, considering the role of culture in the social relations of the city, urban facilities, transportation system, the body of the city, and urban users, should try to create the necessary balance. The basic point in explaining the studies related to citizenship is that citizenship cannot be considered only from the perspective of law, or only from the perspective

* Corresponding Author: Mostafavi.farahnaz@gmail.com

How to Cite: Karimian Talekhoncheh, N., Sadr Arahami, N., Hamidian, A., Mostafavi Kohnegi, F. (2023). The Role of Social Network Instagram in the Formation of Citizenship Identity; Case Study of Citizens, Isfahan City, *Journal of New Media Studies*, 9(33), 455 -492.

of the relationship between citizenship and the government, investigating the issue of identity, with the advancement of technology, it has found different ways to manifest itself. Currently, various services and applications allow their users to share their daily life and identity in different ways with their mobile phones. Since identity is a variable thing that changes during the social experience and with the formation of new communication methods, new social networks can build people's identities by providing new possibilities. But it seems that Instagram, as one of the largest virtual communities of Iranians, is an important identity-building tool that has led to the creation of an interactive space between users and has influenced their citizenship and national identity as a dynamic phenomenon. According to the statistics of the National Management Center for the Development of Modern Social Networks, more than half of the Iranian people have access to social networks, including Instagram. This capacity of communication and information created regarding modern social networks including Instagram has brought effects and consequences in the identity of Iranian citizens, including Isfahan city, and the basis of the form of the question at the beginning of the present research is: What role does the Instagram social network play? Do they play a role in the citizenship identity of the citizens of Isfahan City?

Context

The present research was done to determine the effect of using the Instagram social network on the citizenship identity of Isfahani citizens. This study was conducted among all citizens of Isfahan province and the impact of using social networks on citizenship identity was measured.

Goal

The purpose of this study is to determine the effect of using the Instagram social network on the citizenship identity of Isfahani citizens.

Method

This research is practical in terms of purpose, descriptive in nature, correlational in terms of the relationship between research variables, and cross-sectional in terms of time. The statistical population of the present study includes all the citizens of Isfahan who are Instagram users in 2019. The sample size was 384 people according to the use of Cochran's unlimited formula. The sampling method in this research was available sampling. In order to collect data, the citizen identity questionnaire of Sadr Arahami et al.

was used and the content validity of the questionnaires was confirmed by the supervisor and several subject experts, and the face validity of the questionnaire was confirmed by several members of the statistical community. The reliability of the questionnaires was calculated using Cronbach's alpha for the Instagram social network usage questionnaire ($\alpha = 0.799$) and for the citizenship identity questionnaire ($\alpha = 0.847$). In order to investigate research hypotheses, descriptive and inferential statistics including Pearson's correlation coefficient, structural equations with SPSS software were used.

Findings

In the present research, Meh was conducted to investigate the impact of the social network (Instagram) on the citizenship identity of the citizens of Isfahan City. The results of the research showed that there is a significant relationship between the use of the Instagram social network on the enjoyment of the citizenship rights of Isfahani citizens and also the use of the Instagram social network has an effect on the self-identity of Isfahani citizens. There is a significant relationship between the use of the Instagram social network and the citizenship awareness of Isfahani citizens, and the use of the Instagram social network has an effect on the priority of collective interests over individual citizens of Isfahani. There is a relationship between the use of the Instagram social network and the civic commitment to the country and the citizens of Isfahan.

Results


The results of the research showed that there is a significant relationship between the use of the social network Instagram and the enjoyment of citizenship rights, and the use of the social network Instagram has a significant positive effect on our identity. The use of the social network Instagram on civil commitment with a level of confidence of 95% has a positive effect; therefore, there is a significant relationship between the use of the Instagram social network and citizenship identity with a confidence level of 95%

Keywords: Social network, identity, citizenship identity, Instagram, citizens, Isfahan.




نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ مورد مطالعه شهروندان شهر اصفهان


دانشجوی کارشناسی ارشد رشته روزنامه‌نگاری، دانشگاه پیام نور،
تهران، ایران

نجمه کریمیان طالخنجه 


استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

نقیسه صدر ارحامی 

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

اکرم حمیدیان 

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

فرحناز مصطفوی کهنگی *

چکیده

امروزه مفهوم شهروندی به‌عنوان یکی از مفاهیم دنیای مدرن هدایت‌گر تعاملات پایدار انسانی است. هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت شهروندی، شهروندان اصفهان بود. پژوهش از جهت هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از حیث ارتباط بین متغیرهای از نوع همبستگی است. جامعه آماری، شامل تمامی شهروندان شهر اصفهان که در سال ۱۴۰۰ کاربر اینستاگرام بودند؛ که تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی از این جامعه انتخاب شدند. ابزار سنجش شامل پرسشنامه هویت شهروندی صدرارحامی و همکاران (۱۳۹۶) و پرسشنامه استفاده از اینستاگرام عموزاده (۱۳۹۵) که در این پژوهش ۵ فرضیه موردسنجش قرار گرفت. به‌منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق از آمار استنباطی؛ شامل ضریب همبستگی پیرسون، معادلات ساختاری با نرم‌افزار SPSS25 استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و برخورداری از حقوق شهروندی رابطه معنادار وجود دارد، همچنین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت مایی به طرز معناداری دارای تأثیر مثبت می‌باشد. استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تعهد مدنی با سطح اطمینان ۹۵ درصد دارای اثر

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۵۹

مثبت است؛ بنابراین بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و هویت شهروندی با سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معنادار وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی، هویت، هویت شهروندی، اینستاگرام، شهروندان، اصفهان.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

تحولات پدید آمده در جوامع حتی در کشورهای در حال توسعه، حرکت به سوی نظام‌های مدیریت مشارکتی به‌ویژه از دهه ۱۹۶۰ را نشان می‌دهد که لازمه آن رعایت اصول شهروندی و ایجاد نهادهای مدنی بر پایه این اصول است. بنابراین می‌توان گفت کارکرد اصلی شهروندی، اداره جامعه مبتنی بر رعایت حقوق دیگران و تعهد به انجام وظایف به‌منظور حفظ نهادهایی است که این حقوق را برقرار و پایدار نگه می‌دارند (فالکس، ۲۰۰۰).

امروزه مفهوم شهروندی به‌عنوان یکی از مفاهیم دنیای مدرن هدایت‌گر تعاملات پایدار انسانی است. شهروندی، رابطه بین فرد و جامعه را در قالب حقوق و مسئولیت‌ها بازنمایی می‌کند از سویی حل مسائل شهری، بحران‌های شهرنشینی و اصلاح رفتار شهروندان، وجود یک فرهنگ مناسب شهروندی و شهرنشینی همانند مسئولیت‌پذیری شهری، قانونمند بودن شهروندان و هنجارپذیری از الگوهای شهرنشینی است و این مقولات جزء ضرورت‌های زندگی شهری می‌باشند. به‌طوری‌که همه اجزای زندگی شهری با در نظر گرفتن نقش فرهنگ در مناسبات اجتماعی شهر، لازم است که سعی کنند تعادل لازم را به وجود آورند (فاضلی، ۱۳۸۶).

موضوع هویت، با پیشرفت تکنولوژی راه‌های مختلفی برای بروز خود پیدا کرده است. در حال حاضر، سرویس‌ها و اپلیکیشن‌های مختلف این امکان را به کاربران خود می‌دهد که با گوشی‌های همراه خود زندگی روزمره و هویت خود را از طرق مختلف به اشتراک بگذارند. از آنجاکه هویت امری متغیر است که در طول تجربه اجتماعی و با شکل‌گیری شیوه‌های جدید ارتباطی تغییر می‌یابد شبکه‌های اجتماعی جدید می‌توانند با ارائه امکانات جدید به بر ساخت هویت افراد پردازند (سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵).

لذا هویت شهروندی، هویت قراردادی و اکتسابی است که در درجه اول با عضویت در واحد سیاسی به نام دولت - ملت حاصل می‌شود و از سوی دیگر مانند هویت انسانی هیچ‌گونه حیثیتی نمی‌پذیرد و همه افراد را از هر جنس، رنگ، مذهب، نژاد و قومیت به‌طور

یکسان در بر می‌گیرد. در حقیقت زندگی افراد و هویت آنان به‌عنوان شهروند، به دلیل بقا و دوام اجتماعی که در آن زندگی می‌کنند. در این تفکر، هویت شهروندی به معنای عضویت کامل در اجتماع و عمل به تعهدات و وظایف است که در قالب مشارکت اجتماعی و سیاسی در جامعه و حکومت تبلور می‌یابد، به گونه‌ای که افراد بدون اجبار و محدودیت با عمل به مسئولیت اخلاقی و وظایف اجتماعی منافع خود و اجتماع را دنبال می‌کنند (رشیدی، ۱۳۹۱). در طبقه‌بندی هویت‌ها، هویت شهروندی، زیرمجموعه هویت اجتماعی قرار می‌گیرد (گنجی و همکاران، ۱۳۹۲). می‌توان گفت که هویت شهروندی شامل مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و قوانین بنیادی مشترک، همچنین تشخیص حقوق و تکالیف شهروندی است (محمدی و شیانی، ۱۳۸۹).

یکی از عوامل تأثیرگذار بر هویت یک فرد، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک فضای مجازی نوپدید جذاب و فراگیر به‌سرعت جای خود را در عرصه تعاملات اجتماعی باز کردند (Valencia, 2014). بر اساس یافته‌های مطالعاتی و نظریه‌های جامعه‌شناسانی چون کاستلز، تامسون و ... درباره رسانه‌های جمعی و شهروندی چنین استنباط می‌شود که شبکه‌های اجتماعی نوین همچون اینستاگرام در ابعاد مختلف هویت شهروندی کاربرد تأثیر دارند (موسی پور و سیف الهی، ۱۳۹۶). این شبکه‌ها به‌عنوان محلی برای تعاملات نامحدود بین فرهنگی، انتقال اطلاعات، ارتقای دانش و تضارب آرا همراه با سرگرمی فرصت تازه‌ای را برای شکل‌دهی و تجلی هویت شهروندی برای کاربران به وجود آورده‌اند. به‌طوری‌که افراد با منابع کثیر هویت‌یابی مواجه شدند و فرایند هویت‌یابی آنان شکل فرامکانی یافته است (Truch & Hulme, 2004)، به‌علاوه شبکه‌های اجتماعی نوین این امکان را به کاربران دادند که بتوانند به هر صورتی که علاقه‌مند باشند هویت خود را بسازند (Bennett, 2006) این شبکه‌ها به‌عنوان محلی برای تعاملات نامحدود بین فرهنگی، انتقال اطلاعات، ارتقای دانش و تضارب آراء، همراه با سرگرمی فرصت‌های تازه‌ای را برای شکل‌دهی و تجلی «هویت شهروندی» برای کاربران را به وجود آورده‌اند، به‌طوری‌که افراد با منابع کثیر هویت‌یابی مواجه شده و فرایند

هویت‌یابی آنان شکلی فرامکانی یافته (Truch & Hulme, 2004)، به‌علاوه شبکه‌های اجتماعی نوین این امکان را به کاربران داده‌اند که بتوانند به هر صورتی که علاقه‌مند باشند هویت خود را بسازند. (Bennett, 2006) از آنجا که شبکه اجتماعی نوین زیرمجموعه‌ای نوظهور از رسانه‌های گروهی ارتباطی و اطلاعاتی هستند و «رسانه‌های گروهی در شکل‌دهی روابط اجتماعی شخصی و رسمی که مبتنی بر تفکر و منطق هستند» نقش محوری دارند، بنابراین می‌توان چنین گفت که شبکه‌های اجتماعی نوین، به‌تبع شکل‌دهی به روابط و مناسبات اجتماعی، نقش بینادین را در «هویت شهروندی» کاربران خود ایفا می‌نمایند.

اینستاگرام نیز به‌عنوان شبکه اجتماعی عکس محور با اقبال گسترده در جامعه ایران مواجه شده است. کنش در این فضا تفاوت‌هایی با کنش در زندگی روزمره دارد. این تفاوت‌ها شامل تفاوت در فرهنگ و همچنین شکل اشاعه فرهنگی نیز می‌شود. در این زمینه مشخص نیست که یک هنجار چگونه به دسته‌ای از خرده‌فرهنگ‌ها تبدیل می‌شود. این موارد به‌علت نوین بودن برای جامعه شناسان ناشناخته و یا حداقل کمتر شناخته‌شده است. (غنی زاده، ۱۳۹۸)؛ بنابراین استفاده از اینترنت و مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانیان به‌طور قابل توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد، این روند کماکان ادامه دارد، لازم به ذکر است که ماهیت مکان و فضا در دنیای دیجیتال کاملاً دگرگون شده است و زمان مفهوم مکان‌مند گذشته را ندارد فرهنگ‌ها در هم ادغام شده و خلوص مکانی و زمانی دیروز خود را تا حدی از دست داده‌اند بنابراین طبیعی است که هویت در فضای جدید دچار تغییرات شود (کفاشی و فلاحی، ۱۳۹۳).

پژوهش پیش رو در پی پاسخ‌گویی به این پرسش طراحی و اجرا شده است که «آیا شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی، شهروندان اصفهانی تأثیر دارد؟» چه رابطه معناداری بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و شکل‌گیری هویت شهروندی، شهروندان اصفهان وجود دارد؟ لذا با توجه به این موضوع که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام در شکل‌گیری هویت شهروندی تا چه میزان در ارتباط باشد و اهمیت

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۶۳

و لزوم شکل‌گیری هویت شهروندی با استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام در شهر اصفهان موضوعی مهم و قابل توجه می‌باشد که در پژوهش حاضر به آن پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

بخش زیرمجموعه‌ای از مهم‌ترین تلاش‌هایی که در زمینه مباحث موردنظر تاکنون انجام شده است.

حیدری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر کیفیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی شهروندان تبریزی» به روش پیمایشی انجام گرفته که یافته‌های پژوهش نشان داد که مدت عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی، بعد آگاهی و بعد تعهد هویت ملی، میزان فعالیت بر بعد تعهد هویت ملی و حضور واقعی بر بعد آگاهی هویت ملی تأثیر منفی و میزان فعال بودن تأثیر مثبت بر بعد آگاهی هویت ملی دارد. میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بعد تعهد هویت ملی بیشتر از سایر ابعاد است. نتایج نشان داد که صرف حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مثبت یا منفی بر هویت ملی ندارد، بلکه زمینه اجتماعی و فرهنگی کاربران در تعیین نوع تأثیر این شبکه‌ها مؤثر است.

نواح و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز» بود در این پژوهش از نظریات استوارت هال، امانوئل کاستلز، پیتر برگر، آنتونی گیدنز و جنکیز استفاده شده است. جامعه آماری کلیه جوانان شهر اهواز، بالغ بر تعداد ۳۸۴ نفر از آنان به‌عنوان نمونه، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که میان متغیرهای مستقل میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین متغیر سن با متغیر هویت اجتماعی دارای ارتباط معنادار و با متغیر هویت دینی و هویت ملی ارتباط معناداری ندارد و

میان متغیر میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی با متغیر وابسته هویت دینی ارتباط معکوس و منفی برقرار است.

بیاتی (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) در هویت بومی و محلی» انجام دادند. در این پژوهش به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) در هویت بومی و محلی پرداخته شده و روش تحقیق مورداستفاده توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری در این مقاله افراد ۱۵ سال به بالا که طبق سرشماری ۱۳۹۵ تعداد آن‌ها ۶۷۴ هزار و ۱۹۰ نفر می‌باشد. نمونه موردنیاز با استفاده از فرمول کوکران محاسبه و با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، حجم نمونه تقریباً ۴۶۱ نفر می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد با توجه به تنوع قومیت در استان چهارمحال و بختیاری میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) در حدود نسبتاً خوب قرار دارد و رضایت نسبتاً بالای کاربران از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) موجود دارد بنابراین کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) با توجه به مأموریت‌های خود و بر اساس نقش جامعه رسانه‌ای توانسته است بازنمایی فرهنگی بومی و محلی را در تولید محتوای موردتوجه قرار دهد پیشنهاد می‌شود که مدیران کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) و تفویض اختیار به کاربران و کسانی که می‌خواهند به تولید محتوا بپردازند با برنامه‌های مناسب و جذاب متناسب با ذائقه و سلیقه‌های جوانان زمینه لازم جهت گرایش جوانان به فرهنگ بومی-محلی را در آنان ایجاد کنند.

شهیدی (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان «تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر سطوح هویت‌یابی و احساس امنیت اجتماعی نوجوانان» انجام دادند. این پژوهش باهدف بررسی تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سطوح هویت‌یابی و احساس امنیت اجتماعی نوجوانان شهر اراک انجام شد. روش پژوهش، توصیفی و از نوع علی-مقایسه‌ای و جامعه آماری شامل کلیه نوجوانان دختر و پسر شهر اراک بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند ۲۰۰ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه هویت (ISI) و

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی...؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۶۵

پرسشنامه امنیت اجتماعی استفاده شد که داده‌ها با شاخص‌های آماری آزمون t و تحلیل واریانس و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد بین سطوح هویت‌یابی و احساس امنیت اجتماعی نوجوانان عضو شبکه‌های اجتماعی و افراد غیر عضو تفاوت معناداری وجود نداشت. با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر به نظر می‌رسد عضویت در شبکه‌های اجتماعی به‌تنهایی تبیین‌کننده سطوح هویت-یابی و یا احساس امنیت اجتماعی نوجوانان نمی‌باشد و عوامل دیگری همچون خانواده، جو محیط مدرسه و فضای آموزشی و سایر شرایط تربیتی و فرایند رشد نوجوانان می‌توانند در شکل‌گیری نوع هویت و احساس امنیت آن‌ها مؤثر باشند.

باقری و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان «مطالعه تأثیر رسانه‌های جمعی بر آگاهی از حقوق شهروندی» انجام دادند. این پژوهش با روش پیمایش و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز در نیم سال دوم تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ می‌باشند. حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران با خطای ۵ درصد، تعداد ۳۷۴ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم انتخاب شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که میانگین آگاهی از حقوق شهروندی دانشجویان در سطح متوسط رو به بالایی می‌باشد و بین متغیرهای میزان استفاده از ماهواره، اینترنت، عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تلفن همراه، رسانه، پایگاه اقتصاد-اجتماعی، سن، مقطع تحصیلی و رشته تحصیلی با متغیر وابسته آگاهی از حقوق شهروندی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین بین متغیرهای میزان استفاده از رادیو، تلویزیون، مطالعه کتاب، روزنامه و مجالت، سینما و تئاتر، تأهل و قومیت با متغیر آگاهی از حقوق شهروندی رابطه معناداری وجود ندارد؛ همچنین بین جنس و آگاهی از حقوق شهروندی تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از یافته‌های رگرسیونی نشان می‌دهد که این متغیرها ۲/۱۶ از تغییرات مربوط به متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند.

کیهان و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی تحت عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی

در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران، انجام دادند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه کتبی بوده و نمونه آماری شامل ۴۰۰ نفر از دانشجویان کرد رشته‌های علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه‌های تربیت مدرس، تهران، شهید بهشتی، علامه طباطبائی و شاهد بوده که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج تحلیل آماری این بخش از تحقیق نیز نشان داده است که نرم‌افزارهای اجتماعی پرمخاطب شامل تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ و ایمو بوده است. نتایج تحلیلی نشان داده است که تلگرام و اینستاگرام، بدون کنترل تأثیر متغیرهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با هویت قومی دانشجویان رابطه داشته‌اند؛ اما با کنترل تأثیر این متغیرها، تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام بشدت کاهش پیدا کرده است. به این ترتیب مقاله حاضر نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی نوین تنها فضای جدیدی برای بازنمایی هویتی افراد بوده و عوامل اصلی تشدید هویت قومی را باید در دنیای آفلاین و در بین علل ساختاری از جمله محرومیت نسبی، نارضایتی، تجربه زیسته اقوام و غیره جستجو کرد.

عظیمی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان باهدف بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی افراد ۱۸ تا ۴۰ سال انجام شده است به روش پیمایشی و از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، حجم نمونه شامل ۳۸۴ نفر برآورد شده است. یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی ۷۲ درصد از تغییرات هویت قومی پاسخگویان تحقیق حاضر را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر هویت ملی دارند. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که متغیرهای مستقل تحقیق حاضر حدود ۲۴ درصد از تغییرات هویت ملی پاسخگویان تحقیق حاضر را پیش‌بینی می‌کنند.

رضایی و غلامزاده (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان «تحلیل فردگرایی در شبکه‌های

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۶۷

اجتماعی مجازی» انجام دادند. یافته‌های به‌دست آمده نشان از فردگرایی شبکه‌ای در سطح متوسط دارد و به‌طور کلی می‌توان گفت کنش‌های فردگرایانه و جمع‌گرایانه در سطوح مختلف در شبکه‌های اجتماعی مجازی دیده می‌شود. همچنین یافته‌های جدید نشان می‌دهد خانواده‌گرایی به‌عنوان یکی از فرهنگ‌های عمومی جامعه ایران در شبکه‌های مجازی نیز نقش چشمگیری دارد. در نهایت می‌توان گفت مقیاس فردگرایی شبکه‌ای ساخته‌شده در این پژوهش که برای اولین بار سنجش شده است می‌تواند الگوی مناسبی در مطالعه فردگرایی در فضای مجازی باشد که لازم است اصلاح و دوباره سنجش شود.

ب) تحقیقات خارجی

پوناسامی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان دلایل و نتایج اعتیاد به اینستاگرام: بهزیستی روان‌شناختی به‌عنوان نقش تعدیل‌گر انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که شناخت و نیازهای اجتماعی تأثیر زیادی در اعتیاد به اینستاگرام دارند، در حالی که نیازهای اطلاعاتی و سرگرمی هیچ تأثیری در اعتیاد به اینستاگرام ندارند. علاوه بر این، نتایج شواهدی از تأثیر نقش تعدیل‌کننده بهزیستی روان‌شناختی بر رابطه بین نیازهای اجتماعی و اعتیاد به اینستاگرام ارائه می‌دهد. این یافته‌ها همچنین ارتباط منفی بین اعتیاد به اینستاگرام و عملکرد تحصیلی را نشان داده و تأثیر مثبت اعتیاد به اینستاگرام را بر کمرویی و تنهایی نیز تأیید می‌کند.

لطیف و همکاران^۲ (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان مقایسه و تطبیق اجتماعی به‌عنوان یک شمشیر دو لبه در شبکه‌های اجتماعی: نقش نوع حسادت و رشک و هویت اجتماعی آنلاین انجام دادند. نتایج نشان داد که مقایسه و تطبیق اجتماعی رشک و هویت اجتماعی آنلاین را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بر اساس داده‌های چند موجی جمع‌آوری شده از ۴۶۹ کاربر فیس‌بوک در پاکستان، مقایسه اجتماعی کاربر فیس‌بوک حسادت سازنده و مخرب را برانگیخته است. علاوه بر این، هویت اجتماعی آنلاین رابطه تطبیق اجتماعی و حسادت

^۱ Ponnusamy, et al

^۲ Latif, et al

را تعدیل کرد به گونه‌ای که رابطه مثبت مقایسه اجتماعی و حسادت سازنده قوی‌تر بود و وقتی هویت اجتماعی آنلاین کاربر بالا بود، رابطه مثبت مقایسه اجتماعی و حسادت بدخواهانه ضعیف‌تر بود.

مارینو و همکاران^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی که با عنوان «مدل‌سازی ساخت شخصیت، هویت اجتماعی و هنجارهای اجتماعی استفاده جوانان از فیس‌بوک» انجام داده‌اند، مدل معادلات ساختاری آنان نشان می‌دهد که ثبات عاطفی، برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و هنجارها می‌توانند استفاده مشکل‌آفرین از فیس‌بوک را پیش‌بینی کنند، درحالی‌که جنس، هنجارهای گروه و هویت اجتماعی درک شده، میزان استفاده از فیس‌بوک را به‌راحتی پیش‌بینی می‌کنند.

بولونگ و همکاران^۴ (۲۰۰۸) پژوهشی تحت عنوان «ارتباطات اجتماعی و روابط بین فردی در جامعه مجازی از طریق چت و گفت‌وگوی اینترنتی» انجام دادند. نشان داده است که عموماً در اینترنت، تمایل افراد به ایجاد ارتباطات درون قومی بیشتر از ارتباطات برون قومی است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به قوم محوری دامن می‌زنند.

به‌طور کلی در این حوزه پژوهش‌های خوبی انجام شده و هرکدام از زاویه خاصی به آن پرداخته ولی در خصوص شبکه اجتماعی و هویت شهروندی آن پژوهشی مورد بررسی قرار نگرفته است که در پژوهش حاضر تلاش شده از این منظر توجه ویژه‌ای به آن صورت پذیرد.

مباحث نظری

نظریات هال^۵

استوارت هال نیز یکی دیگر از متفکران کنونی است که نقش عمده‌های در صورت‌بندی مسئله هویت داشته است. هال یکی از بنیان‌گذاران پارادایم مطالعات فرهنگی در بیرمنگام

^۳Marino, et al

^۴Bolong, et al

^۵Stuart Hall

است. مسئله هویت از همان ابتدا در مرکز مطالعات فرهنگی قرار گرفت. در این زمینه مطالعات فرهنگی به مطالعه این امر می‌پردازد که افراد و گروه‌ها چگونه هویت خودشان را ساخته و مورد مذاکره قرار می‌دهند و یا اینکه چه درکی از خود دارند. از نظر حال تغییر ساختاری عصر مدرن با تغییر چشم‌اندازهای فرهنگی، طبقه، جنسیت، سکسوالیته، قومیت، نژاد و ملیت که پیش‌تر از این پناهگاه محکمی برای هویت محسوب می‌شدند هویت افراد را تغییر داده و در هم می‌ریزد. این تغییرات در حال تغییر دادن هویت شخصی ما و سست کردن درک ما از خودمان به‌عنوان سوژه‌های یکپارچه هستند (هال، ۱۹۹۶). این همان چیزی است که از آن به‌عنوان «سوژه مرکز زدایی شده» نام برده می‌شود که به بحران هویت تعبیر می‌شود. هال بیان می‌کند که همه هویت‌های یکپارچه در حال زوال و فروپاشی هستند. سوژه پست‌مدرن برخلاف سوژه‌های قدیمی که دارای یک هویت یکپارچه و درونی بودند، اکنون از چندین هویت متنوع و حتی در برخی مواقع غیرقابل سازش به‌صورت هم‌زمان تشکیل شده است. به سخن دیگر منابع هویت در دنیای پست‌مدرن، متنوع‌تر، متغیرتر و مسئله‌دارتر شده است. در عصر پست-مدرن «هویت» به یک جشن مواج تبدیل می‌شود که در ارتباط با شیوه‌هایی از نظام فرهنگی شکل گرفته و متحول می‌شود که ما را احاطه کرده‌اند و دائماً به‌وسیله آن‌ها بازنمایی می‌شویم و مورد خطاب قرار می‌گیریم. به‌زعم هال هویت بر شیوه‌های تاریخی بر ساخته می‌شود و نه بیولوژیکی. بنابراین پایه‌پای تغییرات تاریخی به سوژه در زمان‌های متفاوت، هویت‌های مختلفی می‌پذیرد و اسطوره هویت یکپارچه و جهان‌شمول به‌خاطر تسلی خویشتن به‌وسیله روایتی آرام‌بخش از خود است. به تعبیر فوکوئی «از من نپرسید که چه کسی هستم و از من نخواهید که همواره همان کس باقی بمانم» (فوکو، ۱۹۷۲).

نظریه آنتونی گیدنز^۶

گیدنز بر ظهور سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است که درعین حال هم زاینده نهادهای امروزی هستند و هم به آن‌ها شکل می‌دهند. از این جهت «خود» مفهوم منفعلی

^۶Anthony Giddens

نیست که صرفاً تحت تأثیرات برونی شکل گرفته باشد (گیدنز، ۱۳۷۸)، او بر اساس رویکرد تلفیقی (ساختار و عامل) خود 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، به‌عنوان پدیده‌های منتظم، مستلزم روایت معینی است: روایت «خود» باید صریح و بی‌امواگر باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشت‌های منظم روزانه و تدوین زندگی‌نامه شخصی از توصیه‌های عمده است». زندگی اجتماعی مدرن زندگی‌نامه هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد. چنین زندگی‌نامه‌هایی، مانند دیگر متن‌های روایت گرانه، چیزی است که باید روی آن کارکرد و در تدوین و تنظیم آن‌ها ابتکار و خلاقیت به خرج داد. در زمینه نقش ساختارهای اجتماعی، گیدنز بر آن است که انتخاب شیوه زندگی و برنامه‌ریزی زندگی دقیقاً «در» بطن زندگی روزمره عامل‌های اجتماعی یا از عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن زندگی نیستند بلکه مرتبط با موقعیت‌های نهادینی هستند که به افراد کمک می‌کنند تا به کنش‌های خود شکل دهند. همچنین می‌توان گفت که گیدنز هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین «محتوای» هویت شخصی یا، به‌عبارت‌دیگر، ویژگی‌هایی که زندگی‌نامه شخص از آن‌ها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است.

برایان اس ترنر^۱ (۱۹۹۰) بر این عقیده است که شهروندی علاوه بر اینکه فرصت حقوقی فراهم می‌کند، نوعی هویت فرهنگی خاص برای فرد و گروه ایجاد می‌کند. این همان مفهومی است که درباره‌ی سیاست هویت بحث می‌کند؛ بنابراین، وقتی متفکران علوم سیاسی از شهروندی سخن می‌گویند، منظورشان نحوه‌ی دسترسی به منابع اقتصادی و سیاسی است. همین‌طور هویت در جامعه‌ی مدنی و فرهنگ شهری از دیدگاه فلسفه‌ی سیاسی - شهروندی، آرمانی به نام «شهر خوب و متعالی» دارد که از کارکرد بهینه‌ی دموکراسی نشأت می‌گیرد. در واقع، واژه شهروندی مبین ارتباط شهروندی با به‌وجود آمدن جامعه‌ی بورژوازی است و به‌طور خاص با سنت‌های جامعه‌ی مدنی ارتباط دارد. به عقیده‌ی ترنر، هر شهروند از

^۱Turner

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی ...؛ کربمیان طانچونچه و همکاران | ۴۷۱

حقوق اقتصادی، فرهنگی و سیاسی بهره‌مند می‌شود. حقوق اقتصادی به نیازهای اساسی مانند غذا و سلامتی، حقوق فرهنگی به امکان دسترسی به رفاه و آموزش و درنهایت حقوق سیاسی به آزادی‌های متعارف و حق بیان مربوط می‌شود. مجموعه این حقوق را حقوق اجتماعی می‌گویند که از حقوق انسانی متمایز می‌شود. حقوق اجتماعی این فرض کلی را در بر دارد که شامل کسانی می‌شود که عضو دولت - ملت‌اند.

پارسونز شهروندی را نتیجه توسعه مدرنیته و دموکراتیک‌شدن جوامع می‌داند. او شهروندی را به سه مقوله کردار اجتماعی، عضویت اجتماعی و انسجام اجتماعی پیوند می‌دهد. شهروندی کامل به معنای برخورداری همه اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق است که باید آن را بشناسند و دیگران نیز این حقوق را محترم بشمارند. (به نقل از توسلی و نجاتی حسینی، ۱۳۸۳).

از نظر پارسونز یک شهروندی کامل به‌دوراز هرگونه تبعیض اجتماعی به معنی برخورداری همه اقشار و گروه‌های اجتماعی از حقوق و تعهدات شهروندی و آگاهی آنان از حقوق خود است؛ بنابراین، آگاهی از حقوق شهروندی به تأمین انواع مختلف منابع و ایجاد فرصت‌های مناسب و بازتولید ارزش‌های عام از یک‌طرف و نگرش مناسب به این حقوق از سوی دیگر نیازمند است. مهم‌ترین مسئله موردتوجه پارسونز گروه‌هایی‌اند که از امتیازات شهروندی محروم‌اند. (شیانی و دادوندی، ۱۳۸۹)؛ بنابراین، افرادی که نگرش‌های خاص‌گرایانه دارند، آگاهی کمتری از حقوق خود دارند. در این میان آموزش نقش مهمی را در جامعه‌پذیری یکپارچه و گسترده افراد و ارائه نگرش‌های عام‌گرایانه ایفا می‌کند تا به‌دنبال آن زمینه آگاهی افراد از حقوق و وظایفشان فراهم شود (هزارجریبی و امانیان، ۱۳۹۰).

دیدگاه مانوئل کاستلز^۱ در مورد جامعه شبکه‌ای

به لحاظ تاریخی کاستلز دگرگونی فناورانه را که منجر به ایجاد و اختراع شاهراه اطلاعاتی شده با اختراع بزرگ حروف الفبا در یونان ۷۰۰ سال پیش از میلاد مشابه می‌داند و معتقد

^۱M. Castells

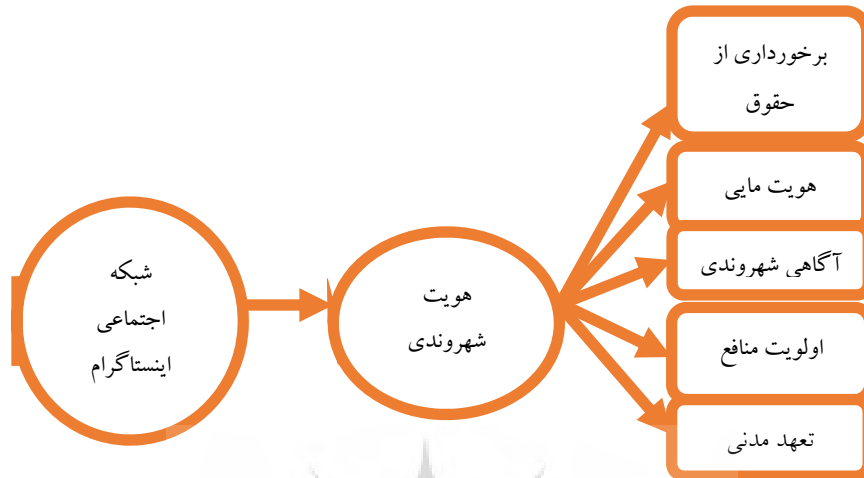
است برای نخستین بار در تاریخ رسانه، ابرمتن یا فرازبانی شکل گرفته است که شیوه‌های مکتوب، شفاهی، دیداری و شنیداری ارتباطات انسانی را در چارچوب یک سیستم، یکپارچه می‌سازد. این پدیده که شاهراه اطلاعاتی نامیده می‌شود به دلیل قابلیت یکپارچه‌سازی متن، تصویر و صدا در یک سیستم و شبکه جهانی، ماهیت ارتباطات را دستخوش دگرگونی‌های بنیادین ساخته است و از آنجا که ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی فرهنگ دارد، فرهنگ نیز به تبع دگرگونی‌های فناورانه جدید، تحولات بنیادی دیگری را از سر می‌گذراند. در نظر کاستلز یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ‌هاست. از این‌رو در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است. البته در ادامه کاستلز این جامعه را نقد می‌کند و معتقد است جهان شبکه‌ای باعث بیگانگی انسان‌ها از یکدیگر و موجب غریبه انگاشتن انسان‌ها می‌ماند، وی می‌گوید: در شرایطی که کارکرد و معنا دچار دوگانگی ساختاری هستند الگوهای ارتباطی بیش‌ازپیش دچار تنش می‌شوند ارتباط به معنای دادوستد مفهومی از میان می‌رود. وقتی دیگر هیچ‌گونه ارتباطی حتی به صورت ارتباط خصمانه (مانند مبارزه اجتماعی یا مخالفت سیاسی) وجود نداشته باشد گروه‌های اجتماعی و افراد از یکدیگر غریبه و بیگانه می‌مانند و نهایتاً یکدیگر را به مثابه تهدید می‌نگرند. در این روند هویت‌ها خاص‌تر و مشارکت در آن‌ها دشوارتر می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی‌های جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد (کاستلز، ۱۳۸۵).

مدل مفهومی

چارچوب نظری هر پژوهش در واقع زیربنای هر کار تحقیقی به‌شمار می‌رود. انتخاب چارچوب نظری برای تحقیق دو کارکرد مهم دارد. اول این که اجازه می‌دهد سؤال آغازین

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی ...؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۷۳

تحقیق مجدداً فرمول‌بندی شده و دوم این که به‌عنوان شالوده‌ای برای فرضیه‌هایی به کار می‌رود که به اعتبار آن‌ها محقق پاسخ منسجمی به سؤال آغازین خواهد داد (کامپنهود و همکاران، ۱۴۰۰). پرسشنامه هویت شهروندی محقق ساخته این پرسشنامه دارای ۶ بعد، برخورداری از حقوق شهروندی شامل ۷ گویه، بعد هویت مایی شامل ۱۰ گویه، بعد اولویت منابع جمعی بر فردی شامل ۳ گویه، بعد تعهد مدنی شامل ۴ گویه و بعد وفاداری به کشور شامل ۵ گویه با استفاده از نظریات جامعه‌شناسان همچون هال، گیدنز، جنگیز و ... در نظر گرفته شده بود. شیوه نمره‌گذاری در این پرسشنامه با استفاده از طیف ۵ مرحله‌ای لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم در نظر گرفته شده، سؤالات این بخش پرسشنامه را با در نظر گرفتن ادبیات پژوهشی نظریه‌پردازان در حوزه هویت شهروندی طراحی گردید. در بخش سنجش روایی محتوایی ابتدا سؤالات در اختیار تعدادی از متخصصان و اساتید قرار گرفت. روایی پرسشنامه در مرحله نخست در بین ۲۵ نفر از متخصصان و اساتید قرار گرفت. در بررسی اولیه توسط آنان تعدادی از سؤالات حذف گردید و پس از نهایی شدن روایی محتوایی نسخه تکمیل شده در بین ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری توزیع گردید، پس از دریافت داده‌ها، پایایی سؤالات پرسشنامه انجام گرفت. پرسشنامه شبکه اجتماعی اینستاگرام بر اساس نظریه کاستلز با طرح ۱۳ سؤال پرسشنامه طراحی گردید سؤالات این بخش پرسشنامه را با در نظر گرفتن ادبیات پژوهشی نظریه‌پردازان شبکه اجتماعی همچون کاستلز طراحی گردید. در بخش سنجش روایی محتوایی ابتدا سؤالات در اختیار تعدادی از متخصصان و اساتید قرار گرفت. روایی پرسشنامه در مرحله نخست در بین ۲۵ نفر از متخصصان و اساتید قرار گرفت در بررسی اولیه توسط آنان تعدادی از سؤالات حذف گردید و پس از نهایی شدن روایی محتوایی نسخه تکمیل شده در بین ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری توزیع گردید، پس از دریافت داده‌ها، پایایی سؤالات پرسشنامه انجام گرفت.



شکل ۱. مدل مفهومی نقش شبکه اجتماعی (اینستاگرام) بر شکل‌گیری هویت شهروندی (محقق ساخته)

روش پژوهش

پژوهش پیش رو، از جهت هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از حیث ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع همبستگی می‌باشد و از لحاظ زمان، مقطعی است. به منظور گردآوری اطلاعات ابتدا با استفاده از روش مطالعات اسنادی و با مراجعه به کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و وبگاه‌های اینترنتی به زبان انگلیسی و فارسی در زمینه‌های شبکه اجتماعی و هویت شهروندی اطلاعات جمع‌آوری شده‌اند و سپس، به منظوری گردآوری اطلاعات آماری، از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. پرسشنامه هویت شهروندی: این پرسشنامه شامل ابعاد زیر بود: ۱- برخورداری از حقوق شهروندی ۲- هویت شهروندی - هویت مایبی ۳- هویت شهروندی آگاهی شهروندی ۴- هویت شهروندی - اولویت منافع جمعی بر فردی ۵- هویت شهروندی - تعهد مدنی، به منظور تدوین پرسشنامه هویت شهروندی و ابعاد آن شبکه اجتماعی از نظریات جامعه‌شناسانی همچون هال، گیدنز، جنیکیز، پارسونز، کاستلز و ... چنین استنباط می‌شود که شبکه‌های اجتماعی نوین بر ابعاد هویت شهروندی دارای تأثیر است. پرسش‌های این پژوهش از نوع بسته و با استفاده از

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۷۵

مقیاس لیکرت است. جامعه آماری پژوهش، تمامی شهروندان اصفهان که در سال ۱۴۰۰ کاربر اینستاگرام بودند، نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران نامحدود بالغ بر ۳۸۴ نفر که پس از تعیین حجم نمونه، از روش نمونه‌گیری در این پژوهش، خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. نمونه‌گیری به این صورت بود که در مرحله نخست، هریک از مناطق ۱۵ گانه شهرداری اصفهان به‌عنوان یک خوشه در نظر گرفته شد. در مرحله دوم، کار نمونه‌گیری در داخل هر یک از خوشه‌ها به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام گرفت و بر اساس آن اغلب محله‌ها و خیابان‌های هریک از خوشه‌ها در طرح نمونه‌گیری قرار گرفتند. در مرحله سوم، به تناسب تعداد جمعیت شهروندان در مناطق شهرداری، به شیوه تصادفی تعدادی از افراد به‌عنوان جمعیت نمونه از محلات مختلف شهر به‌عنوان نمونه نهایی انتخاب گردیدند و عملیات جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت. در این پژوهش محقق با طرح تعدادی از سؤالات در درون پرسشنامه صحت اینکه پاسخگویان عضو فعال شبکه اینستاگرام هستند مشخص و تعیین شدند. لذا، از لحاظ محل سکونت می‌توانیم بگوییم که نمونه متنوع است و تمام مناطق اصفهان را در بر گرفته است. پس از بررسی توصیفی جامعه آماری پژوهش، توزیع داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت، در بخش یافته‌های استنباطی از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف: به‌ویژه برای انجام آزمون‌های معناداری و بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از این آزمون استفاده شد. سپس با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. جهت بررسی فرضیه‌های این پژوهش از روش رگرسیون ساده استفاده گردید.

روایی و پایایی

در این تحقیق با توجه به اینکه از ابزار پرسشنامه استفاده شده است، جهت تعیین اعتبار از دو روش ۱- اعتبار محتوا، ۲- روایی صوری استفاده گردید. برای مشخص شدن پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ طبق فرمول که یکی از روش‌های همسانی درونی است استفاده گردیده است. بدین منظور با استفاده از داده‌های به‌دست آمده از ۳۰ پرسشنامه و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS25 میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه

گردید. ضرایب پایایی برای هر دو پرسشنامه و ابعاد آن‌ها، همگی بالاتر از ۰/۷ بوده و نشان از دقت بالای ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش دارد.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

در این بخش به بررسی چگونگی توزیع نمونه‌های آماری از حیث متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، مدرک تحصیلی، سابقه کاری و...) پرداخته شده است. بر اساس آماره پژوهش، از بین ۳۸۴ نفر از نظر وضعیت جنسیت، بیشترین تعداد ۲۳۴ نفر معادل ۶۰/۹ درصد زن و ۳۹/۱ درصد مردان هستند. سن پاسخگویان از بین ۳۸۴ نفر، بیشترین ۱۵۳ نفر معادل ۳۹/۹ درصد ۳۰ تا ۴۰ سال و کمترین تعداد ۲۳/۲ درصد کمتر از ۳۰ سال داشتند. وضعیت شغل از بین ۳۸۴ نفر، بیشترین تعداد نفرات ۱۳۵ نفر معادل ۳۵/۲ درصد کارمند و کمترین آنان ۱/۳ درصد پزشک بوده‌اند. وضعیت تحصیلات نشان‌دهنده آن است که بیشترین تعداد نفرات ۱۳۶ نفر معادل ۳۵/۴ درصد مدرک لیسانس ۲۴/۷ درصد مدرک کارشناسی ارشد، ۵/۷ درصد دارای مدرک دکتری، ۲۲/۱ درصد مدرک دیپلم ۲/۸ درصد مدرک زیر دیپلم بوده‌اند. وضعیت طبقه اجتماعی نشان‌دهنده آن است، بیشترین تعداد نفرات ۲۶۰ نفر معادل ۶۷/۷ درصد متعلق به طبقه اجتماعی متوسط و کمترین ۱/۳ درصد طبقه اجتماعی پایین بوده‌اند. وضعیت درآمدی بیشترین تعداد نفرات ۲۱۱ نفر معادل ۵۴/۹ درصد درآمدی بیش از ۴ میلیون دارند و کمترین میزان درآمد ۲/۶ درصد درآمد دو میلیون را داشته‌اند. نظر میزان استفاده اینترنت، بیشترین تعداد نفرات ۳۶۸ نفر معادل ۹۵/۸ درصد هر روز از اینترنت استفاده می‌کنند و کمترین میزان ۰/۸ درصد هر هفته از اینترنت استفاده می‌کردند.

یافته‌های استنباطی

در قسمت آمار استنباطی باید دو مورد ابتدا، فرضیه پژوهش از کدام نوع است. ثانیاً، داده‌های پژوهش در کدام سطح سنجش قرار دارند را مورد توجه قرار داد. (حبیب پور و صفری، ۱۳۹۵)

بررسی فرضیه

فرضیه فرعی اول

استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر برخورداری از حقوق شهروندی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

جدول ۱. ضرایب مدل رگرسیون فرضیه فرعی اول

سطح معناداری	T آماره	ضریب بتای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل ۱
			خطای معیار	بتا	
۰/۰۰۰	۶/۶۷۵		۰/۱۷۲	۱/۱۶۱	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۱۴/۰۶۷	۰/۵۸۴	۰/۰۵۱	۰/۷۲۱	استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۴/۰۶۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی برخورداری از حقوق شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$۱/۱۶۱ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام } ۰/۷۲۱ = \text{برخورداری از حقوق شهروندی}$$

فرضیه فرعی دوم

استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت مایی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

جدول ۲. ضرایب مدل رگرسیون فرضیه فرعی دوم

سطح معناداری	T آماره	ضریب بتای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل ۱
			خطای معیار	بتا	
۰/۰۰۰	۹/۴۴۲		۰/۱۵۴	۱/۴۵۰	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۱۴/۴۹۰	۰/۵۹۶	۰/۰۴۶	۰/۶۶۴	استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۴/۴۹۰ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی هویت مایی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$۱/۴۵۰ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام } ۰/۶۶۴ = \text{هویت مایی}$$

فرضیه فرعی سوم

استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر آگاهی شهروندی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

جدول ۳. ضرایب مدل رگرسیون فرضیه فرعی سوم

سطح معناداری	T آماره	ضریب بتای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل ۱
			خطای معیار	بتا	
۰/۰۰۰	۸/۴۴۴		۰/۱۵۶	۱/۳۱۴	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۱۵/۱۵۴	۰/۶۱۳	۰/۰۴۶	۰/۷۰۴	استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۵/۱۵۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی آگاهی شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$۱/۳۱۴ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام } ۰/۷۰۴ = \text{آگاهی شهروندی}$$

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی : کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۷۹

فرضیه فرعی چهارم

استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر اولویت منابع جمعی بر فردی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

جدول ۴. ضرایب مدل رگرسیون فرضیه فرعی چهارم

سطح معناداری	T آماره	ضریب بتای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل ۱
			خطای معیار	بتا	
۰/۰۱۶	۲/۴۱۴		۰/۱۹۹	۰/۹۵۸	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۱۶/۱۴۳	۰/۶۳۷	۰/۰۵۹	۰/۴۸۰	استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۶/۱۴۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی اولویت منابع جمعی بر فردی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$۰/۹۵۸ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام } ۰/۴۸۰ = \text{اولویت منابع جمعی بر فردی}$$

فرضیه فرعی پنجم

استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تعهد مدنی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

جدول ۵. ضرایب مدل رگرسیون فرضیه فرعی پنجم

سطح معناداری	T آماره	ضریب بتای استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل ۱
			خطای معیار	بتا	
۰/۰۰۰	۴/۸۱۶		۰/۱۸۰	۰/۸۶۵	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۱۵/۴۵۳	۰/۶۲۰	۰/۰۵۴	۰/۴۲۸	استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۵/۴۵۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی

تعهد مدنی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$+۰/۸۶۵ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام} = ۰/۴۲۸ = \text{تعهد مدنی}$$

فرضیه اصلی

نتایج کلی نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام ۵۰/۲ درصد توانایی پیش‌بینی هویت شهروندی را دارد. همچنین یکی از مفروضاتی که در رگرسیون مدنظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد، به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین-واتسون استفاده گردید.

آماره دوربین واتسون بین ۰ تا ۴ می‌باشد. اگر بین باقیمانده‌ها همبستگی متوالی وجود نداشته باشد، مقدار این آماره باید به ۲ نزدیک باشد. اگر به صفر نزدیک باشد نشان‌دهنده همبستگی مثبت و اگر به ۴ نزدیک باشد نشان‌دهنده همبستگی منفی می‌باشد. در مجموع اگر این آماره بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد جای هیچ نگرانی نیست که در این فرضیه مقدار این آماره ۱/۷۶۲ به دست آمد که بسیار مناسب می‌باشد. متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۹/۸۳۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمده است.

بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی هویت شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به صورت زیر می‌باشد.

$$+۱/۱۳۱ + \text{استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام} = ۰/۴۷۹ = \text{هویت شهروندی}$$

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر تعیین تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت شهروندی، شهروندان اصفهانی بود.

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی ...؛ کربمیان طانچونچه و همکاران | ۴۸۱

فرضیه اصلی: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت شهروندی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

نتایج به‌دست‌آمده و مقدار معناداری پی-ولیو که $0/000$ به‌دست‌آمده است، نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و هویت شهروندی، ارتباط معنی‌داری وجود دارد و مدل رگرسیون مدلی معنادار می‌باشد. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام $50/2$ درصد توانایی پیش‌بینی هویت شهروندی را دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو $19/837$ و سطح معناداری $0/000$ به‌دست‌آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی هویت شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان 95% دارد.

فرضیه اول: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر برخورداری از حقوق شهروندی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و برخورداری از حقوق شهروندی، ارتباط معناداری وجود دارد و مدل رگرسیون مدلی معنادار نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام $34/1$ درصد توانایی پیش‌بینی برخورداری از حقوق شهروندی را دارد. در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو $14/067$ و سطح معناداری $0/000$ به‌دست‌آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی برخورداری از حقوق شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان 95% دارد.

در ارتباط با همسویی و عدم همسویی نتایج با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که موسی پور و سیف‌اللهی (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان دادند وضعیت هویت شهروندی جوانان مورد مطالعه در بُعد حقوقی در حد متوسط ارزیابی شد و بین متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با مؤلفه‌های مدنی و سیاسی بُعد حقوقی هویت شهروندی همبستگی خطی منفی متوسط و با مؤلفه‌ی فرهنگی بُعد حقوقی هویت شهروندی همبستگی مثبت

خطی متوسط مشاهده گردید، به علاوه نوع و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین بر بُعد حقوقی هویت شهروندی کاربران مؤثر بوده است. در صورتی که در پژوهش حاضر بین این ارتباط مثبت یافت شد.

امروزه حقوق شهروندی معناهای مختلفی دارد و با بروز دهکده شیشه‌ای، شبکه‌های اجتماعی به صورت ویژه مورد استقبال مردم قرار گرفته و بر رفتار آن‌ها در جنبه‌های مختلف از جمله سبک زندگی، معماری شهری، حقوق شهروندی تأثیرگذار است. از منظر کاستلز در رسانه اجتماعی نوین، رسانه دیگر مالک مخاطبان نیست، محدودیت زمان و مکان وجود ندارد، متن، صوت و تصویر بدون لحاظ و حقوق شهروندی در دسترس همگان قرار گرفته است و برقراری ارتباط می‌تواند با کارهای روزانه عجین شود.

فرضیه دوم: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت مایی شهروندان اصفهانی نتایج و مقدار معناداری پی-ولیو که $0/000$ نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و هویت مایی، ارتباط معناداری وجود دارد و مدل رگرسیون نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام $35/5$ درصد توانایی پیش‌بینی هویت مایی را دارد. در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو $14/490$ و سطح معناداری $0/000$ به دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی هویت مایی را به طرز معناداری در سطح اطمینان 95% دارد.

در ارتباط با همسویی و عدم همسویی نتایج با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که عظیمی و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر هویت ملی دارند. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که متغیرهای مستقل تحقیق حاضر حدود ۲۴ درصد از تغییرات هویت ملی پاسخگویان تحقیق حاضر را پیش‌بینی می‌کنند. لذا نتایج این پژوهش را از این منظر که هویت مایی همان هویت ملی است، می‌توان همسو دانست.

هویت مایی از مهم‌ترین، مشروع‌ترین و فراگیرترین انواع هویت جمعی یا اجتماعی

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی ...؛ کریمیان طانچونچه و همکاران | ۴۸۳

محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد هویت مایی به‌عنوان زبان مشترک و بر مبنای یک فرهنگ عمومی در میان اعضای یک گروه ملتی پذیرفته‌شده و افراد نسبت به آن از آگاهی برخوردارند. تبیین تئوریک رابطه شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آنان بر میزان هویت مایی افراد از میان نظریات و چهارچوب‌های تحلیلی موجود نشان می‌دهد که چگونه عضویت افراد در گروه‌های مختلف اجتماعی و محاط شدن آنان در شبکه‌های درهم‌تنیده اجتماعی می‌تواند به افزایش و احیاناً کاهش هویت مایی منتهی شود. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان اتصالات و پیوندهای درون‌گروهی و سرمایه اجتماعی حاصل از آن توجه دارد. آنچه در این منظر حائز اهمیت است جایگاه پیوندهای قوی‌ای است که انسجام، اعتماد و همکاری را در جامعه گسترش می‌دهد و بر میزان انسجام و هویت مایی تأثیرگذار است و نهایتاً بر این امر صحنه می‌گذارد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر هویت مایی شهروندان اصفهانی تأثیر دارد.

فرضیه سوم: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر آگاهی شهروندی شهروندان

اصفهانی

نتایج به‌دست‌آمده و مقدار معناداری پی-ولیو که $0/000$ نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و آگاهی شهروندی، ارتباط معناداری وجود دارد و مدل رگرسیون نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام $37/5$ درصد توانایی پیش‌بینی آگاهی شهروندی را دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو $15/154$ و سطح معناداری $0/000$ به‌دست‌آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی آگاهی شهروندی را به طرز معناداری در سطح اطمینان 95 درصد دارد.

در خصوص همسویی و عدم همسویی نتایج با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که باقری و همکاران نشان دادند که میانگین آگاهی از حقوق شهروندی دانشجویان در سطح متوسط رو به بالایی می‌باشد و بین متغیرهای میزان استفاده از ماهواره، اینترنت، عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تلفن همراه، رسانه، پایگاه اقتصاد- اجتماعی،

سن، مقطع تحصیلی و رشته تحصیلی با متغیر وابسته آگاهی از حقوق شهروندی رابطه معناداری و مثبتی وجود دارد و همچنین بین متغیرهای میزان استفاده از رادیو، تلویزیون، مطالعه‌ی کتاب، روزنامه و مجالت، سینما و تئاتر، تأهل و قومیت با متغیر آگاهی از حقوق شهروندی رابطه معناداری وجود ندارد؛ نتایج حاصل از یافته‌های رگرسیونی نشان می‌دهد که این متغیرها ۲/۱۶ از تغییرات مربوط به متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند. لذا نتایج این پژوهش را می‌توان با نتایج پژوهش حاضر همسو دانست.

مفهوم شهروندی به‌عنوان منزلتی اجتماعی در نگرش به جامعه مدنی تلقی می‌شود که به‌موجب آن شرایط برخورداری فرد را از حقوق و قدرت فراهم می‌کند؛ از طرفی انسان برای توسعه خود و جامعه‌اش به آرامش و امنیت در همه زمینه‌ها از جمله امنیت اجتماعی نیاز دارد و با توجه به نقش اساسی آموزش و آگاهی شهروندان از حقوق شهروندی به‌عنوان یکی از ارکان مهم برقراری نظم و امنیت در جامعه و همچنین گسترش مشارکت شهروندان و محترم شدن حقوق یکدیگر و توسعه اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی شکل اجتماعی نوینی از ارتباطات را به وجود آورده‌اند که به‌عنوان ابزاری در خدمت جنبش‌های اجتماعی در آمده‌اند. این جنبش‌ها، باید بتوانند برای دستیابی به اهداف خود، در سه زمینه شکل دادن به هویت جمعی، متقاعد ساختن پیروان خود و بسیج آن‌ها توانمندی داشته باشند. مطالعات نشان داده‌اند که بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به‌راحتی به هر سه هدف در مخاطبان برسند. هرچند از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای رسیدن به برخی از اهداف نامناسب نیز استفاده می‌شود، اما بخش عمده‌ای از اطلاعاتی که از طریق این شبکه‌ها منتقل می‌شود، سبب افزایش آگاهی و شناخت مردم می‌شود. شبکه‌های اجتماعی مجازی زندگی روزمره ما را تحت تأثیر قرار داده‌اند، رفتارهای ما نشان می‌دهد که بر اثر استفاده از این شبکه‌ها، سبک زندگی تغییر پیدا کرده است.

فرضیه چهارم: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر اولویت منافع جمعی بر فردی شهروندان اصفهانی.

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کریمی‌ان طانچونچه و همکاران | ۴۸۵

نتایج به‌دست‌آمده و مقدار معناداری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و اولویت منافع جمعی بر فردی، ارتباط معناداری وجود دارد و مدل رگرسیون نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام ۴۰/۶ درصد توانایی پیش‌بینی اولویت منافع جمعی بر فردی را دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۶/۱۴۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به‌دست‌آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی اولویت منافع جمعی بر فردی را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ دارد و معادله خط رگرسیون آن با ضرایب غیراستاندارد به‌صورت زیر می‌باشد.

در خصوص همسویی و عدم همسویی نتایج با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهش رضایی و غلامزاده (۱۳۹۷) نشان از فردگرایی شبکه‌ای در سطح متوسط دارد و به‌طور کلی می‌توان گفت کنش‌های فردگرایانه و جمع‌گرایان در سطوح مختلف در شبکه‌های اجتماعی مجازی دیده می‌شود. همچنین یافته‌های جدید نشان می‌دهد خانواده‌گرایی به‌عنوان یکی از فرهنگ‌های عمومی جامعه ایران در شبکه‌های مجازی نیز نقش چشمگیری دارد. درنهایت می‌توان گفت مقیاس فردگرایی شبکه‌ای ساخته‌شده در این پژوهش که برای اولین بار سنجش شده است می‌تواند الگوی مناسبی در مطالعه فردگرایی در فضای مجازی باشد که لازم است اصلاح و دوباره سنجش شود. بولونگ و همکاران (۲۰۰۸) پژوهشی تحت عنوان «ارتباطات اجتماعی و روابط بین فردی در جامعه مجازی از طریق چت و گفت‌وگوی اینترنتی» انجام دادند. نشان داده است که عموماً در اینترنت، تمایل افراد به ایجاد ارتباطات درون قومی بیشتر از ارتباطات برون قومی است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به قوم محوری دامن می‌زنند. لذا نتایج این پژوهش‌ها را مبنی بر این در شبکه‌های اجتماعی جمع‌گرایی بیش از فردگرایی به چشم می‌خورد می‌توان با نتایج پژوهش حاضر همسو دانست چراکه در مفهوم اولویت منافع جمعی بر فردی، جمع‌گرایی نهفته است.

در میان اندیشمندان و جامعه‌شناسان ایرانی مجادله‌ای مبنی بر فردگرا یا جمع‌گرا بودن

جامعه ایرانی وجود دارد؛ اما این مجادله و همچنین پژوهش‌های تجربی در مورد فردگرا یا جمع‌گرا بودن جامعه ایران فارغ از توجه به زندگی ایرانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل گرفته و انجام شده است. حال آنکه با گسترش استفاده از این شبکه‌ها در سال‌های اخیر لازم است تا جمع‌گرایی و فردگرایی در نسبت با شبکه‌های مجازی نیز مورد مطالعه قرار گیرد؛ بنابراین با از میان برداشته شدن گروه‌ها و روی کار آمدن شبکه‌های مجازی، مفاهیمی چون فردگرایی و جمع‌گرایی از مرکز افتاده‌اند و برای روایت و تبیین هویت امروزی افراد و نیز برای تحلیل کنش‌های فردی و اجتماعی اعضای شبکه‌های نوین اجتماعی باید از مفاهیم تازه‌ای در گفتمانی نو سخن گفت. یکی از امکان‌های جمعی شبکه‌های مجازی ایجاد کمپین‌های مجازی است و همان‌طور که پیش‌تر نشان داده شد تا حدودی افراد مورد مطالعه در آن‌ها شرکت می‌کنند؛ این امکان‌ها باعث شده است تا برخی جامعه‌شناسان از «توان مردم‌سازی» در شبکه‌های مجازی صحبت کنند و لذا این توان مردم‌سازی سبب بهبود اولویت منافع جمعی بر فردی شهروندان اصفهانی شده است.

فرضیه پنجم: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تعهد مدنی شهروندان اصفهانی نتایج به‌دست‌آمده و مقدار معناداری پی-ولیو که $0/000$ نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و تعهد مدنی، ارتباط معنی‌داری وجود دارد و مدل رگرسیون نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام $38/5$ درصد توانایی پیش‌بینی تعهد مدنی را دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو $15/453$ و سطح معناداری $0/000$ به‌دست‌آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی تعهد مدنی را به طرز معناداری در سطح اطمینان 95% دارد.

در ارتباط با همسویی و عدم همسویی نتایج پژوهش حاضر با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که شهیدی نشان داد که گسترش روزافزون استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی بشر باعث شده است بسیاری از مشخصه‌های جامعه‌ی سنتی، برای ایجاد تماس و ارتباط با دوستان، اقوام، همکاران و افراد دیگر در سراسر جهان که ایده‌ها و منافع مشترکی

نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ کربمیان طانچونچه و همکاران | ۴۸۷

دارند به درون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی کشیده شود. در این میان، ضرر و زیان‌هایی همچون آسیب‌های ناشی از نقض حریم خصوصی و هتک حرمت و... که موجبات آن در شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌شود، متوجه برخی کاربران می‌گردد.

یکی از عمومی‌ترین جلوه‌های فضای سایبر، اپلیکیشن اینستاگرام است. اینستاگرام همه فضای سایبر نیست اما جزء مؤثر و در بطن آن است؛ بنابراین از نظر ماهیت، از قواعد و اقتضانات فضای سایبر تبعیت می‌کند. تفاوت ماهیتی فضای سایبر با جهان واقعی، مقتضی تغییر در مفهوم برخی از اصطلاحات حقوقی این فضا است. از جمله این اصطلاحات، حوزه تعهد مدنی است. یکی از مهم‌ترین بخش‌های حقوق مدنی با توجه به کاربردی که امروزه در عرصه‌ی دعاوی دارد، تعهد مدنی است. حوزه‌ی مزبور در عصر حاضر اهمیت روزافزونی یافته است. تعریف ساده از تعهد مدنی آن است که شخصی که با دیگری رابطه‌ی قراردادی ندارد به عبارت دیگر قراردادی نبسته است ولی به دیگری خسارت وارد کرده است؛ به عبارت دیگر در هر مورد که شخصی موظف به جبران خسارت دیگری باشد، می‌گویند در برابر او تعهد مدنی دارد یا ضامن است؛ اما گسترش روزافزون استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی بشر باعث شده است بسیاری از مشخصه‌های جامعه‌ی سنتی، برای ایجاد تماس و ارتباط با دوستان، اقوام، همکاران و افراد دیگر در سراسر جهان که ایده‌ها و منافع مشترکی دارند به درون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی کشیده شود.

فرضیه ششم: استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر وفاداری به کشور شهروندان

اصفهان

نتایج به‌دست آمده و مقدار معناداری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ نتیجه می‌شود بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و وفاداری به کشور، ارتباط معناداری وجود دارد و مدل رگرسیون نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام ۴۳/۳ درصد توانایی پیش‌بینی وفاداری به کشور را دارد. همان‌طور که مشاهده می‌گردد در متغیر استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، مقدار تی-ولیو ۱۷/۰۷۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰

به‌دست آمده است، بنابراین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام توان پیش‌بینی وفاداری به کشور را به طرز معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ دارد.

در ارتباط با همسویی و عدم همسویی نتایج پژوهش حاضر با نتایج دیگر پژوهش‌ها باید بیان نمود که نتایج مدل نهایی رهبرقازی و ایمانیان (۱۳۹۶) نشان داد ۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی تحت تأثیر چهار مؤلفه شبکه‌های اجتماعی قرار دارد که در این میان متغیرهای «مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی» با ضریب استاندارد (۰,۱۲-) و «مدت‌زمان استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی» با ضریب استاندارد (۰,۱۳-) تأثیری تضعیف‌کننده و معنادار بر روی هویت ملی داشتند. نتایج نشان می‌دهد دو مؤلفه میزان فعال بودن کاربران شبکه‌های اجتماعی و میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر روی هویت ملی نداشتند؛ بنابراین نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش حاضر در مغایرت می‌باشد.

فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. این فضای مجازی عرصه وسیعی از اطلاعات و نمودهای مختلف معنایی را ایجاد می‌کند. یکی از اساسی‌ترین مسائلی که جوامع امروزی با آن مواجه‌اند، وفاداری به کشور است که با ورود شبکه‌های مجازی دچار تغییر و تحولات عمده شده است. جهان مجازی با خصیصه‌هایی مثل بی‌مکانی، فرا زمان بودن، تکثر داشتن، قابل‌دسترس بودن هم‌زمان و غیره از جهان واقعی به‌طور نسبی جدا می‌شود. فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. این فضای مجازی عرصه وسیعی از اطلاعات و نمودهای مختلف معنایی را ایجاد می‌کند. افراد در مواجهه با این فضا و تکثر منابع در ساخت هویت، دچار تعلیق (به معنی معلق بودن و سردرگمی) می‌شوند. از بین رفتن زمان و مکان و نقش بیشتر فضا در دنیای مجازی تجلی آشکاری دارد. افراد در مواجهه با این فضای دوم، بنیان‌های هویت خود را متزلزل می‌بینند و دچار تردید و اضطراب می‌شوند. اگرچه شبکه‌های اجتماعی مجازی در فرایند ارتباطات می‌توانند دارای تأثیرات مثبت و منفی باشند.

پیشنهادهای کاربردی

لذا بر مبنای یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی ارائه می‌گردد:

- بهبود هویت شهروندی و قومی از طریق بهبود فرهنگ‌سازی جهت استفاده کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای جهانی‌شدن فرهنگ شهروندی به دیگر فرهنگ‌های موجود در این شبکه‌های مجازی
- مسئولین شهری بر جنبه‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی تأکید کنند و با ارائه برنامه‌های آموزشی در زمینه آشنایی با چگونگی استفاده از این شبکه‌ها، شهروندان را از طریق رسانه‌های صداوسیما و یا ایجاد صفحه‌های شهری آموزش دهند.
- به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش‌های شهری و فرهنگ‌سراها به صورت‌های گوناگون جهت بهبود فرایند آموزش و نظام آموزشی

تعارض منافع

نویسندگان اظهار داشتند که تضاد منافی وجود ندارد.

سپاسگزاری

از شرکت‌کنندگان پژوهش که در ارائه اطلاعات و نظرات ارزشمند خود به نویسنده یاری نمودند، تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

ORCID

- Najmeh Karimian  <https://orcid.org/0000-0001-6261-9536>
Talekhoncheh
Nafiseh Sadr Arahami  <https://orcid.org/0000-0003-2866-2463>
Akram Hamidian  <https://orcid.org/0000-0003-2678-9972>
Farahnaz Mostafavi  <https://orcid.org/0000-0002-4386-8066>
Kohnegi

References

- Azimi, Leila, Namdari, Mehrdad and Parham, Mohammad. (2017). "The effect of virtual social networks on the national identity and ethnic identity of the citizens of Noorabad Delfan". *Urban Sociological Studies Quarterly*, 8 (28), pp. 65-90.[in Persian]
- Bayati Ashkeftaki, Fatemeh, (2018), *The Role of Virtual Social Networks (Telegram) in Native and Local Identity*, The Fourth International Research Conference in Psychology, Counseling and Educational Sciences.. [in Persian]
- Bagheri, Masoumeh and Rostami, Ayoub and Tawafi, Pooya, (2018), *study of the impact of mass media on the awareness of citizenship rights, the third national conference on psychology, education and lifestyle, Qazvin* [in Persian]
- Bennett, Andy (2006) "*Culture and Everyday Life*". London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE publication, pp.327-3۲۵.
- Bolong, J.; Tamam, E. & Wan, A. (2008). *Social Relevance and Interpersonal Relationships in the Virtual Community Through Internet Relay Chat (IRC)*. In Akmar Hayati Ahmad Ghazali, Jusang Bolong, Siti Zobidah Omar & Abdul Mua from @ Zamri Ahmad (Eds.), *Current Communication Challenge*, 303-3۱۳.
- Castells, Maunel, (2005) *Information age, the power of identity*, translated by Hasan Chavoshian, Tehran, New Design Publishing.. [in Persian]
- Fazli, God's blessing. (1386). "*Cultural citizenship and culturalization of citizenship*", accessible from the website www.farhangshenasi.com/article/s/5/9/html... [in Persian]
- Faulks, K (2000) *Citizenship*. New York: Routedge
- Foucault, Michel (1972) *The eye of Power*, in *Power/Knowledge; Selected Interview and Other Writing*, trans, Colin Cordin et al. New York: Pantheon
- Ganji Mohammad, Niazi Mohsen and Barzigar, Fatemeh. (2012) "Citizen identity in the old and new context of Kashan city", *Urban Sociological Studies Quarterly (Urban Studies)*, Spring 2012, Volume ۳, ۱۲۳-۱۵۰.. [in Persian]
- Ghanizadeh Mustafa. (2018). Identifying show subcultures and how to spread the norm in the Instagram social network, *Media Studies Quarterly*, Volume 14, Number 2 (45 consecutive), Summer 2018, Pages 63-86...[in Persian]
- Giddens, Anthony. (1378). *Reindividuation, Society and Identity in the New Age*, translated by Nasser Moafaqian, Tehran, Publications: Ni.. [in Persian]

- Habibpour, Getabi and Safari, Shali. (2015). "Comprehensive guide to using SPSS in survey research", Tehran, Loya, pp. 332-3۳۰...[□□ □□□□□□]
- Haraz Jaribi, Jaafar and Amanian, Abolfazl. (2010). "Women's awareness of citizenship rights and factors affecting it", *Regional Urban Research and Activity Quarterly, Volume 14, Number 54*, Page 271...[in Persian]
- Hall, STUART (1996): *QUESTION OF CULTURAL IDENTITY*, IN BOOK 'Modernity and its Futures', Cambridge: Polity Press.
- Heydari, Hossein, Sarukhani, Baghero Navabakhsh, Mehrdad. (2019). "Evaluation of the effect of the quality of using virtual social networks on the national identity of Tabrizi citizens", *Media and Culture Quarterly, Volume 10, Number 2*, pp. 83-105...[in Persian]
- Kafashi Majid and Fallahi, Ali. (2014). "The effect of using virtual social networks on the social identity of young people in Tehran". *Religion and Communication Quarterly, 21st fall and winter 2013, number 2* (46 consecutive), pp. 129-131.. [in Persian]
- Kampenhude, Luke Van and Kiwi, Raymond. (1400). "Research method in social sciences (theoretical and practical)" translated by: Abdul Hossein Nik Gohar, Tehran, Aaghah Publishing House, p.88.. [in Persian]
- Kayhan Amir, Furqani Mohammad Mahdi, Mozafari Afsana (2018) "The Role of Mobile Social Networks in Reproducing the Ethnic Identity of Kurdish Students of Tehran Universities" *Modern Media Studies Quarterly, Summer, Volume 5, Number 18*, pp. 97-130...[in Persian]
- Latif, K., Weng, Q., Pitafi, A. H., Ali, A., Siddiqui, A. W., Malik, M. Y., & Latif, Z. (2020). *Social comparison as a double-edged sword on social media: The role of envy type and online social identity*. Telematics and Informatics, 101470.
- Marino, C., Vieno, A., Pastore, M., Albery, I. P., Frings, D., & Spada, M. M. (2016). Modeling the contribution of personality, social identity and social norms to problematic Facebook use in adolescents. *Addictive behaviors, 63*, 51-56.
- Mohammadi, Mohammad Ali, Shiyani, Maleeha and Roshan Fekar, Payam. (1389). "Factors related to citizenship identity in the city of Tehran", *Social welfare scientific-research quarterly, 10th year, number 3*, pp. ۶۵-۸۸...[□□ □□□□□□]
- Musapour Alimurad and Saifullahi Saifullah. (2016). "Sociological study and investigation of the role of modern social networks in the legal dimension of citizenship identity of Iranian youth, a case study: students of the second year of high school in Tabriz city", *Urban*

Sociological Studies Quarterly. 7th year, summer 2016, number 23, pp. 159-178...[in Persian]

- Navah, Abdul Reza, Rashidi, Sara and Rostami, Ayoub. (2018). "Investigation of the effect of virtual social networks on the social identity of young people (case study: 18-3۰ ساله‌ها در شهر اصفهان)", *Quarterly Journal of Economic Sociology and Development-Information, Issue: Fall and Winter 2018, Volume 8, Number 2*, pp. ۴۲۱-۳۹۱...[in Persian]
- Rashidi, Jamal. (2011). "Citizenship identity and ways to improve it in Tehran - Tehran City Planning and Studies Center", Publications of Technology and Information Management and Document Center, p. ۶۶...[in Persian]
- Rezaei, Mohammad, Gholamzadeh, Mehdi. (2017). Analysis of individualism in virtual social networks. *New Media Studies*, 4(15), 1-۳۳. [in Persian]
- Samani, Samaneh and Farahani, Azam. (2015). "Online identity and Instagram (a study of how to display the identity of young people on Instagram)", *Media Quarterly*, 27 Summer 2015, No. 2 (103 series), pp. 104-85.. [in Persian]
- Shahidi Abbas Ali (2018). The effect of membership in social networks on the levels of identification and feeling of social security among adolescents of religious belief studies (Islamic Sciences). *Information number: Fall 2018, period 9, number 35*; pp. 153-143...[in Persian]
- Tavasli, Gholam Abbas and Nejati Hosseini, Seyyed Mahmoud. (2004). "The social reality of citizenship in Iran" *Iranian Sociology Quarterly*, No. 2, Volume 5, p. 37. [in Persian]

استناد به این مقاله: کریمیان طانچونجه، نجمه، صدر ارحامی، نفسیه، حمیدیان، اکرم، مصطفوی کهنگی، فرحناز. (۱۴۰۲). نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی؛ مورد مطالعه شهروندان شهر اصفهان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۹(۳۳)، ۴۵۵-۴۹۲.

DOI: 10.22054/nms.2022.67251.1382

New Media Studies is licensed under a Creative Commons



Attribution-NonCommercial 4.0 International License..



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی