

Meta-Analysis of the Relationship between the Use of Virtual Social Media and National Identity (Review of Studies Conducted from 2010 to 2018)

Received: 04, March, 2023

Accepted: 10, June, 2023

Article type: Research Article

PP: 139-168

DOI:

[10.22034/entezam.2023.1273382.2522](https://doi.org/10.22034/entezam.2023.1273382.2522)

Zeinab Heydarian Noor

MA in Social Sciences, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran.
Email:

zeinabheidaryannoor@yahoo.com

Halimeh Hosein Panahi

PhD in Sociology at Kashan University, Kashan, Iran. Email:

dilan.h1368@gmail.com

Mohsen Niazi

Professor of Kashan University, Kashan, Iran. (Corresponding Author). . Email:

niazim@kashanu.ac.ir

zeinabheidaryannoor@yahoo.com

Abstract

Background and objectives: Today, the influence of virtual social media on the components of social identity, including national identity, is undeniable. Examining the various aspects of these effects has been the focus of social researchers. A brief look at the research conducted in this field shows different and sometimes contradictory results. Based on this, the current research was conducted with the aim of achieving a comprehensive analysis of the impact of virtual social media on national identity.

Methodology: The research method is meta-analysis, which examined 21 related studies in 2010-2018. In order to analyze the data, sensitivity analysis, funnel plot, fixed and random models, and heterogeneity analysis were used using comprehensive meta-analysis software (CMA2).

Findings: The findings showed the heterogeneity of the effect size in different studies and the lack of publication bias in the considered studies. Also, the results of the effect size of national identity and the use of virtual space are -0.139, which according to Cohen's interpretation system, this effect is evaluated as "weak". In addition, the examination of two moderating variables shows that the coefficient of effect size is higher in students than in citizens, and the effect size is different in the group who exclusively use virtual networks and those who use both websites and social networks.

Results: The results of heterogeneity analysis confirm the viewpoint of theorists who have a realistic approach and believe in the positive and negative effects of virtual space, and the size of the combined effect confirms the view that emphasizes the negative effect of virtual space on identity.

Keywords: National identity, Virtual space, Social networks, Internet, Meta-analysis.

Citation(APA): Heydarian Noor, Zeinab; Hosein Panahi, Halimeh; Niazi, Mohsen. (2023). "Meta-Analysis of the Relationship between the Use of Virtual Social Media and National Identity (Review of Studies Conducted from 2010 to 2018)", *Journal of Social Order*, 15(2), pp. 139-168.

Doi: [10.22034/entezam.2023.1273382.2522](https://doi.org/10.22034/entezam.2023.1273382.2522)

فرا تحلیل ارتباط استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت ملی (بررسی مطالعات انجام‌شده از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)

چکیده

زمینه و هدف: امروزه تأثیر رسانه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های هویت اجتماعی از جمله هویت ملی غیرقابل انکار است. بررسی وجوه مختلف این تأثیرات مورد توجه محققان اجتماعی بوده است. نگاه مختصری به تحقیقات انجام‌شده در این زمینه، نتایج متفاوت و گاه متناقضی را نشان می‌دهد؛ بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف دستیابی به تحلیلی جامع در زمینه تأثیر رسانه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی انجام شده است.

روش: روش تحقیق، فراتحلیل است که ۲۱ پژوهش مرتبط در سال‌های ۱۳۹۸-۱۳۹۰ را مورد بررسی قرار داده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل حساسیت، نمودار قیفی، مدل‌های ثابت و تصادفی و تحلیل ناهمگنی از نرم‌افزار جامع فراتحلیل (CMA2) استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها ناهمگنی اندازه اثر در تحقیقات مختلف و عدم سوگیری انتشار در مطالعات مدنظر را نشان داد. همچنین نتایج اندازه اثر هویت ملی و استفاده از فضای مجازی معادل ۰,۱۳۹- است که برحسب نظام تفسیری کوهن، این میزان تأثیر «در حد ضعیف» ارزیابی می‌شود. علاوه بر این، بررسی دو متغیر تعدیل‌کننده نشان می‌دهد ضریب اندازه اثر در دانشجویان بیشتر از شهروندان است و اندازه اثر در گروهی که منحصرأ از شبکه‌های مجازی بهره می‌برند و کسانی که از وب‌سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی توأمان استفاده می‌کردند، متفاوت است.

نتیجه‌گیری: نتایج تحلیل ناهمگنی تأییدکننده دیدگاه نظریه‌پردازانی است که رویکرد واقع‌بینانه دارند و معتقد به آثار توأمان مثبت و منفی فضای مجازی هستند و مقدار اندازه اثر ترکیبی تأییدکننده دیدگاهی است که به تأثیر منفی فضای مجازی بر هویت تأکید دارد.

کلیدواژه‌ها: هویت ملی، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، فراتحلیل.

دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۳

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

صص: ۱۳۹-۱۶۸

شناسه دیجیتال (DOI):

[10.22034/entezam.2023.1273382.2522](https://doi.org/10.22034/entezam.2023.1273382.2522)

زینب حیدریان‌نور

کارشناس ارشد رشته پژوهش در علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. رایانامه:

zeinabheidaryannoor@yahoo.com

حلیمه حسین‌پناهی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. رایانامه:

dilan.h1368@gmail.com

محسن نیازی

استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران. (نویسنده مسئول). رایانامه:

niazim@kashanu.ac.ir

استناد (APA): حیدریان‌نور، زینب؛ حسین‌پناهی، حلیمه؛ نیازی، محسن. (۱۴۰۲).

«فرا تحلیل ارتباط استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت ملی (بررسی مطالعات انجام‌شده از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)». نشریه علمی انتظام اجتماعی، ۱۵(۲)، صص ۱۳۹-۱۶۸.

شناسه دیجیتال: [10.22034/entezam.2023.1273382.2522](https://doi.org/10.22034/entezam.2023.1273382.2522)

امروزه پدیده اینترنت به‌عنوان قدرتمندترین ابزار شبکه ارتباطات الکترونیکی و فناوری‌های اطلاعات، ماهیت، ساختار، تبادل، حفظ، تکثیر، انتشار و دستیابی به اطلاعات یکپارچه را بدون محدودیت زمان و مکان برای تمامی افراد با فرهنگ و ایده‌های مختلف در سرتاسر دنیا به‌سادگی و با سرعت امکان‌پذیر ساخته است؛ این شرایط به‌زعم بسیاری از دانشمندان و پژوهشگران اجتماعی، انسان امروز را وارد عصر جدیدی کرده است. دانیل بل^۱ آن را جامعه فرا صنعتی؛ کاستلز^۲، جامعه شبکه‌ای و تادئو اوماسانو^۳ آن را جامعه اطلاعاتی نامیده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳). گسترش فضای اطلاعاتی به‌وسیله اینترنت، جهان مجازی را با خصیصه‌هایی مثل بی‌مکانی، فرازمان بودن، تکثیر داشتن، قابل دسترس بودن هم‌زمان و غیره همراه می‌سازد که امکان تبادل اطلاعات را در لحظه فراهم ساخته است و توانایی مکان را در محدود و مقید کردن روابط اجتماع محدود کرده است. این فرایند با بسط گستره ارتباطات انسانی از نظر کمی و کیفی ارکان مختلف حیات اجتماعی را تحت‌تأثیر خود قرار داده است. در این راستا، از نظر کاستلز یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ‌هاست؛ از این‌رو، در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است (کاستلز، ۱۳۸۰، ۳۸۳ و ۳۸۴). در همین باره، جان فیدر از انقلابی یاد می‌کند که در زمینه اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه انسان‌های روی کره زمین را تحت‌تأثیر قرار داده است. انقلابی که مبتنی و متکی بر رایانه و دارای آثار گسترده اقتصادی و سیاسی و فرهنگی است؛ یعنی از سویی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می‌شود و از سوی دیگر، تأثیرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان‌ها برجای می‌گذارد (فیدر^۴، ۱۳۸۱، ۴ و ۵).

-
1. Daniel Bell
 2. Manuel Castells
 3. Tada Umesao
 4. John Feeder

هویت به‌عنوان یکی از منابع شناخت از مهم‌ترین مسائل بشری است. در جوامع سنتی، فرهنگ به‌خودی‌خود از عهده کارویژه هویت‌سازی برمی‌آید، چراکه توانایی و قابلیت تفاوت‌آفرینی و معنابخشی بسیار بالایی داشت (گل‌محمدی، ۱۳۸۱، ۲۳۹)؛ اما امروزه گسترش فناوری‌های ارتباطی نوین منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آن‌ها را با دشواری همراه کرده است. اینترنت آزادترین محیطی است که بشر تا به امروز با آن مواجه بوده، به‌واسطه جدایی از فضا و زمان، افراد را با منابع هویت‌یابی متکثر و سیال روبه‌رو کرده است. هویت ملی مهم‌ترین نوع از انواع هویت، است که تضعیف و تقویت آن یکی از دغدغه‌های اصلی تأثیرگذار بر انسجام اجتماعی و یکپارچگی ملی است. «هویت ملی، اصلی‌ترین سنتز و حلقه ارتباطی بین هویت‌های خاص محلی و هویت‌های عام فراملی است» (حاجیان، ۱۳۷۹، ۱۹۷). اهمیت هویت ملی از منظر جامعه‌شناختی به لحاظ تأثیری است که در وفاق ملی و همبستگی اجتماعی دارد؛ هر اندازه هویت ملی در یک جامعه استوارتر باشد، به همان اندازه جامعه در تحکیم پایه‌های اتحاد و همبستگی اجتماعی موفق‌تر عمل می‌کند.

فراگیری رسانه‌ها در اوایل قرن بیست‌ویکم با توجه به نقش اجتناب‌ناپذیر اینترنت در شکل‌دهی به فرهنگ، هویت، باورها و ارزش‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین چالش‌های فراروی جوامع معاصر تبدیل شده است. استفاده از این ابزار در کشورهای در حال توسعه و به‌خصوص کشور ما، گریزناپذیر است. در جامعه امروز ما، گرایش به اینترنت و استفاده از آن، در میان همه گروه‌های اجتماعی، اعم از زن و مرد، پیر و جوان، بی‌سواد و باسواد در حال رشد و گسترش روزافزون است (ساروخانی و رضایی قادری، ۱۳۹۱).

همچنین جامعه ایران، امروزه شاهد گسترش حضور رسانه‌های اجتماعی مجازی است. بر اساس آخرین آمار پایگاه داده‌های بانک جهانی^۱، درصد نفوذ اینترنت در ایران از ۱۵٫۹ درصد جمعیت در سال ۲۰۱۰ به ۸۴٫۱۱ درصد در سال ۲۰۲۰ افزایش پیدا کرده است (بانک جهانی، ۲۰۲۲). مقایسه این آمار

1. Worldbank

به‌خوبی بیانگر شتاب گسترش اینترنت در جامعه است؛ نتایج آخرین نظرسنجی ملی ایسپا در اسفندماه ۱۳۹۹ نیز نشان می‌دهد نزدیک به ۷۳٫۶ درصد ایرانیان بالای هجده سال، عضو دست‌کم یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند (ایسپا، ۱۳۹۹/۱۲). علاوه بر این، نتایج نظرسنجی دیگری که در ایسپا انجام شده است، نشان می‌دهد ۴۱٫۴ درصد ایرانیان از فضای مجازی (رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری) برای پیگیری اخبار روز استفاده می‌کنند (ایسپا، ۱۳۸/۱۲/۱۴۰۰).

جامعه ایرانی، باتوجه‌به دوران گذار از جامعه سنتی به صنعتی، درگیر تناقضات بسیاری در زمینه پاسخگویی به پرسش‌هایی درباره خود، ملت و... است. نتایج بسیاری از تحقیقات، حاکی از بروز آسیب‌ها و چالش‌های جدی در هویت ملی جامعه ایرانی در صد سال اخیر بوده است؛ به‌گونه‌ای که برخی، از آن با عنوان «بحران هویت» یاد کرده‌اند. مجاورت طولانی با اینترنت، می‌تواند به انتقال‌پذیری ارزش‌ها و هنجارهای جهان‌وطنی انجامیده، به‌تبع آن موجب تغییرات هویت ملی و محلی کاربران شود که این عوامل، دامنه بحران هویتی را تشدید می‌کند (رزازی‌فر، ۱۳۷۹، ۱۰۹).

در ایران، کارکردهای فضای مجازی عمدتاً فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است؛ کاربران به‌دنبال سرگرمی، کسب تجربه و فرصت جدید بخشی از وقت خود را صرف فعالیت و گشت در فضای مجازی می‌کنند. این تجربه زیسته نو و تداوم آن، تحولاتی در نگرش و همچنین مبانی هویتی به‌وجود می‌آورد. کاربران بسته به میزان و وسعت زیست در این فضا ممکن است تزلزل در فرا روایت‌های موجود را تجربه کنند و علی‌رغم شرایط جامعه‌شان به‌دنبال کسب هویتی مدرن باشند؛ هویت ملی از تبعات این شرایط مستثنی نیست، باتوجه‌به اهمیتی که هویت ملی در انسجام و همبستگی دارد، سؤال اصلی این است که حضور در چنین فضایی چه تأثیراتی بر هویت ملی کاربران خواهد گذاشت؟

پیشینه و مبانی نظری

«هویت را می‌توان آگاهی فرد نسبت به خود دانست که در نتیجه تداوم کنش‌های فرد به او واگذار نمی‌شود، بلکه فرد باید آن را به‌طور مداوم و پیوسته در زندگی روزمره ایجاد کند و نیز در فعالیت‌های خویش مورد پشتیبانی قرار دهد» (گیدنز^۱، ۱۳۷۸، ۸۱). کاستلز، هویت را به‌مثابه فرایندی تعریف می‌کند که یک کنش‌گر اجتماعی خود را به‌وسیله آن شناسایی می‌کند و از خلال خصائص فرهنگی (و نه دیگر ساختارهای اجتماعی) جهان معنایی خود را می‌سازد. در یک تقسیم‌بندی کلی، هویت به دو نوع هویت فردی و هویت جمعی تقسیم می‌شود. هویت فردی به ویژگی‌هایی اشاره دارد که فرد به‌عنوان یک شخص منحصر به فرد و متفاوت از دیگر افراد جامعه، آن را به خود منتسب می‌کند (ایروانی و حاجیانی، ۱۳۹۷). هویت جمعی به تعریف فرد از خود به‌مثابه عضوی از یک گروه اشاره دارد (کوپلند و همکاران^۲، ۲۰۰۸، ۷۶ به نقل از: کوهی و حسنی، ۱۳۹۱).

هویت ملی، مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت به عوامل و عناصر و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور، به‌منزله یک واحد سیاسی است (صنیع اجلال، ۱۳۸۴، ۱۰۴). آنتونی اسمیت^۳، هویت ملی را بازتولید و بازتغییر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌داند که عناصر تمایز بخش هر ملتی هستند (اسمیت، ۱۳۸۳). بنابراین، هویت ملی عبارت است از: نوعی احساس تعلق فرهنگ‌محور، تمایز آفرین و تداوم‌بخشی به یک ملت که دولت و گفتمان‌های مسلط با بهره‌برداری از منابعی معین آن را به‌وجود آورده، حفظ و تعریف می‌کنند (حاجیانی و ایروانی، ۱۳۹۷).

اغلب محققان، هویت ملی ایرانی را دارای عناصری چون سرزمین و ادبیات، دین، آیین و مناسک، دولت و... می‌دانند. با در نظر گرفتن مباحث نظری، پیشینه تحقیق و تجربیات محققان در این باره، هویت ملی دارای ابعاد سرزمینی،

1. Anthony Giddens
2. Copeland, M.P.; Reynolds, K.J. & Burton, J.B
3. Anthony Smith

فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تاریخی در نظر گرفته شده و سنجش هویت ملی با عنایت به ساحت‌های مختلف هویت ملی انجام شده است.

فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی مجازی

رسانه به‌مثابه هر وسیله‌ای است که انتقال‌دهنده فرهنگ‌ها و افکار عده‌ای باشد و اکنون آنچه مصداق این تعریف است، وسایلی مانند روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، ویدئو و... است. رسانه‌های اجتماعی آنلاین توصیف ابزارهای آنلاین است که مردم از آن برای اشتراک محتوا، پروفایل‌ها، دیدگاه‌ها، تجربیات و افکار استفاده می‌کنند (افتاده، ۱۳۸۹). رسانه‌های اجتماعی آنلاین، سیستم‌های ابداعی و ابتکاری است که ایجاد یک فضای مجازی مردم را به یکدیگر مرتبط می‌سازد.

فضای مجازی^۱، به مجموعه تعاملات انسانی فراتر از موقعیت زمانی و مکانی گفته می‌شود که با استفاده از رایانه و دیگر وسایل ارتباطی ممکن است. مایکل بندیک^۲ فضای مجازی را این‌گونه توصیف می‌کند که «یک دنیای جدید، یک دنیای موازی است که با خطوط ارتباطی و کامپیوترها خلق و نگهداری می‌شود. دنیایی که در آن تردد جهانی دانش، رموز، سنجش‌ها، شاخص‌ها، سرگرمی‌ها و عاملیت دیگری انسانی شکل می‌گیرد. تاکنون، هرگز بر روی زمین دیده نشده است که امور دیدنی، صداها و حضورها در یک روشنایی عظیم الکترونیک شکوفا شوند» (بل^۳، ۱۳۸۹، ۲۲ و ۲۳). فضای مجازی مفهومی فراتر از اینترنت است، و این‌گونه ارتباطات قبل از ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی وجود داشت؛ اما امروزه اینترنت بزرگ‌ترین بستر و شبکه برای ایجاد ارتباط مجازی است. درواقع، اینترنت بزرگ‌ترین مشخصه چنین فضایی است که در هر زمان و مکانی به‌راحتی در دسترس است و امکان ارتباط را از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی، پست‌های الکترونیکی، اتاق‌های گفت‌وگو (چت) برای میلیون‌ها نفر در نقاط مختلف جهان فراهم کرده است (ذکایی و خطیبی،

1. Cyberspace
2. Michael Benedikt
3. David Bell

براساس تعریف راینگلد «شبکه اجتماعی مجازی معمولاً به معنای شبکه الکترونیکی با ارتباطات متقابل است که محدوده‌اش را خود تعریف می‌کند و پیرامون علاقه یا هدف مشترکی تشکیل شده است؛ گرچه در برخی مواقع ایجاد ارتباط فی‌نفسه به هدف تبدیل می‌شود» (رین گلد^۱، ۲۰۰۲، ۲۲)

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از وبسایت‌های اینترنتی هستند. در این وبسایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به‌صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و گروه‌های آنلاین تشکیل می‌دهند (رضاییان و ادیسی، ۱۳۹۷). در پژوهش حاضر، به‌دنبال بررسی رابطه استفاده از فضای مجازی (وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام، اینستاگرام، توئیتر، فیس‌بوک و...) با هویت ملی هستیم. در ادامه رویکردهای نظری مرتبط ارائه شده است.

هویت ملی و استفاده از فضای اجتماعی

با مرور نظریات تبیینی حاکم بر تحقیقات مرور شده با محوریت هویت ملی و فضای اجتماعی می‌توان سه رویکرد را به‌عنوان منشأ فرضیات مختلف بررسی کرد:

۱. رویکرد اول با تأکیدی که بر نقش مثبت رسانه‌ها و فضای مجازی در توسعه و تعمیق هویت ملی دارد، نویدبخش کاهش منازعات محلی و قومی است. در این زمینه، دیوید رایزمن^۲ جامعه‌شناس آمریکایی معتقد است که رسانه‌های جمعی به‌عنوان منبع اطلاعات به شیوه‌های متفاوت می‌توانند فرایندهای ملت‌سازی را محقق کنند (اسکات^۳، ۲۰۰۵، ۲۱۳). اندیشمندانی همچون تونیس، اریک هابزباوم، کارل دویچ، فرانسیس فوکویاما، مک‌کورمک، ریچارد رایش و... از جمله معتقدان این نحله فکری هستند که با تقابلی که بین فرایند جهانی‌شدن^۴ و محلی‌شدن برقرار

1. Rheingold
2. David Riesman
3. Scott
4. Glocalization

می‌کنند، جهانی‌شدن و محصولات آن را موجب کاهش منازعات قومی و فروملی می‌دانند؛ به‌بیان دیگر، فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی جدید به‌عنوان یک مینا برای ظهور آگاهی‌های ملی، زمینه را برای تقویت هویت ملی و تضعیف هویت‌خواهی قومی فراهم می‌سازد.

معتقدان به این رویکرد با مثبت‌خواندن نقش توسعه ارتباطات، کاهش مناقشات محلی و قومی را نوید داده و جهانی‌شدن را به‌گونه‌ای در برابر محلی‌شدن قرار می‌دهند (فوکویاما^۱، ۱۹۹۲؛ هابزباوم^۲، ۱۹۹۰ به نقل از: حبی و همکاران، ۱۳۸۹).

۲. رویکرد دوم که بعضاً از سوی منتقدان رویکرد اول مطرح شده است، به نقش فناوری‌های ارتباطی نوین بر فرسودگی و انشقاق هویت ملی تأکید کرده است. این گروه برخلاف گروه اول معتقدند که انقلاب ارتباطی موجب آگاهی تمدنی، قومی، فرهنگی و رشد و تقویت نیروهای گریز از مرکز می‌شود.

در خصوص کلیت این رویکرد، اینگلهارت با طرح اصطلاح «انقلاب خاموش»، رسانه‌های نو را موجب گسست جدی در مبانی هویتی جامعه و تضعیف هویت ملی دانسته است (نیازی و شفایی‌مقدم، ۱۳۹۱). همچنین به نظر کاستلز، جهانی‌شدن و جامعه شبکه‌ای منتج از آن با آگاهی‌بخشی موجبات تضعیف دولت‌های ملی و هویت ملی را فراهم آوردند؛ بدین صورت که با برجسته‌کردن بسیاری از هویت‌های خاص‌گرایانه (مانند هویت‌های قومی و دینی) در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده خواهد شد (کاستلز، ۱۳۸۰، ۲۷۹). گیدنز نیز در ارتباط با رسانه‌های نوین ارتباطی، از جمله اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای، می‌گوید: «رسانه‌های نوین ارتباطی، با گذشتن از مرزهای زمان و مکان، عامل سردرگمی و بی‌ثباتی و بی‌نظمی هستند» (اسلوین، ۱۳۸۰، ۱۴۰). همچنین مارک پاستر، فرایند جهانی‌شدن رسانه‌ها را با جریان افول هویت‌های ملی تحلیل کرده است

1. Francis Fukuyama
2. Hobsbawm

(نیازی و شفایی مقدم، ۱۳۹۱).

۳. رویکرد سوم: این رویکرد در نگاهی واقع‌بینانه‌تر و ترکیبی به تأثیر فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی در هویت ملی، بر جنبه‌های تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده تأکید دارد. نظریه‌های اندیشمندان بسیاری همچون آنتونی گیدنز، جیمز روزنها، مایکل مان، جان راک، دیوی د جی. ال‌کینس، مگر در این رویکرد قرار می‌گیرند. جیمز روزنها معتقد است در فرایند جهانی‌شدن کنونی دو جریان تمرکزگرا و گریز از مرکز وجود دارد که با وجود اینکه متناقض و متضاد تصور می‌شوند اما در واقع مکمل هم هستند و دارای رابطه علت و معلولی هستند؛ هرگونه بسط در روند جهانی‌شدن گسترش محلی‌گرایی را به دنبال دارد (محمدبخش و همکاران، ۱۳۹۰). شفر^۱ توصیفی رساتر از این موضوع ارائه کرده است. وی در پژوهشی با عنوان «فهم جهانی‌شدن» چنین بیان می‌کند: «درکل، جهانی‌شدن نمی‌تواند یک نتیجه عمومی داشته باشد یا یک جهان همگن بیافریند، درعوض، جهانی‌شدن تبعات غیرقابل‌پیش‌بینی متنوع و گاه متناقضی دارد، که هم‌زمان برای برخی خوب و برای برخی دیگر بد می‌باشد» (شفر^۲، ۲۰۰۳). رویکرد حاضر معتقد است که جهانی‌شدن در برخی ابعاد با تفوق و پراکندگی روبه‌رو است؛ از این‌رو گسترش ارتباطات و هویت جهانی با اینکه وفاداری‌های کلاسیک متعلق به هویت ملی را تضعیف می‌کند ولی از سوی دیگر، باعث تقویت هویت‌های محلی می‌شود.

روش

در تحقیق حاضر، با هدف تجمیع تحقیقات انجام‌شده در باب هویت ملی و استفاده از شبکه‌های مجازی، از روش فراتحلیل استفاده شده است؛ از این طریق ضمن شناخت چهارچوب‌های مفهومی و عملیاتی غالب در تحقیقات

1. ROBERT K. SCHAEFFER
2. Schaeffer

مرور شده و استخراج و ترکیب معنی‌دارترین فرضیات و تعیین میزان قدرت آماری آن‌ها می‌توان به تخمین میانگین اندازه‌های تأثیر در مطالعات مربوط پرداخت و زمینه را جهت حصول به شناختی منسجم از دانش موجود از طریق ترکیب کمی یافته‌های مطالعات فراهم آورد.

جامعه‌مدنظر، پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه ارتباط بین هویت ملی و استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است و با توجه به اینکه استفاده از رسانه‌های مجازی در ایران در چند سال اخیر به صورت فراگیر گسترش پیدا کرده و همچنین بیشترین تحقیقات مرتبط به این مسئله در دهه اخیر انجام شده، دامنه پژوهش از سال ۱۳۹۰ تا پاییز سال ۱۳۹۸ است. این جامعه، به‌طور دقیق‌تر شامل مقالات منتشرشده در مجلات و نشریات معتبر داخلی نمایه‌شده در مگایران، نورمگز، مطالعات جهاد دانشگاهی و... است. تکنیک جمع‌آوری اطلاعات بر اساس پرسش‌نامه معکوس (انتقال اطلاعات موجود از مطالعات به فرم‌های جمع‌آوری اطلاعات یا پرسش‌نامه‌ها) بوده است، که پس از دستیابی به اسناد و شواهد موجود، فیش‌برداری براساس اهداف مطالعه و سؤالات فراتحلیل انجام شد. در نهایت، پس از این مطالعه اولیه در زمینه موضوع مورد مطالعه در بانک‌های اطلاعاتی، ۳۴ مقاله استخراج گردید. در مرحله بعد، پژوهش‌های جامعه‌شناسی که به صورت کمی و به روش پیمایش، تأثیر متغیر هویت ملی و استفاده از فضای مجازی را بررسی کرده‌اند و از نظر شرایط و ملاک‌های انتخاب (مانند داشتن ضریب همبستگی رابطه بین دو متغیر، سطح معناداری، مشخص بودن حجم نمونه) مناسب بودند (شامل ۲۱ مورد) جهت ترکیب کمی نتایج و به دست آوردن نتیجه واحد انتخاب شدند. در مرحله سوم ویژگی‌هایی نظیر روش آماری، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، حجم نمونه، فرضیه‌ها یا سؤالات، چهارچوب نظری، نتایج داده‌های موردنیاز و سطح معناداری پژوهش‌ها ارزیابی شد که در یک جدول یافته‌های توصیفی مختصراً بیان می‌شود. سپس اطلاعات جمع‌آوری‌شده پس از کدگذاری به کمک نرم‌افزار CMA2 و آزمون‌های فراتحلیل، تجزیه و تحلیل شد؛ به طوری که مقادیر آزمون‌های χ^2 ، t و F و Z و ... یا مقادیر میانگین، واریانس و انحراف معیار، وارد برنامه گردید و

سپس، برنامه ترکیب اندازه اثر^۱، انتخاب شد. محاسبه اندازه اثر، روش اصلی فراتحلیل مبتنی بر ترکیب نتایج است که معمولاً پس از تبدیل آماره‌ها به شاخص (I) و برآورد اندازه اثر مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای تحلیل استنباطی داده‌ها نیز ابتدا به بررسی مفروضات فراتحلیل پرداخته شده است؛ به نحوی که با کمک نمودار کیفی^۲ و روش رگرسیونی آگرو^۳ همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار^۴ و N ایمنی از خطا به بررسی خطای انتشار و با آزمون^۵ Q به بررسی ناهمگونی مطالعات پرداخته شد. سپس با توجه به ناهمگونی مطالعات مورد بررسی، مدل اثرات تصادفی برای ترکیب نتایج و رسیدن به اندازه اثر به کار گرفته شد. برای تفسیر نتایج از سیستم تفسیری کوهن استفاده شد.

در جدول زیر، خلاصه‌ای از مطالعاتی آمده که فرضیه رابطه هویت ملی و حضور در فضای مجازی از آن‌ها استخراج شده است. شایان ذکر است که در کلیه مطالعات بررسی شده در این مقاله، سنجش متغیر هویت ملی از روال نسبتاً مشابهی پیروی نموده و با ابعادی مانند وجود سازمان سیاسی واحد، فرهنگ، زبان و دین مشترک، پیشینه مشترک تاریخی و سرزمین مشترک بررسی شده‌اند. همچنین متغیر استفاده فضای مجازی با پرسش از میزان عضویت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای اینترنت سنجیده شده است.

جدول ۱. خلاصه اطلاعات جمع‌آوری شده

ردیف	پژوهشگر و سال	حجم نمونه	جامعه آماری	ضریب همبستگی	روش نمونه‌گیری
۱	بحرانی، سروش و حسینی (۱۳۹۰)	۳۳۶	زنان ۱۸ تا ۲۹	۰,۱۱۹	طبقه‌ای
۲	بحرانی، سروش و حسینی (۱۳۹۰)	۳۰۷	مردان ۱۸ تا ۲۹	۰,۱۸۵	طبقه‌ای
۳	ساروخانی و رضایی قادری (۱۳۹۱)	۳۸۴	شهروندان تهرانی	-۰,۱۶۱	خوشه‌ای

1. Effect size
2. Funnel plot
3. Egger regression method
4. The Begg and Mazumdar rank correlation
5. Q test for heterogeneity

ردیف	پژوهشگر و سال	حجم نمونه	جامعه آماری	ضریب همبستگی	روش نمونه‌گیری
۴	کوهی و حسنی (۱۳۹۱)	۴۰۰	جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز	-۰,۱۴	خوشه‌ای
۵	وحید، کریمیان، و کوپایی (۱۳۹۱)	۴۰۰	جوانان شهر اهواز	-۰,۳۱	طبقه‌ای
۶	نیازی و شفایی مقدم (۱۳۹۱)	۳۰۰	شهروندان شهرستان کاشان	-۰,۱۹۹	سهمی‌ای
۷	قاسمی، عدلی‌پور و میرمحمدتبار دیوکلایی (۱۳۹۳)	۴۲۴	کاربران فیس‌بوک تبریز	-۰,۰۱۹	خوشه‌ای
۸	صبوری خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۲)	۲۵۰	دانشجویان دانشگاه آزاد	-۰,۱۳۲	تصادفی
۹	نوابخش، خادم و آرام (۱۳۹۲)	۳۶۴	جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر خلخال	-۰,۰۶۶	خوشه‌ای
۱۰	بقایی سرابی و غنیمتی (۱۳۹۲)	۱۰۱۰	دانشجویان دانشگاه آزاد رودهن	-۰,۰۸۶	سهمی‌ای
۱۱	تاجیک اسماعیلی، تاجیک اسماعیلی و محراب بیگی (۱۳۹۳)	۴۰۰	دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی	-۰,۱۹۲	خوشه‌ای
۱۲	حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴)	۳۲۰	دانشجویان دانشگاه علوم تحقیقات	-۰,۱۵۶	سهمی‌ای
۱۳	مصطفوی کهنگی (۱۳۹۴)	۳۸۴	جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر کاشان	-۰,۲۰۷	تصادفی
۱۴	رضایی، رضانی‌فر و قیصری (۱۳۹۴)	۴۰۰	جوانان شهر همدان	۰,۱۵۹	خوشه‌ای
۱۵	رهبرقاضی، حاتمی و عباسی (۱۳۹۷)	۵۳۶	شهروندان اصفهان	-۰,۱۲	سهمی‌ای
۱۶	رفیعی حصار و سلیمانی (۱۳۹۶)	۳۶۷	دانش آموزان دختر مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل	-۰,۲۵۶	تصادفی
۱۷	کاروانی (۱۳۹۷)	۳۸۶	دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان	-۰,۴۸	طبقه‌ای
۱۸	رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶)	۳۴۰	دانشگاه شیراز	-۰,۱۳	خوشه‌ای
۱۹	دانایی و بابایی سارویی (۱۳۹۶)	۳۷۰۰	جوانان ایرانی	-۰,۱۹۷	خوشه‌ای
۲۰	عظیمی، نامداری، و پرهام (۱۳۹۷)	۳۸۴	شهروندان ۱۹ تا ۴۹ ساله شهرستان نورآباد دلفان	۰,۰۶۹	طبقه‌ای
۲۱	بیات و قنبری برزبان (۱۳۹۷)	۴۰۰	دانشجویان عرب‌زبان شهر اهواز	-۰,۲۷۲۰	سهمی‌ای

در جدول شماره ۲، ضمن برآورد اندازه اثر تفکیکی پژوهش‌های برگزیده مبتنی بر یک مقیاس مشترک، اثرات ترکیبی ثابت و تصادفی کلی نیز مشخص شده است.

جدول ۲. خلاصه اطلاعات مربوط به فراتحلیل پژوهش‌های نمونه

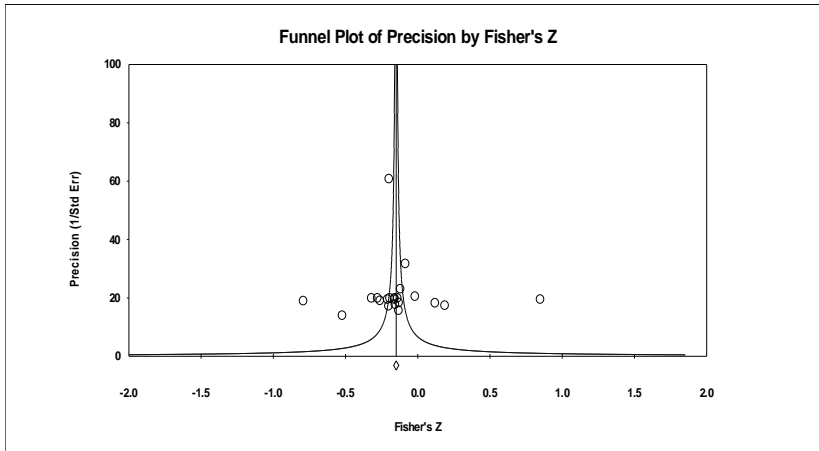
ردیف	پژوهشگر و سال	اندازه اثر	حد پایین حد بالا	Z-Value	P-Value
۱	بحرانی، سروش و حسینی (الف) ۱۳۹۰	۰,۱۱۹	۰,۰۱۲	۲,۱۸۲	۰,۰۲۹
۲	بحرانی، سروش و حسینی (ب) ۱۳۹۰	۰,۱۸۵	۰,۰۷۵	۳,۲۶۳	۰,۰۰۱
۳	ساروخانی و رضایی‌قادری ۱۳۹۱	-۰,۱۶۱	-۰,۲۷۵	-۳,۱۷۰	۰,۰۰۲
۴	کوهی و حسینی ۱۳۹۱	-۰,۱۴۰	-۰,۲۳۵	-۲,۸۰۸	۰,۰۰۵
۵	وحید، کریمیان و کوپایی ۱۳۹۱	-۰,۳۱۰	-۰,۳۹۶	-۶,۳۸۷	۰,۰۰۰
۶	نیازی و شفاهی‌مقدم ۱۳۹۱	-۰,۱۹۹	-۰,۳۰۵	-۳,۴۷۶	۰,۰۰۱
۷	قاسمی، عدلی‌پور و میرمحمدتبار ۱۳۹۲	-۰,۰۱۹	-۰,۱۱۴	-۰,۳۹۰	۰,۶۹۷
۸	خسروشاهی و آذرگون ۱۳۹۲	-۰,۱۳۲	-۰,۲۵۲	-۲,۰۸۷	۰,۰۳۷
۹	نوابخش، خادم و آرام ۱۳۹۲	-۰,۰۶۰	-۰,۰۷۱۴	-۱۵,۰۶۳	۰,۰۰۰
۱۰	سرایبی و غنیمتی ۱۳۹۲	-۰,۰۸۶	-۰,۱۴۷	-۲,۷۳۶	۰,۰۰۶
۱۱	تاجیک اسماعیلی، تاجیک اسماعیلی و محراب‌بیگی ۱۳۹۳	-۰,۱۹۲	-۰,۲۸۵	-۳,۸۷۴	۰,۰۰۰
۱۲	حاجیان و محمدزاده ۱۳۹۴	-۰,۱۵۶	-۰,۲۶۱	-۲,۸۰۰	۰,۰۰۵
۱۳	مصطفوی کهنگی ۱۳۹۴	-۰,۲۰۷	-۰,۳۰۱	-۴,۱۰۰	۰,۰۰۰
۱۴	رضایی، رضانی‌فر و قیصری ۱۳۹۴	۰,۱۵۹	۰,۰۶۲	۳,۱۹۵	۰,۰۰۱
۱۵	قاضی و حاتمی ۱۳۹۵	-۰,۱۲۰	-۰,۲۰۳	-۲,۷۸۴	۰,۰۰۵
۱۶	رفیعی حصار و سلیمانی ۱۳۹۶	-۰,۲۵۶	-۰,۳۴۹	-۴,۹۹۵	۰,۰۰۰
۱۷	کاروانی ۱۳۹۷	-۰,۴۸۰	-۰,۵۸۰	-۷,۳۲۲	۰,۰۰۰
۱۸	رهبرقاضی و ایمانین ۱۳۹۶	-۰,۱۳۰	-۰,۲۳۳	-۲,۴۰۰	۰,۰۱۶
۱۹	دانایی و سارویی ۱۳۹۶	-۰,۱۹۷	-۰,۲۲۸	-۱۲,۱۳۷	۰,۰۰۰
۲۰	عظیمی، نامداری و پرهام ۱۳۹۶	۰,۰۶۹	۰,۰۶۳۴	۱۶,۵۵۱	۰,۰۰۰
۲۱	بیات و قنبری برزبان ۱۳۹۷	-۰,۲۷۲	-۰,۳۶۰	-۰,۵۵۹	۰,۰۰۰
	اندازه ترکیبی	-۰,۱۴۸	-۰,۱۶۶	-۱۶,۰۵۳	۰,۰۰۰
	اندازه تصادفی	-۰,۱۳۹	-۰,۲۴۵	-۲,۴۷۷	۰,۰۱۳

یافته‌ها

همان‌طور که اشاره شد، نتایج جست‌وجوها بر اساس ملاک‌های ورود و خروج درنهایت منجر به شناسایی ۲۱ مقاله شد که به‌طور خاص در یکی از فرضیاتشان به بررسی رابطه میزان استفاده از فضای مجازی و هویت ملی پرداخته‌اند. در فراتحلیل پیش از تحلیل استنباطی داده‌ها، ضروری است به بررسی پیش‌فرض‌هایی پرداخته شود. مهم‌ترین این پیش‌فرض‌ها نبود داده‌های پرت (مطالعاتی که دارای تورش انتشار هستند) و نرمال بودن داده‌ها و همگنی مطالعات انجام‌شده است.

سوگیری نشر

«منظور از سوگیری انتشار این است که یک فراتحلیل شامل تمام مطالعات انجام‌شده در مورد موضوع مورد بررسی نیست؛ ممکن است برخی از مطالعات به دلایل مختلف منتشر نشده باشد یا حداقل در مجلات نمایه‌سازی نشده منتشر شده باشد. زمانی که سوگیری انتشار وجود دارد، نتایج نهایی فراتحلیل تحت‌تأثیر قرار گرفته و برآوردهای نهایی حاصل از آن دارای تورش و خطا خواهد بود؛ پس الزام است سوگیری انتشار در گام‌های اولیه یک فراتحلیل شناسایی و تصحیح شود تا اعتبار نتایج افزایش یابد. از آنجاکه در اندازه اثرهای فراتحلیل ممکن است چند اندازه اثر خیلی بزرگ وجود داشته باشد و توزیع اندازه اثرها را نامتقارن سازد، حذف این اندازه اثرهای پرت به‌منظور نرمال‌شدن توزیع ضروری به نظر می‌رسد» (مصرآبادی و نصراللهی، ۱۳۹۶، ۷۵). در این مطالعه، به‌منظور واریس تورش انتشار، از شیوه گرافیکی (نمودار کیفی) و شاخص آماری (تعداد امن از تخریب) استفاده شد که نتایج آن در شکل زیر به نمایش گذاشته شده است.



شکل ۱. نمودار کیفی بر اساس (خطای استاندارد براساس شاخص هگز جی^۱)

در نمودارهای کیفی، محور افقی نشان‌گر مقادیر اندازه‌های اثر پژوهش‌های اولیه و محور عمودی خطای معیار آن‌ها اساس نمودار باشد. باتوجه‌به شکل فوق و جدول شماره دو، نمودار متقارن و اندازه اثر معنادار است. اگرچه دو مقدار دور از کیف واقع شده‌اند اما در برخی منابع فراتحلیل اندازه‌های بیش از ۲٫۵ تا ۳ به‌عنوان اندازه اثر افراطی و پرت فرض می‌شوند (مصرآبادی و نصراللهی، ۱۳۹۶، ۷۵). مقادیر فوق کمتر از یک هستند؛ بنابراین، پرت نیستند و در تحلیل وارد می‌شوند.

همچنین بر اساس شاخص ایمن از خطا پس از ورود ۱۰۲۲ اثر غیر معنی‌دار به فراتحلیل، اندازه اثر ترکیبی غیر معنادار می‌شود. برای اطمینان بیشتر، یکی از آزمون‌های آماری (روش رگرسیونی خطی اگر و آزمون همبستگی بگ و مزومدار، روش چینش و تکمیل دووال و توثیدی) استفاده می‌شود. در این روش، فرض صفر (H_0) بیانگر متقارن بودن نمودار و عدم سوگیری انتشار است و فرض مخالف (H_1) عدم تقارن نمودار کیفی و سوگیری انتشار را نشان می‌دهد.

1. Hedges's g

آزمون همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

این آزمون، همبستگی رتبه‌ای (تاوکندال) بین اندازه اثر استاندارد و خطای معیار آن‌ها را مشخص می‌کند. تفسیر این ضریب به این صورت است که در آن، مقدار صفر دال بر نبود رابطه بین اندازه اثر و دقت است و انحراف از صفر از وجود رابطه حکایت می‌کند. اگر عدم تقارن ناشی از سوگیری انتشار باشد، انتظار این است که در ارتباط با اندازه اثر بزرگ‌تر، خطای استاندارد بیشتر مشاهده شود. نتایج حاصل از بررسی روش همبستگی بگ و مزومدار به‌منظور بررسی سوگیری انتشار بعد از تحلیل حساسیت در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۳. نتایج حاصل از بررسی روش همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

شاخص آماری	سطح معناداری (P-Value)		Z-Value	مقدار ضریب کندال (Tau)	نتایج
	یک دامنه	دو دامنه			
	۰,۴۵۳۹	۰,۹۲۷۸	۰,۰۹۰۵	-۰,۰۱۴۲۹	

در این موقعیت، مقدار تائوی کندال برابر با $-۰,۰۱۴۲۹$ محاسبه شده که با آزمون یک دامنه و دو دامنه غیرمعنی‌دار می‌شود. با وجود عدم معناداری رابطه، فرض صفر مبنی بر متقارن بودن نمودار قیفی و عدم سوگیری انتشار تأیید می‌شود.

بررسی مفروضه همگنی مطالعات انجام شده

برای اینکه مدل نهایی فراتحلیل مشخص شود و از بین دو مدل اثرات ثابت و تصادفی یکی انتخاب شود، بایستی مجموعه تحلیل‌های ناهمگنی برای اطمینان از وجود متغیرهای تعدیل‌کننده انجام گیرد. در صورت وجود ناهمگنی در اندازه اثر پژوهش اولیه، مدل تصادفی انتخاب می‌شود. فرض می‌شود که در جامعه آماری ماهیت روابط بین متغیر مستقل و وابسته، تأثیر متغیرهای تعدیل‌کننده تغییر می‌یابد. نتایج مربوط به این تحلیل بر اساس دو شاخص Q کوکران و مجذور I در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. نتایج حاصل از آزمون Q

شاخص آماری	مقدار Q	درجه آزادی (df)	P-Value	ISquared
	۶۶۱,۵۱۸	۲۰	۰,۰۰۰	۹۶,۹۷۷

بر اساس نتایج حاصل از آزمون ($Q=661.518$, $P<0.01$) فرض همگونی بین مطالعات با ۹۹ درصد اطمینان رد شده و فرض ناهمگونی بین مطالعات پذیرفته می‌شود؛ بنابراین، بایستی مدل اثرات تصادفی در تحلیل مینا قرار گیرد. شاخص دیگری که به این منظور استفاده می‌شود، مجذور I می‌باشد. این مجذور دارای مقداری از صفر تا ۱۰۰ درصد است و در واقع، مقدار ناهمگنی را به صورت درصد نشان می‌دهد. هرچه این مقدار به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده ناهمگنی بیشتر اندازه اثرهای پژوهش‌های اولیه است. مجذور I نشان می‌دهد که ۹۶,۹۷۷ درصد از پراکنش موجود در اندازه اثر پژوهش‌های اولیه واقعی و ناشی از وجود متغیرهای تعدیل‌کننده است.

نتایج آزمون همگنی معنادار بوده و نشان‌دهنده وجود متغیرهای مداخله‌کننده در پژوهش حاضر است؛ بنابراین، در ادامه، برای گزارش نتایج از مدل اثرات تصادفی استفاده می‌شود و همچنین با توجه به داده‌های به دست آمده با ورود متغیر تعدیل‌گر، نوع جمعیت نمونه (شهروند دانشجو) و نوع استفاده از اینترنت (کیفی) بررسی می‌شود که آیا این متغیرها بر همگنی داده‌های تحقیق، اثر دارند یا خیر؟

اندازه اثر

در جدول زیر، اثر ترکیبی مربوط به ۱۹ اندازه اثر بعد از تحلیل حساسیت نشان داده شده است.

جدول ۵. اندازه اثر تصادفی مربوط به تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی

مدل	تعداد اندازه اثر	اندازه اثر ترکیبی	فاصله اطمینان ۹۵٪		Z-Value	P-Value
			حد پایین	حد بالا		
تصادفی	۲۱	-۰,۱۳۹	-۰,۲۴۵	-۰,۰۲۹	-۲,۴۷۷	۰,۰۱۳

همان‌طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، اندازه اثر ترکیبی محاسبه‌شده، بعد از حذف اندازه اثرهای پرت، برای مدل‌های اثرات تصادفی برابر با ۰,۱۳۹- به دست آمده است که از لحاظ آماری با توجه به مقدار p-value معنادار می‌باشد. همچنین، گفتنی است برآورد نقطه‌ای به دست آمده فوق بر مبنای معیار کوهن جدول شماره ۶، حاکی از اثر در حد کم است. پس در مجموع باید گفت استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی در سطح ضعیفی با هویت ملی رابطه دارد.

جدول ۶. مدل کوهن، نظام تفسیر اندازه اثر ناشی از فراتحلیل

اندازه اثر	R	D
کم	۰,۱	۰,۲
متوسط	۰,۳	۰,۵
زیاد	۰,۵	۰,۸

بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیر نوع جمعیت نمونه (شهروند/دانشجو)

جدول ۷. نتایج اندازه اثر ترکیبی استفاده فضای مجازی و هویت ملی به تفکیک نوع جامعه آماری

مدل آثار تصادفی				
جامعه آماری	تعداد اندازه اثر	اندازه ترکیبی	Z-Value	P-Value
دانشجو	۷	-۰,۲۰۲	-۴,۳۰۸	۰,۰۰۰
شهروند	۱۴	-۰,۱۰۴	-۱,۲۸۸	۰,۱۹۸

جدول شماره ۷، اندازه اثر ترکیبی مدل اثرات تصادفی مربوط به رابطه بین استفاده از فضای مجازی و هویت ملی را به تفکیک نوع جمعیت نمونه دانشجو یا شهروند بودن ارائه می‌دهد. در پژوهش‌های با جامعه نمونه دانشجویان، اندازه اثر ۰,۲۰۲- و معنادار و در مقابل اندازه اثر در گروه شهروندان با مدل تصادفی ۰,۱۰۴- و غیر معنادار است. همچنین به‌طور کلی، اندازه اثر در هر دو گروه ۰,۱۷- هست؛ به بیانی دیگر می‌توان گفت میزان استفاده از فضای مجازی در دانشجویان به نسبت شهروندان تأثیر بیشتری بر هویت ملی داشته است.

بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیر نوع استفاده از فضای مجازی (اینترنت / شبکه‌های اجتماعی)

جدول ۸. نتایج اندازه ترکیبی استفاده فضای مجازی و هویت ملی به تفکیک نوع استفاده از مجازی

مدل آثار تصادفی				
P-Value	Z-Value	اندازه ترکیبی	تعداد اندازه اثر	نوع کاربری
۰,۰۰۶	-۲,۸۰۱	-۰,۱۶۳	۱۱	اینترنت
۰,۳۲۳	-۰,۹۸۹	-۰,۱۱۲	۹	شبکه اجتماعی

در جدول فوق، اندازه‌های اثر استفاده فضای مجازی و هویت ملی به تفکیک نوع کاربری در فضای مجازی ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، اندازه اثر استفاده از اینترنت برابر با $-۰,۱۶۳$ و معنادار است و در مقابل، اندازه اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی برابر با $-۰,۱۱۲$ و غیرمعنادار است. همچنین به‌طور کلی، اندازه اثر در هر دو گروه برابر با $-۰,۱۵$ است؛ به بیانی دیگر می‌توان گفت استفاده از فضای اینترنت به‌صورت کلی در مقابل استفاده خاص از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر متفاوتی بر هویت ملی داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

افراد در موقعیت‌های مختلف کنشی در لایه‌های گوناگون اجتماعی، از طریق عضویت در گروه‌های مختلف، خود را شناسایی می‌کنند؛ از این‌رو، دارای هویت‌های جمعی مختلفی چون هویت جنسی، شغلی، سنی، قومی و... هستند. در این میان، هویت ملی و احساس تعلق خاطر به وطن، به‌سبب نقش آن در ایجاد وفاق اجتماعی و انسجام عام، از مهم‌ترین مسائل جوامع است. از آنجاکه ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سنتی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت دارد، گسترش فناوری‌های ارتباطی نوین در مقابل منابع هویت‌ساز سنتی می‌تواند با ایجاد فرصت‌های نوین تعاملی تأثیرات مثبت و منفی زیادی در مسیر تکوین هویت افراد داشته باشد. باتوجه‌به اهمیت این مسئله در دههٔ اخیر، مطالعات گوناگونی با رویکردها و روش‌های متنوع برای بررسی هویت ملی ایرانیان در ارتباط آن با گسترش فضای مجازی انجام شده است. بی‌تردید باتوجه‌به هدف، متغیرهای مورد بررسی، روش پژوهش و جامعهٔ

آماري مورد بررسی، نتایج متفاوت و گاه متناقضی حاصل شده است کما اینکه، نتایج ارزیابی همگنی پژوهش‌ها نشان‌دهنده وجود ناهمگنی در اندازه اثر پژوهش‌ها بود؛ به عبارتی دیگر، رابطه میان استفاده از فضای مجازی و هویت ملی، از منظر ویژگی‌ها و مختصات در مطالعات مختلف به شدت متفاوت و متغیر بوده است. همچنین نمودار کیفی، N ایمن از خطا و آزمون همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار حاکی از عدم سوگیری انتشار است. در تحلیل این ناهمگنی می‌توان به دیدگاه معتقدان به رویکرد واقع‌بینانه و بینابینی اشاره کرد که معتقد هستند تأثیر فضای مجازی بر هویت، دارای جنبه‌های تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده است؛ نتایج متفاوتی از این قبیل، نمودی از صحت دیدگاه‌هایی است که وجود نتیجه عمومی و همگن را برای جهانی‌شدن و گسترش فضای مجازی انکار می‌کنند و معتقد به وجود هم‌زمان نتایج مثبت و منفی هستند. از سوی دیگر، چنین نتایجی ما را هدایت می‌کند که در مورد شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، قومی و فرهنگی بیشتر بیندیشیم؛ مقایسه نتایج مثبت و منفی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی در جوامع نمونه مختلف نشان می‌دهد در شکل‌دهی این مسئله عوامل زیادی چون شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... دخیل هستند که پرداختن و تبیین همه جوانب در مجال این نوشته نمی‌گنجد؛ اما به‌طور کلی در این حوزه می‌توان استدلال کرد رسانه‌های مجازی به دلیل فراگیری و تنوع کاربرد و بهره‌برداری از آن قابلیت آن را دارند که در گروه‌های مختلف تأثیرات متفاوت و گاه متناقضی را ایجاد کنند؛ به‌طوری‌که در پژوهش‌های بررسی‌شده، هویت ملی کاربران فضای مجازی در طیف متنوعی از قوی تا ضعیف قرار دارد، شاید به این دلیل که کاربران این فضا اقشار و گروه‌های مختلف هستند که افکار و تمایلات و آرمان‌های متفاوتشان را از این طریق نمایان می‌کنند و می‌سازند. علاوه بر این، امکانات خاص فضای مجازی مانند گمنامی و عدم نیاز به حضور فیزیکی شرایط را برای ظهور خودهای چندگانه فراهم کرده است به تبع چنین شرایطی، تأثیر این فضا بر افراد جهت یکسان و مشخصی ندارد. در اینجا به یکی از دلایل فرهنگی این بحث به‌عنوان نمونه برای روشن‌شدن مسئله اشاره می‌شود. نگاهی مختصر به

جوامع مورد مطالعه در تحقیقات بررسی شده نشان می‌دهد در مطالعاتی که اعضای نمونه مورد مطالعه از فرهنگ و زبان و مذهب نسبتاً یکسان با زبان و مذهب رسمی برخوردار هستند، این رابطه مثبت است و یا رابطه‌ای منفی اما ضعیف‌تر می‌باشد (برای مثال پژوهش رهبر قاضی و ایمانیان، ۱۳۹۶ و عظیمی و نامداری، ۱۳۹۶) که با در نظر گرفتن نظریه‌های رویکرد سوم، این نتیجه ممکن است ناشی از میزان اشتراک بالای مؤلفه‌های هویت‌های محلی و ملی باشد؛ حال این‌که در پژوهش‌های که نمونه از اقلیت‌های قومی و مذهبی تشکیل شده است (برای مثال بیات و قنبری، ۱۳۹۷؛ کاروانی، ۱۳۹۷)، رابطه هویت ملی و استفاده از فضای مجازی منفی است؛ یعنی با افزایش استفاده از اینترنت، هویت ملی رو به تضعیف است. این رابطه احتمالاً به دلیل برنامه‌ریزی مرکزگرا و از بالا به پایین رسانه‌های بین‌المللی باشد که زمینه‌هایی برای ناهمسویی هویت‌های محلی را فراهم کرده‌اند.

در ادامه تحلیل یافته‌ها، میانگین اندازه اثر بیانگر تأثیر منفی اما ضعیف استفاده از فضای مجازی بر هویت ملی است. در زمینه تحلیل تأثیر منفی استفاده از فضای مجازی بر هویت ملی می‌توان به نظریه پردازان رویکرد دوم اشاره کرد که نگاهی بدبینانه به گسترش فضای مجازی دارند و معتقدند گسترش فضای مجازی باعث تضعیف و اضمحلال هویت ملی می‌شود. اینگلهارت و کاستلز از طرفداران این رویکرد، فرایند جهانی‌شدن و گسترش وسایل ارتباطی را در دگرگونی و تضعیف مبانی هویتی جوامع مختلف دخیل می‌دانند. البته میزان کم تأثیر نشان می‌دهد در جوامعی مانند ایران به‌عنوان یک جامعه در حال گذار و در معرض گسترش فناوری‌های ارتباطی نوین، منابع سنتی هویت‌ساز هنوز کارکرد خود را حفظ کرده است. تحلیل دیگر اینکه، برخی از صاحب‌نظران ارتباطات از مفهومی با عنوان «تراکم‌پذیری اثرات» یاد کرده‌اند که در مورد تأثیرات رسانه‌های جدید مصداق می‌یابد. نویسندگان کتاب کاربرد نظریات ارتباطات با نگاهی راهبردی در این مورد می‌نویسند: «افرادی که یک رشته پیام درباره جنبه‌های مختلف زندگی دریافت می‌کنند، ممکن است گام‌به‌گام به تغییرات رفتاری با نگرش پایدار برسند. این پدیده را

گاهی راهبرد گام‌های کوچک خوانده‌اند.» (سون و همکاران^۱، ۱۳۸۷، ۳۳۷). از این رو می‌توان چنین استنباط کرد که اثرات رسانه‌های فضای مجازی در جامعه ایران با تبعیت از راهبرد گام‌های کوچک، هنوز به‌طور کامل ملموس و مشهود نیست؛ اما باید این واقعیت را پذیرفت که فضای مجازی متراکم و با تسلط حداکثری، قابلیت ایجاد دگردیسی در واقعیات اجتماعی را دارا است.

در نهایت، تحلیل متغیرهای تعدیل‌گر این پژوهش نشان می‌دهد که رابطه فوق در پژوهش‌هایی که جامعه آماری شامل دانشجویان است قوی‌تر است؛ این یافته را می‌توان با کاربرد و گسترش بیشتر شیوه‌های نوین ارتباطی مانند استفاده از اینترنت و فضای مجازی در دانشجویان نسبت به دیگر شهروندان مرتبط دانست. همچنین در این راستا، بررسی میزان تأثیر تحصیلات بر میزان سواد را می‌توان به‌عنوان یک متغیر مداخله‌گر احتمالی در نظر گرفت که بررسی آن در پژوهش‌های آتی محققان ضروری می‌نماید. متغیر مداخله‌گر دیگری که در این پژوهش استفاده شد، شیوه استفاده از اینترنت بود که در فرضیات مختلف به دو صورت «استفاده از شبکه‌های مجازی و استفاده از اینترنت» مطرح شده است. میزان اندازه اثر در این دو شیوه استفاده متفاوت است؛ در تحلیل این مسئله می‌توان گفت زمانی که بهره‌برداری از فضای مجازی به‌صورت منفعلانه و یک‌طرفه است در مقایسه با زمانی که استفاده از این فضا، فعالانه و تعاملی است تأثیر بیشتری بر هویت ملی دارد. البته ضروری است این مسئله به‌صورت دقیق‌تر بررسی شود زیرا در پژوهش‌های مختلف در تعریف استفاده از فضای مجازی و اینترنت اجتماعی وجود نداشت.

پیشنهادها

بررسی مطالعات گذشته و آسیب‌شناسی آن‌ها نشان می‌دهد که مطالعات این حوزه با برخی ضعف‌ها و کاستی‌ها همراه بوده است. مهم‌ترین این ضعف‌ها عبارت‌اند از: نبود اجماع در تعریف مفاهیم مرتبط با فضای مجازی و همچنین سطحی‌نگری در تعریف متغیرها و شاخص‌های مرتبط با هویت ملی و

1. Sven et al.

بی‌توجهی به ویژگی اقوام و مذاهب در این تعاریف. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی به ضعف‌های یادشده در تحقیقات این حوزه توجه شود؛ و با بهره‌گیری مطالعات بین‌رشته‌ای و همچنین روش‌های تلفیقی (کمی و کیفی) امکان بررسی ابعاد گوناگون و پنهان این مسئله فراهم شود.

در حوزه عملی، لازم است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی رویکردی واقع‌بینانه و مدیریتی در رابطه با فضای مجازی و پیامدهای مثبت و منفی آن داشته باشند؛ زیرا گسترش استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی در جهانی که رو به توسعه و پیشرفت دارد، اجتناب‌ناپذیر است. رویکرد سلبی و حذفی به این فرایند، جامعه را از بسترهای مناسب این جریان محروم خواهد کرد؛ چراکه در زمانه‌ای که به عصر مجازی شهرت یافته، فرهنگ‌ها برای گریز از سرگردانی و رسیدن به خودآگاهی لازم است توانایی و مزایای خود را در نسبت به آنچه جهانیان عرضه می‌کنند بشناسند؛ در این راستا، رسانه‌ها و دنیای مجازی مناسب‌ترین ابزار برای معرفی، عرضه و اشاعه فرهنگی است.

سپاسگزاری

در نهایت از همه پژوهشگران پیشگام این حوزه که داده‌ها و نتایج پژوهشان، مبنایی برای انجام این مقاله بود کمال تشکر و قدردانی را داریم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.

۱۶۴ - اسمیت، آنتونی. دی. (۱۳۸۳). ناسیونالیسم نظریه، ایدئولوژی، تاریخ. ترجمه منصور انصاری: تهران: تمدن ایرانی.

- افتاده، جواد. (۱۳۸۹). رسانه‌های اجتماعی و کتاب بازگشت عموم و بازنشر کتاب. کتاب مهر، ۱، ۳۴-۴۷.

<https://b2n.ir/d93000>

- بحرانی، شعله؛ سروش، مریم؛ و حسینی، مریم. (۱۳۹۰). مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر شیراز، مطالعات ملی، ۱۲(۳)، ۱۰۳-۱۲۰.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1390.12.47.5.3>

- بقایی سرابی علی؛ و غنیمتی، حسن. (۱۳۹۲). تأثیر فضاهای مجازی بر ابعاد هویتی دانشجویان. مطالعات میان فرهنگی، ۸(۲۰)، ۱۲۹-۱۵۶.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.17358663.1393.8.20.6.0>

- بل، دیوید. (۱۳۸۹). درآمدی بر فرهنگ های سایبر. ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

- بیات، بهرام؛ و قنبری برزبان، علی. (۱۳۹۷). تبیین ارتباط رسانه‌های ارتباط جمعی و فضای مجازی با هویت ملی (مورد مطالعه: جوانان عرب‌زبان اهواز). پژوهش‌نامه نظم و امنیت اجتماعی، ۱۱(۴۳)، ۱-۲۸.

http://osra.jrl.police.ir/article_20343.html

- تاجیک اسماعیلی، عزیزالله؛ تاجیک اسماعیلی، سمیه؛ و محراب بیگی، محمدجواد. (۱۳۹۳). تأثیر اینترنت بر هویت ملی در ایران. مطالعات رسانه‌ای، ۹(۲۶)، ۴۱-۵۲.

https://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_8205.html

- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲(۵)، ۱۹۳-۲۲۸.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1379.2.5.7.7>
- حاجیانی، ابراهیم؛ و محمدزاده، حمیدرضا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر فضای مجازی (اینترنت) بر هویت ملی دانشجویان. *مطالعات ملی*، ۱۶(۱)، ۶۷-۸۴.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1394.16.61.4.8>
- حاجیانی، ابراهیم؛ و ایروانی، زهرا. (۱۳۹۷). آینده‌پژوهی هویت ملی ایران در افق زمانی ۱۴۰۷. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۹(۴)، ۳-۲۰.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1397.19.76.1.6>
- حبیبی، اکرم؛ فتحی آذر، اسکندر؛ و محمدبخش، بهمن. (۱۳۸۹). جهانی‌شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز). *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۳(۲)، ۱۰۱-۱۲۲.
<https://doi.org/10.7508/ijcr.2010.10.005>
- دانایی، ابوالفضل؛ و بابایی ساروئی، مصطفی. (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۸(۳)، ۴۳-۶۸.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1396.18.71.3.1>
- ذکایی، محمدسعید؛ و خطیبی، فاخره. (۱۳۸۵). رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن؛ پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۱۳(۳۳)، ۱۱۱-۱۵۳.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.17351162.1385.13.33.4.2>
- رزازی‌فر، افسر. (۱۳۷۹). الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران (با تأکید بر رابطه میان هویت ملی و ابعاد آن). *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۲(۵)، ۱۰۱-۱۳۳.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1379.2.5.3.3>
- رضایی، حسین؛ رضانی‌فر، حدیثه؛ و قیصری، زهرا. (۱۳۹۴). رابطه استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان شهر همدان. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۶(۲)، ۱۱۳-۱۳۲.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1394.16.62.7.3>

- رضایان، عالیه؛ و ادیسی، افسانه. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۳(۳۴)، ۳۵-۹.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.17358663.1397.13.34.1.4>
- رفیعی حصار، شهناز؛ و سلیمانی، توران. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بر هویت ملی و دینی دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل. *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، ۱۴(۲)، ۳۱-۴۵.
https://journal.khalkhal.iau.ir/article_666515.html
- رهبر قاضی، محمودرضا؛ و ایمانیان منفرد، زینب. (۱۳۹۶). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی. *مطالعات قدرت نرم*، ۱۷(۱۷)، ۱۱۶-۱۳۲.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.23225580.1396.7.2.6.8>
- رهبر قاضی، محمودرضا؛ حاتمی، عباس؛ و عباسی، امین. (۱۳۹۷). رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی، مدرن). *مجلس و راهبرد*، ۲۵(۹۵)، ۳۳-۵۸.
https://rc.majlis.ir/fa/book_pub/show/1092430
- ساروخانی، باقر؛ و رضایی قادی، خدیجه. (۱۳۹۱). اینترنت و هویت ملی در میان کاربران. *فرهنگ ارتباطات*، ۲(۵)، ۷۰-۵۱.
https://journals.iau.ir/article_510655.html
- سون، ویندال؛ سیگنایترز، بنو؛ و اولسون، جیمز. (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- صبوری خسروشاهی، حبیب؛ و آذرگون، نسرین. (۱۳۹۲). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). *مطالعات رسانه‌ای*، ۸(۲۱)، ۲۵-۹.
https://mediastudies.srbiau.ac.ir/article_4137.html
- صنیع اجلال، مریم. (۱۳۸۴). درآمد بر فرهنگ و هویت ایرانی. مؤسسه مطالعات ملی.

- عظیمی، لیلا؛ نامداری، مهرداد؛ و پرهام، محمد. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان. *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، ۸(۲۸)، ۶۵-۹۰.
https://urb.dehaghan.iau.ir/article_663352.html
- فیدر، جان. (۱۳۸۰). *جامعه‌اطلاعاتی*. ترجمه علی رادباوه و عباس گیلوردی، تهران: نشر کتابدار.
- قاسمی، وحید؛ عدلی‌پور، صمد؛ و میرمحمدتبار دیوکلایی؛ سیدمحمد. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تغییرات هویت اجتماعی جوانان شهر تبریز. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۱(۱)، ۱۲۵-۱۵۰.
https://ssi.journals.umz.ac.ir/article_729.html
- کاروانی، عبدالطیف. (۱۳۹۷). تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۹(۲)، ۱۱۳-۱۲۸.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735059.1397.19.74.7.8>
- کاستلز، امانوئل. (۱۳۸۰). *جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات*. جلد دوم قدرت هویت. ترجمه محسن چارشیان، تهران: انتشارات طرح نو.
- کوهی، کمال؛ و حسنی، محمدرضا. (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی جوانان ۱۴ تا ۲۹ سال شهر تبریز. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۹(۴)، ۱۰۹-۱۳۰.
<https://doi.org/10.22082/cr.2012.23446>
- گل‌محمدی، احمد. (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- محمدبخش، بهمن؛ حبی، اکرم؛ و قریشی، فردین. (۱۳۹۰). *جهانی‌شدن و هویت ملی دانشجویان دانشگاه تبریز*. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۱۱(۴۳)، ۷-۳۴.

<http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-748-fa.html>

- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا). (۱۳۹۶). بازنشانی شده در کد محتوا ۱۹۷۸ به نشانی:

<http://ispa.ir/Default/Details/fa/1978>

۱۶۷

- مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا). بازنشانی شده در (۱۳۹۹/۱۲/۴).

<http://ispa.ir/Default/Details/fa/2282>

- مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا). بازنشانی شده در (۱۴۰۰/۱۲/۲۸).

<https://ispa.ir/Default/Details/fa/3370>

- مصرآبادی، جواد؛ و نصراللهی، یدالله. (۱۳۹۶). *فراتحلیل، مفاهیم، نرم‌افزار، گزارش‌نویسی*. نشر: دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

- مصطفوی کهنگی، فرحناز. (۱۳۹۴). نقش اینترنت در شکل‌گیری هویت ملی با ارائه مدل تحلیلی (مورد مطالعه جوانان ۱۸-۳۰ شهر کاشان). *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۶(۱۹)، ۱۳۷-۱۵۶.

https://ssyj.babol.iau.ir/article_529782.html

- مقصودی، مجتبی. (۱۳۸۰). *تحولات قومی در ایران؛ علل و زمینه‌ها*. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

- نوابخش، فرزاد؛ خادم رسول؛ و آرام، هاشم. (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۵(۲)، ۳۷-۵۴.

https://jisds.srbiau.ac.ir/article_2425.html

- نیازی، محسن؛ شفائی مقدم، الهام. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی (مطالعه موردی: شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۹۰). *رسانه و فرهنگ*، ۲(۱)، ۹۹-۱۲۷.

https://mediastudy.ihcs.ac.ir/article_502.html

- وحیدآ، فریدون؛ کریمیان، حبیب‌الله؛ و کوپایی، محمد. (۱۳۹۱). تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر همبستگی ملی جوانان و دل‌بستگی آن‌ها به هویت ایرانی. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۴(۴)، ۱۲۳-۱۳۲.

https://jisds.srbiau.ac.ir/article_2425.html

- Castells, Manuel(2001). Information Age: Economics, Society, and Culture: The Power of Identity (Vol. 2) [Ch 1]. Translators: Ahad Aliqian, Hassan Chavoshian, Afshin Khakbaz. Tehran: Nashre naw(in persain).
- Feeder, John (2002). Information Society. Translators: Abbas Gilori, Ali Radbaveh. Tehran: ketabdar (in persian).
- Giddens, Anthony (2014). Modernization: Society and personal identity in the new age. Translator: Nasser Mofaqian, Tehran, Ney Publishing ((in persian).
- Rheingold, H. (2002), Smart Mobs; The Next Social Revolution; Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access, New York: Basic Books.
- Schaeffer, R. K. (2003). Understanding Globalization: The Social Consequences of Political, Economic, and Environmental Change, Lanham, MD: Rowman& Littlefield.
- Scott, J. (2005). Social Theory: Central Issues in Sociology, London: sage.
- worldbank. (2022).
<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2020&locations=IR&start=2000>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی