



Sociological analysis of the effect of using social media on ethnocentrism of urban generations and security consequences in Kurdistan province¹

Ali Mohammad Panah², Ali Moradi³, Shahram Fattahi⁴

Received: 01 - 08 - 2023

PP. 93-122

Accepted: 30 - 09 - 2023

Abstract

Background and objective: The present study aims to study the state of ethnocentrism in Kurdistan province (Sanandaj, Bijar and Marivan) and the effect of participating in social networks on it.

Method: The present study is descriptive of the correlation type and the statistical population was the citizens of Sanandaj, Marivan and Bijar. The sample size was 610 subjects, and the researcher-made questionnaire with appropriate validity and reliability was distributed among the respondents using the cluster sampling method.

Findings: The highest percentage of frequency among respondents was 38.5% who use the social network of Instagram and 4.09% has the lowest frequency, who use Twitter. The results showed that the intensity of political ethnocentrism is very high in Marivan and is higher than other types of ethnocentrism, and in Bijar, this situation is almost reversed and the intensity of economic ethnocentrism is higher than other types of ethnocentrism. Also, the dominant aspect of ethnocentrism in the three cities of Marivan, Sanandaj, and Bijar is of economic type (43.3% in total), which the current state of the province in various indicators of economic and human development is a good proof of this. The hypotheses examination indicates that there is a direct, significant and medium to high intensity relationship (0.412) between the use of virtual social networks and ethnocentrism in the three cities of Sanandaj, Marivan and Bijar.

Conclusion: It is concluded that social media can threaten social integration and cohesion and political-social and even national divergence in long and medium term.

Keywords: modernization, social networks, ethnicity, ethnocentrism.

Reference: Mohammad Panah, Ali; Moradi, Ali; Fattahi, Shahram. (2023). "Sociological analysis of the effect of using social media on ethnocentrism of urban generations and security consequences in Kurdistan province". *Quarterly Journals of East of Tehran Province Police Science*, 11(42), pp. 93-122.

1 - This article is extracted from the PhD thesis by Mr. Ali Mohammad Panah with the same title

2- Ph.D. student of Political Science, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.

3- Associate Professor of Sociology, Department of Sociology, Islamabad Garb Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran (corresponding author's email: moradi.pop@gmail.com).

4- Associate Professor of Political Science, Department of Political Science, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran.



مقاله: پژوهشی

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر قوم‌گرایی نسل‌های شهری و پیامدهای امنیتی در استان کردستان^۱

علی محمد پناه^۲، علی مرادی^۳، شهرام فتاحی^۴

دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰

از صفحه ۹۳ تا ۱۲۲

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۸

چکیده

زمینه و هدف: مطالعه حاضر درصدد بررسی وضعیت قوم‌گرایی در استان کردستان (سنندج، بیجار و مریوان) و اثر حضور در شبکه‌های اجتماعی بر آن برآمده است.

روش: مطالعه حاضر توصیفی از نوع هم‌بستگی بوده و جامعه آماری، شهروندان شهرهای سنندج، مریوان و بیجار بوده است و حجم‌نمونه انتخابی ۶۱۰ نفر تعیین شد و پرسش‌نامه پژوهش‌گرا ساخته دارای اعتبار و پایایی مناسب، با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای در میان پاسخ‌گویان توزیع شد.

یافته‌ها: بیش‌ترین درصد فراوانی پاسخ‌گویان ۳۸/۵ درصد افرادی هستند که از شبکه‌اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۴/۰۹ درصد که دارای کم‌ترین فراوانی است از توئیتر استفاده می‌کنند. نتایج نشان داد که شدت قوم‌گرایی سیاسی در مریوان بسیار بالا بوده و با فاصله بسیار نسبت به سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد و در بیجار تقریباً تا حدودی این وضعیت معکوس بوده و شدت قوم‌گرایی اقتصادی بالاتر از سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد. هم‌چنین وجه غالب قوم‌گرایی در سه شهر مریوان و سنندج و بیجار از نوع اقتصادی (۴۳/۳ درصد در کل) است که وضعیت موجود استان در شاخص‌های مختلف توسعه اقتصادی و انسانی به خوبی گواه این مطلب است. بررسی فرضیه‌ها حاکی از آن است که رابطه مستقیم، معنی‌دار و با شدت متوسط رو به بالایی (۰/۴۱۲) بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار وجود دارد. **نتیجه‌گیری:** نتیجه‌گیری می‌شود که رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در بلندمدت و میان مدت باعث تهدید یکپارچگی و انسجام اجتماعی و واگرایی سیاسی و اجتماعی و حتی ملی شوند.

کلیدواژه‌ها: نوسازی، شبکه‌های اجتماعی، قومیت، قوم‌گرایی.

استناددهی (APA): محمد پناه، علی، مرادی، علی، فتاحی، شهرام. (۱۴۰۲). «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر قوم‌گرایی نسل‌های شهری و پیامدهای امنیتی در استان کردستان». *پژوهشنامه جغرافیای انتظامی*، ۱۱(۴۳)، صص ۹۳-۱۲۲.

۱- این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری آقای علی محمد پناه با همین عنوان است.

۲- دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

۳- دانشیار جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران (رایانامه نویسنده مسئول:

moradi.pop@gmail.com)

۴- دانشیار علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.



مقدمه

هویت قومی^۱ یکی از انواع هویت جمعی است و شدت و برجستگی آن یکی از مسایل اجتماعی مهم در جوامع چندفرهنگی است. مسئله قوم‌گرایی موضوع جدیدی نیست، اما با توجه به اهمیت روزافزون آن در فرآیند ملت‌سازی و تقویت هویت و هم‌بستگی اجتماعی عام در هر جامعه - به‌ویژه در شرایط جهانی شدن - بیش‌تر از هر زمانی حائز اهمیت است. به‌طور کلی هنگامی امکان صحبت از هویت قومی است که اعضاء گروه قومی نسبت به عضویتشان در آن گروه اطلاع و آگاهی داشته باشند و از وجود تفاوت و تمایزشان با دیگران و وجه اشتراک و شباهتشان با یکدیگر مطلع شده باشند و این اطلاع و آگاهی منجر به تولید و احساس تعلق به گروه قومیشان شده باشد. بنابراین هویت قومی را می‌توان به معنای اطلاع و آگاهی و احساس تعلق اعضای یک گروه قومی نسبت به نمادها، ارزش‌ها و ویژگی‌های قومی خاص و حتی خرده‌فرهنگ‌ها در نظر گرفت. این هویت، هویتی خالص یا ایستا نبوده و تحت شرایط جدید و تغییر شرایط و یا به‌واسطه شرکت در عرصه اجتماعی با دیگر فرهنگ‌ها، از آن‌ها تأثیر پذیرفته و متقابل بر آن‌ها اثر بخش خواهد بود (عباس‌زاده‌مرزبالی، ۱۴۰۰، ص ۲۵۳).

گسترش فضای اطلاعاتی و رد و بدل شدن سریع به‌وسیله اینترنت، عملاً جهان را به دهکده‌ای جهانی تبدیل کرده و تبادل اطلاعات را در لحظه فراهم ساخته است. در نوردیده شدن زمان و مکان در فضای مجازی هم‌چون فیس‌بوک، تلگرام، ایسن‌تگرام و... باعث شده است تا حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های برون‌مرزی زمینه تقویت خاص‌گرایی در هویت‌های محلی و تضعیف هویت ملی را فراهم کند. گسترش روز‌به‌روز فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در حال حاضر، زندگی بشری و حیات اجتماعی را در ابعاد مختلف از جمله سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تحت تأثیر قرار داده است. همان‌طور که تلگراف، تلفن و راه‌آهن در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باعث تحول چشم‌اندازهای ملی و بین‌المللی شدند، فناوری ارتباطات و وجه مشخص آن، یعنی اینترنت در



حال حاضر، تغییر و تحولات عظیمی را در پی داشته‌اند؛ به‌نوعی که به‌عنوان وجه غالب دنیای امروز تبدیل شده است. گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌عنوان جامعه شبکه‌ای منجر به تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی شده است (ابراهیمی، حجازی و چیت‌ساز، ۱۴۰۱، ص ۲۶).

اینترنت به‌عنوان ستون فقرات جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای فعلی مطرح است. ویژگی‌های منحصر به‌فرد اینترنت موجب می‌شود تا مخاطبان و افراد خاصی را به‌خود جلب کند که شاید نسل جوان از جمله مخاطبان این رسانه نوین ارتباطی است که با حضور در فضای مجازی اینترنت تجربیات جدیدی را از دنیای مدرن امروزی کسب می‌کند و رفته‌رفته این تجربیات پیکره ارزش‌های فرد را دست‌خوش تغییر و تحول می‌کند و حتی ممکن است انقلابی در فرد ایجاد کند (وطنی و ساعی، ۱۳۹۳، ص ۳۱). یکی از شاخصه‌های اصلی انقلاب اسلامی که موجب تأثیرات بنیادین بر نظام دین‌محور در زندگی بین‌الملل شده، ساخت آن بر پایه ارزش‌های دینی و معنوی و تأکید بر گفتمان فردی و اجتماعی و فرهنگی بوده است. گفتمان انقلاب اسلامی که با هدف ایجاد نظام برخاسته از اصول اسلامی و نفی ساختار و اصول حاکم بر نظام‌های غربی بنا شده و توجه به ملی‌گرایی و قوم‌گرایی و حفظ هویت‌های قومی و مذهبی از اهمیت بالایی برخوردار است. در همین راستا رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای جدید ارتباطی نقش مهمی در تعریف و شناسایی عناصر، مبانی، برنامه‌ها و اهداف انقلاب اسلامی ایفاء کرده و هم می‌توانند به شیوه‌های مختلف مانع قدرت‌یابی و بسط و توسعه گفتمان انقلاب اسلامی شوند و یا زمینه‌های نفوذ و قدرت آن را فراهم کنند (سرخیل، ۱۳۹۸، ص ۱۸۵).

مسئله اساسی دیگر در جوامع چند قومیتی، چگونگی ساماندهی تعاملات، روابط و پیوندهای گروه‌های قومی مجموعه حاکمیت ملی از یک طرف و ارتباط اقوام با یکدیگر از طرف دیگر است. به‌عبارتی شیوه نگاه حاکمان و نوع توزیع منابع، فرصت‌ها و سازوکارهای حل کردن کشمکش و اختلافات قومی در جوامع چندقومیتی به نوع نگرش و موضع دولت از ملت و سیاست‌هایی دارد که



دولت‌های متبوع نسبت به اقوام درون جامعه خود در پیش می‌گیرند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۸۲). جامعه‌گردهای ایران اگرچه به‌لحاظ تاریخی و زبانی دارای وجوه مشترک فراوانی است، اما به مانند هر جامعه دیگری دارای تمایزها و تفاوت‌هایی در درون خود نیز هستند. یکی از این جنبه‌ها - که از قضا در ایران امروز (از نظر سیاسی و فرهنگی) مهم به‌شمار می‌آید - تفاوت‌های موجود در انواع گرایش‌های قوم‌گرایانه است. بنابراین، پژوهش حاضر درصدد است تا به این پرسش پاسخ گوید که «نسل‌های حاضر در شهرهای سنندج، مریوان و بیجار، چه نوع گرایش‌های قوم‌گرایانه‌ای دارند؟ و این‌که اثر استفاده از رسانه به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر انواع قوم‌گرایی شهروندان دارد؟»

پیشینه و مبانی نظری

نتایج پژوهش دهقان‌پور و جعفری (۱۴۰۲) با موضوع رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی در میان شهروندان شهر اردبیل نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معناداری وجود دارد. هم‌چنین بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فردی و هویت مجازی رابطه مثبت معناداری وجود دارد، در حالی که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت جمعی، ملی، دینی و انقلابی رابطه معکوس معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش نیک‌بخش (۱۴۰۲) با موضوع تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان (مورد مطالعه نوجوانان ۱۴-۱۸ ساله شهرستان اهواز) نشان داد که انواع مختلفی از تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان به‌ترتیب ۱ الی ۴ بر ابعاد: «بسته بودن - پراکندگی - تعویق - دستاوردی» به‌ترتیب از ضعف به‌شدت تأثیر دارد. نتایج پژوهش باقری، نواح و شجاعی برجویی (۱۴۰۱) با موضوع الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین قومی در شهر اهواز نشان از تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی، قانون‌گرایی، اعتماد اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، قوم‌گرایی و تأیید میزان



استفاده از رسانه‌های جمعی بر هم‌گرایی بین قومی در میان پاسخ‌گویان داشت. نتایج پژوهش زندیه و خانیکی (۱۳۹۸) با عنوان طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی نشان داد که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی، متنوع و از سه مقوله فراگیر تأثیرات بین فرهنگی قومی (شامل مضامین سازمان‌یافته: هم‌دلی فرهنگی، پایداری احساسی، ابتکار اجتماعی، انعطاف‌پذیری و گشایش ذهنی)، هویت قومی (شامل عنصر شناختی، عنصر احساسی و عنصر ارزشی) و قوم‌محوری (شامل تعصب قومی، تهدید و کشمکش برون قومی و نیز هم‌بستگی درون‌گروهی) بوده است. نتایج پژوهش کیهان، فرقانی و مظفری (۱۳۹۸) عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران نشان داد که نرم‌افزارهای اجتماعی پر مخاطب شامل تلگرام، اینستاگرام، واتساپ 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 به شدت کاهش پیدا کرده است.

نتایج پژوهش بروجردی علوی و صدیق یزدچی (۱۳۹۶) با موضوع تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران نشان از تأیید تأثیر مثبت فضای مجازی بر هویت قومی داشت؛ اگرچه از دید بعضی از پژوهش‌گران، اثرات منفی فضای مجازی نیز نادیده گرفته نشده بود. تقویت مرزبندی‌ها و رشد انشعابات کوچک قومی از جمله اثرات منفی قلمداد شده بود. هم‌چنین، به‌زعم پژوهش‌ها، نشانه‌هایی از جریان هویت‌زدای قومی نیز قابل کتمان نبود. نتایج پژوهش جهانی، عزتی و نامی (۱۳۹۶) با موضوع میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران نشان داد که مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی با ۴۵/۲۵ درصد و مؤلفه‌های اقتصادی با ۴۹/۷۵ درصد به‌عنوان عامل هم‌گرایی هستند. نتایج پژوهش شفیعی‌نیا (۱۳۹۴) با



موضوع پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت‌ملی و هویت‌قومی کردها) نشان داد که در سال‌های اخیر کردها از شبکه‌های مجازی به‌عنوان ابزاری برای رشد خاص‌گرایی هویتی بهره برده‌اند و از این‌منظر، رشد شبکه‌های مجازی در این مناطق به تضعیف هویت‌ملی و رشد هویت‌خواهی قومی منجر شده است. نتایج پژوهش باقری دولت‌آبادی و زارعیان‌چهرمی (۱۳۹۲) با موضوع تأثیر فضای مجازی بر هویت و هم‌بستگی ملی نشان داد که دانشجویانی که بیش‌تر در معرض فضای مجازی قرار دارند نسبت به هم‌تایان خود که کم‌تر از فضای مجازی استفاده می‌کنند، هویت دینی و ملی ضعیف‌تری دارند. نتایج پژوهش محمدپور، نقدی و نادرنژاد (۱۳۸۹) با عنوان تأثیر ماهواره بر هویت‌فرهنگی در کردستان نشان داد افرادی که نسبت به بقیه افراد مورد مطالعه بیش‌تر از ماهواره استفاده کرده‌اند دارای هویت محلی ضعیفی هستند. که این موضوع نشانه تغییرات رفتاری در راستای گرایش به الگوهای نوین است.

مجموع پژوهش‌های خارجی و داخلی انجام‌شده به‌خوبی اهمیت موضوع تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر قوم‌گرایی نسل‌های شهری را برجسته کرده‌اند، اما با وجود این‌که پژوهش‌های انجام‌شده به موضوعات مهمی از قبیل آثار استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر هویت قومی و ملی و هم‌دلی فرهنگی، پایداری احساسی، ابتکار اجتماعی، انعطاف‌پذیری و گشایش ذهنی پرداخته‌اند، اما نوآوری پژوهش حاضر نسبت به پژوهش‌های انجام شده آن است که با رویکرد انتظامی، به بررسی پیامدهای امنیتی آن در استان کردستان پرداخته است و راهکارهای آن می‌تواند از لحاظ فرهنگی، اجتماعی، امنیتی و اقتصادی، کاربردی باشد.

رسانه‌های اجتماعی: وسعت فضای اطلاعاتی و تنیده شدن تاروپود جهان به‌وسیله اینترنت، عملاً جهان را به دهکده‌ای تبدیل کرده و تبادل اطلاعات را در لحظه هموار کرده است. حجم وسیعی از اطلاعات در فضای مجازی و برنامه‌های برون‌مرزی و فرهنگ‌های جهانی چه به‌صورت عمدی چه غیر عمدی ممکن است در هویت قومی و هویت ملی تأثیرگذار باشد و تاحدودی



زمینه تضعیف هویت قومی و حتی ملی را نیز فراهم آورد. گسترش اینترنت و فضای مجازی منجر به جامعه شبکه‌ای شده و منجر به تحول و دگرگونی و تغییر در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و قومی شده است (شفیعی‌نیا، ۱۳۹۴، ص ۶۷).

وسایل نوین و جدید اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در ذهنیت‌ها و برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آوردند، هویت‌ها را در شرایط کاملاً جدیدی قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته و حتی در تضاد با هنجارهای حاکم در جامعه تحت تأثیر است. امروزه ارتباط میان کاربران اینترنتی، آسیب‌های اینترنتی و هویت‌سازی جهان مجازی، ممکن است به سازوکار طرد گروه‌های اجتماعی براساس نسل و جنس اعضای آن‌ها منتهی و مخاطراتی را برای باز تولید نظام اجتماعی (ایران) سبب شوند (ابراهیمی، حجازی و چیت‌ساز، ۱۴۰۱، ص ۲۳). با گسترش فناوری‌های جدید که به شکل‌گیری شبکه‌های مجازی منجر شده است؛ فضاهایی با هویت و کارکرد متفاوت از فضاهای ملموس گذشته، ارزش‌ها، مفاهیم و باورهای گذشته را به نحوی جدید بازنویسی می‌کند (ابراهیمی، حجازی و چیت‌ساز، ۱۴۰۱، ص ۲۴). اینترنت امکان تغییراتی را فراهم کرده می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی، یک سیستم هرج‌ومرج است که رفتاری غیرقابل پیش‌بینی از خود بروز می‌دهد، جهان سیاسی شبکه‌های اجتماعی بیش از حد ناهمگون، بسیار فردگرا، پر از هرج‌ومرج و نامناسب برای گفت‌وگو به منظور احیای حوزه عمومی به شکلی ارتباطاتی است. و به فرآیند مجازی شدنی مربوط است که کنش‌ها و روابط پنهانی برآمده از نقاط نامعلوم را به شیوه‌های مبهم و موهوم به هم متصل می‌کند، گویی که در آن واحد یک نفر در همه جا وجود دارد (بادامچی، ۱۴۰۲، ص ۱۳۰).

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی هستند که امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا



خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (الیسون، استنفیلد و لمپ^۱، ۲۰۰۷، ص ۱۱۵۴). در این میان شبکه‌های اجتماعی نیز عامل کلیدی انتشار و تسهیم اطلاعات در نظام‌های اجتماعی هستند و به‌عنوان عامل اجتماعی، تأثیر قدرت‌مندی بر رفتار و هنجارهای اجتماعی دارند شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند مردم را با انواع خطرانی که امنیت عمومی را تهدید می‌کنند آشنا سازند، مراقبت‌های لازم را به آن‌ها بیاموزند و افراد را برای حفظ و تأمین امنیت ترغیب و راهنمایی کنند (حبیب‌زاده و بخشی، ۱۳۹۵، ص ۱۰). شبکه‌های اجتماعی مجازی و فضای مجازی اخیراً توانسته‌اند بستری جهت توسعهٔ هویت‌های برساخت شده و حرکت‌های مطالبه‌جویانهٔ قومی و فراقومی فراهم کنند. در حقیقت، به‌نظر می‌رسد فضای مجازی برای آن‌دسته از گروه‌های قومی که بنابه هر دلیل، در برابر ساختارهای کلان اجتماعی و هویت‌های ملی بزرگ‌تر همواره احساس محرومیت و در حاشیه ماندگی داشته‌اند، امیدهایی را به دنبال داشته است. در شکل‌دهی به یک گفت‌وگوی درون فرهنگی عقلانیت محور و انتقادی، و نهایتاً در جهت نوعی کنش‌وری سیاسی و فعالانهٔ افراد در درون جامعه‌شان، نقشی اساسی ایفاء می‌کند (نادری و روستاخیز، ۱۳۹۶، ص ۱۳۶).

قوم‌گرایی: ایران کشوری چندقومیتی است که اقوام متعدد با فرهنگ‌ها و مذاهب و زبان‌های مختلف را در خود جای داده است. همین تنوع می‌تواند بر گرایش‌های ناسیونالیستی تأثیر گذارد و روند ملت‌سازی را در ایران با بحران‌هایی مواجه کند. یکی از این بحران‌ها و شکاف‌ها گرایش‌های قوم‌گرایانه است، چراکه دولت‌ها برای این که بتوانند انسجام و یکپارچگی ایجاد کنند، اعتقاد به ملت واحد و گرایش به ناسیونالیسم ملی را تبلیغ و بر آن تأکید کنند، اما این ادغام قومیت‌ها و اقلیت‌ها در یک ملت واحد می‌تواند پیامدهایی ازجمله تنش‌های قومی، تعارضات داخلی، تضعیف هم‌گرایی ملی و آسیب‌پذیری امنیت



ملی را به دنبال داشته باشد نه وحدت و استقلال؛ زیرا ممکن است اقوامی که احساس نزدیکی با ناسیونالیسم ملی رسمی ندارند بر ناسیونالیسم قومی اصرار ورزند و دست به مقاومت زنند و اگر موقعیت برای آن‌ها فراهم شود، حتی ممکن است در مقابل دولت ملی و ناسیونالیسم ملی صف‌آرایی کنند (میرزایی و عیدی، ۱۳۹۹، ص ۱۲۵). مسئله قومی در ایران جزء یکی از مهم‌ترین مسائل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی معاصر به‌شمار می‌آید، کردها یکی از اقوام ایرانی هستند که قوم‌گرایی در میان آن‌ها فعال است. گرچه این قوم در طول تاریخ از مدافعان سرزمین، مردم و فرهنگ ایران زمین بوده‌اند، اما در مقاطعی از تاریخ گرایش‌های خاص قومی نیز وجود داشته است (محمدزاده، شادرو و رفیع‌فر، ۱۳۹۱، ص ۸۰).

منظور از قوم‌گرایی، احساس هویت قومی و تلاش برای حفظ فرهنگ و میراث قومی است. قوم‌گرایی دیدگاهی دربارهٔ مسائلی است که بر اساس آن اجتماع و گروه قومی متعلق به یک فرد مرکز همه چیزها در نظر گرفته می‌شود و تمام گروه‌های دیگر نسبت به آن مورد سنجش قرار می‌گیرند، پس شخص، خود را نمونه مجسمی از فرهنگ خود می‌داند و فرض او این است که الگوها و شیوه‌های فرهنگی گروه او از همه گروه‌ها و قوم‌ها بهتر است و آن‌چه را که بر اساس آن انجام می‌دهد بر حق است. در کشورهایمانند ایران که از ساختار قومی مختلف و متنوعی برخوردار است قومیت و قوم‌گرایی می‌تواند به‌عنوان یک شاخص مهم در سنجش هویت‌ها به‌حساب آید، و می‌تواند به‌عنوان یک منبع بالقوه نیرومندی برای هویت‌یابی افراد باشد. در نتیجه می‌توان بیان کرد که پیوندهای قومی مثل دیگر پیوندهای اجتماعی در معرض نیروهای اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی قرار دارند و از این‌رو بر حسب اوضاع و شرایط اجتماعی مختلف، تغییر می‌یابند و متحول و متلاطم می‌شوند (شایسته، اسماعیلی و محمدی، ۱۳۹۹، ص ۲۲۱). یکی از مهم‌ترین و بحث برانگیزترین حوزه مطالعات فرهنگی از باب کارکردی و کژکارکردی در جهت نظم‌دهی اجتماعی و سیاسی، بحث قومیت و هویت اختصاصی قومیت‌ها است. با توجه به این‌که کشور ایران از سالیان قبل و دیرباز شاهد حضور اقوام مختلف بوده است،



به‌نوعی که از باب تنوع فرهنگی، مذهبی و قومی در سطح دنیا و در بین کشورهای مختلف جهان جایگاه شانزدهم را دارد، پس می‌توان گفت بدون تردید هویت قومی جایگاه ویژه و منحصری در تشکیل اجتماع ملی فرهنگی دارد (کیهان، ملکیان و میرزاخانیان، ۱۳۹۹، ص ۱۰۷). در دهه‌های اخیر به تدریج توسعه رسانه‌ها و ارتباطات و به‌تبع آن‌ها، آگاهی و افزایش آگاهی عمومی مسبب افزایش شدت تغییرات در سطوح فرهنگی و اجتماعی جامعه شده‌اند. پس می‌توان بیان کرد که با توسعه روزافزون رسانه‌ها و شکل‌گیری شبکه‌های ارتباطی در هم تنیده و پیچیده، امکان ارتباطات دوسویه و چندجانبه‌ای شکل گرفته و ایجاد شده که از کنترل اقتدارگرایانه و انسجام طلب حاکمیت‌ها خارج است. یکی از مهم‌ترین نهادهای ارتباطی از این دست، رسانه‌های اجتماعی مجازی نوظهور مانند توئیتر، اینستاگرام، تلگرام و فیس‌بوک و سایر رسانه‌های مجازی بوده است (کیهان، ملکیان و میرزاخانیان، ۱۳۹۹، ص ۱۰۷). کشمکش‌های قومی به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بشر است که ریشه در کمبود منابع و مهم‌تر از آن در توزیع و اختصاص ناعادلانه آن در بین گروه‌ها (اقلیت‌ها) و در نتیجه تلاش آن‌ها برای تشکیل گروه‌ها به‌صورت اقوام، قبایل، ملت‌ها و... جهت همکاری در درون گروه و رقابت با برون‌گروه برای دستیابی به این منابع کمیاب، دارد. اندیشمندان علوم اجتماعی برای بررسی و مطالعه این رقابت و تضاد درون‌گروه - برون‌گروه از اصطلاح مرسوم تحت عنوان قوم‌گرایی بهره می‌گیرند. این اصطلاح به‌عنوان یک سازه کاملاً جامعه‌شناختی مطرح می‌شود، که برای توصیف تضاد بین گروه‌ها و تبعیض اعضای درون‌گروه بر علیه اعضای سایر فرهنگ‌ها به‌کار می‌رود. سامنر قوم‌گرایی را احساس فداکاری و انسجام درون‌گروهی و رد سایر گروه‌ها، برتری گروهی و روابط بین گروهی استثماری تلقی می‌کرد. قوم‌گرایی یعنی ارزش‌ها و موازین فرهنگ خود را محور قضاوت در مورد دیگران قرار دادن (سامنر^۱، ۲۰۱۴، ص ۱۷۴).

قوم‌گرایی با توجه به‌وجود ارتباط و همکاری بین افراد، هرگاه همراه با خصومت نسبت به برون‌گروه باشد، به طرفداری از درون‌گروه می‌انجامد؛ حتی



گاه (در حد افراطی) به درگیری، خشونت، یا پشتیبانی از رفتارهای تبعیض‌آمیز منجر می‌شود. در نهایت بری و کالین دو پژوهش‌گر کانادایی که مطالعات فراوانی در مورد قوم‌گرایی انجام داده‌اند، آن را به معنی «عدم پذیرش تنوع قومی، عدم تحمل برون‌گروه‌ها به‌طور کلی و ترجیح نسبی درون‌گروه بر برون‌گروه» تعریف می‌کنند و این مفهوم را مترادف با تنفر یا بیزاری عمومی نسبت به تمام برون‌گروه‌ها قلمداد می‌کنند. عدم پذیرش تنوع قومی در نهایت منجر به تصورات قالبی منفی نسبت به سایر گروه‌های قومی و فرهنگی و در نتیجه پیش‌داوری و رفتار منفی در برابر اعضای این گروه‌ها می‌شود (علیزاده اقدم، عباس‌زاده و عابدینی، ۱۳۹۶، ص ۶۰). حضور اقوام و حضور و مشارکت فعالانه آنان همیشه یکی از مهم‌ترین موضوعات حساس و مهم کشورهای چندقومیتی بوده است، به عبارتی اساس سیاست‌گذاری و مدیریت قومی، ایجاد یک نوع موازنه و تعادل میان انگیزه‌ها علایق قومی و ملی و اشتراکات میان آن‌ها است. دست‌یابی به نظامی اجتماعی سیاسی مستلزم مهندسی اجتماعی گروه‌های قومی مختلف در یک چارچوب منعطف سیاسی است به‌گونه‌ای که بتوان یک اجتماع ملی جامع و پایدار سامان و شکل داد که شهروندان در هر منطقه قومی خاص با شور و شوق و اشتیاق در امر سیاسی مشارکتی فعالانه داشته باشند در غیر این‌صورت به‌هر اندازه که مشروعیت سیاسی و مشارکت قومیت‌ها کم رنگ‌تر باشد ثبات سیاسی یک نظام نیز دست‌خوش آسیب خواهد شد (عابدی‌زاده، موسوی، محدثی‌گیلوی و کفاشی، ۱۴۰۰، ص ۲۰۷).

امنیت: امنیت ضامن حیات و بقای انسان و جامعه بوده و نیاز اساسی و حیاتی هر جامعه و از مهم‌ترین آرمان‌های جوامع انسانی محسوب می‌شود. امنیت زمانی حاصل می‌شود که از تهدید نسبت به امنیت جلوگیری شود یا حداقل مدیریت شود. امروزه امنیت امری همه‌جانبه بوده و به تمام حوزه‌های زندگی مربوط است و از این‌رو می‌توان از امنیت ملی، امنیت اقتصادی، امنیت سایبری، امنیت اجتماعی و امنیت فرهنگی سخن گفت (عبداله‌زاده‌صائب و هادی‌پور، ۱۴۰۱، ص ۲۹). امنیت، موضوعی استنباطی است که مفهوم آن ثابت، اما محتوای جغرافیایی-سیاسی آن تابع شرایط زمان و مکان بوده و تغییر



می‌کند. در گذشته، امنیت ملی عمدتاً از نظر تهدید نظامی خارج از مرزها مورد توجه قرار می‌گرفت و مقابله با آن نیز سازوکار نظامی داشت. اما امروزه این مفهوم از حوزه تعاریف کلاسیک خود خارج شده و رابطه تنگاتنگی با توسعه، یافته است. در گذشته، پیشرفت و اعتلای واحدهای سیاسی با نگرشی محدود و تک‌سویه مترادف با ایجاد و تداوم رشد اقتصادی در نظر گرفته می‌شد. اما توسعه مفهومی فراتر از رشد اقتصادی است. امنیت ملی بر پایه سه‌بنیاد یکپارچگی و انسجام اجتماعی، توسعه و رونق اقتصادی و ثبات و وحدت سیاسی استوار است. فقدان یکی از این بنیادها، میانج پیدایش امنیت کامل می‌شود. درجه و میزان امنیتی که یک کشور می‌تواند از آن بهره‌مند شود، ارتباط زیادی به قوت و استحکام بنیادهای امنیت ملی دارد. این بنیادها به یکدیگر وابسته‌اند و هم‌دیگر را تقویت می‌کنند. بنابراین، این سه بنیاد باید هم‌زمان با هم ایجاد شوند. مسئولیت ایجاد این سه بنیاد نیز بر عهده حکومت و مردم است. بنابراین، می‌توان این‌گونه استنباط کرد که ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی عناصر پایدار و همیشگی بنیادهای امنیت ملی هستند (خضری، فرجی‌راد و قاسمی، ۱۳۹۶، ص ۱۶۲).



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش حاضر

در دوران معاصر، مسئله هویت بیش از هر عصر دیگری ذهن انسان امروزی را به‌خود مشغول کرده است. حضور انسان در شاهراه‌های ارتباطی و دسترسی او به امکانات‌سازی جامعه اطلاعاتی هویت و هویت‌سازی‌های عمده سنتی را با دشواری و چالش روبه‌رو کرده است (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶، ص ۶۰). در نتیجه با توجه با مباحث مطروحه هدف از



پژوهش حاضر تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر قوم‌گرایی نسل‌های شهری و پیامدهای امنیتی در استان کردستان بود.

روش

پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی؛ از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع هم‌بستگی و از لحاظ زمانی مقطعی است. قلمرو زمانی پژوهش حاضر در محدوده زمانی ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ انجام شده است. قلمرو مکانی پژوهش حاضر سه شهر سنندج، مریوان و بیجار در استان کردستان بوده است.

برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه پژوهش‌گرساخته استفاده شد. مهم‌ترین متغیرهای پژوهش شامل رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی و قوم‌گرایی است که با پرسش‌هایی در طیف ۵ تایی لیکرت که گرایش پاسخ‌گویان را از خیلی زیاد تا خیلی کم اندازه‌گیری می‌کرد شاخص‌سازی شده‌اند. برای پایایی^۱ از مقدار آلفای کرونباخ استفاده شد، به این ترتیب که بعد از توزیع ۳۰ پرسش‌نامه به‌عنوان آزمون ابتدایی^۲ آلفا با استفاده از نرم‌افزار تحلیل داده‌های آماری^۳ محاسبه شد که مقدار آلفای محاسبه‌شده مربوط به هر متغیر و آلفای کرونباخ در جدول شماره یک آمده است.

جدول شماره ۱: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای مختلف پژوهش

ردیف	نام متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
۱	قوم‌گرایی	۱۸	۰/۹۱۲
۲	میزان و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی	۶	۰/۸۴۲
۳	میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۴	۰/۷۶۸

بر اساس جدول شماره یک از آن‌جا که مقدار آلفای مربوط به هر متغیر و آلفای کل از ۰/۷ بیش‌تر است تمامی متغیرها به‌طور مجزا و کل متغیرها با یکدیگر دارای پایایی هستند. برای روایی یا اعتبار در این پژوهش از اعتبار صوری استفاده شد. به این ترتیب که پرسش‌نامه را به اساتید متخصص در این

1- Reliability
2- Pretest
3- SPSS



حوزه داده تا پس از مطالعه دقیق آن، اشکالات موجود را برطرف کنند. اساتید مربوطه پس از چندین بار مطالعه اشکالات موجود از قبیل بی‌ربط بودن تعدادی از گویه‌ها، جمله‌بندی تعدادی از پرسش‌ها و ایرادهای نگارشی پرسش‌نامه را متذکر کرده و در نهایت زیر نظر این اساتید پرسش‌نامه نهایی تنظیم شد. هم‌چنین پرسش‌نامه مذکور به ده نفر از اساتید گروه علوم اجتماعی و علوم تربیتی داده شد و از آن‌ها خواسته شد تا ابهامات و اشکالات موجود در پرسش‌نامه را برطرف کنند. بنابراین پرسش‌نامه نهایی پژوهش بر اساس نظر افراد نام‌برده در بالا تنظیم شد که این پرسش‌نامه به صورت یکسان به پاسخ‌گویان داده می‌شود تا اطلاعات مورد نیاز پژوهش گردآوری شود.

جامعه آماری پژوهش کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای سه شهر سنندج، مریوان و بیجار است که هستند که (چه آن‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی موبایلی عضویت دارند و چه ندارند) بر اساس آمار استناداری در سال ۱۳۹۵ حدود ۷۲۴۶۸۷ هزار نفر هستند. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۶۱۰ نفر و شیوه نمونه‌گیری با توجه به واریانس بین طبقات، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است.

فرمول حجم نمونه برای سه شهر:

$$t=1/96 \quad P=0/5 \quad q=0/5 \quad d=0/04 \quad N=724687$$

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.04^2}}{1 + \frac{1}{724678} \left(\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.04^2} - 1 \right)} = 610$$

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی تحلیل‌های آماری از قبیل؛ فراوانی، درصدها و میانگین، استفاده شده است و در بخش استنباطی، از آزمون T مستقل؛ تحلیل واریانس (F) و تحلیل رگرسیون استفاده شد.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو قسمت ارائه می‌شود. در قسمت اول شاخص‌های توصیفی ابعاد مختلف قوم‌گرایی و شبکه‌های اجتماعی ارائه شده است. که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان براساس متغیر جنسیت (مرد ۵۳/۴ و زن ۴۶/۶ درصد)؛ بر اساس متغیر وضعیت تأهل (مجرد ۵۸/۴، متأهل ۴۲/۶)؛ براساس متغیر وضعیت شغلی (شاغل ۳۱/۷، بیکار ۶۸/۳) و براساس متغیر قومیت (کرد ۸۸، ترک ۸، فارس ۳ و سایر ۱ درصد) بود.

جدول شماره ۳: فراوانی وضعیت تعداد ساعت استفاده از اینترنت در روز

ساعت استفاده از اینترنت	فراوانی	درصد فراوانی
کم‌تر از ۲ ساعت	۸۵	۱۴/۹
۳ ساعت	۱۲۵	۲۰/۴
۴ ساعت	۳۳۲	۵۴/۴
۵ ساعت	۴۵	۷/۳
بیش از ۵ ساعت	۲۳	۳/۷
جمع کل	۶۱۰	۱۰۰

بر اساس نتایج جدول شماره سه و بر اساس متغیر وضعیت تعداد استفاده از اینترنت در روز (کم‌تر از ۲ ساعت ۱۴/۹، ۳ ساعت ۲۰/۴، ۴ ساعت ۵۴/۴، ۵ ساعت ۷/۳ درصد) بود؛ که بیش‌ترین درصد فراوانی پاسخ‌گویان ۵۴/۴ درصد افرادی هستند که در شبانه‌روز ۴ ساعت از اینترنت (به‌ویژه اجتماعی) استفاده می‌کنند و ۳/۷ درصد که دارای کم‌ترین فراوانی است بیش از ۵ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند.

جدول شماره ۴: فراوانی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی

ساعت استفاده از اینترنت	فراوانی	درصد فراوانی
فیس‌بوک	۵۴	۸/۸
تلگرام	۱۸۸	۳۰/۸
واتس آپ	۹۴	۱۵/۴
اینستاگرام	۲۳۵	۳۸/۵
توییت	۲۵	۴/۰۹
سایر	۱۴	۲/۳
جمع کل	۶۱۰	۱۰۰



بر اساس نتایج جدول شماره چهار بیش‌ترین درصد فراوانی پاسخ‌گویان ۳۸/۵ درصد افرادی هستند که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۴/۰۹ درصد که دارای کم‌ترین فراوانی است از توئیتر استفاده می‌کنند. هم‌چنین با توجه به جدول شماره چهار می‌توان اشاره کرد که استفاده از تلگرام در رتبه دوم محبوبیت در میان پاسخ‌گویان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار قرار داشته است.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی وضعیت قوم‌گرایی و انواع آن در سه شهر سنندج، بیجار و مریوان

کل	بیجار	مریوان	سنندج	انواع قوم‌گرایی				
درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی			
۳۳/۹	۲۰/۷	۱۶/۲	۲۴	۳۸/۵	۱۰/۸	۲۶/۷	۷۵	قوم‌گرایی سیاسی
۲۲/۸	۱۳/۹	۱۹/۱	۲۹	۱۵/۲	۴۲	۲۴/۲	۶۸	قوم‌گرایی فرهنگی-اجتماعی
۴۳/۳	۲۶/۴	۶۴/۷	۹۷	۱۰/۵	۳۰	۴۹/۱	۱۳۷	قوم‌گرایی اقتصادی
۱۰۰	۶۱۰	۱۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۱۸۰	۱۰۰	۲۸۰	جمع کل

نتایج جدول شماره پنج نشان می‌دهد که در شهرهای مختلف استان کردستان، انواع متفاوتی از قوم‌گرایی برجسته است برای نمونه در شهر سنندج قوم‌گرایی اقتصادی بیش از سایر انواع برجسته است و این در حالی است که در مریوان وجه غالب قوم‌گرایی، قوم‌گرایی سیاسی است که بدون تردید هر کدام مواجهات سیاسی امنیتی متفاوتی را اقتضا می‌کند. نتایج جدول شماره پنج نشان می‌دهد که شدت قوم‌گرایی سیاسی در مریوان بسیار بالا بوده و با فاصله بسیار نسبت به سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد و در بیجار تقریباً تا حدودی این وضعیت معکوس بوده و شدت قوم‌گرایی اقتصادی با تفاوت قابل ملاحظه بالاتر از سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد. هم‌چنین نتایج جدول شماره پنج نشان می‌دهد که این‌که در مجموع وجه غالب قوم‌گرایی در سه شهر مریوان و سنندج و بیجار از نوع اقتصادی (۴۳/۳ درصد در کل) است که وضعیت موجود استان در شاخص‌های مختلف توسعه اقتصادی و انسانی به‌خوبی گواهی این مطلب است. گرچه نکته مهم‌تر این است که بیش از ۳۳ درصد از پاسخ‌گویان نیز در سه شهر مطالبات قوم‌گرایانه سیاسی دارند که این می‌تواند دغدغه‌ای آنی و جدی و تاحدودی به لحاظ امنیتی نیز نگران‌کننده است.

یافته‌های استنباطی

۱- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی و انواع آن در سه شهر مریوان، سنندج و بیجار رابطه وجود ندارد.

جدول شماره ۶: ضریب هم‌بستگی پیرسون رابطه بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی و انواع آن

برآورد	جامعه آماری	ضریب هم‌بستگی
$sig=0/001$	$N=610$	$r=0/412^{**}$

با توجه به نتایج جدول شماره شش؛ یعنی سطح معناداری کم‌تر از ۵ درصد ($sig=0/001$) و ضریب هم‌بستگی پیرسون منفی ($r=0/412^{**}$) می‌توان نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی در شهر سنندج وجود دارد؛ به این معنا که شبکه‌های اجتماعی مجازی اثر معناداری بر قوم‌گرایی داشته است. هرچه میزان استفاده بیشتر، شدت قوم‌گرایی بالاتر می‌شود.

جدول شماره ۷: ضریب هم‌بستگی پیرسون رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و انواع قوم‌گرایی در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار

شبکه‌های اجتماعی	قوم‌گرایی سیاسی		قوم‌گرایی اقتصادی		قوم‌گرایی فرهنگی	
	شدت هم‌بستگی	سطح معناداری	شدت هم‌بستگی	سطح معناداری	شدت هم‌بستگی	سطح معناداری
	۰/۱۵۴	۰/۰۰۷	۰/۳۴۶	۰/۰۰۱	۰/۱۲۳	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره هفت حاکی از ارتباط معنادار شبکه‌های مجازی با هر سه نوع قوم‌گرایی بوده است و بیش‌ترین آن مربوط به قوم‌گرایی اقتصادی بوده است (۰/۳۴۶).

هم‌چنین در رابطه با اثر نوع رسانه بر قوم‌گرایی و انواع آن می‌توان خاطرنشان کرد که آماره‌ها حکایت از تفاوت معنادار در نوع استفاده از رسانه و میزان قوم‌گرایی بوده است که نتایج در جداول ذیل ارائه شده است.



جدول شماره ۸: بررسی وضعیت قوم‌گرایی کلی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره آزمون تی

متغیر	نوع رسانه	میانگین	انحراف استاندارد	t	Df	Sig
قوم‌گرایی	داخلی	۳۸/۴۶	۱۱/۴۵	۶/۷۹	۶۰۸	۰/۰۰۱
	خارجی	۴۸/۷۴	۱۳/۳۶			

جدول شماره ۹: بررسی وضعیت قوم‌گرایی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره آزمون تی

متغیر	نوع رسانه	میانگین	انحراف استاندارد	t	Df	Sig
قوم‌گرایی سیاسی	داخلی	۳۶/۸۵	۹/۵۲	۲/۷۹	۳۴۵	۰/۰۰۱
	خارجی	۵۲/۷۴	۱۲/۶۲			
قوم‌گرایی اقتصادی	داخلی	۴۶/۷۲	۸/۲۷	۴/۹۴	۶۰۸	۰/۰۷۸
	خارجی	۴۷/۵۶	۹/۳۶			
قوم‌گرایی فرهنگی	داخلی	۴۸/۸۵	۱۳/۴۵	۲/۷۹	۳۴۵	۰/۰۳۴
	خارجی	۵۲/۷۴	۱۲/۳۶			

همان‌گونه که وضعیت میانگین‌ها در جدول شماره ۸ نشان می‌دهند، این تفاوت در راستای قوم‌گرایی بیش‌تر شهروندان به‌ویژه قوم‌گرایی سیاسی آن مبتنی بر استفاده از رسانه‌های خارجی بوده است. کم‌ترین تفاوت میزان قوم‌گرایی در ابعاد آن، مبتنی بر نوع رسانه مورد استفاده شهروندان در میان شهروندان سه شهر سنندج، مریوان و بیجار، مربوط به قوم‌گرایی اقتصادی است که نتایج حاکی از کم‌ترین تفاوت میان میانگین‌های دو گروه است. علاوه‌بر آن در رابطه با نوع حضور نیز نتایج حاکی از تفاوت معنادار نوع حضور در شبکه‌های مجازی مختلف بر قوم‌گرایی بوده است.

جدول شماره ۱۰: آزمون آماری مقایسه میانگین‌های سه گروه پاسخ‌گو

Sig	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۰۰۰	۸/۵۴	۸/۷۲	۲	۶۷/۷۶۹	بین‌گروهی
		۳/۱۹۰	۶۰۸	۳۰۰۹/۶۰۹	درون‌گروهی
			۶۱۰	۳۰۷۸/۳۷۸	مجموع

نتایج جدول ده، به لحاظ معناداری تفاوت میزان قوم‌گرایی بر مبنای نوع حضور، از اثر نوع حضور در شبکه‌ها بر قوم‌گرایی را نشان می‌دهد. هم‌چنین نشان داد که میزان قوم‌گرایی حداقل بین دو گروه از شهروندان که در شبکه‌های اجتماعی مختلف عضو بوده‌اند، تفاوت معناداری دارد.

رگرسیون چند متغیره روش آماری است که برای تحلیل تأثیر جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل بر روی تغییرات متغیر وابسته به کار می‌رود، به عبارتی دیگر تحلیل رگرسیون چند متغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است. در پژوهش حاضر از آماره رگرسیون چند متغیره به شیوه اینتر^۱ استفاده شده است.

جدول شماره ۱۱: عناصر متغیرهای مستقل درون معادله رگرسیون برای پیش‌بینی قوم‌گرایی

مدل ۱	مقدار هم‌بستگی بین متغیرها (R)	ضریب تعیین تعدیل شده (R2)	مقدار آماره F	سطح معناداری
	۰/۵۴	۰/۴۲	۵۴/۳۸	۰/۰۰۰

اطلاعات جدول یازده نشان می‌دهد که مقدار ضریب هم‌بستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته ۰/۵۴ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش هم‌بستگی تقریباً متوسط رو به بالایی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با ۰/۴۲ بوده و گویای این واقعیت آماری است که ۴۲ درصد از واریانس میزان قوم‌گرایی شهروندان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار توسط سه متغیر میزان استفاده از اینترنت، میزان و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی و سن افراد تبیین می‌شود. به عبارت دیگر متغیرهای مستقل ۴۲ درصد واریانس متغیر وابسته قوم‌گرایی را برآورد (پیش‌بینی) می‌کنند. هم‌چنین با توجه به معنی‌داری آزمون F (۵۴/۳۸) در سطح معناداری کم‌تر از ۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی پژوهش مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قابلیت تبیین متغیر وابسته را دارند و هم‌چنین این نتایج حاصل از نمونه قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.



جدول شماره ۱۲: تحلیل واریانس برای معنی‌داری شکل رگرسیونی

شکل	مجموع مجدورات	درجه آزادی	میانگین مجدورات	F	Sig
رگرسیون	۳۹۶۴۸/۴۱	۲	۷۷۴۲/۹۱		
باقیمانده‌ها	۵۲۱۸۹/۳۷	۶۰۸	۸۸/۴۵	۸۷/۵۴	۰/۰۰۰
کل	۹۱۷۳۸/۷۸	۶۱۰			

به‌منظور مقایسه ضریب تبیین و پیش‌بینی هر یک از متغیرهای مورد مطالعه جدول شماره سیزده ارائه می‌شود.

جدول شماره ۱۳: ضرایب تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته

اجزا جدول	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد شده	
	B	انحراف معیار	Beta	t
Constant (ثابت)	۱۴/۶۱	۲/۶۳		۶/۳۲
X1 میزان استفاده از اینترنت	۰/۳۷	۰/۰۱	۰/۲۵	۹/۴۳
X2 حضور و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی	۰/۲۷	۰/۰۲	۰/۵۳	۷/۸۶
X3 سن	۰/۱۲	۰/۰۲	۰/۱۸	۳/۴۸

بر اساس جدول شماره سیزده، کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی دارای بیش‌ترین تأثیر (۰/۵۳) و سن دارای کم‌ترین تأثیر (۰/۱۸) بر میزان قوم‌گرایی شهروندان سنندج، مریوان و بیجار هستند. هم‌چنین براساس ضرایب B می‌توان معادله پیش‌بینی رگرسیون چندگانه را به‌صورت زیر نوشت:

$$\text{میزان قوم‌گرایی} = ۱۴/۶۱ + ۰/۱۲(x3) + ۰/۲۷(x2) + ۰/۲۷(x1) + ۰/۱۲(x3) + e2$$

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با عنوان «تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی بر قوم‌گرایی شهروندان و پیامدهای امنیتی آن (مورد مطالعه: سنندج، مریوان و بیجار)» انجام شد. تأکید اصلی در این مطالعه، در حقیقت بر مفهوم قوم‌گرایی و آثار و تبعات آن برای جامعه کردستان و ایران است. همان‌گونه که مشخص است، هویت قومی و تشدید و برجستگی آن یکی از مسائل اجتماعی مهم کشورهای



چندقومیتی است. مسئله قوم‌گرایی موضوع جدیدی نیست، اما با توجه به اهمیت روزافزون آن در فرآیند ملت‌سازی و تقویت هویت و هم‌بستگی اجتماعی عام در هر جامعه، اهمیت بسیاری یافته است. علاوه بر آن، گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلفی تحت تأثیر قرار داده است. یکی از حوزه‌های مهم زمینه فرهنگی و بحث هویت ملی و قومی است.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که رسانه‌های جمعی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در وضعیت، میزان و شدت قوم‌گرایی شهروندان در شهر سنندج، مریوان و بیجار ایفاء می‌کنند. که با نتایج پژوهش‌های دهقان‌پور و جعفری (۱۴۰۲)، نیک‌بخش (۱۴۰۲)، باقری و همکاران (۱۴۰۱)، بروجردی‌علوی و صدیق‌یزدچی (۱۳۹۶)، جهانی و همکاران (۱۳۹۶)، حلاج زاده و شنوا (۱۳۹۶)، شفیع‌نیا (۱۳۹۴) و باقری دولت‌آبادی و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر هم‌بستگی مثبت بین فضای مجازی و هویت قومی هم‌خوانی دارد. در تبیین این یافته‌ها می‌توان بیان کرد که در جامعه امروزی، فناوری نوین ارتباطی نه‌تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آن‌ها را نیز دگرگون می‌کند. انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی، باورها و ارزش‌های افراد و به‌ویژه جهان‌بینی‌های آن‌ها و در این مورد خاص سبک‌های هیئت‌یابی اشاره کرد. فناوری‌های نوین و در رأس آن‌ها شبکه‌های اجتماعی مجازی با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد سبک‌های جدید زندگی، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های جدید شده است. در جوامع امروزی بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان‌ها از مفاهیم مختلف و سبک زندگی دگرگون می‌شود. دلایل زیادی برای شناخت سبک زندگی وجود دارد. یکی از دلایل ضرورت این شناخت، تنوع و تکثر سبک‌های زندگی در ایران و هم‌چنین احتمال بروز شکاف‌های منزلتی میان



آن‌هاست به طوری که دو قطبی شدن سبک‌های زندگی، باعث پیدایش تضادهای طبقاتی و در نتیجه تضعیف هویت ملی می‌شود. بی‌شک می‌توان گفت در کشوری به پهنه کشور ما، با تنوع فرهنگی عظیمی که در آن مشاهده می‌شود و با سبک‌های زندگی بسیار متفاوت و حتی متضادی که در آن دیده می‌شود، باید در حد امکان به سوی برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و نزدیک گام برداشت تا امکان برنامه‌ریزی عمومی و جهان شمول وجود داشته باشد.

هم‌چنین می‌توان بیان کرد که در میان شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک تأثیرات بیش‌تری بر میزان قوم‌گرایی شهروندان در این سه شهر داشته است. هم‌چنین نتایج نشان داد که میزان استفاده از فیس‌بوک در میان شهروندان این سه شهر رو به کاهش بوده است و در حال حاضر محبوب‌ترین رسانه مورد استفاده اینستاگرام و تلگرام هستند که تأثیر کم‌تری بر شدت قوم‌گرایی نسبت به فیس‌بوک بر جای گذاشته‌اند. به عبارتی، به لحاظ تحلیلی می‌توان روند تمایل شهروندان از فیس‌بوک به سایر شبکه‌های اجتماعی و البته هم‌زمان اثر کم‌تر رسانه‌های جایگزین فیس‌بوک بر قوم‌گرایی را چنین تفسیر کرد که به نظر می‌رسد در دوره اخیر اثرات شبکه‌های اجتماعی بر شدت قوم‌گرایی کاهش یافته است و عمده افرادی که در این شبکه‌های تازه عضو هستند، قوم‌گرایی متوسط یا متوسط رو به پایینی تجربه می‌کنند.

در تبیین دیگر می‌توان بیان کرد که ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و چهره‌به‌چهره را برای کاربران آن ایجاد می‌کند. سرعت عمل و کار، ناشناس ماندن و سیال بودن می‌تواند فضای یکسان و مشابه و حتی هم‌سویی را فارغ از الزامات مختلف از جمله جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی و زمانی فراهم سازد که زمینه‌ساز تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت‌شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی مواجه و تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و واکنش‌ها و تعاملات آن‌ها را در دنیای واقعی به چالش بکشاند و تغییراتی را در زندگی جمعی و عمل اجتماعی آن‌ها ایجاد کند. فضای مجازی این امکان را فراهم



می‌کند که افراد نیازها، و شرایط موجود در فضا و دنیای مجازی را به فضا و دنیای حقیقی خود تسری دهند و شرایط متفاوت و تازه‌ای را برای گفت‌وگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم آورند. در واقع ارتباطات الکترونیکی اینترنتی به دلیل رو در رو نبودن و حتی ناشناس بودن می‌تواند انگیزه بیش‌تری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی و حتی کتمان واقعیت‌ها فراهم سازد که احتمال شرمندگی و شرمساری در آن کم‌تر است. هویت، پدیده‌ای فرایندی و برساخته نمادهای هویت‌ساز است که در دسترس قرار دارند. در واقع از این منظر می‌توان افراد را به‌عنوان مصرف‌کنندگانی در نظر گرفت که از منابع نمادین و شاید دلخواه، چیزهایی انتخاب می‌کنند تا برای خود هویتی مصنوعی و ساختگی بسازند.

قلمرو شبکه‌های اجتماعی به واسطه برخی ویژگی‌های خاص، هم‌چون تعاملی بودن، زمینه مهمی است که برسازی هویت در آن روی می‌دهد، چرا که شبکه‌های اجتماعی، به دلیل بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند؛ یکی از بارزترین ویژگی‌های این شبکه را می‌توان هویت دانست؛ به این معنا که هویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت هرچه واقعی‌تر شدن پیش می‌رود. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ تعاملاتی می‌شود که شامل برخورد، تکه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و ... است. شبکه اجتماعی متشکل از گروه‌هایی (افراد) است که از طریق وابستگی‌ها به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، علائق، آرمان‌ها، مسائل مادی و حتی معنوی باشد نوع ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و هم‌چنین افراد وابسته متکی است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضاهایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان مختلف افراد، با سطوح گوناگون دسترسی، به‌وجود آمده‌اند. ارتباطات ایجاد جمعی میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرها و از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند. چنین فضایی هم‌چنین امکان بروز



خاص‌گرایی‌های قومی و دینی را به‌واسطه ایجاد ارتباطات تنگاتنگ درون‌گروهی مجازی را نیز بیش‌ازپیش فراهم کرده است پس در نتیجه می‌توان مطرح کرد که این اشتراکات و گرایش‌ها ممکن است در امنیت و ایجاد امنیت تأثیرگذار باشد.

از این منظر، در فضای مجازی علاوه‌بر شکل‌گیری گفتمان‌های جهان‌شمول، می‌توان به بروز مباحث قوم‌گرایانه و خاص‌گرایانه در هویت‌های محلی و قومی اشاره کرد. هم‌چنین نتایج نشان‌گر اهمیت رسانه‌های خارجی بر تشدید قوم‌گرایی در میان کاربران رسانه‌های جمعی است. اگرچه در این مورد اخیر نیز کاربرد رسانه‌های خارجی به‌منظور موضوعات قومی تقلیل یافته، اما کاربرد این نوع رسانه‌ها هم‌چنان اثر معنادار و مستقیمی بر تشدید قوم‌گرایی در میان شهروندان این سه شهر برجای می‌گذارد. نتایج این مطالعه نشان داد که در میان گروه‌های نسلی و از میان سه شهر، به ترتیب گروه نسلی جوان و شهر مریوان بالاترین میزان قوم‌گرایی به‌ویژه قوم‌گرایی سیاسی را از خود بروز داده‌اند و هر سه نسل و البته هر سه شهر، در حوزه قوم‌گرایی اقتصادی قرابت بیش‌تری داشته‌اند. نکته آخر در رابطه با موضوع پژوهش حاضر این‌که با توجه به یافته‌های این مطالعه و هم‌چنین نکات فوق، به نظر می‌رسد که پیامدهای امنیتی مسئله استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و کاربری در شبکه‌های اجتماعی خاص (به‌ویژه فیس‌بوک و تاحدودی تلگرام و اینستاگرام) برای تشدید قوم‌گرایی و انواع آن، برای جوانان و البته بیش‌از سایر شهرها در مریوان برجسته‌تر بوده و نیازمند توجه جدی‌تر و منسجم‌تری است تا پیش از آن‌که ابعاد امنیتی آن بیش‌ازپیش حساسیت برانگیز شود.

پیشنهادها

در نتیجه تلاش برای اجرای عدالت و رفع نابرابری‌های منطقه‌ای در زمینه اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، می‌تواند باعث کاهش احساس تبعیض در ابعاد مختلف شود و درنهایت باعث کاهش میزان قوم‌گرایی فرهنگی شود. از جمله اقدامات عملی در این رابطه می‌توان به سرمایه‌گذاری بیش‌تر صنعتی،



کشاورزی و خدماتی در مناطق قومی، توجه کردن و اهمیت بیش‌تر دادن به عناصر فرهنگ قومی و مشارکت بیش‌تر نخبگان قومی در فرایندهای قدرت اشاره کرد. در نتیجه نیرومندسازی مؤلفه‌ها و عناصر هویت‌اسلامی ایرانی قومی و تأکید بر هم‌گرایی و ارزش و احترام به هویت قومی از طریق تولیدات فرهنگی و اقدامات رسانه‌ای؛ برآورده ساختن نیازهای اجتماعی اقتصادی و حتی قومی و توجه به شأن و منزلت آن‌ها؛ گسترش و بهبود مشارکت‌سیاسی و بهره‌گیری از نخبگان قومیت‌ها در هرم قدرت سیاسی و اجرایی کشور در سطوح مختلف و برآورده ساختن و در نظرگرفتن تقاضاهای آن‌ها؛ و هم‌چنین تقویت بنیه‌های علمی فرهنگی منطقه برای مقابله با تبلیغات سوء دشمنان و بدخواهان و تفرقه‌افکنان از پیشنهادات این پژوهش است. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود؛ بررسی‌های مقایسه‌ای بیش‌تر به‌ویژه میان استان‌ها، هم‌چنین میان قومیت‌های مختلف برای کشف دلایل و علت‌های اصلی قوم‌گرایی یا به‌عبارتی کشف چرایی گرایش به انواع افراطی قوم‌گرایی در مردمان مختلف به‌ویژه در استان کردستان انجام شود. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی تأثیر کانال‌های ماهواره‌ای را بر قوم‌گرایی و پیامدهای امنیتی در استان بررسی کرد. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود که رسانه‌های ایرانی از جمله تلویزیون تقویت شود و بر هویت ملی و اتحاد تأکید شود.

سپاس‌گزاری

از اساتید راهنما و مشاور که در کمال سعه صدر، با حسن خلق و فروتنی، از هیچ کمکی در این عرصه بر من دریغ نکردند و هم‌چنین تمام عزیزانی که به‌عنوان نمونه پاسخ‌گوی پرسش‌نامه بودند، تشکر و قدردانی به‌عمل می‌آید.



منابع

- ابراهیمی، زینب؛ حجازی، سیدناصر و چیت‌ساز، محمدعلی. (۱۴۰۱). بررسی نقش فضای مجازی در شکل‌گیری فرهنگ جدید ارتباطی و هویت اجتماعی. علوم اجتماعی واحدشوشتر. ۱۶(۴)، صص ۲۳-۳۸. موجود در آدرس:
https://jss.shoushtar.iau.ir/article_700015.html?lang=fa
- بادامچی، محمدحسین. (۱۴۰۲). شبکه‌های اجتماعی: رسانه‌های جامعه‌شبکه‌ای غیر رسمی ایران. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۱۹(۱)، صص ۱۲۵-۱۵۲. موجود در آدرس:
<https://doi.org/10.22034/jcsc.2022.139987.2285>
- باقری دولت‌آبادی، علی و زارعیان‌جهرمی، فرج‌الله. (۱۳۹۲). تأثیر فضای مجازی بر هویت و هم‌بستگی ملی. مطالعات راهبردی بسیج. ۱۶(۶۰)، صص ۱۴۹-۱۸۲. موجود در آدرس:
https://www.bsrq.ir/article_80407_040635b2fc41f1421cb850a2e0d19662.pdf
- باقری، معصومه؛ نواح، عبدالرضا و شجاعی‌برجویی، حدیث. (۱۴۰۱). الگوسازی ساختاری عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هم‌گرایی بین‌قومی در شهر اهواز. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۱۱(۳)، صص ۳۹-۶۶. موجود در آدرس:
10.22108/SRSPI.2022.133528.1805
- بروجردی علوی، مهدخت و صدیق یزدچی، امیرسعید. (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین. ۳(۱۲)، صص ۸۷-۱۱۰. موجود در آدرس:
<https://doi.org/10.22054/cs.2018.12319.67>
- حبیب‌زاده، اصحاب و بخشی، روح‌الله. (۱۳۹۵). شبکه‌های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی. پژوهش‌های دانش انتظامی. ۱۸(۴)، صص ۱-۳۳. موجود در آدرس:
http://pok.jrl.police.ir/article_11426.html
- جهانی، داریوش؛ عزتی، عزت‌الله و نامی، محمدحسن. (۱۳۹۶). میزان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی را بر هم‌گرایی مردم استان‌های کردنشین ایران. مطالعات ملی. ۱۸(۱)، صص ۵۳-۶۷. موجود در آدرس:
20.1001.1.1735059.1396.18.69.4.8



- خضری، محمد؛ فرجی‌راد، خدر و قاسمی، محمد. (۱۳۹۶). پیامدهای امنیتی ناموزونی توسعه منطقه‌ای در ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۲۰(۴)، صص ۱۵۹-۱۸۵. موجود در آدرس: 20.1001.1.17350727.1396.20.78.6.4
- دهقانپور، حسام‌الدین و جعفری، علی. (۱۴۰۲). رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. موجود در آدرس: <https://doi.org/DOI: 10.22034/jscs.2020.39139>
- زندیه، زهره و خانیکی، هادی. (۱۳۹۸). طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی. پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش). ۲۶(۱)، صص ۹-۴۰. موجود در آدرس: <https://doi.org/10.22082/cr.2019.103011.1778>
- سرخیل، بهنام. (۱۳۹۸). رسانه و قدرت گفتمانی با تأکید بر انقلاب اسلامی. پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. ۹(۳)، صص ۱۷۷-۲۰۵. موجود در آدرس: URL: <http://priw.ir/article-1-1096-fa.html>
- شایسته، لطیف؛ اسماعیلی، رضا و محمدی، اصغر. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر هویت قومی و هوش فرهنگی بر سبک هویت‌ملی جوانان. سبک‌زندگی با محوریت سلامت، ۴(۴)، صص ۲۱۶-۲۳۳. موجود در آدرس: <http://islamiclifej.com/article-1-920-fa.html>
- شفیع‌نیا، عباس. (۱۳۹۴). پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت‌ملی و هویت قومی کردها). پژوهش‌های سیاسی. ۵(۱۳)، صص ۶۳-۸۶. موجود در آدرس: https://prj.ui.ac.ir/article_21509.html
- عابدی‌زاده، عابدین؛ موسوی، سیدیعقوب؛ محدثی گیلوئی، حسن و کفاشی، مجید. (۱۴۰۰). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر مؤلفه‌های سه‌گانه ترجیح قومی، گرایش قومی و قوم‌مداری بر مشارکت سیاسی شهروندان (موردبررسی شده: جمعیت نمونه‌ای استان بوشهر). فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه. ۱۰(۴۱)، صص ۱۹۹-۲۲۵. موجود در آدرس: 20.1001.1.38552322.1400.10.41.15.0
- عباس‌زاده مرزبالی، مجید. (۱۴۰۰). هم‌زیستی تاریخی هویت ملی و هویت‌های قومی در ایران و ضرورت اتخاذ سیاست وحدت در کثرت در عصر کنونی. پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، ۱۲(۴۶)، صص ۲۴۹-۲۷۱. موجود در آدرس: https://jpir.takestan.iau.ir/article_681054.html?lang=fa



- عبداله‌زاده صائب، یعقوب و هادی‌پور، بهزاد. (۱۴۰۱). بررسی تهدیدات و چالش‌های امنیتی استان آذربایجان شرقی در سال ۱۴۰۱ و راهکارهای رفع آن‌ها. فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی. ۱۲(۴۴)، صص ۲۹-۶۴. موجود در آدرس: http://eastaz.jrl.police.ir/article_100917.html
- علیزاده اقدم، محمدباقر؛ عباس‌زاده، محمد و عابدینی، راویه. (۱۳۹۶). مطالعه نقش تعدیل‌کننده سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در ارتباط با قوم‌گرایی در جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر تبریز. مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. ۱۴(۲)، صص ۵۷-۸۴. موجود در آدرس: <https://doi.org/10.22067/jss.v14i2.56281>
- عیدی‌پور، رستم؛ بصیری، محمدعلی و یزدانی، عنایت‌اله. (۱۳۹۶). تحلیل مبانی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران در پرتو هویت فرهنگی. رهیافت انقلاب اسلامی. ۱۱(۳۸)، صص ۲۳-۴۰. موجود در آدرس: https://www.rahyaftjournal.ir/article_47836.html
- کیهان، امیر؛ فرقانی، محمد مهدی و مظفری، افسانه. (۱۳۹۸). نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در باز تولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. ۴(۱۸)، صص ۹۷-۱۲۷. موجود در آدرس: <https://doi.org/10.22054/nms.2019.35922.597>
- کیهان، مسعود؛ ملکیان، نازنین و میرزاخانیان، آنی. (۱۳۹۹). تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت قومی طلاب ترک و کرد حوزه علمیه قم. معرفت فرهنگی اجتماعی. ۱۲(۱)، صص ۱۰۱-۱۲۴. موجود در آدرس: <http://marefatefarhangi.nashriyat.ir/node/448>
- محمدپور، احمد؛ نقدی، اسدالله و نادرزاد، بهزاد. (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران؛ بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج. مجله دانشگاه علوم پزشکی کرمان، (۴)، صص ۱۳۱-۱۵۶. موجود در سایت: <https://www.sid.ir/paper/461964/fa>
- محمدزاده، حسین؛ شادرو، محمدرضا و رفیع فر، جلال‌الدین. (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی مرتبط با قوم‌گرایی فرهنگی در میان کردهای ایران. راهبرد اجتماعی و فرهنگی. ۱(۳)، صص ۷۵-۹۶. موجود در آدرس: 20.1001.1.22517081.1391.1.2.3.2
- میرزایی، سیدآیت‌الله و عیدی، معصومه. (۱۳۹۹). ناسیونالیسم، قومیت، و قوم‌گرایی مطالعه موردی شهر بجنورد. جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۱۱(۱)، صص ۱۱۵-۱۴۷. موجود در آدرس: <https://doi.org/10.30465/scs.2020.5183>



- نادری، احمد و روستاخیز، بهروز. (۱۳۹۶). فضای مجازی و پویش‌های هویت قومی (مورد مطالعه: روشن‌فکران و فعالین مدنی بلوچ). مجله جهانی رسانه. ۱۲(۲)، صص ۱۳۰-۱۵۲. موجود در آدرس:
https://gmj.ut.ac.ir/article_67003_9b08065261abe03daa085ed73fcc669e.pdf
- نیازی، محسن و کارکنان نصرآبادی، محمد. (۱۳۸۶). تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان. مطالعات ملی. ۸(۳)، صص ۵۵-۸۰. موجود در آدرس:
20.1001.1.1735059.1386.8.31.3.1
- نیک‌بخش، بهرام. (۱۴۰۲). تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان از منظر مددکار اجتماعی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. موجود در آدرس:
<https://doi.org/10.22034/jcsc.2022.540125.2470>
- وطنی، سونیا و ساعی، منصور. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های نوین (اینترنت) و میزان پایبندی نسل جوان به ارزش‌های اجتماعی (با تأکید بر مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای تبریز و علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی). مطالعات جامعه‌شناختی. ۵(۱۸)، صص ۲۷-۴۶. موجود در آدرس:
https://jss.tabriz.iau.ir/article_521129.html
- Ellison, Nicole B. Charles Steinfeld, Cliff Lampe. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social, Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication. 12(4), Pp. 1143- 1168. Available at:
DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Sumner, W. G. (2014). Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals. Boston, MA: Create Space Independent. [Link].