

## پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر بر اساس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ندا افشاریان\*

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر انجام شده است. روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی است و جامعه آماری را ۳۲۶ دانشجوی دختر مقطع کارشناسی در دانشگاه علامه طباطبایی در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ تشکیل می‌دهند که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار پژوهش نیز پرسشنامه هویت مدرن کیانپور و همکاران، (۱۳۹۳) بوده است. نتایج نشان می‌دهد که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه مثبت و معناداری با هویت مدرن و هر چهار مؤلفه آن دارد. تحلیل رگرسیون دو متغیره نیز حاکی از آن است که متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توانسته است واریانس شکل‌گیری هویت مدرن را به طور معناداری پیش‌بینی کند ( $R^2 = 50/8$ ). با توجه به نتایج حاضر و به منظور کاهش تضعیف هویت ملی از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی بیگانه، راه‌اندازی یک شبکه ملی مجازی و توجه به برنامه‌ریزی برای خلق منابع هویت‌ساز مجازی جدید مبتنی بر الگوی بومی در خط‌مشی‌گذاری‌های اجتماعی و فرهنگی توصیه می‌شود.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مجازی، اینترنت، هویت، هویت مدرن، دانشجویان

---

\* دانشجوی دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی

Email: neda.afsharian1364@gmail.com

پذیرش نهایی: ۹۵/۱۰/۹

تجدید نظر: ۹۵/۹/۶

تاریخ دریافت: ۹۵/۸/۲۶

DOI: 10.22034/cr.2017.51096.1180

## مقدمه

بحث هویت<sup>۱</sup> در سطوح فردی، اجتماعی و فرهنگی، همواره مورد مذاقه صاحب‌نظران عرصه علوم تربیتی، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی بوده است (مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰). هویت، به درک و تلقی مردم از اینکه چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است، مربوط می‌شود، هویت در معنای اجتماعی نیز ناظر به ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۶، به نقل از معمار، عدلی‌پور و خاکسار، ۱۳۹۱). از سوی دیگر، هویت فرد در پاسخ به پرسش‌هایی از کیستی، چیستی و چرایی فرد از خود به ظهور می‌رسد (تاجیک، ۱۳۷۹) و هویت فرهنگی پاسخ به همین پرسش‌ها در بستر فرهنگ جامعه است. به هر حال، هویت و هویت‌یابی همواره به عنوان یکی از منابع شناخت، در زمره نیازهای روانی انسان‌ها بوده و به نوعی پیش‌نیاز هرگونه زندگی جمعی تلقی می‌شود. بر این اساس، عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت، تعاملات انسانی است؛ به نحوی که فرد هنگامی که در تعامل با دیگران است، هویت خود را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند (کاستلز، ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۹). منابع شکل‌دهنده هویت در جوامع گذشته بیشتر جنبه انتسابی داشتند و بر همین اساس، افراد از لحاظ هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر نمی‌شدند. امروزه فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در قالب رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی<sup>۲</sup>، دگرگونی‌های عمیقی را در ابعاد مادی و غیرمادی زندگی بشر ایجاد کرده (خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی، ۱۳۹۳) و موجبات فاصله گرفتن انسان‌ها از منابع هویت‌ساز سنتی را فراهم آورده‌اند. ضمن اینکه تمامی مرزهای هویتی؛ مانند خانواده، محله، قومیت و ملیت را نیز به شدت نفوذپذیر ساخته‌اند (کیانپور، عدلی‌پور و ملک‌احمدی، ۱۳۹۳). از این رو، میزان مصرف این رسانه‌ها از سوی هر فرد را می‌توان نمود بارزی از هویت فرهنگی او قلمداد کرد.

1. identity

2. virtual social networks

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی<sup>۱</sup> را نخستین بار چی‌ای بارنز<sup>۲</sup> در سال ۱۹۵۴ مطرح کرد. در نظریه شبکه اجتماعی سنتی، شبکه اجتماعی مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان‌هاست که از طریق مجموعه‌ای از روابط معنادار اجتماعی به صورت چهره‌به‌چهره با یکدیگر تعامل دارند. اما شبکه‌های اجتماعی امروزه، بیشتر بر جامعه مجازی متمرکزند و منظور مجموعه پایگاه‌های اینترنتی مبتنی بر وب ۲ است که کمک می‌کنند تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با دیگران و بدون برقراری ارتباط رودررو به اشتراک بگذارند و از این طریق، هویت آنان نیز دستخوش تغییرات اساسی می‌شود (بوید<sup>۳</sup> و الیسون<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷ و پمپک<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۹). به عبارت دیگر، تأکید وب ۲ بر تولید محتوا از سوی کاربران وب و اشتراک اطلاعات و تولید محتوای جمعی و مداوم از جانب عموم افراد است (صراف‌زاده و علوی، ۱۳۹۳). مکان در گذشته نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی و فرهنگی افراد داشت و به دلیل ارتباط کمتر افراد با دنیای خارج و به تبع آن، ارتباط رو در رو با اطرافیان، سنت‌های بومی و محلی بخش اعظمی از هویت فرد را شکل می‌داد (عدلی‌پور، یزدخواستی و خاکساری، ۱۳۹۲). با ورود به عصر اطلاعات، نقش پر رنگ رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی در برهم زدن فضای ارتباطی فرد و شکل‌گیری ارتباطات مجازی با سراسر دنیا در کوتاه‌ترین زمان ممکن، سبب شده است تا افراد در بستر مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویتی کاملاً جدید و گاه، متعارض از خود به نمایش بگذارند و حتی جنس، سن، علایق، سنن و رسوم، گرایش‌ها و اعتقادات مذهبی، پایگاه منزلتی، محل زندگی، زبان، تصویر و ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست، ارائه کنند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن ویژگی‌های پیش‌گفته، این امکان را فراهم آورده‌اند تا جهان جدیدی به موازات جهان واقعی با عنوان «جهان مجازی» شکل گیرد و دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات

1. Social networks

2. J. A. Barnes

3. Boyd

4. Ellison

5. Pempek

انسانی به وجود آورد. در همین زمینه، بل<sup>۱</sup> معتقد است؛ جهان مجازی و امکان برقراری ارتباط همزمان و بی‌شمار، منشأ ظهور هویت‌های خلق‌الساعه در دوره‌ای محدود می‌شود که با ظهور هویت‌های جدید بعدی به سرعت از بین می‌روند (به نقل از هارت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). این جهان مجازی می‌تواند برای زندگی خانوادگی و اجتماعی فرد نیز مضر باشد زیرا بیشتر وقتی که فرد به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهد، در واقع به قیمت صرف‌نظر کردن از تعاملات گرم و صمیمی با اعضای خانواده، زندگی اجتماعی، تفریح، سرگرمی و دیگر فعالیت‌های اجتماعی در فضای واقعی تمام می‌شود (لیونگستون<sup>۳</sup> و هلسپر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷؛ به نقل از مش<sup>۵</sup> و تلمود<sup>۶</sup>، ترجمه سعدی‌پور و آذرنوش، ۱۳۹۳).

همچنین برخی از پژوهشگران، که جوانان را، بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌دانند (لیم<sup>۷</sup> و چو<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰)، جامعه جوان ایرانی نیز از این قاعده مستثنا نیست؛ جوانان یکی از مهم‌ترین اقشاری هستند که به دلیل خصوصیات مربوط به دوره جوانی همواره بیشترین تأثیر را از رسانه‌های نوین دیجیتالی پذیرفته‌اند؛ به نحوی که با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی مختلف، انتخاب هویتی منسجم و یگانه برای آنان با مشکل و بحران مواجه شده و این هویت، با ویژگی چندپارگی و انشقاق (که از جمله ویژگی‌های هویت مجازی و مدرن است)، خود را بروز داده است (کیانپور، عدلی‌پور و ملک‌احمدی، ۱۳۹۳). بر این اساس مطالعه بحث هویت در میان نسل جوان که اصلی‌ترین مرجع استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی تلقی می‌شوند، به عنوان نقطه کانونی مسئله هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است؛ چراکه استفاده از شبکه‌های ارتباطی جدید، جوانان را با انواع و اقسام اطلاعات مفید و مضر مواجه کرده است که می‌تواند آنان را به عنوان عمده‌ترین کاربران این شبکه‌ها، در معرض پاسخ‌های گمراه‌کننده به سؤالات هویت‌سازشان قرار دهد (سعدی‌پور، ۱۳۹۲) به همین دلیل، پژوهش در خصوص تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان، امری

- |            |          |                |
|------------|----------|----------------|
| 1. Beall   | 2. Hart  | 3. Livingstone |
| 4. Helsper | 5. Mesch | 6. Talmud      |
| 7. Lim     | 8. Chou  |                |

ضروری به نظر می‌رسد. ضمن اینکه در میان جوانان نیز قشر دانشجویان به دلیل ارتباط وسیع‌تر با وسایل ارتباط جمعی، بیشتر از سایرین با مسائل ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های برآمده از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند. به این ترتیب، می‌توان دانشجویان را که بیش از سایر جوانان در مرکز فرایند تمایز و تشابه هویتی و تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته قرار می‌گیرند، از این حیث، حایز اهمیت پژوهشی دانست.

به عبارت دیگر، درباره دلایل لزوم این مطالعه می‌توان به این موضوع اشاره کرد که استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان ایرانی به نحو قابل توجهی افزایش یافته و آنان با بهره‌مندی از امکانات و گزینه‌های فراوانی که شبکه‌های اجتماعی در اختیارشان می‌گذارند، پیوسته با محرک‌های جدید و انواع مختلفی از رفتارها آشنا می‌شوند. چنین فضایی که هویت نامشخص و پیوسته در حال تحولی را می‌آفریند، برای جوانان که در مرحله شکل‌گیری هویت و به دنبال کشف ارزش‌ها و درونی کردن آنها در دنیای مجازی هستند، می‌تواند اثر منفی داشته باشد. در واقع در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و بویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، هویت؛ مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به حدی است که در برخی موارد بحران‌های هویتی را پدید آورده است چنان که بر خلاف گذشته، نوجوانان و جوانان در فرایند انتقال هویت بیش از آنکه در زمینه ارزش‌ها، باورها، رفتارها و خلاصه هویتشان از والدین خویش متأثر باشند و از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و روابط درون این شبکه‌ها تأثیر می‌پذیرند.

اینکه هویت افراد به معنای عام تا چه اندازه تحت تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار دارد، موضوع مطالعات زیادی بوده است که نحوه شکل‌گیری هویت‌های چندپاره و فانتزی کاربران این شبکه‌ها را نشان داده‌اند. اما در حد اطلاع پژوهشگر، مطالعه‌ای که شکل‌گیری هویت مدرن در دوره جوانی و میزان استفاده از اینترنت و انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر وب را به صورت توأمان مورد

کنکاش قرار داده باشد، تاکنون صورت نگرفته است. بنابراین، در پژوهش حاضر، هویت مدرن به عنوان پدیده‌ای جهان‌شمول در نظر گرفته شده که تحت تأثیر فضای شبکه‌های اجتماعی نوین امروز، مورد واکاوی قرار می‌گیرد. این متغیر در قالب عواملی همچون گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهان‌وطنی، دسته‌بندی شده است. پدیده اینترنت، و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر آن، با تأثیر غیرقابل انکاری که بر افکار، هنجارها و رفتارهای نسل جوان جامعه دارند، به عنوان متغیر مستقل و تأثیرگذار مدنظر قرار گرفته‌اند. بنابراین، تمرکز پژوهش حاضر بر شکل‌گیری هویت مدرن در میان جوانان به عنوان یک آسیب جدی در حوزه سبک زندگی بوده و تلاش شده است تا به این سؤال‌ها پاسخ داده شود که آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت مدرن جوانان و مؤلفه‌های آن رابطه وجود دارد؟ و همچنین آیا بر اساس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان میزان هویت مدرن جوانان را پیش‌بینی کرد؟ دستیابی به نتایج پاسخ به این پرسش‌ها، دستیابی به هدف پژوهش حاضر، یعنی پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان را بر اساس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی امکان‌پذیر می‌سازد. افزون بر این آگاهی، می‌توان از دانش به دست آمده برای ایجاد تغییراتی در نحوه گذران اوقات فراغت جوانان و یا ایجاد رسانه‌ای جایگزین بهره برد.

در زمینه هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی پژوهش‌های متعددی صورت گرفته که حاکی از تغییر و تحول هویت در فضای مجازی است (رن<sup>۱</sup> و کیسلر<sup>۲</sup> و ۲۰۰۷؛ پاپاکاریسی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). مطالعات کلایر<sup>۴</sup> (۲۰۰۹) و پژوهش لی<sup>۵</sup> و لی<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) در خصوص اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت نشان داده است که تأثیرات این شبکه‌ها در رفتار و ایدئولوژی مصرف‌کنندگان انعکاس می‌یابد و هویت اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین نشان داده شده است که فناوری‌های

---

1. Ren                      2. Kiesler                      3. Papacharissi  
4. Claire                      5. Lee                              6. Lee

نوین ارتباطی با فراهم آوردن امکان جامعه شبکه‌ای، افراد را در قالب‌های تازه هویت بخشیده‌اند و علاوه بر قواعد حاکم بر ارتباط و تعامل بین انسان‌ها، نگرش آنان را نسبت به خود، دیگران و جهان دستخوش تغییر کرده‌اند (خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی، ۱۳۹۳). هرچند نتایج مطالعات خلیلی (۱۳۸۴) و دوران (۱۳۸۱)، اثرگذاری فضای مجازی بر هویت را ناچیز می‌شمارند، مرور مطالعات صورت گرفته در این حوزه بیانگر آن است که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تأثیر غیرقابل انکاری بر افکار، هنجارها و رفتارهای کاربران این شبکه‌ها دارد. برای مثال، نتایج پژوهش قوانلو قاجار، ۱۳۹۰ (به نقل از صراف‌زاده و علوی، ۱۳۹۳) نشان داد که ۴۸ درصد از دانشجویان ایرانی بین یک دقیقه تا نیم ساعت از وقت خود را در فیس‌بوک می‌گذرانند و اکثر آنها بین ۱ تا ۵۰ دوست در این شبکه اجتماعی مجازی دارند در حالی که تنها ۷۹ درصد از دانشجویان با هویت واقعی خود در فیس‌بوک حضور می‌یابند. برخی پژوهش‌های دیگر نیز حاکی از وجود رابطه بین استفاده از رسانه‌های ارتباطی نوین همچون ماهواره و اینترنت با هویت جوانان بوده است (کلدی و فقیه، ۱۳۸۸؛ مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰ و کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهش کیانپور و همکاران (۱۳۹۳)، نشان می‌دهد که فناوری‌های نوین اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییر پذیر و منعطف انسان‌ها هستند و به شدت هویت اجتماعی آنان را تهدید می‌کنند. پارک<sup>۱</sup>، کرک<sup>۲</sup> و سباستین<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)، نیز در بررسی انگیزه‌ها و نیازهای دانشجویان بازدیدکننده از شبکه فیس‌بوک نشان دادند که فعالیت دانشجویان در فیس‌بوک برای ارضای چهار نیاز اجتماعی بودن، تفنن و سرگرمی، شناخت خویش و کسب اطلاعات انجام می‌شود و هرچه بر میزان ساعات استفاده دانشجویان از شبکه اجتماعی فیس‌بوک افزوده شود، این نیازها بیشتر اشباع می‌شوند. در همین زمینه پژوهش کوثری (۱۳۸۶)، بر روی کاربران ایرانی فعال در شبکه اورکات<sup>۴</sup> نشان می‌دهد که مهم‌ترین دلیل حضور کاربران در شبکه، پیدا کردن دوست و شریک فعال برای زندگی، توجه به موسیقی کلاسیک و پاپ غربی، کتاب و فیلم‌های خارجی بوده است.

1. Park

2. Kerk

3. Sebastian

4. Orkut

### چارچوب نظری

با مرور نظریات مطرح شده در عرصه هویت و فضای مجازی، آنها را می‌توان در سه دسته کلی طبقه‌بندی کرد. دسته اول، نظریات اجتماعی پست مدرن افرادی همچون دریدا<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، به نقل از مظاهری و حسین‌زادگان، (۱۳۹۰) و تورکل<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، است که رویکرد مثبت، از امکان ایفای نقش‌های مختلف در زمان‌های مختلف و در عین حال، گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی کاربر، از شکل‌گیری هویت‌های جدید از طریق شبکه‌های اجتماعی دفاع می‌کنند و معتقدند که این شبکه‌ها، فضایی رهایی بخش فراهم می‌آورند و امکان رهایی از بدن و بسیاری از محدودیت‌های دیگری را که در فضای واقعی برای برقراری ارتباط دست‌وپاگیر است، به کاربر می‌دهند. این دیدگاه با نفی وحدت، به کثرت اهمیت می‌دهد و با نفی خصلت استعلایی ارزش‌ها و هنجارها، آنها را وابسته به تجربه و علایق اجتماعی می‌داند و به تأکید بر غیریت به عنوان تعیین‌کننده هویت اهمیت می‌دهد (همان). از این رو، در دیدگاه پست مدرن، غیریت تعیین‌کننده هویت است و به این ترتیب، انسان‌ها معانی، اندیشه‌ها و نظریه‌ها؛ همچنین وحدت و هویت ظاهری خود را تنها از طریق فرایند تقسیم و تمایز و حذف و غیریت به دست می‌آورند. دریدا (۲۰۰۴)، به نقل از مظاهری و حسین‌زادگان، (۱۳۹۰) نیز، به عنوان یکی از متفکران پست مدرن، زبان را وسیله کسب هویت می‌داند و وجود هویت ناب را با تردید مواجه می‌کند وی معتقد است؛ بین هویت‌های مختلف مرز شفافی وجود ندارد و هیچ فرهنگ، تمدن و مذهبی را نمی‌توان یافت که هویت ناب و خالص داشته باشد. در نقد این نظریات، دسته دیگری از نظریه‌پردازان همچون باومن<sup>۳</sup> (ترجمه ثابتی، ۱۳۸۴) و تاملینسون<sup>۴</sup> (۲۰۰۳)، نظریات خود را با رویکرد منفی و بدبینانه در حوزه نقش فضای مجازی در ابعاد هویتی سازمان داده‌اند و معتقدند که تعاملات مجازی، در نهایت، منجر به انزوای اجتماعی و کاهش تعاملات کاربر در دنیای واقعی وی بویژه از لحاظ عمق و

1. Derrida                      2. Turkel                      3. Bauman

4. Tamlinson



کیفیت می‌شود و عموماً سیر و سلوک بیشتر در فضاهای مجازی، با کاهش ارتباطات اجتماعی بویژه از نوع ارتباطات نزدیک و صمیمی با اعضای خانواده، دوستان و شکل‌گیری هویتی چندپاره همراه است. به عقیده باومن (ترجمه ثابتی، ۱۳۸۴)، جامعه سیال مدرن با نشر رسانه‌های نوین ارتباطی، افراد را فاقد هرگونه پیوند ناگسستنی و همیشگی بار می‌آورد. تاملینسون (۲۰۰۳) نیز، ظهور رسانه‌های نوین ارتباطی را منشأ تغییرات جامعه، فراملی شدن فرهنگ‌ها و تغییر در مفهوم عمومیت در حوزه عمومی و فضای مذهبی می‌داند و معتقد است که مهم‌ترین پیامد ایدئولوژیک رشد و توسعه رسانه‌ها و شبکه‌های نوین ارتباطی در جوامع، تشدید جریان مدرنیته غرب و رواج سکولاریسم، ارزش‌های نظام لیبرال دموکراسی، نوگرایی، پیشرفت، تنوع، مصرف‌گرایی و جدایی مذهب از نهادهای اجتماعی بوده است. به این ترتیب، تهی شدن از ارزش‌های دینی، موجبات رواج فرایند سکولاریزاسیون را در رفتارهای روزمره افراد فراهم می‌آورد. نظریات دیگر در این حوزه در قالب نظریات میانه‌رو و با آرای افرادی همچون میلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) و تامپسون<sup>۲</sup> (۱۳۸۰)، ترجمه اوحدی) ارائه شده است. میلر (۲۰۰۵) معتقد است؛ ارتباطات الکترونیکی دامنه جدیدی از تعاملات انسانی را وضع می‌کند که البته از نظر روابط رودررو در دنیای واقعی، فقیرند اما امکان نمایاندن خود مطلوب را در دنیای جدید برای افراد فراهم می‌آورند (خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی، ۱۳۹۳). تامپسون (۱۳۸۰)، ترجمه اوحدی)، نیز معتقد است که شبکه‌های اجتماعی مجازی، کنش و تعامل با «دیگران غایب» را امری عادی جلوه می‌دهند و نقش مکان و روابط چهره‌به‌چهره را در برقراری ارتباط کمرنگ می‌کنند.

به هر حال، افزایش استفاده از وسایل ارتباطی جدید، شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییراتی که در تعاملات انسانی پدید آمده است تا جایی پیش رفته که برخی از نظریه‌پردازان دیگر همچون کاستلز (ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۹)، والرشتاین (ترجمه عسگریان، ۱۳۸۹) و زُکان<sup>۳</sup> (۱۹۹۸)، نیز، نظریه‌های خود را حول محور ارتباطات شبکه‌ای و تحت عناوین جامعه شبکه‌ای یا اطلاعاتی و جهانی شدن فرهنگ سامان داده‌اند.

1. Miller

2. Thompsone

3. Rochon

کاستلز (ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۹)، هویت را فرایند معناسازی افراد بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، می‌داند. در دستگاه نظری کاستلز، هویت برای کنشگران منبع معنا شمرده شده که به دست خود آنها و از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود.

والرشتاین نیز، به تشریح روند پیشرفت فناوری و تأثیرات آن بر نحوه شکل‌گیری هویت و تغییرات هویتی انسان‌ها در جامعه اطلاعاتی پرداخته و معتقد است؛ تحول فرد را زمانی می‌توان تضمین کرد که حس اجتماعی وی در مسیری واقعی و در سایه روابط نزدیک والدین و دیگر دست‌اندرکاران امور تربیتی با کودکان، مبتنی بر فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای ملی، به اندازه کافی گسترش یافته باشد در حالی که هجوم فراگیر شبکه‌های ارتباطی نوین این امکان را کمرنگ ساخته است. بر اساس نظر وی یک‌دست‌سازی ارزش‌ها و هنجارها چیزی است که کشورهای غربی با بهره‌مندی از ابزارهای فناورانه نوین برای کشورهای پیرامون می‌خوانند و در مواجهات فرهنگی بر جهان تحمیل می‌کنند. بر همین اساس است که والرشتاین، بحران عصر جهانی شدن را در نظام جهانی نوین، کشمکش میان هویت‌های ملی و جهانی می‌داند (ترجمه عسگریان، ۱۳۸۹).

رُکان (۱۹۹۸)، فرهنگ را مجموعه انبوهی از ایده‌های مرتبط به هم در نظر می‌گیرد که مجموعه باورهای عامیانه در مورد اینکه چه چیزی درست و طبیعی است و چگونه باید عمل کرد را معین می‌کنند. از نظر وی، این باورها جهان‌شمول نیستند و دارای محدوده زمانی و مکانی مشخصی هستند. از این رو، اهمیت فرهنگ در این است که تمامی حوزه‌های مفهومی دنیای سیاسی و اجتماعی انسان‌ها را در بر می‌گیرد (رکان، ۱۹۹۸). رکان تغییرات فرهنگی را پاسخی به تغییرات در محیط اقتصادی و اجتماعی در نظر می‌گیرد و معتقد است که تغییر فرهنگی زمانی رخ می‌دهد که «ما مقوله‌های مفهومی را که با آنها به واقعیت معنا می‌دهیم تغییر دهیم» وی معتقد است می‌توان دگرذیسی ایده‌های تازه به ارزش‌های فرهنگی را از طریق اشاعه مفاهیمی تازه

در قلمروی رسانه‌های نوین ارتباطی، در سخنرانی‌های سیاسی بین‌المللی، در تصمیمات و احکام قضایی و در نوشته‌های افراد دانشگاهی مشاهده کرد و مورد بررسی قرار داد. به این ترتیب، رکان سه مرحله را برای تغییر ارزشی (فرهنگی) بر می‌شمرد: ۱- کشاندن موضوعات ارزشی (فرهنگی) به حوزه بحث و مناقشه، ۲- پذیرفته شدن ارزش‌های [فرهنگی] به عنوان بخش طبیعی از تفکر و ۳- اشاعه ارزش‌های [فرهنگی] به درون جامعه بزرگتر، به اندازه‌ای که پس از مدت کوتاهی به یک موضوع مورد بحث یا حتی ضرورتاً موضوع شناخت آگاهانه بدل شود. رکان بر این باور است که بهترین نشانه تغییر، امکان دارد دقیقاً گستره‌ای باشد که در آن ارزش‌های تازه نشانه‌هایی را از خود بر جای می‌گذارند. وی مکان‌هایی را که ارزش‌های فرهنگی پس از پذیرفته شدن خود را به نمایش می‌گذارند، رسانه‌ها و شبکه‌های نوین ارتباطی، رمان‌ها، فیلم‌های سینمایی و فعالیت‌های تفریحی معرفی می‌کند.

از این رو به نظر می‌رسد که رشد و توسعه شبکه‌های مجازی، تأثیر عمیقی بر رویه‌ها، الگوها، سبک‌های زندگی و بویژه هویت افراد که به طور طبیعی متأثر از اولویت‌های ارزشی و فرهنگی همچون زبان، آداب و رسوم و مذهب خود هستند، گذاشته است؛ به طوری که تغییر در این الگوهای ارزشی، کیفیت، سبک زندگی خانوادگی و هویت افراد را نیز دگرگون ساخته است (تاجیک، ۱۳۷۹).

### روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را نیز کلیه دانشجویان دختر مقاطع کارشناسی دانشگاه علامه طباطبایی (ره) در سه دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، علوم ارتباطات و حقوق و علوم سیاسی تا نیمسال دوم تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ تشکیل می‌دهند. در این پژوهش، نمونه‌گیری به شیوه خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام گرفته و برای انتخاب و تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه‌گیری طبقه‌ای کوکران استفاده شده که برابر با ۳۲۶ نفر بوده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر، پرسشنامه هویت مدرن کیانپور و همکاران (۱۳۹۳) بوده است. این پرسشنامه دارای ۱۹ سؤال و ۴ خرده مقیاس گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بُعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهانی شدن است. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه برای خرده مقیاس‌های پیش‌گفته به ترتیب ۰/۷۴، ۰/۷۳، ۰/۷۹ و ۰/۷۶ و برای کل مقیاس ۰/۹۲ گزارش شده است (همان). در پژوهش حاضر نیز ضریب همسانی درونی به ترتیب برای مقیاس‌های گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بُعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهانی شدن برابر با ۰/۸۰، ۰/۸۲، ۰/۷۹ و ۰/۸۱ و برای کل مقیاس ۰/۹۴ به دست آمده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. همچنین پس از ورود داده‌ها و اطمینان خاطر از توزیع نرمال داده‌ها و سایر پیش‌فرض‌های استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون دو متغیره و نیز سطح سنجش هر متغیر، آماره‌های متناسب به کار رفته است. بنا بر گزارش کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳؛ به منظور تعیین روایی این ابزار با گزینش مقولات، متغیرها و شاخص‌های دقیق مورد سنجش سعی شده است تا روایی ابزار پژوهش تا حد زیادی بالا برود. همچنین پرسشنامه هویت مدرن بر اساس برخی نظریات جامعه‌شناسی و دینی، مشورت یا داوری صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی و روان‌شناسی و نیز پژوهش‌های پیشین تدوین شده است و تفاوت‌های افراد، با توجه به ویژگی‌های جنسیتی و جز آن مبنای ساخت پرسشنامه قرار گرفته است. همه پرسش‌های پژوهش، محتوای تمام موضوعات مورد مطالعه را شامل می‌شود. بنابراین پژوهش حاضر از روایی صوری و محتوایی برخوردار است.

**اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی.** اینترنت در دهه ۱۹۶۰ از سوی وزارت دفاع امریکا و برای استفاده دانشمندان و استادان دانشگاه‌ها به منظور کار در مورد مسائل مختلف فنی ایجاد شد، تأسیس شبکه آرپانت در سال ۱۹۶۹، منشأ پیدایش اینترنت شناخته می‌شود. تا اوایل دهه ۱۹۹۰، به ندرت مردم عادی نامی از اینترنت و یا

تار گسترده جهانی<sup>۱</sup> شنیده بودند. در حقیقت اینترنت مجموعه‌ای از میلیون‌ها رایانه‌ای است که از طریق شبکه‌های مخابراتی به یکدیگر متصل‌اند. به عبارت دیگر، مجموعه‌ای از هزاران شبکه ماهواره‌ای - رایانه‌ای که تعداد زیادی از رایانه‌ها را در یک شبکه پیچیده بزرگ و قابل اطمینان به یکدیگر وصل می‌کند. اینترنت هیچ سازمان مدیریتی یا سرپرست حقوقی ندارد و به خودی خود برخوردار از واقعیتی مستقل نیست بلکه تنها از تألیف تشکیلات مستقل دیگر حیات یافته است. از طریق این فناوری جدید می‌توان پست الکترونیکی<sup>۲</sup> ایجاد کرد و بدون صرف وقت و هزینه‌های پستی چندانی، عکس‌ها، نامه‌ها و اطلاعات سنتی خود را برای یک یا چندین نفر به طور همزمان ارسال کرد. همچنین سایت‌های مختلفی ساخت و از این طریق، به شبکه جهانی وب پیوست و از قابلیت‌های تصویری، صوتی و حتی فیلم‌های آن استفاده کرد: فناوری چت یا گفتگو یکی دیگر از راه‌های ارتباطی جدید در اینترنت است که به کمک آن می‌توان علاوه بر مکالمه با چندین نفر به طور همزمان تصاویر یکدیگر را نیز مشاهده کرد. شبکه‌های خبری و موتورهای جستجو، از دیگر قابلیت‌های موجود در اینترنت هستند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰). شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز خدماتی مبتنی بر وب هستند که اجازه می‌دهند افراد در چارچوب یک سیستم مشخص، پروفایل‌های عمومی یا نیمه‌خصوصی بسازند، با سایر کاربران شبکه به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و فهرست پیوندهای خود و دیگرانی را که در آن سیستم هستند، مشاهده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷). در این پژوهش میزان دسترسی کاربران به اینترنت فقط به سیر و جستجو در شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک<sup>۳</sup>، گوگل پلاس<sup>۴</sup>، یوتیوب<sup>۵</sup> (پایگاه اشتراک ویدئو)، فلیکر<sup>۶</sup> (پایگاه انتشار عکس)، لست افام<sup>۷</sup> (پایگاه موسیقی)، واتس‌آپ<sup>۸</sup> و تلگرام<sup>۹</sup> محدود شده و استفاده از اینترنت برای مسائل علمی و آموزشی مدنظر نبوده است.

1. World Wide Web

2. E-Mail

3. Facebook

4. Google Plus

5. Youtube

6. Flickr

7. Last FM

8. WhatsApp

9. Telegram

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی. عبارت از مدت زمانی از شبانه‌روز است که فرد در مجموع، از اینترنت و شبکه‌های مبتنی بر وب همچون فیس‌بوک، گوگل پلاس، یوتیوب، فلیکر، لست افام، واتس‌آپ و تلگرام برای اهدافی به جز اهداف علمی و آموزشی استفاده می‌کند. در این پژوهش، میزان دسترسی کاربران به این شبکه‌های اجتماعی بر حسب میزان هر ساعت استفاده در طول شبانه‌روز با یک پرسش و در سطح سنجش نسبتی سنجیده شده است. ساعات گزارش شده از سوی پاسخگویان عبارت از: ۰، ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷ و ۸ ساعت در شبانه‌روز بوده است.

**هویت مدرن.** منظور شکل‌گیری هویت جهانی، اعتقاد به اهمیت فرهنگ و اجتماع واحد جهانی و احساس تعلق فرد به آن است، به نحوی که فرد خود را جزئی از نظام جهانی می‌داند و به همزیستی فرهنگ‌ها در کنار یکدیگر اعتقاد دارد (قریشی، ۱۳۸۱). به عبارت دیگر، هویت به عنوان مفهومی سیال و تحول‌پذیر، متضمن مفاهیمی همچون شباهت یا تفاوت در هر زمان و شرایط است (مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰). در این پژوهش هویت مدرن در چهار بُعد گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی (۵ گویه)، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی (۴ گویه)، گرایش به جوامع غربی (۵ گویه) و جهان‌وطنی (۵ گویه) و در قالب طیف لیکرت با دامنه نمره ۱ تا ۵ مورد سنجش قرار گرفته است. بنابراین، در این پژوهش، هویت مدرن به وسیله ۱۹ گویه سنجیده شده است؛ به این ترتیب که نمره هر فرد می‌توانست بین عدد ۱۹ تا ۹۵ باشد. با توجه به دامنه نمرات ثبت شده، سطح پایین شامل نمراتی بین عدد ۲۰ تا ۴۴، سطح متوسط شامل نمراتی بین عدد ۴۵ تا ۷۰ و سطح بالا شامل نمراتی بین عدد ۷۱ تا ۹۵ است.

### یافته‌های پژوهش

برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج آزمون همسانی درونی متغیرها در جدول ۱ آمده است.

همان‌گونه که در جدول ۱ مشخص است، برای اکثر مؤلفه‌ها، میزان آلفا بیش از ۰/۷ گزارش شده و این که، حاکی از قابلیت اعتماد به گویه‌های این پرسشنامه است.

جدول ۱. آزمون پایایی طیف‌ها برحسب آلفای کرونباخ

مقدار $\alpha$	تعداد گویه‌ها	گویه‌ها	متغیرها
۰/۹۵	۵	به نظر من همه عقاید و باورهای موجود در جامعه قابل نقد هستند. برای اداره جامعه با وجود عقل نیازی به دین نیست. هرکسی آزاد است هر اندیشه یا باوری داشته باشد، حتی اگر خلاف باورهای دینی، اخلاقی و علمی دیگران باشد. هر کس باید شیوه زندگی‌اش را خودش انتخاب کند، حتی اگر دیگران، شیوه زندگی او را نپسندند. هرکس باید بتواند به طور آزادانه کشور محل زندگی خود را انتخاب کند.	گرایش به ارزش‌های مدرن (معرفت‌شناختی)
۰/۷۲	۴	دختران باید این حق را داشته باشند که بدون اجازه پدر هم ازدواج کنند. زنان باید وظایف مادری‌شان را بر هر چیز دیگری اولویت دهند. شیوه پوشش (لباس پوشیدن و حجاب) هرکسی مربوط به خودش است. آموزش‌عالی برای پسران لازم تر و ضروری‌تر از دختران است.	گرایش به ارزش‌های مدرن (اجتماعی)
۰/۷۷	۵	خشونت در کشورهای غربی خیلی رواج دارد. دروغ و تزویر در کشورهای غربی کمتر رایج است. در کشورهای غربی، عدل، انصاف و رعایت حقوق یکدیگر بیشتر مراعات می‌شود. در کشورهای غربی به علم و دانش بیشتر توجه می‌شود. دوست ندارم در حکومتی شبیه حکومت‌های غربی زندگی کنم. زندگی به شیوه غربی‌ها راحت‌تر است.	گرایش به جوامع غربی

ادامه جدول ۱

متغیرها	گویه‌ها	تعداد گویه‌ها	مقدار $\alpha$
جهان‌وطنی	<p>معتقدم بچه‌هایمان باید با افراد سایر کشورها نیز معاشرت و ارتباط داشته باشند. برایم مهم است که عضوی از جامعه جهانی باشم تا عضوی از کشور ایران. معتقدم کشورمان باید در همه نهادهای بین‌المللی مشارکت و عضویت داشته باشد. ایران باید درهای خود را بدون هیچ‌گونه محدودیتی برای ارتباط با دیگر کشورها باز کند. مسائل و مشکلات کشورهای دیگر به اندازه مسائل و مشکلات کشورمان برایم مهم است.</p>	۵	۰/۷۹
هویت مدرن		۱۹	۰/۹۴

در جدول ۲ توزیع فراوانی متغیر پیش‌بین (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی) با متغیر ملاک (هویت مدرن) گزارش شده است.

نتایج ارائه شده در جدول ۲ توزیع فراوانی و درصد مقتضی جمعیت دانشجویان مورد مطالعه را بر حسب میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنها و هویت مدرن‌شان، نشان می‌دهد. داده‌های جدول حاکی از آن است که بیش از ۵۰ درصد از دانشجویانی که بیش از ۵ ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند، از هویت مدرن بالایی برخوردار بودند. در بین کسانی که در طول شبانه‌روز اصلاً از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کردند، هیچ‌کس از هویت مدرن بالا برخوردار نبود. همچنین بیش از ۲۵ درصد از پاسخگویان ( $N=۸۲$ )، میزان هویت مدرن‌شان در حد بالا و نزدیک به ۲۱ درصد از پاسخگویان ( $N=۶۸$ ) میزان هویت مدرن‌شان پایین بود.



جدول ۲. توزیع فراوانی دانشجویان مورد مطالعه برحسب میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت مدرن

کل	هویت مدرن				متغیرهای پژوهش	
	بالا	متوسط	پایین	فراوانی	سطوح طبقه‌بندی	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۹	۰	۴	۲۵	تعداد	بدون استفاده (۰ ساعت)	
۱۰۰	۰	۱۳/۸	۸۶/۲	درصد		
۴۷	۱۰	۷	۳۰	تعداد	یک و دو ساعت	
۱۰۰	۲۱/۳	۱۴/۹	۶۳/۸	درصد		
۱۲۳	۸	۱۰۸	۷	تعداد	سه و چهار ساعت	
۱۰۰	۶/۵	۸۷/۸	۵/۷	درصد		
۱۲۷	۶۴	۵۷	۶	تعداد	پنج، شش، هفت و هشت ساعت	
۱۰۰	۵۰/۴	۴۴/۹	۴/۷	درصد		
۳۲۶	۸۲	۱۷۶	۶۸	تعداد	کل	
۱۰۰	۲۵/۱	۵۴	۲۰/۹	درصد		

در جدول ۳، به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت مدرن در هر چهار بُعد، از تکنیک آماری رگرسیون دو متغیره استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت مدرن

نام متغیر	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> Ad	Std. Error	a	B	Beta	T	F	Sig
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی										
گرایش به ارزش‌های مدرن (معرفت‌شناختی)	۰/۶۷۰	۰/۴۴۸	۰/۴۴۷	۴/۷۴۳	۱۰/۹۶۰	۲/۱۸۴	۰/۶۷۰	۱۶/۲۳۱	۲۶۳/۳۴۵	۰/۰۰۱
گرایش به ارزش‌های مدرن (اجتماعی)	۰/۶۶۲	۰/۴۳۸	۰/۴۳۶	۲/۹۳۱	۷/۶۳۴	۱/۳۲۱	۰/۶۶۲	۱۵/۸۸۷	۲۵۲/۴۰۴	۰/۰۰۱
گرایش به جوامع غربی	۰/۶۲۲	۰/۳۸۷	۰/۳۸۵	۳/۳۴۴	۹/۴۹۰	۱/۳۵۶	۰/۶۲۲	۱۴/۳۰۲	۲۰۴/۵۶۱	۰/۰۰۱
جهان‌وطنی	۰/۶۳۱	۰/۳۹۹	۰/۳۹۷	۳/۷۱۸	۸/۷۸۰	۱/۵۴۵	۰/۶۳۱	۱۴/۶۵۶	۲۱۴/۸۱۲	۰/۰۰۱
هویت مدرن	۰/۷۱۳	۰/۵۰۸	۰/۵۰۶	۱۲/۳۵۷	۳۶/۸۶۴	۶/۴۰۶	۰/۷۱۳	۱۸/۲۷۹	۳۳۴/۱۱۸	۰/۰۰۱

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که همبستگی متوسطی ( $R = 0/622, 0/631$ ) بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و گرایش به جوامع غربی و جهان‌وطنی وجود دارد. همچنین، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد معرفت‌شناختی و بُعد اجتماعی همبستگی بالایی دیده می‌شود ( $R = 0/670, 0/662$ ). مقادیر  $R^2 = 0/448, 0/438, 0/387, 0/399$  نشان می‌دهد که متغیر پیش‌بین (میزان استفاده از شبکه‌های مجازی) توانسته است، به ترتیب  $44/8, 43/8, 38/7$  و  $39/9$  درصد از واریانس متغیر وابسته را در بُعد گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهان‌وطنی تبیین کند. ضرایب بتا نیز جهت مثبت و رابطه مستقیم بین متغیرها را نشان می‌دهد. ضرایب  $1/545, 1/356, 1/321, 2/184$ ، نشان می‌دهد که به ازای هر واحد افزایش در متغیر پیش‌بین (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی)، به ترتیب

۲/۱۸۴، ۱/۳۲۱، ۱/۳۵۶ و ۱/۵۴۵ واحد به متغیر ملاک (هویت مدرن)، افزوده می‌شود. با توجه به مقادیر  $F=۲۶۳/۳۴۵$ ،  $۲۵۲/۴۰۴$  و  $Sig=۰/۰۰۱$  در هر چهار سطح، رابطه مشاهده شده بین متغیرها در سطح ۹۹ درصد اطمینان، معنادار است، از این رو، فرضیه فوق تأیید می‌شود. همچنین ضرایب موجود حاکی از آن است که بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت مدرن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد به نحوی که متغیر پیش‌بینی توانسته است ۵۰/۸ درصد از واریانس هویت مدرن را تبیین کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

رشد حیرت‌آور فناوری اطلاعات و ارتباطات و قدرت رسانه‌ای عظیم اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، امکان ارتباط مجازی جهانی یا بی‌مرز و بهره‌مندی از حجم وسیعی از اطلاعات را در کمترین زمان و در گستره دیداری، شنیداری و گفتاری در اختیار کاربران قرار می‌دهد و در ظاهر نیز این رسانه‌ها تحت انقیاد و کنترل کاربران هستند، اما به مرور، فرایند انتشار فرهنگی به کلی متفاوت می‌شود و قدرت بلامناسی را در اختیار گردانندگان این شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد تا به گسترش مرزهای فرهنگی مدنظر خود بپردازند و مبتنی بر ایدئولوژی خود، هویت مخاطبان را دستخوش تغییرات اساسی کنند. از آنجا که جوانان از اقشار اصلی مخاطبان این شبکه‌ها تلقی می‌شوند (لیم و چو، ۲۰۱۰)، یکی از تحولات ایجاد شده در این عرصه، تحول در معنا و مفهوم هویت و بویژه هویت مدرن در آنان بوده است. از این رو، فناوری‌های نوین ارتباطی با ارائه خدمات گوناگون و تسهیل ارتباطات دنیای مجازی، کاربران را در قالب‌های تازه، هویت می‌بخشند، نگرش آنان را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر می‌دهند و هویتی مدرن را در آنان ساختار بندی می‌کنند.

به این ترتیب، می‌توان ادعا کرد؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی که در حال حاضر، قوی‌ترین رسانه برخط در دنیا محسوب می‌شوند، به دلیل تکثر، تنوع محتوایی و سایر

قابلیت‌های متعدد نرم‌افزاری و اینترنتی با استقبال وسیع کاربران همراه بوده‌اند (ضیائی‌پرور و عقیلی، ۱۳۸۸). استفاده از اینترنت و شبکه‌های مجازی در ایران نیز طی سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است. بنابراین، با وجود آنکه شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک ابزار ارتباطی بی‌طرف در ایران و سایر جوامع مورد استفاده قرار می‌گیرند، گردانندگان آنها سعی دارند ارزش‌های فرهنگی مدنظر خود را در قالب ارزش‌های استاندارد جهانی به کاربران سراسر دنیا و به تبع آن، کاربران ایرانی معرفی و منتقل کنند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر انجام شده است.

تعیین رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت مدرن و تمامی ابعاد و مؤلفه‌های آن، اولین پرسش این پژوهش بود. در نخستین گام برای دریافت همبستگی بین میزان هویت مدرن و مؤلفه‌های آن با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ماتریس همبستگی ترسیم شد و میزان همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت مدرن و مؤلفه‌های آن از  $0/62$  تا  $R=0/71$  به دست آمد؛ که همبستگی قابل ملاحظه‌ای است. به این ترتیب، نتایج نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت مدرن و مؤلفه‌های مختلف آن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به این معنا که با افزایش مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان گرایش دانشجویان به ارزش‌های بنیادی مدرن در بُعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بُعد اجتماعی و گرایش به جوامع غربی و جهان‌وطنی افزایش می‌یابد. این یافته همسو با پژوهش کلدی و فقیه، ۱۳۸۸؛ مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰؛ کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳؛ پارک، کرک و سباستین، ۲۰۰۷ و پمپک و همکاران، ۲۰۰۹ بود. پمپک و همکاران (۲۰۰۹)، معتقد بودند که افزایش میزان استفاده جوانان از مجموعه پایگاه‌های اینترنتی مبتنی بر وب ۲، از طریق ایجاد تسهیلات برای کاربران به منظور ایجاد ارتباط مجازی با دیگران، موجب تغییرات گسترده در هویت آنان خواهد شد.

نتایج همچنین نشان داد که هویت مدرن دانشجویان از طریق میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، پیش‌بینی می‌شود ( $R^2=50/8$ ). این نتیجه نیز همسو با مطالعه رن و کیسلر، ۲۰۰۷؛ پاپاکاریسی، ۲۰۰۹؛ کلایر، ۲۰۰۹؛ لی و لی، ۲۰۱۰؛ هارت، ۲۰۱۱ و خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳ و در تناقض با یافته‌های خلیلی، ۱۳۸۴ و دوران، ۱۳۸۱ بود. در تبیین این یافته می‌توان گفت که گسترش صنعت ارتباطات و بویژه فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در جامعه ایرانی، منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جامعه را تضعیف ساخته و از طریق ایجاد اختلال در کارکرد آنها موجب کمرنگ شدن هویت ملی و شکل‌گیری هویت نواندیشانه و مدرن شده است. به عبارت دیگر، افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، احساس تعلق جوانان به مرزهای سرزمینی و همچنین احساس همبستگی با کل اعضای ساکن در چارچوب مرزهای سرزمینی را دستخوش تغییر می‌کند. از این رو، افزایش استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی جوان ایرانی، جهان‌بینی آنان را واگرتر کرده است. نتایج پژوهش حاضر در محدوده خود می‌تواند رهنمودهای ارزشمندی برای سیاستگذاران فرهنگی، مسئولان امنیت فرهنگی جامعه و بویژه مسئولان سازمان صداوسیما به همراه داشته باشد؛ رهنمودهایی که حول محور ایجاد آگاهی در سطح عموم جامعه و بویژه نهاد خانواده و والدین در خصوص تأثیر مخرب استفاده بیش از حد از شبکه‌های مجازی و ضرورت ارتباط مناسب و اصولی با فرزندان به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم در کاهش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی قرار دارد. در مجموع، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هویت مدرن مؤثر است. اما باید توجه داشت که این بررسی در محدوده سنی و جنسی خاص و با تعداد محدودی از شرکت‌کنندگان انجام شده است و لزوم پرداختن به پژوهش‌های گسترده‌تر و مطالعه عوامل تأثیرگذار دیگر در این زمینه بدیهی به نظر می‌رسد.

### پیشنهادها

- با توجه به نتایج پژوهش حاضر و مستند به پژوهش‌های پیشین که بر نقش فزاینده شبکه‌های اجتماعی مجازی در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ایجاد ایدئولوژی جهان‌وطنی از طریق ذره‌ای کردن جوامع انسانی صحنه گذاشته‌اند؛ لازم است شورای عالی فضای مجازی به منظور دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله کشور، نقشه راهی را برای تنظیم و توسعه فضای مجازی ایرانی - اسلامی مبتنی بر ایدئولوژی اسلامی تنظیم کند.
- به جای برخوردهای سلبی با پدیده شبکه‌های اجتماعی مجازی موجود، باید با اتخاذ رویکردی ایجابی، اجرای برنامه‌های ارتقای فرهنگی و آموزش‌های لازم به جوانان را از طریق رسانه‌ها، صداوسیما، خانواده‌ها و نهادهای آموزشی دنبال کرد.
- آگاهی‌بخشی، گفتمان‌سازی و افزایش مهارت و سواد رسانه‌ای جوانان در برخورد با محتوا و مطالب شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان اصلی‌ترین مخاطبان و کاربران این شبکه‌ها از جمله ضروریاتی است که باید مدنظر دست‌اندرکاران آموزش و پرورش، آموزش عالی، خانواده‌ها و مسئولان و سیاستگذاران فرهنگی جامعه باشد. به عبارت دیگر، استفاده مؤثر و ایمن از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دسترس جوانان ایرانی، نیازمند مهارت‌آموزی از سوی این کاربران است؛ چراکه نبود آگاهی در خصوص آداب استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی گاه خطرات جبران‌ناپذیری در پی خواهد داشت. همچنین افزون بر آگاهی‌بخشی، باید برای ایجاد برخی تغییرات در نحوه گذران اوقات فراغت جوانان و یا ایجاد جایگزین رسانه‌ای تلاش شود.
- نهادهای مسئول جامعه‌پذیری افراد در جامعه از جمله نهاد خانواده، آموزش و پرورش و آموزش عالی، رسانه‌ها و ... به رسالت اصلی خود یعنی انتقال صحیح ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، باورها و اعتقادات، آداب و رسوم، دانش و اطلاعات رایج، همچنین میراث فرهنگی مشترک بین اعضای جامعه اهتمام ویژه داشته باشند.

● نظر به رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی مجازی و نقش هویت ساز این شبکه‌ها با توجه به و استفاده رو به تزاید آنها از سوی جوانان ایرانی، برنامه‌ریزی برای خلق منابع هویت‌ساز مجازی جدید مبتنی بر الگوی بومی در خط‌مشی‌گذاری‌های اجتماعی و فرهنگی امری ضروری است. از این رو، مسئولان فرهنگی کشور و سازمان صداوسیما به عنوان متولی امر رسانه باید به منظور مقابله با تضعیف هویت ملی از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی بیگانه، به راه‌اندازی یک شبکه مجازی ملی اهتمام ورزند.

● شکل‌گیری هویت مدرن در میان دانشجویان به عنوان قشر آینده‌ساز کشور و تأثیری که این هویت در زندگی واقعی افراد دارد؛ ضرورت تقویت هویت دینی و ملی کاربران را بیش از پیش نمایان می‌سازد. به عبارت دیگر، هویت ملی کاربران ایرانی باید از درجه‌ای از انسجام برخوردار باشد که در فضای مجازی دستخوش تغییرات برنامه‌ریزی شده گردانندگان این شبکه‌ها قرار نگیرد.

● با توجه به اینکه در این پژوهش به بررسی رابطه هویت مدرن با میزان استفاده از شبکه‌های مجازی پرداخته شد، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی رابطه بین هویت پسامدرن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار گیرد.

## منابع

- احمدزاده کرمانی، روح‌اله. (۱۳۹۰). *بازاندیشی در فرهنگ و رسانه*. چاپ اول. تهران: چاپار.
- باومن، زیگموند. (۱۳۸۴). *عشق سیال*: در باب ناپایداری پیوندهای انسانی (ترجمه عرفان ثابتی). تهران: ققنوس.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۷۹). *روشنفکری ایرانی و معمای هویت ملی*. فصلنامه *مطالعات ملی*، ۲ (۵)، صص ۱۷۶-۱۵۹.
- تامپسون، جان. (۱۳۸۰). *رسانه‌ها و مدرنیته* (ترجمه مسعود اوحدی). تهران: سروش.

- خدایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه و سعیدی، حمیده. (۱۳۹۳). میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۱ (۱)، صص ۱۹۲-۱۶۷.
- خلیلی، پگاه. (۱۳۸۴). وبلاگ‌نویسی در ایران، مطالعه کمی و کیفی نحوه ابراز هویت با تأکید بر وبلاگ‌های شخصی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۱). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. پایان‌نامه دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- سعدی‌پور، اسماعیل. (۱۳۹۲). بررسی اثرات اینترنت بر خانواده‌های دارای فرزند نوجوان. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۰ (۴)، صص ۱۶۹-۱۴۳.
- صراف‌زاده، مریم و علوی، سهیلا. (۱۳۹۳). جایگاه شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان دانشجویان کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی. مجله تعامل انسان و اطلاعات، ۱، صص ۴۴-۵۶.
- ضیائی‌پرور، حمید و عقیلی، سیدوحید. (۱۳۸۸). بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی. فصلنامه وسایل ارتباط جمعی، ۲۰ (۴)، صص ۴۲-۲۳.
- قریشی، فردین. (۱۳۸۱). جهانی شدن و تحول تصور ما از خویشتن. فصلنامه مطالعات ملی، ۳ (۱۱)، صص ۳۷-۵۸.
- عدلی‌پور، صمد؛ یزدخواستی، بهجت و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازانديشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۰ (۳)، صص ۱۲۸-۱۰۱.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). عصر اطلاعات، قدرت هویت (ترجمه حسن چاوشیان). چاپ ششم، تهران: طرح نو.
- کلدی، علیرضا و فقیه، خسرو. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی (ماهواره و اینترنت) بر هویت پسران جوان شهر بوکان. مجله جامعه‌شناسی معاصر، ۲ (۱)، صص ۳۵-۴۹.



کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). **جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست‌یابی اورکات**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

کیانپور، مسعود؛ عدلی‌پور، صمد و ملک‌احمدی، حکیمه. (۱۳۹۳). تعامل در فیس‌بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان. **مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی**، ۹ (۲)، صص ۱۵۴-۱۳۲.

مش، اس گوستاو و تلمود، ایلان. (۱۳۹۳). **نوجوان دیجیتال، دنیای اجتماعی نوجوانان در عصر اطلاعات** (ترجمه اسماعیل سعدی‌پور و مینا آذرنوش). تهران: رشد.

مظاهری، محمدمهدی و حسین‌زادگان، زهره. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان. **فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن**، ۲ (۲)، صص ۶۲-۳۹.

معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، ۱ (۴)، صص ۱۷۶-۱۵۵.

والرشتاین، امانوئل. (۱۳۸۹). **مقدمه‌ای بر تحلیل نظام‌های جهانی** (ترجمه حسین عسگریان). تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13, Pp. 210-230.

Claire, P. (2009). Identity Formation in Contemporary Society: **The Influence of The Media on The Formation of Identity**, University of Kwazulu-Natal, Durban, South Africa.

- Hart, J. M. (2011). **A Study on The Motives of High School and Undergraduate College Student For Using The Social Network Site Facebook**, Proquest.
- Lee, J. & Lee, H. (2010). The Computer-Mediated Communication Network: Exploring The Linkage Between The online Community and Social Capital. **New Media & Society**. Vol. 12, No. 5, Pp. 711-727.
- Lim, B. & Chou, A. (2010). **A Framework For Measuring Happiness in online Social Network**. Illinois State University.
- Miller, H. (2005). **The Presentation of Self in The Electronic Life**. Nottingham: Trent University.
- Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and A Small Word. **New Media Society**.
- Park, N.; Kerk, F. K. & Sebastian, V. (2007). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications and Social Outcomes, **Cyber Psychology and Behavior**, Vol. 12, No. 6.
- Pempek, T. & Et Al. (2009). Collge Student Social Networking Experiences on Facebook. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 30, Pp. 227-238.
- Ren, Y. K. & Kiesler, R. S. (2007). **Applying Common Identity and Bond Theory To Design if Online Communities**, **Organization Studies**: Sagepub.

Rochon, T. R. (1998). **Culture Moves: Ideas, Activism and Changing Values**. Princeton University Press.

Tomlinson, J. (2003). Globalization and Cultural Identity, *The Global Transformations Reader: An Introduction To The Globalization Debates*, Edited By: David Held & Antony McGrew. **Blackwell Publishing**. Part. 23, Pp. 269: 277.

Turkle, S. (2001). **Life on Screen: Identity in the age of The Internet**. New York: Simon and Schuster.