



بررسی تاثیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب

آرمین عبدالله زاده^۱، توحید پورفریدون^۲

^۱ وزارت آموزش و پرورش، میاندوآب arminabdollahzadeh1393@gmail.com

^۲ وزارت آموزش و پرورش، میاندوآب tohidpourfridoun@gmail.com

چکیده

امروزه جوانان زیادی عضو شبکه های اجتماعی مجازی شده اند. شبکه های اجتماعی مجازی در پذیرش و دست یابی افراد به نگرش ها و رفتارها نقش تعیین کننده ای ایفا می کنند. جوامع مختلف تحت تاثیر تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی یا جامعه شبکه ای در حال حرکت اند. این جوامع با چالش هایی چون نابرابری اجتماعی قومی، هویت های جدید، شالوده شکنی نهادهایی نظیر دولت - ملت، تعامل و همزیستی جهانی، شکل گیری هویت سیال و ... روبه رو شده اند. هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب می باشد. این تحقیق از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب می باشد که تعداد آنها برابر ۷۵۵۴ نفر می باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده و تعداد نمونه آماری برابر ۳۶۷ نفر بدست آمده است که با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده های موردنیاز، از پرسشنامه استاندارد هویت ملی (ایرانی) احمدی و پرسشنامه های محقق ساخته استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و هویت دینی سراج زاده (۱۳۸۳) استفاده شده است. برای تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ و برای تحلیل سوالات تحقیق از آزمون T تک نمونه ای و ضریب رگرسیون تک متغیره استفاده شد. یافته های تحقیق نشان می دهد که میانگین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و هویت ملی در بین دانش آموزان بیشتر از حد متوسط است. همچنین نتایج نشان میدهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان تاثیر منفی معنی داری دارد.

کلید واژه ها: شبکه های اجتماعی، هویت دینی، هویت ملی، هویت سیال، دانش آموزان



۱. مقدمه

جوامع مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی یا جامعه شبکه ای در حال حرکت اند. جامعه شبکه ای، جامعه ای است که ساختار آن متأثر از فن آوری است. در جامعه شبکه ای، جوامع با چالش هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت های جدید، تمایز پذیری و شالوده شکنی نهادهایی نظیر دولت، و فرصت هایی چون نقش اینترنت و شبکه های اجتماعی در پژوهش، خلاقیت، تعامل و همزیستی جهانی، شکل گیری هویت سیال و غیره رو به رو شده اند. به نظر می رسد به علت وجود این چالش ها انسجام اجتماعی و هویتی در جامعه اطلاعاتی و به خصوص در کشورهای در حال توسعه مانند ایران متزلزل شده است. فرآیند جهانی شدن با گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی دنیای اجتماعی افراد را بسیار بزرگتر می کند و احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آنها به وجود می آورد. دستیابی به یک شبکه جهانی، افراد را با انبوهی از اطلاعات و نشریه های الکترونیکی رو به رو می کند که با استفاده از ارتباط سنتی امید دست یابی به آنها را نداشته اند. از آن جا که اینترنت شیوه ای ارتباطی آینده را دگرگون کرده است، یک چالش عمومی برای اشخاص و همچنین برای دولت ها محسوب می شود. اینترنت مانند یک دنیای مجازی عمل می کند و به افراد فرصت تجربه شکل خاصی از ارتباط های اجتماعی را می دهد که در آن حضور اجتماعی واقعی وجود ندارند. در واقع ارزش های اجتماعی جدیدی ارائه می شود که منحصر به گروهها و اجتماعات مجازی است (Dehgan & Nikhbakhsh, ۲۰۰۶:۴۷).

شبکه های مجازی یکی از مهمترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. این فضا عرصه وسیعی از اطلاعات و نمونه های مختلف معنایی را ایجاد می کند. افراد در مواجهه با این فضا و تکثر منابع در ساخت هویت، دچار تعلیق (معلق بودن و سردرگمی) می شوند. از بین رفتن زمان و مکان و نقش بیشتر فضا در دنیای مجازی تجلی آشکاری دارد. افراد در مواجهه با این فضای دوم، بنیان های هویت خود را متزلزل می بینند و دچار تردید و اضطراب می شوند. امروزه، گسترش فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی، بر ابعاد مختلف زندگی بشر (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و اقتصادی) تأثیر گذاشته است. با کم رنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی نیازی به مکان مشترک برای برقرار ارتباط، افراد به شکل بسیار آسان تری می توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این شکل جدید برقراری ارتباط موجب تحول در فرهنگ و هویت جوامع می شود. یکی از جنبه های مهمی که از فن آوری های اطلاعاتی ارتباطی جامعه اطلاعاتی تأثیر می پذیرد، هویت است. هویت، به عنوان یکی از منابع شناخت، از مسائل مهم جوامع بشری است. بدون تردید می توان گفت که هویت از نیازهای روانی انسان و پیش نیاز هر گونه زندگی جمعی است (Khajeh Shokuhi, ۲۰۱۳).

با توجه به تغییرات به وجود آمده در سطوح ملی و بین المللی، شاخص های هویت ایرانی دچار چالش عمیقی شده اند. از میان آحاد ملت ایران، قشر جوان بیشترین تأثیر را از این تحولات پذیرا شده و به نحوی دچار چالش های هویتی و گسیختگی در امر هویت یابی گشته اند. یکی از مهم ترین جنبه های هویت که دچار گسیختگی و دگرگونی عمیق شده، هویت دینی جوانان است. به همین سبب، مسئله هویت دینی، یکی از مهم ترین مسائل است.

موضوع هویت دینی و الگوی آن در ارتباط با هر دینی متفاوت است. زیرا هویت دینی به شدت به ماهیت و تاریخ ادیان، تاریخ جنبش های مذهبی و نوع عقاید دینی مربوط می شود. بنابراین در اندازه گیری هویت دینی در هر دین خاص باید به ترجیحات دینی، نوع طبقه بندی فرقه ها، و ارزش ها و نگرش های مذهبی هر کدام توجه کرد. در واقع هویت دینی عبارت است از شناخت ارزش ها و احساس تعلق فرد نسبت به عضویت در یک اجتماع دینی خاص و همچنین می توان گفت که هویت دینی مجموعه ای نسبتاً پایدار و ثابت از ایستار هاست که فرد از رابطه خود با دین در ذهن دارد. هویت دینی به عنوان هویت جمعی متضمن آن سطح از دینداری است که با مای جمعی یا همان اجتماع دینی یا امت مقارنت دارد (Hajeyani, ۲۰۰۹).

از منظر روان شناختی، هویت دینی به رابطه آدمی با دین و مؤلفه های آن، میزان تعلق و گرایش های فرد بر حول ارزشها و موازین دینی و چگونگی تأثیر آنها در زندگی او در نظر گرفته شده که دارای ابعادی همچون رابطه فرد با خویشتن، رابطه فرد با خدا، رابطه فرد با جهان



هستی و رابطه فرد با جامعه است (Barikani, ۲۰۱۴). از سوی دیگر هویت ملی به عنوان پدیده ای سیاسی و اجتماعی نوزاد عصر جدید است و به عنوان یک مفهوم علمی، از ساخته های تازه علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن کنونی به جای مفهوم «خلق و خوی ملی» رواج گرفته است (Tajik, ۲۰۱۰). امروزه با وجود شبکه های اجتماعی مجازی که به طور گسترده در سرتاسر جهان رواج دارد و حتی جلوگیری از آن نیز تا حدودی ناممکن است، هویت ملی و دینی جوانان ایرانی را با چالش های جدیدی روبرو کرده و به جرات می توان گفت که در حال تغییر دادن است.

از زمان ایجاد اولین شبکه اجتماعی مجازی تاکنون هزاران نوع از این دست وب سایت ها در سطح جهان ایجاد شده اند. در حال حاضر شبکه های اجتماعی مجازی به یکی از مهمترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده و از شهرت فراوانی برخوردار هستند (Pampek & et al, ۲۰۰۹).

برای بسیاری از افراد استفاده از این شبکه ها به عنوان یکی از کارهای روزمره در نظر گرفته می شود. شبکه های اجتماعی مجازی، مکان هایی هستند که در آن ها افراد فرصت پیدا می کنند تا خود را معرفی نموده، ویژگی های شخصیتی خود را بروز داده و با سایرین ارتباط برقرار کنند و این ارتباطات را حفظ نمایند. این تارنماها به طور بالقوه ای چه در سطح روابط بین فردی و چه در سطح روابط اجتماعی، توانایی ایجاد تغییرات اساسی در زمینه زندگی اجتماعی هر فرد را دارند. در اغلب موارد مهم ترین تأثیر تارنماها را حفظ و ارتقا روابط گذشته می دانند حال آنکه که نباید از نقش این تارنماها در شکل گیری روابط جدید بین فردی غافل شد (Walter et al, ۲۰۱۲).

فرایند جهانی شدن با گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی دنیای اجتماعی افراد را بسیار بزرگ تر می کند و احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آنها به وجود می آورد (معمار، عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱). در این راستا، یکی از موضوعات اساسی در خصوص رابطه تکنولوژی های جدید ارتباطی و هویت در جامعه ایران، این است که چندانکه شدن زیست جهان به قول برگر، تأثیرات رسانه ای مدرنیته به قول گیدنز و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور به قول تئوری های گفتمانی و پست مدرنیستی موجبات ترکیب های خاص هویتی را فراهم می آورد. در این موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان های مختلف سنت (مانند مذهب)، مدرنیته (مانند ملی گرایی)، پست مدرنیته (مانند هویت جهانی) دیده می شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه افراد به خصوص جوانان با بدنه اصلی جامعه می شود (صدیق سروستانی و قادری، ۱۳۸۸: ۶۵-۳۵). به این ترتیب به نظر می رسد انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده ۲۱ را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان ها دانست. تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه ای که افراد و جوامع را در قالب های تازه، هویت های تازه بخشیده، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان ها، بلکه نگرش ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است. بنابراین به نظر می رسد این هویت است که در بحران فرهنگی ناشی از شتاب و ژرفای تغییرات بی وقفه اجتماعی، مسئله آفرین می شود (دوران، ۱۳۸۵).

منابع شکل دهنده هویت در جوامع گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت و این امر باعث می شد که افراد یک جامعه از لحاظ هویت یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند. در واقع در گذشته مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت؛ چرا که افراد در محیط های کوچک و بسته زندگی می کردند و هویت اجتماعی آنها با ارتباط رودررو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنت های بومی محلی بخش اعظم هویت آنها را شکل می داد. اما در پی ظهور فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل دهی به هویت بسیار کم رنگ شد؛ زیرا رسانه ها و فناوری های نوین ارتباطی می توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند (عدلی پور، قاسمی و کیانپور، ۱۳۹۲). به عبارت دیگر، هویت و فرهنگ امروز تحت تأثیر رسانه های جدید از محتوای زمانی و مکانی فارغ گشته و از نظر زمانی و مکانی بی ریشه شده است و این ویژگی اساسی دوران جدید است (ریترز، ۱۳۸۷: ۷۲۵-۷۲۴). در نتیجه افراد با منابع هویت یابی متکثری روبه رو هستند و هویت یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است.



بنابراین به نظر می رسد همان طور که گیدنز نشان می دهد یکی از مهم ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات و فضای مجازی است. فضای مجازی و ابزارهای مختلف آن به عنوان آزادترین محیطی که بشر آن را تجربه کرده است منابع هویت ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کار کرد آنها را با دشواری روبه رو کرده است. به همین دلیل به نظر می رسد هویت های اجتماعی، جمعی، دینی و گروهی در ایران امروز هریک با نوعی از بحران هویت مواجه اند (ربیعی، ۱۳۸۷).

با توجه به مطالبی که ذکر گردید، می توان گفت که افراد کره خاکی در هر نقطه ای که باشند، به نحوی با این تحولات گسترده رو به رو هستند و ابعاد گوناگون زندگی افراد به طور همه جانبه ای تحت تأثیر رسانه های نوین از جمله اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی قرار گرفته است، به طوری که نمی توان آثار و پیامدهای این فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی را انکار کرد. ایران نیز همزمان با سایر کشورها در معرض این تغییرات قرار گرفته است و ابعاد زندگی مردمان این مرز و بوم تحت تأثیر فرآیندهای جهانی دستخوش تغییرات و دگرگونی های عمیقی شده است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه های مجازی بر هویت ملی و دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب می باشد و در قالب این هدف اصلی، اهداف اختصاصی زیر نیز دنبال می شود:

- ۱- بررسی وضعیت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب
 - ۲- بررسی وضعیت هویت ملی در بین دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب
 - ۳- بررسی وضعیت هویت دینی در بین دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب
 - ۴- بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب
 - ۵- بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب
- مروری بر ادبیات تجربی پژوهش بیانگر این است که رسانه های نوین به ویژه شبکه های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی موضوع پژوهشهای تجربی محققین داخلی و خارجی قرار گرفته است. برخی از این تحقیقات به بررسی آثار مثبت شبکه های اجتماعی مجازی و برخی نیز به بررسی تأثیرات منفی شبکه های اجتماعی مجازی پرداخته اند. در ذیل به برخی از پژوهش های انجام شده در این حوزه اشاره می شود.

۲. ادبیات نظری

اجتماعی شدن یا جامعه پذیری، مفهومی است که به توصیف و تبیین چگونگی رفتارهایی می پردازد که فرد را قادر می سازد تا با فرهنگ جامعه خود سازش یابد. در واقع، جامعه پذیری فرایندی است که بر اساس آن، فرد به اکتساب قوانین، رفتار و نظام باورها و باوردهای جامعه یا گروه مشخصی دست می یابد تا بتواند درون آن جامعه زندگی کند». به عبارت دیگر، در جریان جامعه پذیری، به اخذ باورها، ارزش ها و رفتارهای مورد پذیرش جامعه از طریق فرهنگ یا خرده فرهنگی که وی را در بر گرفته است، نائل می آید (منطقی، ۱۳۸۵: ۵۸). در این میان، جامعه نه تنها برای بقای خود، افراد جامعه را به شیوه های گوناگون آموزش می دهد تا آنها نمادها، الگوها، ارزش ها و هنجارهای اجتماعی را در روابط متقابل خود به کار گیرند، بلکه در تلاش است تا با دگرگونی هایی که در نظام اجتماعی و ترکیب افراد جامعه به علل مختلف رخ می دهد، به خودسازی و نوسازی خویش بپردازد تا از این طریق، درونی شدن عناصر اجتماعی در افراد جامعه امکان پذیر شود. برای اینکه جامعه دارای انسجام و دوامی معقول باشد، باید دارای اجماع و وفاق کافی باشد. انسجام و دوام بیشتر جامعه به میزان جامعه پذیری افراد بستگی دارد (سیف الهی، ۱۳۸۶: ۱۲۹). به طور کلی، روند اجتماعی شدن، چنین مطرح می کند که بین



شخص و جامعه نه تنها تضاد و جدایی نیست، بلکه تداوم و تداخل وجود دارد (روشه، ۱۳۸۷: ۶۱-۵۹). در این راستا، به نظر می رسد همان طور که محققان مکتب کنش متقابل استدلال می کنند هویت نیز در روند جامعه پذیری یا اجتماعی شدن شکل می گیرد (قنبری برزبان، ۱۳۸۳: ۳۶۳). مطابق با نظر کولی می توان گفت هویت یک فرد، همان «خود آینه سان» او است، که در جریان تعاملات فرد با دیگران شکل می گیرد. بر این اساس، هویت تعریفی است که فرد به دلیل تعاملاتش با دیگران و یا به عبارتی با نگاه کردن در آینه دیگران، از خود به دست می آورد. این «خود آینه سان»، همان «Me» یا «من مفعولی» مورد نظر مید است که هویت فرد را بیان می کند. این هویت ضرورت اجتماعی است و در جریان تعاملات و ارتباطات اجتماعی شکل گرفته و فرد از آن آگاهی می یابد (زارع شاه آبادی و صادقی، ۱۳۹۱).

به نظر می رسد در عصر جدید یکی از ابزارهایی که از طریق جامعه پذیری می تواند بر هویت فردی و اجتماعی افراد تأثیر گذارد رسانه ها هستند. رسانه ها به عنوان فراهم کننده چارچوب های تجربه برای مخاطبان، نگرش های کلی فرهنگی ای برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع امروزی ایجاد می کنند. رسانه ها شیوه هایی را که افراد؛ زندگی اجتماعی را تفسیر کرده و نسبت به آن واکنش نشان می دهند را با کمک نظم دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی، قالب ریزی می کنند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۴۷۹). از نظر لاسول رسانه ها در حکم انتقال دهنده فرهنگ، برای انتقال اطلاعات، ارزش ها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه واردها، کاربرد دارند. آنها از این راه با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می دهند. رسانه ها با استمرار اجتماعی شدن پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پیش از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می کنند. گفته شده است که رسانه ها با نمایش و عرضه جامعه ای که فرد خود را با آن هم هویت ساخته و معرفی کرده است، می توانند احساس از خود بیگانگی یا احساس بی ریشه بودن او را کاهش دهند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۵۲). به عبارت دیگر وسایل ارتباطی مانند پلی بین افراد و جامعه عمل کرده و آنان را از تعلق به یک کل آگاه می سازد. بنابراین وسایل ارتباط جمعی از یک سو به افراد جامعه آگاهی و هویت داده و از سوی دیگر احساس تعلق اجتماعی در آنان ایجاد می کند (موحد، حسینی و کاووسی، ۱۳۹۰). بنابراین وسایل ارتباط جمعی، موجب نزدیکی سلیقه ها، خواست ها و انتظارات اعضای یک جامعه شده و جوامع را از عصر محدوده های جدا خارج می گردانند. ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده فرهنگ ها و فرهنگ های خاص و مجزا را ناپدید کرده و به نوعی تشابه میان تمامی ساکنان یک جامعه به وجود می آورد و مردم آن جامعه، از سبک زندگی، علایق و خواسته هایی که رسانه های جمعی ارائه می دهند، پیروی می کنند (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۸۳). براساس جامعه شناسی ارتباطات، مخاطبان، توده های عظیمی از انسان های پراکنده با ویژگی های ناشناخته هستند؛ که هیچ گونه پیوندی با هم نداشته و وجه مشترک آنها همان اثری است که از رسانه می گیرند. در واقع این رسانه ها هستند که عامل پیونددهنده انسانها با یکدیگر بوده و به آنها «هویت جمعی» می بخشند (آشنا، ۱۳۸۰).

اما رسانه ها همان گونه که می توانند هویت ساز باشند، می توانند هویت سوز نیز باشند و همان گونه که می توانند تدبیر کننده بحران باشند می توانند تولید کننده بحران نیز باشند. در این راستا، استدلال می شود که رسانه های جدید، مخصوصاً شبکه های اجتماعی مجازی، به شیوه ای متفاوت با رسانه های دوران صنعتی شدن عمل می کنند. رسانه ها در فضای مجازی، بر خلاف رسانه های سنتی، عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده اند که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبه رو شده اند. در این پارادایم تأکید اصلی بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است. جهان اول با ویژگی جغرافیا مند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت - ملت، طبیعی، صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می شود. اما جهان



مجازی بی مکان، فراز مان، صنعتی محض و بی اعتنا به محدودیت های دولت به ملت هاست. بدیهی است که تقسیم بندی جدید جهان با تقسیم بندی های پیشین در جوامع بر اساس مذهب، قومیت، میزان توسعه یافتگی و غیره منطبق نیست (ربیعی، ۱۳۸۷).

فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می شود و اضطراب های وی افزایش پیدا می کند. فضای مجازی نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می رسند و توأماً مهم ترین جنبه پست مدرنیستی فضای مجازی را می سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی های فضای مجازی نه تنها فردیت کاربران را تقویت می کند؛ بلکه موجب تکرر بیشتر می شود. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان بینی های افراد واگراتر می شود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۸: ۷۸). ابتدایی ترین تأثیر فضای مجازی و شبکه های اجتماعی بر کاربران این است که هویت فعلی او را به چالش می کشند؛ ابتدا کاربر را از خود واقعی تهی می کنند و سپس به او فرصت می دهند خود ایدئال را بروز دهد، در حالی که به طور ناخود آگاه، این خود جدید در فضای گفتگومانی شبکه های اجتماعی بر ساخته شده است. شبکه های اجتماعی صحنه ای فراهم می آورند که کاربران می توانند از هر جنسیت، طبقه اجتماعی، ملیت و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند. در این سطح، شبکه های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویتی فرد مدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می دهند. در واقع با شبکه های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می شود تا خود را هر گونه که می خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی باز تعریف و روایت کند. بنابراین، با قبول این فرض که شبکه های اجتماعی اینترنتی درون جامعه مصرفی خلق شده اند، خود منشأ باز تولید مکرر چنین جامعه ای می شوند (معمار، عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱).

بنابراین اینترنت یکی از مهم ترین دستاوردهای انقلاب اطلاعاتی است که ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است. تاکنون حضور فیزیکی، وجه ممیزه تعامل و رابطه محسوب می شد؛ به قسمی که به طور ضمنی حکایت از ارتباطی بین شخصی داشت که با وجود دوری فیزیکی نیز بتوان آن را حفظ کرد. در حالی که حتی در ارتباطات تلفنی که نسل گذشته تکنولوژی کامپیوتری امروزی به حساب می آید بدون شک طرفین مکالمه، بدون اینکه یکدیگر را ببینند در فضای به اصطلاح مجازی به تعامل می پردازند. از این رو فضای مجازی و شبکه های اجتماعی موجود در این فضا را می توان واجد دو ویژگی دانست، یکی با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی تشابه و تفاوت بیشترین تأثیر را بر هویت جمعی می گذارد و دیگر آنکه گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات مجازی امری ممکن و معمول است بر روشنی و اهمیت مرزبندی های گروهی و در نتیجه معنای هویت تأثیر دارند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۲۵۴). راسموسن با اشاره به مدل مدرن سازی گیدنز این گونه بحث می کند که گسترش وسایل ارتباطی و مخصوصاً رسانه های نوین از نظر کیفی آثار متفاوتی را بر جامعه شبکه ای مدرن می گذارند. کمک اصلی که آنها می کنند این است که فاصله در حال گسترش بین جهان خصوصی و عمومی «جهان هستی» و جهان نظام ها و سازمانها پر می شود.^۴ در این خصوص، جان فیدر از انقلابی یاد می کند که در زمینه اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه انسانهای روی کره زمین را تحت تأثیر قرار داده است؛ انقلابی که مبتنی و متکی بر رایانه و دارای آثار گسترده اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. یعنی از سویی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می شود و از سوی دیگر، آثار ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان ها برجای می گذارد (فیدر، ۱۳۸۰: ۴-۵).

در این زمینه، کاستلز نیز در آثار متأخر خود که در امتداد نظریه جامعه شبکه ای به رشته تحریر درآورده، به رسانه ها و فناوری های ارتباطی بی نظیر اینترنت و غیره می پردازد و بر نقش آنها در ایجاد اجتماعات مجازی، تعاملات اجتماعی مجازی و در نهایت تقویت جامعه شبکه ای تأکید می کند. او در کتاب معروف خود با عنوان کهکشان اینترنت بیان می دارد که کهکشان اینترنت یک محیط ارتباطی

^۴Rasmussen

^۵McQuail, 2005.



جدیدی است؛ زیرا ارتباطات، جوهره کنش انسانی را تشکیل می دهد و همه قلمرو زندگی اجتماعی با فراگیری استفاده از اینترنت تغییر شکل یافته اند. از این رو اینترنت همواره به عنوان مؤثرترین فناوری در تغییر جهان اجتماعی ما مطرح بوده و از طریق ارتباطات پیچیده میان اقصا نقاط جهان، به نوعی تمامی جوامع انسانی را در جهانی مجازی (به عنوان جهان دوم) درگیر ساخته است و با ابعاد اقتصادی - تجاری، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خاص خود، به روحیه اطلاعات گرایي در جهان اجتماعی واقعی دامن زده است. از سویی اینترنت با وجود قابلیت های خود در ایجاد جامعه جهانی واحد و یکپارچه؛ همواره در جهت چندگانگی، تنوع و تکثر هویت های فرهنگی جوامع، قابلیت ها و امکاناتی را در اختیار کاربران خود قرار داده و به نوعی «چند جهانی شدن فرهنگی» جوامع را شکل بخشیده است و به این ترتیب بر تضعیف هویت های سنتی تأثیر گذارده است (بابایی فرد، گنجی و حیدریان، ۱۳۹۳).

بنابراین به نظر می رسد هویت در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می کند. در واقع، ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می گیرد، چشم اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می سازد که در صورت بندی های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس هستند، جان می گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده ای چند لایه، تغییر پذیر، منفعل و تکه تکه است. پدیده ای که شکل دادن خویش را به گونه ای طراحی می کند که با هر گونه تثبیت هویت به شکل سنتی آن می ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی ثبات، تغییر پذیر و منعطف انسان جدید است. هویت در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می شود. اجتماعات مجازی، تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع، در اجتماعات مجازی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می سازد. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماعات مجازی هویتی دیجیتال است. عوامل دیگری همچون سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی، دینی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی کنند بلکه منافع مقطعی، محدود و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع می کند و هویت آنها را می سازد (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳). بنابراین برخی صاحب نظران با تأکید بر اهمیت نقش رسانه ها در فرایند جهانی سازی تا آنجا پیش می روند که از مفهوم رسانه ای شدن زندگی یاد می کنند و معتقدند امروز رسانه ها به عنوان بازیگران اصلی فرایند جهانی شدن، آن هم نه به مثابه ابزار، بلکه به مثابه هویت ها و فرهنگ هایی مطرح اند که هماهنگ و هم شأن دولت های ملی هستند و از حیث توانمندی و امکانات در شکل دهی به ماهیت جامعه انسانی، حضور فعال دارند و معنای تازه ای از زندگی پدید می آورند و در نتیجه به نظر می رسد وقوع انقلاب اطلاعات و پیدایش فناوری های جدید ارتباطی به ارائه تعریف جدیدی از سیاست و هویت در جامعه منجر می شود (آذین و پیر محمدی، ۱۳۸۷).

۱.۲. پارادایم های هویت

پرسش از کیستی و چیستی، بدون «غیر»ی متمایز از خود موجود، ناممکن است، همچنان که بدون آن، پیدایش و شکل گیری هویت ناممکن است. انسان، تنها در پرتو دیگری است که «خود» می شود و وجودی ویژه یعنی «هویت» می یابد. بدون وجود چشمی دیگر که انسان بتواند در آینه آن حضور و وجود خود را ببیند و دریابد، هیچ راهی برای آگاهی از «خود» وجود ندارد (کچویان، ۱۳۸۷، ص ۶۰). هویت، عموماً در ارجاع به تفاوت ها و به یک «دیگری» که با «ما» همسان نیست، شکل می گیرد (یانگ و لایت، ۲۰۰۱، ص ۹۴۶). به عبارت دیگر، تعامل ویژه ای از اجتماع و فرد است که بر مبنای دو دیدگاه متمایز می شوند: از یک سو به ویژگی های فردی می پردازد و الگوهای خود را ارائه می کند و از سوی دیگر ویژگی های جمعی را با الگوهای تعلق فرد به گروه، طبقه بندی اجتماعی و انسجام فرد با نظام موجود بیان می کند (ربانی و کجیاف، ۱۳۸۶، ص ۳۱).



از نظر کاستلز، هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است (کاستلز،^۱ ترجمه خاکباز و چاوشیان، ۱۳۸۰، ص ۲۲). گیدنز^۲ نیز تلقی مشابهی از هویت دارد و آن را منبع معنا برای کنشگران می داند (به نقل از نوچه فلاح، ۱۳۸۳، ص ۴۲)

هویت دارای ابعاد و سطوح مختلف است در یک تقسیم بندی کلی، هویت به دو نوع هویت فردی و هویت جمعی تقسیم می شود. به عقیده برور^۳ (۱۹۹۱)، هویت ملی، نوعی هویت اجتماعی است. به تعبیر دیگر، هویت ملی، تعریف خویشتن با ارجاع به گروهی است که آدمی خود را متعلق به آن می داند. به گفته وی، در هر کشور، هویت ملی این قابلیت را دارد که احساس تعهد، پیوندهای عاطفی، احساسات ناسیونالیستی و میهن دوستی و حتی حس فداکاری و ایثار را برانگیزد.

در مورد نحوه ظهور و تکوین هویت ملی و ملی گرایی، عموماً سه الگو یا پارادایم اصلی وجود دارد که هر کدام، به نحوی و به گونه ای متفاوت آن را تبیین می کنند. نخستین پارادایم ملت ها و ناسیونالیسم، ازلی انگاری هویت قومی است (اوزکیرملی،^۴ ترجمه قاسمی، ۱۳۸۳، ص ۸۵). خصیصه مشترک ازلی انگاران هویت قومی اعتقاد به قومیت و طبیعی بودن ملت هاست (همان، ۱۰۹). به عبارت دیگر، ازل گرایان در تمامی روایت ها، در این نکته اشتراک دارند که ملی گرایی عمری به قدمت تاریخ^۵ دارد (کچوئیان، ۱۳۸۳، ص ۱۲۶). این تعبیر بیشتر نزد نویسندگانی چون فیخته^۶ (۱۷۶۲-۱۸۱۴) در آلمان، و مازینی^۷ (۱۸۰۵-۱۸۷۲) در ایتالیا، اظهار عقیده کرده اند که ملت پدیده ای الهی است و در خلقت آن، برای ایجاد هماهنگی و صلح در جهان، اراده الهی دخالت داشته است. هگل^۸ (۱۷۷۰-۱۸۳۱) نیز معتقد است هر ملتی از خود، روح و شخصیت مستقلی دارد. او می گوید رهبران هر کشور باید در راه حفظ و تقویت روحیه ملت خود بکوشند (احمدی، ۱۳۸۶، ص ۳۲).

پارادایم دوم، موسوم به پارادایم مدرنیسم^۹ است. این پارادایم مدعی است که پیش از تجدد، پدیده ای به نام ملت و ناسیونالیسم وجود نداشته، بلکه این پدیده محصول مدرنیته و عصر تجدد است. خصوصیت مشترک مدرنیست ها اعتقاد آنان به مدرن بودن ملت ها و ناسیونالیسم است (اوزکیرملی، ۱۳۸۳، ص ۸۵). در پارادایم مدرنیسم، ناسیونالیسم مقدم بر ملت هاست. ملت ما، دولت ها و ناسیونالیسم را نمی سازند بلکه این جریان برعکس است (همان، ۱۰۹). همه پژوهشگران پارادایم مدرنیسم مدعی اند که ممکن و ضروری است ملت ها را از نتیجه شرایط متحول اقتصادی، سیاسی یا اجتماعی «تصور» یا «بداع» کنیم (همان، ۲۵۹). نظریات گلنر^{۱۰}، هابزباوم^{۱۱} و آندرسون^{۱۲} در این پارادایم قرار می گیرند.

پارادایم سوم، عبارت از پارادایم ازلی انگاری هویت قومی است. در تقابل با پارادایم ازلی انگاری و مدرنیستی درباره قومیت و ناسیونالیسم، پارادایم نمادپردازی قومی تاریخی بویژه بر عناصر ذهنی در تداوم و استمرار اقوام، شکل گیری ملت و ناسیونالیسم تأکید می کند. البته این به معنی بی اهمیت جلوه دادن سایر عوامل نیست، بلکه در این پارادایم، اهمیت بیشتری به عناصر ذهنی، خاطره ها، ارزش ها، احساسات، اسطوره ها و نمادها داده می شود (اسمیت، ترجمه انصاری، ۱۳۸۴).

پارادایم نخست، اکنون به اجماع از سوی متفکران و فلاسفه سیاسی مورد تردید قرار گرفته است (کچوئیان، ۱۳۸۳، ص ۱۲۶). اما پارادایم مدرنیسم با اینکه خود در معرض انتقادهای فراوان قرار گرفته، همچنان طرفدارانی دارد و کسانی هستند که در مقام دفاع از آن بر می

^۱Castells

^۲Giddens

^۳Brewer

^۴Ozkirimli

^۵Fichte

^۶Mazzini

^۷Hegel

^۸modernism

^۹Gelner

^{۱۰}Hawb Esbam

^{۱۱}Anderson



آیند. پارادایم سوم که بیشتر از جانب اسمیت مطرح شده است، نظریه غالب و مورد استناد این مقاله است زیرا هم مبین ریشه های قومی ملت است و بر اهمیت خاطرات و اسطوره های مشترک در پیدایش ملت و هویت ملی تأکید دارد و هم به درستی آن را متأثر از ظهور تجدد و ساخت و تکوین دولت مدرن می داند.

در میان عواملی که در تکوین آگاهی ها، نگرش ها و دگرگونی های رفتار افراد مداخله دارند، نقش رسانه های گروهی اغلب به عنوان یکی از مهم ترین عامل ها شناخته شده است. رسانه های جمعی می توانند از طریق تأثیر گذاری بر ذهنیت مردمان، زمینه معنوی همگرایی میان گروه ها و اقوام را فراهم آورند و از رهگذر آن، فرایند ملت سازی و همگون سازی ملی را هموار کنند (قمری، ۱۳۸۴، ص ۳۶) برای اولین بار لاسول^۱، در سطح کلان جامعه شناختی، چهار کارکرد را برای رسانه برشمرد که به عنوان تغییر چهار کارکردی رسانه ای از آن یاد می شود. این چهار کارکرد عبارتند از:

۱. اطلاع رسانی

۲. ایجاد ارتباط

۳. سرگرمی

۴. انتقال فرهنگ یا جامعه پذیری (به نقل از سعیدیان، ۱۳۷۶، ص ۶۶)

هویت، پدیده ای ثابت و تغییر ناپذیر نیست (زمیری، ۱۳۸۴، ص ۱۹۰). از دیدگاه جامعه شناسانه به آسانی می توان در این باره به توافق رسید که تمامی هویت ما برساخته می شوند (کاستلز، ترجمه علیقلیان، خاکباز و چاو شیان، ۱۳۸۰، ص ۲۳). کریس بارکر نیز با اشاره به این مفهوم خاطر نشان می سازد که اگر کسی سخن از فرهنگ، هویت و تلویزیون می راند، باید به این حقیقت اشاره کند که هویت ها به واسطه بازنمایی^۱ شکل می گیرند (کاستلو، ۲۰۰۹، ص ۳۰۶)

در این میان، می توان استدلال کرد که تلویزیون، مهم ترین سازوکار ارتباطی برای پخش و انتشار این بازنمایی هاست. از نظر کاستلو، باید پیش از اینکه بر چگونگی تأثیرگذاری تلویزیون بر هویت های جمعی نگریده شود، سازوکارهایی مورد توجه قرار گیرند که ملت را تعریف می کنند و ماهیت آن را مشخص می سازند. همچنین از نگاه وی لازم است این واقعیت مدنظر قرار گیرد که چگونه قدرت سازمانی و قدرت سیاسی در بازنمایی ملت ها عمل می کنند و بویژه چرا تصویرها و پیام های تلویزیونی به مثابه متن، در این فرایندها مهم شمرده می شوند. این امر شباهت ویژه ای با نکته مورد نظر اشلسینجر^۲ (۱۹۹۱) دارد. بنا بر پیشنهاد وی، تحقیق و پژوهش درباره هویت ملی، باید تأکید و تمرکز خود را تغییر دهد و نخستین پرسش را به این صورت مطرح کند که چرا هویت خاصی ساخته شده و به وجود آمده است؟ پس از طرح چنین پرسشی است که باید به نقش رسانه های جمعی توجه کرد. این رویکرد همچنین مشابه رویکرد ویلی آست^۳ که ملیت را به عنوان نظامی سازمانی در نظر می گیرد که باید به چگونگی عملکرد آن توجه نشان داد (به نقل از کاستلو، ۲۰۰۹) بسیاری از نویسندگان اذعان داشته اند که تلویزیون می تواند نقشی بنیادین در فرایند ملت سازی ایفا کند. کاستلو نیز تأکید می کند که تلویزیون در حال حاضر یکی از واسطه ها و حلقه های اصلی بین مردم و محیط اجتماعی آنان بوده و نیرومندترین ابزار در خلق «تصورات ملی»^۴ است (همان، ۲۰۰۶)

در اینجا پرسشی که ممکن است مطرح شود این است که چرا پیام ها و تصاویر تلویزیونی، می توانند ابزاری مؤثر در فرایند های ملت سازی به شمار روند؟ به نظر کاستلو، در پاسخ به این پرسش باید دو جنبه اساسی مدنظر قرار گیرد. نخست اینکه، پیام ها و تصاویر

^۱Laswell
^۲Castells
^۳Chris Barker
^۴Representation
^۵Castello
^۶Schlesinger
^۷national images



تلویزیونی محصولاتی فرهنگی هستند که کمتر در معرض چون و چرا قرار می گیرند و از جانب مخاطبان، به عنوان امری عادی و طبیعی فرض می شوند. و دوم اینکه، نهادهای رسانه ای از چنین فرصتی برخوردارند که بخش ها و اجزائی از ملت را همه روزه به عموم مردم عرضه کنند و آنان را به دیدن جهان به نحو مشابهی وادار سازند. از این نقطه نظر «تکرار و عادی سازی» شیوه ای برای تحکیم تصورات فرهنگی و عقیدتی از واقعیت است. در چنین شرایطی است که یک «افسانه»^۲ یا تصور بر اثر تکرار، می تواند پس از چندین هزار سال، همچنان به مثابه «حقیقت»^۳ جلوه کند بنابر این تکرار تصاویر و افسانه ها در تلویزیون، سازو کاری برای استقرار گفتمان ملی است (کاستلو، ۲۰۰۹، صص ۳۰۸-۳۰۷)

۲.۲. رسانه های جمعی و هویت ملی

در جوامع سنتی، پیوندهای گوناگونی همچون قبیله، مذهب و حکومت موجب همبستگی جامعه می شد اما در عصر جدید، نوسازی و تحولات صنعتی، میان اجزای متجانس و همبسته قدیم ناهماهنگی به وجود آورده است. از این رو، مسئله حفظ همبستگی در سطح فرهنگی، اجتماعی و ملی یکی از موضوعات اصلی مورد علاقه در جوامع و نظام های در حال گذار است. روند نوسازی و صنعتی شدن، به فروپاشی پیوندهای سنتی می انجامد اما از سوی دیگر، پیوندهای مدرن به سهولت استقرار نمی یابند. در چنین شرایطی سیاستگذاری برای حفظ همبستگی، اولویت می یابد (بشیریه، ۱۳۸۳، ص ۷۸۹)

ایران، جامعه ای در حال گذار یا در حال توسعه است. در چنین جامعه ای، به دلیل فروپاشی نظام ها و ساختارهای سنتی از جمله اجتماعات عشایری و روستایی، گسترش شهرنشینی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی و تشدید تعاملات بین فرهنگ ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم و بویژه جوانان، در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و گاه متعارض قرار گرفته اند. بسیاری از این جوانان، با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در شرایط ضعف یا نبود ساختارهای جدید مدنی و یا ناتوانی در تشخیص الگوهای مناسب، دچار تعارض، سردرگمی و بلاتکلیفی می شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می بینند. در چنین شرایطی است که نابه سامانی اجتماعی، زمینه لازم را برای پیدایش بحران هویت، سرخوردگی های روانی، فردگرایی خودخواهانه، بی تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی و اختلال در نظم و کنترل اجتماعی، تخریب منابع و پایمال شدن منافع ملی، خشونت و احساس ناامنی، نارضایتی و برون گرایی پدید می آورد (عبداللهی، ۱۳۷۴، ص ۶۵)

حکومت جمهوری اسلامی ایران در چنین شرایطی، برای محقق ساختن اهداف توسعه کشور، در برابر فرصت ها و چالش های داخلی و خارجی تازه ای قرار گرفته است. در عرصه داخلی، هویت های خاص گرایانه همچنان بر بسیاری از مناطق ایران غلبه دارند و این موضوع، تا اندازه ای، مانع از شکل گیری عضویت در فضاهای انتزاعی تر و عام تری مانند هویت ملی و شهروندی شده است. در عرصه بین المللی نیز فرایند جهانی شدن رو به گسترش است، فرایندی که با شکستن ظرف های زمان و مکان، مرزهای فیزیکی را در نوردیده و مرزهای نمادین از جمله هویت های ملی را به چالش کشیده است. چنان که مطالعات اخیر انجام شده بر روی جوانان ایران، حاکی از این است که جوانان، ضمن حفظ عناصری از هویت های خاص گرایانه (مانند تعلق به محله، محدوده های همسایگی، شهر محل تولد) همزمان تعلق خود را به جامعه جهانی ابراز می کنند. به این ترتیب، از وفاداری های عمیق به هویت ملی یا سرزمینی در می گذرند (ذکائی، ۱۳۸۰، ص ۵۸)

با توجه به دو جریان خاص و عام یا تفکیکی و انسجامی جهانی شدن، انتظار می رود هر یک از جوامع امروزی، از جمله ایران، ضمن برقراری و توسعه روابط منسجم با جامعه جهانی، هویت خود را نیز حفظ کنند. تحقق این امر، مستلزم برخورداری هر یک از جوامع



امروزی از هویت و وحدت ملی مبتنی بر خودشناسی و غیر شناسی، انتقاد از طریق گفتگو و تفاهم بین ملت ها و پرهیز از هر گونه خودشیفتگی و خودباختگی است (عبداللهی، ۱۳۸۱، ص ۱۰۵)

به نظر می رسد هویت سنگ بنای زمانه ما باشد. پرسش از هویت فرهنگی هم در گفتمان روزمره و هم در نظریه اجتماعی، جایگاهی مرکزی و محوری دارد (ون دن بلاک، ۲۰۰۱، ص ۵۳). مهم ترین نوع از هویت، هویت ملی است زیرا نقشی تعیین کننده در حوزه فرهنگی، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیر ترین و در عین حال مشروع ترین سطح هویت در تمام نظام های اجتماعی- جدا از گرایش های عقیدتی- است (صنیع اجلال، ۱۳۸۴، ص ۱۰۴). چنانچه که کیسر (۱۹۹۷)، مطرح می کند، هویت ملی و ناسیونالیسم بنیان های روابط اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هستند که در دولت های جدید شکل گرفته اند، هویت ملی، اصلی ترین حلقه ارتباطی بین هویت های خاص محلی و هویت های عام فراملی است (حاجیانی، ۱۳۷۹، ص ۱۹۷)

مهم ترین کارکرد هویت، ایجاد همبستگی و همانندی است (افروغ، ۱۳۸۰، ص ۱۳) و هرچه همبستگی در میان ملتی بیشتر باشد، قدرت سیاسی آن کشور بیشتر می شود هویت ملی با بهره گیری از توانایی های نمادین مانند زبان، دین، گذشته تاریخی و منافع مشترک، وفاق اجتماعی و همبستگی ملی را تقویت می کند و موجب آگاهی ملی و جهت دهی به زندگی اجتماعی می شود (زمیری، ۱۳۸۴، ص ۷۲). همچنین زمینه ساز مشارکت مردم است، تمامیت ارضی کشور را حفظ می کند (حیدری، ۱۳۸۳) و زمینه توسعه ملی می گردد (احمدی، ۱۳۸۶، ص ۹۰)

وحدت و وفاق ملی در عصر کنونی، یکی از پیش زمینه ها و لازمه های توسعه به شمار می رود. ارگانسکی از نظریه پردازان این مقوله، توسعه را دارای چهار مرحله می داند (به نقل از سریع القلم، ۱۳۷۵، ص ۱۶). ۱. وحدت ملی ۲. صنعتی شدن ۳. رفاه ملی و ۴. وفور ارگانسکی و بسیاری از نظریه پردازان توسعه اقتصادی اعتقاد دارند تا زمانی که وحدت عمومی و ملی درباره اهداف کلان جامعه (برای مثال توسعه اقتصادی و بسیج عمومی) پدید نیاید، توسعه در ارکان گوناگون آن محقق نخواهد شد. ناسیونالیسم یکی از مفاهیمی بود که به وحدت ملی و فرهنگی و هویت تاریخی ملل کمک شایانی کرد و با متمایز ساختن مجموعه جغرافیایی - اقتصادی آنها از دیگران، امکان بسیج عمومی را فراهم ساخت. بنابراین، در کل، طرح مقوله ای به نام هویت ملی در ایران، به چند دلیل از اهمیت خاصی برخوردار است که یکی از مهم ترین آنها تنوع و تکثر قومی و وجود پاره فرهنگ های قومی و محلی و هویت های خرد در داخل کشور است. علاوه بر این، توسعه و گسترش روابط و انقلابی که در عرصه ارتباطات هم از نظر فناوری و هم از نظر محتوایی اتفاق افتاده است و هر روز گسترش می یابد، قادر است فرهنگ ملی کشورها را با بحران و چالش مواجه سازد. نکته سوم، به موضوع جهانی شدن و احتمال به هم ریختن مرزهای فرهنگی برمی گردد که ادغام و هضم فرهنگهای ضعیف را در درون فرهنگ های مسلط، که امکانات جذب بیشتر دارند، به دنبال دارد (یوسفی، ۱۳۷۹، ص ۱۲)

۳.۲. رابطه شبکه های اجتماعی با سلامت روان و هویت ملی و دینی دانش آموزان

در دوران کنونی شبکه های ارتباطی از قبیل اینترنت و تلفن همراه جهان رابه صورت دهکده ای درآورده اند و همین امر باعث شده هویت های متنوع و متعدد به راحتی با یکدیگر در ارتباط باشند و در یکدیگر تأثیر بگذارند. مردم در این فضا برای عبور از مرزها نیازمند گذرنامه نیستند، بنابراین به راحتی در بازار فرهنگ های متنوع حضور می یابند و در کمال آزادی هر فرهنگی را که بخواهند برمی گزینند؛ بنابراین می توان گفت در این دهکده جهانی مردم به طور همزمان گاه به اوج تعالی می رسند و گاه به پایین ترین سطح انسانیت نزول می کنند. در نتیجه، تعیین هویت پایدار در چنین فضای امکان کمتری دارد (صانع پور، ۱۳۹۰: ۱۱۸). همچنین وسایل ارتباطی جدید جهان را به



صورت دهکده ای در آورده اند و تعدد گفتمان ها در ارتباطی تعاملی به انتقال ایده ها، افکار و تمایلات منجر می شوند و این امر هویت فردی و جمعی انسانها را در معرض تحولات شتابگری قرار میدهد. برخی استدلال می کنند که تعامل در فضای سایبرنتیک (فضای مجازی که در آن تعامل به شکل ارتباطات کامپیوتری صورت می پذیرد) با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی نیاز به تشابه و تمایز، بیشترین تأثیر را بر هویت اجتماعی طرفهای تعامل می گذارد و از سوی دیگر، گمنامی یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در نتیجه معنای هویت اجتماعی تأثیر دارد (جونز، ۱۹۹۸)

مرزهای نفوذناپذیر بین مقولات و گروه های هویتی، دیگر مستحکم نیستند، بلکه به شدت آسیب پذیر و شکننده اند. دنیای ارتباطات پیش آهنگ این تغییرات است. احساس هویت، فرایند معنا بخشی و معنا سازی در زندگی است. امروزه، وسایل نوین ارتباطی و فرایند جهانی شدن با متحول ساختن فضا و زمان و جدا کردن آنها از مکان، فضایی انحصاری که در اختیار جوامع و فرهنگ ها بود تا هویت سازی کنند، از بین برده و در نتیجه توانایی جوامع در هویت سازی و هویت یابی افراد را به میزان بسیار زیادی کاهش داده است. به بیان دیگر، در گذشته پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگی امکان و سرزمین معین، نیازهای هویتی افراد را به خوبی تأمین می کرد و انسانها در دنیای کوچک، محدود، پایدار و منسجم به هویت و معنای مورد نیاز خود دست می یافتند، ولی فضای مجازی با پاره کردن این پیوند و نفوذپذیر کردن و فروریختن زندگی اجتماعی، آن دنیاها را به شدت متزلزل ساخته است (عباسی قادری و خلیلی کاشانی، ۱۳۸۹، ۲۸)

یکی از وسایل ارتباطی جدید و نوظهور پیدایش شبکه های اجتماعی مجازی می باشد که با توجه به این که جهان رافشرده تر و ارتباط اجتماعی بین افراد از کشورهای مختلف با فرهنگها و هویت های متفاوت را میسر ساخته است همچنین شبکه های اجتماعی به فضایی تبدیل شده اند که افراد در اینجا تاحدودی آزادی دارند و می توانند تأثیرهای زیادی بر هویت و سلامت افراد ایجاد کند. (امینی و اکبری، ۱۳۹۱: ۱۱۷). در چند سال اخیر شبکه های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم نظیر جهانی روبه رو شده اند به طوری که میلیون ها نفر از سراسر دنیا در این شبکه ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی حرفه ای و بسیاری امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بستر این شبکه ها ایجاد یا دنبال می کنند؛ بنابراین به لحاظ گستره کاربری میتوان گفت که در فضای شبکه های اجتماعی مجازی چیزی بیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد. برخی معتقدند که یک بافت اجتماعی جدید در حال ساخته شدن است و نیاز دارد که مافناوری رابه منظور کارکردی کردن خدمات تحت وب به رسمیت بشناسیم (اندرسون، ۲۰۰۲: ۲). استفاده ی کنترل نشده از اینترنت به ویژه وقتی با دیگر فناوری ها از قبیل تلفن همراه باشد دانش آموز را در معرض خطر اثرات مضر آن بر تکامل فیزیکی، اجتماعی و سلامت روانی قرار می دهد. که از آنها می توان به مشکلات اضطراب، افسردگی، علائم و نشانه های جسمانی مانند ضعف بینایی، صدمات سیستم اسکلتی، چاقی، اثر بر مهارت های اجتماعی، مشکلات ارتباطی در خانواده و اعتیاد الکترونیکی اشاره کرد.

۳. پیشینه پژوهش

به نظر کلول و پاینر^۳ (۲۰۰۳) قرار گرفتن در معرض رسانه هایی چون اینترنت و ماهواره می تواند بر نگرش ها و رفتار و هویت مردم تأثیر بگذارد. تداوم پرداختن به آنها ممکن است در بلند مدت تأثیر منفی داشته باشد و باعث کاهش همدلی^۴، عدم بازداری^۵، پاسخ های پرخاشگرانه، عدم احساس تعلق ملی و مذهبی و تقویت این عقیده شود که دنیا محل خطرناکی است.

روبرتنز و همکاران^۶ (۲۰۰۴) در تحقیقی با عنوان رابطه بین هویت قومی و ملی با عزت نفس، خوش بینی و افسردگی دانش آموزان نشان داده اند که هویت قومی و ملی سازه معتبری برای نوجوانان است و با عزت نفس، خوش بینی و افسردگی رابطه دارد. به عبارت دیگر، سطح بالاتر هویت قومی و ملی با سطح بالاتر عزت نفس و سطوح پایین تری از نشانه های افسردگی رابطه دارد.



استفانسو و همکارانش (۲۰۰۶) در پژوهش خود که بر روی دانش آموزان ۱۵ تا ۱۸ ساله در هفت مدرسه انجام دادند به این نتیجه رسیدند که استفاده از اینترنت با حالت های مختلف هویت (فردی، ملی و...) رابطه دارد.

طبق تحقیق فینی (۲۰۰۶) نوجوانانی که به کاوش درباره ملیت و قومیت خودشان پرداخته اند و معنای روشنی از آن دارند، سازگاری کلی بهتری نسبت به نوجوانانی دارند که معنای روشنی از قومیت خود ندارند. یعنی با افزایش رشد هویت قومی و ملی پیش بینی می شود که سلامت روانی - اجتماعی نیز افزایش یابد.

جلیلی فیروزی (۱۳۸۷) در رساله خود با عنوان بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی در صدد دست یابی به برخی از تأثیرات اجتماعی حضور در فضای مجازی در صدد دستیابی به برخی از تأثیرات اجتماعی حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت به مثابه یکی از فن آوری های جدید ارتباطی، بر هویت فرد کاربر است. بر اساس نتایج این پژوهش، ضعف یا قوت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی اثرگذار است. از آن جا که در فضای مجازی، ساخت ارتباطات دینی بیشتر اقماعی و الگوی ارتباطی گزینشی است، حذف حضور فیزیکی سبب می شود ارتباط دینی از یک ارتباط عمودی به یک ارتباط افقی تبدیل شود که به این ترتیب ساخت ارتباطات سنتی ما تحت تأثیر قرار می گیرد و متناسب با ارزش های دینی، فهم ما از دین را هم تغییر می دهد و این مسئله می تواند در کوتاه مدت بحران زا باشد. در واقع، بر اساس یافته های وی، علت عمده گرایش جوانان به گروه های دینی مجازی عدم توانایی گروه ها یا نهادهای دینی واقعی به پاسخگویی مناسب به سؤالات مذهبی آنان است.

علوی و همکاران (۱۳۸۹)، در مقاله ای با عنوان «مقایسه هویت ملی و مذهبی در افراد معتاد به اینترنت و غیر معتاد» با مطالعه ۲۵۰ نفر از کاربران دانشجوی دانشگاه های شهر اصفهان به مقایسه هویت ملی و مذهبی و خرده مقیاسهای این دو مقوله در افراد معتاد به اینترنت و غیر معتاد و همچنین به رابطه میان اعتیاد به اینترنت و هویت مذهبی و ملی و تجزیه و تحلیل آنها پرداختند. یافته های پژوهش نشان می دهد که استفاده زیاد از اینترنت و محیط های مجازی و اعتیاد به آن می تواند با نقایصی در برخی جنبه های هویت ملی و مذهبی مرتبط باشد.

عباسی قادی (۱۳۸۹) با انتخاب ۲۰۰ نفر از مراجعه کنندگان ۱۵ سال به بالای کافی نت های مناطق مختلف تهران، تأثیر بهره مندی از اینترنت بر شیوه دینداری افراد را مطالعه کرد. وی با الهام از دیدگاه گیدنز، هویت دینی را به دو نوع سنتی و بازاندیشانه تقسیم نمود. در حالی که در دینداری سنتی، فرد آموزه های دینی را حقایق قطعی و تزلزل ناپذیر تلقی می کند، در دینداری بازتابی، فرد نسبت به آموزه های دینی نگرش منعطف تر، شکاکانه تر و نقادانه تر دارد. بر اساس فرضیه تحقیق، هرچه سابقه استفاده از اینترنت بیشتر، هر چه ساعات کار با اینترنت بیشتر، هرچه مشارکت در فضای اینترنتی قوی تر، هرچه انگیزه استفاده جهت دارتر و ابزاری تر باشد و در نهایت هر چه محتوای پیام ها واقعی تر تلقی شود، دینداری فرد شکلی بازتابی تر پیدا خواهد کرد. یافته های به دست آمده، کلیه فرضیات وی را تأیید نمود.

کلانتری (۱۳۸۸) در تحقیق خود با عنوان هویت دینی و جوانان؛ (نمونه آماری، جوانان شهر شیراز) به این نتیجه رسید که ۸۸ درصد دانش آموزان دارای هویت دینی قوی هستند و تنها ۴ درصد پاسخگویان، در این حوزه دارای مشکل یا بحران هستند.

یافته های پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۹۰) در مطالعه شان با عنوان تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان حاکی از تأثیر پذیری هویت دینی در ابعاد پنج گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی از تعامل در فضای سایبر است؛ به طوری که تعامل بیشتر در فضای سایبر، نشان دهنده تأثیرات کمابیش جهانی شدن فرهنگ و تعامل در فضای سایبر بر دانشجویان است و پیامدهای



آن در جامعه در حال گذار ایران به طور محسوسی مشاهده می شود. وضعیت مذکور بر ماهیت آسیب زای تعامل در فضای سایبر بر هویت دینی دانشجویان دلالت دارد.

رفعت جاه و شکوری (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان اینترنت و هویت اجتماعی تأثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی از جمله هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی (را با استفاده از روش پیمایشی مطالعه کردند. این مطالعه در شهر سمنان در میان دو گروه از پسران، یعنی آنهایی که از اینترنت استفاده می کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی کردند، صورت گرفته است. نتایج این پژوهش نشان داد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی تفاوت معناداری وجود دارد و هویت دینی، قومی و خانوادگی در گروه اول ضعیف تر از افراد گروه دوم می باشد. همچنین، هویت شخصی و خود انگاره افراد در گروه اول ضعیف تر از گروه دیگر مشاهده شد.

بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت های اجتماعی ارتباط وجود داشته و بیشتر پاسخ دهندگان اذعان کرده اند که به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه های اجتماعی اینترنتی مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده اند. همچنین میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی با مقوله هایی نظیر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد؛ بنابراین می توان گفت میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد.

جمالی فیروزآبادی (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان رابطه هویت دینی معلمان با هویت دینی دانش آموزان مدارس شهر تهران انجام داد. نتایج این تحقیق نشان داد که هویت دینی در تمام ابعاد آن در میان دانش آموزان بالاتر از میانگین بوده و قوی است، اما رابطه معنی داری میان هویت دینی دانش آموزان و دبیران مشاهده نشد. همچنین رابطه قوی و معنی داری میان هویت دینی دانش آموزان با فرهنگ مذهبی خانواده هایشان برقرار است.

با توجه به مبانی تجربی پژوهش، برای تبیین تأثیر میزان استفاده از شبکه های مجازی بر هویت ملی و دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب نیازمند چارچوب نظری مناسبی هستیم. بدین منظور در این پژوهش نظریه جامعه شبکه ای کاستلز و نظریه هویت یابی گیدنز به عنوان مبنای چارچوب نظری پژوهش در نظر گرفته شده است. کاستلز اعتقاد دارد که همراه با انقلاب تکنولوژیک و تغییر شکل سرمایه داری و سقوط دولت سالاری در ربع پایانی قرن، شاهد خیزش تظاهرات نیرومند هویت های جمعی بوده ایم که در دفاع از یگانگی فرهنگی و کنترل مردم بر زندگی و محیط زیست، فرآیندهای جهان شمولی و جهان وطنی شدن را به مبارزه طلبیده اند. این تظاهرات به لحاظ خطوط کلی فرهنگ های مختلف و ریشه های تاریخی شکل گیری هر هویت جمعی، بسیار گوناگون و متنوعند. در بین آنها می توان جنبش های پیش روی هم چون فمینیسم و جنبش محیط زیست را دید که در پی تغییر شکل مناسبات انسانی در بنیادی ترین سطوح آن هستند. اما همچنین این جلوه ها طیف وسیعی از حرکت های ارتجاعی را در بر می گیرند که مفاهیمی همچون خدا، ملت، قوم، خانواده، یا سرزمین مادری را به سنگر مقاومت و مبارزه تبدیل کرده اند. (Castells, 2006) وی ابتدا به این مسئله می پردازد که هویت نه یک امر ذاتی بلکه یک برساخته ی اجتماعی است. کاستلز می گوید که «برداشت من از اصطلاح هویت، در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد، عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته ای از ویژگی های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می شود.» اما نکته ی محوری در اندیشه کاستلز " برساخته شدن هویت ها " است و مهم تر اینکه این هویت ها چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی، و به چه منظوری برساخته می شوند. به طور کلی اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را بر سازد، تا حدود زیادی تعیین کننده ی محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی میدانند یا خود را بیرون آن تصور می کنند.



آنتونی گیدنز، متفکر و جامعه شناس معاصر، با نظریه پردازی در مورد هویت شخصی و اجتماعی و با در نظر گرفتن تأثیرات جهانی شدن و مدرنیته تلاش کرده است تا در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزند و فرآیندهای هویت یابی و هویت سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کند. بر طبق این رویکرد نظری، هویت و ابعاد آن مبتنی بر خویشتنی، متغیر و واجد درجه ای از تأملی بودن است. «خود» یک هویت اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت های بعدی است و جنسیت در نحوه شکل «خود» نقشی تعیین کننده دارد؛ زیرا به تجربه فرد سامان می بخشد و آن را در خویشتن ادغام می کند (Jenkins, ۲۰۰۲). به علاوه زمینه های ساختاری و فرهنگی در شکل گیری و باز تعریف هویت و ابعاد آن (از جمله هویت اجتماعی، ملی و مذهبی موثرند. در دوران معاصر، تحت تأثیر جریانات نوسازی و نوگرایی، هم تأمل و بازاندیشی بیشتری در کنش های هویت های انسانی صورت می گیرد و هم نهادها و سازمان های مدرن و رده بندی های مستتر در آنها نقش مؤثری در تحمیل هویت های بیرونی ایفا می کنند.

عدلی پور، قاسمی و کیانپور (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان" که در بین جوانان شهر اصفهان و با تکیه بر نظریه های کاستلز، هابرماس و ولمن انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار و معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد؛ یعنی هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می کند هویت ملی کاربران ضعیف تر می شود. حکیمی (۱۳۹۱) در تحقیقی که با موضوع "نقش شبکه های اجتماعی بر هویت" (مطالعه موردی روی فیس بوک و کاربران کرد) و با استفاده از نظریه جهانی - محلی شدن رابرتسون انجام داد به این نتیجه رسید که جهانی شدن برای قومیت ها تعریف جهانی - محلی شدن دارد برای کردها باعث شکل گیری یک کشور مجازی می شود که در آن می توانند حاکمیت سیاسی و فرهنگی داشته باشند به طوری که فیس بوک توانسته است نقش عمده ای در بازنمایی هویت کردها در جهان داشته باشد و از این راه به یافتن دوستان و هم فکران کرد و غیر کرد کمک شایانی کرده است. عباس قادری و خلیلی کاشانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان "تأثیر اینترنت بر هویت ملی" که با استفاده از تکنیک پرسشنامه بر روی ۱۲۶۶ نفر از کاربران بالای پانزده سال در شهر تهران که از طریق نمونه گیری خوشه ای هدفمند، انجام دادند به این نتیجه رسیدند که متغیرهای نوع استفاده کاربران از اینترنت، انگیزه و هدف و مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از اینترنت، واقعی تلقی کردن محتوای سایت ها از سوی کاربران اینترنت و پایگاه اقتصادی اجتماعی کاربران رابطه معنی داری با هویت ملی دارند و بین میزان تحصیلات، میزان استفاده از اینترنت و سابقه استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه معناداری وجود ندارد. نیازی و شفائی مقدم (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر رسانه های جمعی در گرایش به هویت ملی" (مطالعه موردی شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۹۰) انجام داده اند. نتایج این پژوهش نشان می دهد که رابطه معنی داری و مثبتی بین استفاده از تلویزیون و گرایش به هویت ملی و نیز رابطه معنی دار و منفی بین میزان استفاده از ماهواره و اینترنت با میزان گرایش به هویت ملی دارد و همچنین رابطه معنی داری بین نوع محتوای برنامه های مورد استفاده از تلویزیون، ماهواره و اینترنت با میزان گرایش به هویت ملی وجود دارد اشتیاقی، علیزاده و کاظمیان (۱۳۹۱) در تحقیقی که با عنوان "اینترنت و هویت دینی دانشجویان" (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران) انجام دادند و هدف اساسی مقاله حاضر، بررسی رابطه بین مدت، میزان، نوع استفاده از اینترنت و پایگاه اجتماعی کاربران دانشجویان با هویت دینی بوده است. یافته های تحقیق حاضر نشان می دهد که بین مدت، میزان، نوع استفاده از اینترنت و پایگاه اجتماعی اقتصادی دانشجویان، رابطه معناداری و معکوسی بانوع هویت دینی آنان وجود دارد. احمد پور و قادرزاده (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان "تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان" انجام داده اند. یافته های این تحقیق حاکی از آن است که هویت دینی در تعامل با فضای سایبر تضعیف می شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی دانشجویان کاسته می شود. در میان



ابعاد و شاخص های هویت دینی، فضای سایبر بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و تجربی و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی هویت دینی دارد. همچنین معتقدند که هویت دینی دانشجویان با میزان فضای سایبر رابطه معکوس دارد. امیر کافی و حاجیانی (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان "نسبت هویت قومی و ملی در جامعه چند قومیتی ایران که در بین شش قوم کرد، لر، بلوچ، عرب، آذری و ترکمن انجام دادند به این نتیجه رسیدند که هر دو هویت قومی و ملی در میان اقوام ایرانی برجسته است. همچنین همبستگی میان احساس تعلق به قومیت و دلبستگی به ملیت در کل نمونه مثبت است؛ اما میزان رابطه و جهت آن در میان اقوام مختلف متفاوت می باشد. میزان هویت قومی قوم ترکمن بیشتر از سایر اقوام می باشد و قوم عرب کمترین میزان هویت قومی را دارد و همچنین قوم لر دارای بالاترین میزان تعلق هویت ملی و قوم عرب هم کمترین میزان تعلق به هویت ملی را دارد. شهابی و بیات (۱۳۹۱) در تحقیقی با موضوع "شبکه های اجتماعی مجازی و کاربران جوان" به این نتیجه گیری رسیدند که از دیدگاه کاربران جوان، محیط شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک که کاربران جوان ایرانی زیادی در آن فعالیت دارند، فضایی سیاسی تلقی نمی شود بلکه اکثر آنها برای تسهیل روابط خود، احیای ارتباطات قدیمی و ایجاد و حفظ ارتباطات دوستانه به آن روی می آورند. در حالی که برخی محدودیت های خانوادگی، جغرافیایی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را با حضور در شبکه جبران می کنند که از مهمترین تجربه جهان وطنی و آشنایی با دنیای مدرن است. اسماک شافعی،^۳ نایان و عثمان^۴ (۲۰۱۲) در پژوهشی که با عنوان ساخته شدن هویت از طریق پروفایل های فیس بوک که در بین دانشجویان مالزی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که نامنی، همتا ادراکی و خود ارتقایی اغلب هویت آنلاین دانشجویان را تحت تأثیر قرار می دهد؛ و همچنین دریافت که هویت آنلاین به وسیله ارزش های اجتماع به همراه همتا ادراکی، ارتباط اجتماعی و محبوبیت^{۴۲} بازسازی و بازاندیشی می شود. همچنین دریافتند که دانشجویان پسر در به کار بردن پروفایل های واقعی شان از دانشجویان پسر راحت تر می باشند. زهاو و همکارانش (۲۰۰۸) پژوهشی با عنوان ساخته شدن هویت در فیس بوک انجام دادند که این پژوهش براساس حساب های فیس بوک ۶۳ نفر انجام شده است. یافته های پژوهش فوق نشان می دهد که ساخته شدن هویت در محیط های مستعار بی نام از ساخته شدن هویت در محیط های آنلاین بی نام متفاوت می باشد. همچنین دریافتند که حساب های کاربران در فیس بوک به طور مسلط بر نحوه ساخته شدن هویت تأثیر دارد. کلی^۴ (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان ساخت هویت در فیس بوک انجام داده است. نتایج این پژوهش حاکی از این است که اگر چه افراد هویت های خود را در همه بخش های زندگی بر می سازند اما بر ساخت هویت کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی به خصوص فیس بوک مشهودتر است.

گراسموک^۴ (۲۰۰۹) تحقیقی با عنوان فیس بوک و هویت انجام داده است به این نتیجه رسید که آگاهی هایی که کنشگران از حضور در فیس بوک به عنوان یک زیست جهان کسب می کنند، باعث تغییر در هویتشان می شود و همچنین هویت جهانی کاربران را شکل می دهد. جوینسون^۴ (۲۰۰۸) در مطالعه به دنبال این هدف که چه چیزی در شبکه های اجتماعی وجود دارد که شخص را تحریک به ماندن در شبکه می کند، اقدام به مصاحبه با کاربران شبکه ها نموده و خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی رفتار، نیازها و عوامل انگیزشی افراد را شناسایی کرده است. این مطالعه تعیین نمود که حفظ تماس دلیل اصلی استفاده افراد از شبکه های اجتماعی است.

با توجه به مبانی نظری و تجربی، در این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه های مجازی بر هویت ملی و دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب هستیم و سوالات زیر مورد مبنای پژوهش حاضر قرار خواهند گرفت:

^۳Asmaak Shafie

^۴Nayan

^۴Osman

^{۴۲}

^۴Zhao

^۴Kelley

^۴Grasmuck

^۴Joinson



- ۱- استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب به چه میزان است؟
- ۲- وضعیت هویت ملی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب چگونه است؟
- ۳- وضعیت هویت دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب چگونه است؟
- ۴- آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب تأثیر دارد؟
- ۵- آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب تأثیر دارد؟

۴. روش تحقیق

پژوهش حاضر براساس هدف از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل دانش آموزان پسر مقطع متوسطه دوره اول و دوم شهر میاندوآب می باشد که تعداد آنها برابر ۷۵۵۴ نفر می باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده و تعداد نمونه آماری برابر ۳۶۷ نفر بدست آمده است که با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق، به صورت میدانی و با مراجعه به دانش آموزان پسر مقطع متوسطه ی دوره اول و دوم شهر میاندوآب انجام گرفت. به منظور گردآوری داده های موردنیاز، از پرسشنامه استاندارد هویت ملی (ایرانی) احمدی (۱۳۸۶) استفاده شد که دارای پنج بعد می باشد که عبارتند از: عضویت در گروه ملی، دفاع از سرزمین، میراث ملی، ویژگی های کلی گروه ملی، دیدگاه های دیگران در مورد گروه ملی. همچنین پرسشنامه محقق ساخته برای اندازه گیری میزان استفاده از شبکه های اجتماعی، مانند سایت های اینترنتی فیس بوک، لاین، تلگرام، اینستاگرام و پرسشنامه هویت دینی که توسط سراج زاده (۱۳۸۳) طراحی شده است و دارای سه بعد دینداری، تعلقی و تعهدی است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده است، به این نحو که پرسشنامه ها در اختیار اساتید این حوزه قرار گرفته و توافق آنها در مورد اینکه شاخصها مفهوم مورد نظر را می سنجنند، اعتبار ابزار اندازه گیری مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش ضریب پایایی پرسشنامه ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج حاصل از ضریب آلفای کرونباخ به شرح زیر بدست آمده است:

جدول ۱. ضریب پایایی سوالات مربوط به هر متغیر متغیر

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
شبکه های مجازی	۰/۸۹
هویت ملی	۰/۸۷
هویت دینی	۰/۷۴

۴. ۱. یافته ها

سوال اول: وضعیت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین دانش آموزان به چه میزان است؟

جدول ۲. نتایج آزمون T تک نمونه ای برای مشخص کردن وضعیت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	معیار مقایسه - ۳		
			T	درجه آزادی	سطح معنی داری
استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی	۳/۹۶۴۰	۰/۷۵۵۶۱	۹/۲۶۵	۳۶۶	۰/۰۰۰
					اختلاف میانگین
					۰/۹۶۴۰۶



طبق نتایج جدول شماره ۲ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می توان گفت که تفاوت معنی داری بین میانگین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین دانش آموزان (۳/۹۶) با میانگین نظری (معیار مقایسه = ۳) وجود دارد و میانگین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین دانش آموزان بیشتر از حد متوسط است و به عبارتی در وضعیت نامناسب قرار دارد.

سوال دوم: وضعیت هویت ملی در بین دانش آموزان چگونه است؟

جدول ۳. نتایج آزمون T تک نمونه ای برای مشخص کردن وضعیت هویت ملی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	معیار مقایسه - ۳		
			T	درجه آزادی	سطح معنی داری
هویت ملی	۴/۲۱۰۸	۰/۵۴۹۸۳	۴۲/۱۸۸	۳۶۶	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول شماره ۳ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می توان گفت که تفاوت معنی داری بین میانگین هویت ملی در بین دانش آموزان (۴/۲۱) با میانگین نظری (معیار مقایسه = ۳) وجود دارد و میانگین هویت ملی در بین دانش آموزان بیشتر از حد متوسط است و در وضعیت مطلوب قرار دارد.

سوال سوم: وضعیت هویت دینی در بین دانش آموزان چگونه است؟

جدول ۴. نتایج آزمون T تک نمونه ای برای مشخص کردن وضعیت هویت دینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	معیار مقایسه - ۳		
			T	درجه آزادی	سطح معنی داری
هویت دینی	۴/۶۳۱۸	۰/۵۴۵۶۲	۵۷/۲۹۴	۳۶۶	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول شماره ۴ و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می توان گفت که تفاوت معنی داری بین میانگین هویت دینی در بین دانش آموزان (۴/۶۳) با میانگین نظری (معیار مقایسه = ۳) وجود دارد و میانگین هویت دینی در بین دانش آموزان بیشتر از حد متوسط است و در وضعیت مطلوب قرار دارد.

سوال چهارم: آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان تأثیر دارد؟

جدول ۵. خلاصه مدل رگرسیون تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
-۰/۲۵۶	-۰/۰۶۵	-۰/۰۶۳

طبق نتایج جدول شماره ۵ ضریب همبستگی بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با هویت ملی دانش آموزان برابر -۰/۲۵ و ضریب تعیین برابر -۰/۰۶ است. به عبارتی می توان گفت که ۰/۰۶ تغییرات هویت ملی دانش آموزان توسط استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تعیین می شود و ۰/۹۴ بقیه توسط متغیرهای دیگر تعیین می شود.

سوال پنجم: آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی دانش آموزان تأثیر دارد؟

جدول ۶. نتایج ضریب رگرسیون تک متغیره تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان



P	T	ضرایب استاندارد		ضرایب غیر استاندارد	متغیر پیش بین
		BETA	SE	B	
۰/۰۰۰	۵۹/۰۶۶		۰/۰۷۷	۴/۵۷۶	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۵/۰۵۱	۰/۲۵۶	۰/۰۳۷	-۰/۱۸۶	استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

طبق نتایج جدول شماره ۶ و با توجه به سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ می توان گفت که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت ملی دانش آموزان تأثیر منفی معنی داری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی ۰/۲۵- تغییرات هویت ملی دانش آموزان را پیش بینی می کند. به عبارتی می توان گفت که با افزایش میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، هویت ملی دانش آموزان کاهش می یابد.

۵. بحث و نتیجه گیری

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق روبرتنز و همکاران (۲۰۰۴) همخوانی دارد. آنها در تحقیق خود نشان می دهند که هویت قومی و ملی سازه معتبری برای نوجوانان است و با عزت نفس، خوش بینی و افسردگی رابطه دارد. به عبارت دیگر، سطح بالاتر هویت قومی و ملی با سطح بالاتر عزت نفس و سطوح پایین تری از نشانه های افسردگی رابطه دارد.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق حافظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) همخوانی دارد. آنها در تحقیق خود نشان می دهند که گسترش فرآیندهای جهانی شدن در قالب فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت) با هویت ملی رابطه دارد. به بیان دیگر با افزایش میزان استفاده از فن آوری اطلاعات، میزان علائق ملی کاهش می یابد. همچنین جهانی شدن با تقویت نیروهای فراملی و فروملی منجر به تضعیف علائق ملی دانشجویان می گردد.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق علوی و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد. آنها در تحقیق خود نشان می دهند که استفاده زیاد از اینترنت و محیط های مجازی و اعتیاد به آن می تواند با نقابسی در برخی جنبه های هویت ملی و مذهبی مرتبط باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی دانش آموزان تأثیر منفی معنی داری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی ۰/۲۴- تغییرات هویت دینی دانش آموزان را پیش بینی می کند. به عبارتی می توان گفت که با افزایش میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، هویت دینی دانش آموزان کاهش می یابد.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق جلیلی فیروزی (۱۳۸۷) همخوانی دارد. وی در تحقیق خود نشان می دهد که ضعف یا قوت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی اثرگذار است. از آن جا که در فضای مجازی، ساخت ارتباطات دینی بیشتر اقناعی و الگوی ارتباطی گزینشی است، حذف حضور فیزیکی سبب می شود ارتباط دینی از یک ارتباط عمودی به یک ارتباط افقی تبدیل شود که به این ترتیب ساخت ارتباطات سنتی ما تحت تأثیر قرار می گیرد و متناسب با ارزش های دینی، فهم ما از دین را هم تغییر می دهد و این مسئله می تواند در کوتاه مدت بحران زا باشد.



در واقع، بر اساس یافته های وی، علت عمده گرایش جوانان به گروه های دینی مجازی عدم توانایی گروه ها یا نهادهای دینی واقعی به پاسخ گویی مناسب به سؤالات مذهبی آنان است.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق احمدپور و قادرزاده (۱۳۹۰) همخوانی دارد. آنها در تحقیق خود نشان می دهند که تعامل بیشتر در فضای سایبر، نشان دهنده تأثیرات کمابیش جهانی شدن فرهنگ و تعامل در فضای سایبر بر دانشجویان است و پیامدهای آن در جامعه در حال گذار ایران به طور محسوسی مشاهده می شود. وضعیت مذکور بر ماهیت آسیب زای تعامل در فضای سایبر بر هویت دینی دانشجویان دلالت دارد.

یافته های تحقیق با نتایج تحقیق ایلدریم (۲۰۰۵) همخوانی دارد. وی در تحقیق خود نشان می دهد که منبع مؤثر و غالب احساس تعلق برای پسران و پسران به ترتیب شامل خانواده، دوستان و مدرسه است. برای پسران به نسبت پسران، دوستان و مدرسه ارزشمندتر بودند و هویت پسران بیشتر از پسران تحت تاثیر عواملی نظیر ارتباطات و شادمانی بود. در مقابل پسران بیشتر به عواملی مانند خانه، تلویزیون و وسایل ورزشی توجه داشته و فعالیت های ورزشی اهمیت بالایی در فرآیند خود ارزیابی پسران داشت. پسران بیشتر به سوی فعالیت های هنری و خلاق گرایش داشتند. برای هر دو جنس ویژگی های عاطفی عمومی مانند درستکاری، احترام و احساس ارزشمندی به عنوان معیارهای مهم ارزیابی خود دارای ارزش یکسانی بودند. همچنین در حالی که پسران مذهبی تر و میهن پرست تر بودند و نسبت به پسران علاقه بیشتری به اجداد خود داشتند، پسران نوع دوست تر بودند و بسیار بیشتر از پسران در روابط اجتماعی شرکت داشتند.

دول غربی، ماهرانه با استفاده از امکانات تکنولوژی و ارتباطات، مانند اینترنتی سایت های انتقادی را علیه یک دولت سازمان می دهند. پیام های کوتاه را از طریق تلفن های همراه رد و بدل می کنند و مرتب قرارهای جدیدی می گذارند. آسیب مهم دیگر رسانه های نوین، تأثیر بر افکار عمومی و بسیج آن است. به گونه ای که به واسطه این رسانه ها، نوعی فضای عمومی شکل می گیرد و بسیاری افراد، بی آن که یکدیگر را ببینند و تبادل نظر کنند، مانند یکدیگر فکر و در نتیجه مانند یکدیگر نیز عمل می کنند. بر این اساس، از طریق تولید پیام، شعار و اندیشه، به شیوه ای هنری و از طریق تصویر، گرافیک، صدا و موسیقی، تصورات دست کاری و بسیج می شوند و در نهایت فعالیت سیاسی، این امکان را می یابد که با زندگی روزمره آمیخته شود. در این صورت دیگر مانند گذشته، نیازی نیست که برای تبدیل افکار عمومی به نیروی اجتماعی و تغییر اوضاع سیاسی، به اهرمی مانند حزب سیاسی متوسل شد و اگر این تغییر در افکار عمومی پیدا شود، مردم در مواقع مهم تاریخی، خود راه را باز می کنند و احتیاجی به اعمال نیرو، فشار و زور و از طریق اهرمهای جدا از مردم وجود ندارد. افزون بر این، استفاده جنبش های اجتماعی جدید، از شبکه های اجتماعی مجازی، آسیب جدی دیگری را برای دولت ها به همراه داشته است. جنبش های اجتماعی جدید و هویت های دگر خواهانه، از مهم ترین جنبه های نرم افزاری تهدید امنیت ملی هستند. جنبش های نوین کنونی، اهمیت بیشتر را به هویت داده و در برابر اشکال جدید سلطه و طرد مقاومت می کنند. این جنبش ها همچنین تلاش دارند، تا با اشکال جدید تکنولوژی های ارتباطی و تغییرات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سازگار شوند.

۱.۵. پیشنهادات

یکی از مراحل بسیار ضروری پایان هر پژوهشی، ارائه پیشنهادات و راهکارها برای پژوهش های آتی و همچنین سازمان های مربوطه است. از آن جا که بیشتر اعتقاد بر این است که کارهای علمی باید مکمل همدیگر باشند، اغلب پیشنهادهایی که در



این قسمت مطرح می شود، حاصل تجربیات محقق در فرایند پژوهش است. ۱- برنامه ریزی دقیق در رابطه با برنامه های هویتی جوانان، به منظور آگاهی از وضعیت جدید و رشد و پویایی ابعاد مختلف هویتی آن ها. ۲- به جای اقدامات قهری، باید برنامه ای برای ارتقای فرهنگی داشت. آموزش های لازم به نوجوانان از طریق رسانه ها، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش سازنده ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب های ناشی از این فناوری های ارتباطی را در بر خواهد داشت؛ برای مثال، می توان کتاب هایی در زمینه نحوه استفاده مفید و درست از اینترنت و یا فضای مجازی نوشت و در محتوای درسی مدارس و دانشگاه ها گنجاند. ۳- افزایش سواد رسانه ای نوجوانان، جوانان و خانواده ها در برخورد با محتوا و مطالب شبکه های اجتماعی مجازی. ۴- توجه بیشتر به سلايق مخاطبان به ویژه قشر جوان در تهیه برنامه های صدا و سیما. ۵- برگزاری نشست های علمی با حضور اساتید و دانشجویان در رابطه با تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی. ۶- مراکز دینی می توانند با به روز و جذاب کردن آموزه های خود به جذب جوانان به امور دینی کمک کنند. ۷- گسترش هرچه بیشتر اماکن تفریحی و ورزشی جهت گذران اوقات فراغت جوانان که به نحوی محرک انگیزه آن ها در انجام این فعالیت ها باشد. ۸- ساخت و راه اندازی شبکه های اجتماعی ملی و بومی. ۹- در این زمینه پژوهش های بیشتری انجام شود تا با سازوکار نحوه تأثیر شبکه ها بر هویت و سلامت روان بیشتر آشنا شویم. ۱۰- توجه بیشتر به شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان بعدی از جهانی شدن ارتباطات. ۱۱- گسترش برنامه ها در جهت آشنایی بیشتر به هویت ملی با تأکید بر سنت و آداب اسلامی و ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی. ۱۲- تقویت سلامت روان با استفاده از مشارکت و فعالسازی افراد در حوزه های مختلف اجتماعی. ۱۳- ایجاد بستر مناسب برای آشنایی و تحکیم بنیانهای هویت سازی در میان جوانان، به ویژه دانش آموزان. ۱۴- آموزش صحیح و بهینه استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی در مدارس. ۱۵- آشنا کردن والدین به فواید و مضرات شبکه های اجتماعی. ۱۶- خانواده های دانش آموزان تحت آموزش های خاص در زمینه ممانعت از حضور فرزندان در شبکه های اجتماعی مخرب قرار گیرند. ۱۷- برای کاستن از تأثیر شبکه های اجتماعی بر هویت ملی، کاربران و به خصوص دانش آموزان، خبرهای ضد و نقیض در مورد مسائل سیاسی و ملی را پیگیری و از صحت و سقم آن مطمئن شوند. ۱۸- نیروی انتظامی می تواند با تکذیب یا تایید مستند اخبار منتشره در حوزه مسائل ملی در شبکه های اجتماعی، میزان هویت ملی را افزایش دهد. ۱۹- کانال های مخصوص پیگیری، تأیید و یا تکذیب مسائل دینی در شبکه های اجتماعی ایجاد شود تا در موارد لزوم، کاربران به آن استناد نمایند تا میزان هویت دینی افزایش یابد. ۲۰- بحث و مناظره های علمی در حوزه مسائل دینی در شبکه های اجتماعی تولید و پخش شود تا دانش آموزان در مورد مسائل دینی در این شبکه ها سردرگم نشوند. ۲۱- هر چه محتوای برنامه های تولید داخلی صادقانه و دور از غرض ورزی باشد، رجوع به شبکه های اجتماعی مجازی برای دستیابی به مسائل دینی کاهش می یابد، بنابراین پیشنهاد می شود با کار صادقانه و تخصصی، از تأثیر شبکه های اجتماعی بر هویت دینی کاسته شود.

منابع

- [۱] احمدپور، مریم و قادرزاده، امید، ۱۳۸۹. تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت مذهبی جوانان، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵.
- [۲] احمدی، حمید، ۱۳۸۶. ایران، هویت، ملیت و قومیت. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی
- [۳] ارمکی، آزاد، غفاری، غلامرضا، ۱۳۸۶. جامعه شناسی نسلی در ایران، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- [۴] اسلوین، جمیز، ۱۳۸۰. اینترنت و جامعه (ترجمه عباس گیلوری و علی رادباره). تهران: کتابدار



- [۵] اسمیت، آنتونی، ۱۳۸۳. ناسیونالیسم (ترجمه منصور انصاری). تهران: تمدن ایرانی
- [۶] افروغ، عماد، ۱۳۸۰. هویت ایرانی. تهران: دانش و پژوهش
- [۷] امیر کافی، مهدی و حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۹۲. نسبت هویت قومی و ملی در جامعه چند قومیتی ایران، فصلنامه راهبردی سال بیست و دوم، شماره ۶۶
- [۸] اوز کریمی، اوموت، ۱۳۸۳. نظریه های ناسیونالیسم (ترجمه محمدعلی قاسمی). تهران: تمدن ایرانی
- [۹] آذین، احمد و کبری پیرمحمدی. «بررسی نقش رسانه های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان، پژوهش نامه علوم اجتماعی، ش ۲.
- [۱۰] آشنا، حسام الدین، ۱۳۸۰. مخاطب شناسی رسانه، نشریه پژوهش و سنجش، ش ۲۶
- [۱۱] آقاجانی سعید، ۱۳۸۱. بررسی تاثیر بازی های رایانه ای بر سلامت روان نوجوانان، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی دانشگاه تربیت معلم
- [۱۲] آقاجانی سعید، اسدی نوقایی احمدعلی، ۱۳۹۱. نظریه مشاوره و روان درمانی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- [۱۳] آقائی، زهرا، ۱۳۸۶. بررسی تأثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی شهر اصفهان). پایان نامه کارشناسی ارشد، اصفهان: دانشکده ادبیات و علوم انسانی
- [۱۴] بابایی فرد، اسداله، محمد گنجی و امین حیدریان، ۱۳۹۳. «بررسی تأثیر اینترنت بر هویت چندفرهنگی».
- [۱۵] باقری دولت آبادی، علل و فرج الله زارعیان جهرمی، ۱۳۹۲. تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی»، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ش ۶۰
- [۱۶] بشیریه، حسین، ۱۳۸۱. تحول خود آگاهی ها و مزیت های سیاسی در ایران. فصلنامه مطالعات ملی، ۳ (۱۱)
- [۱۷] بشیریه، حسین، ۱۳۸۳. عقل در سیاست. تهران: نگاه معاصر
- [۱۸] بنائی، محسن، ۱۳۸۱. جای پای اساطیر در کیستی ایران، در: خودکاو ملی در عصر جهانی شدن. تهران: قصیده سرا
- [۱۹] بوستانی، داریوش، ۱۳۹۰. جوانان و هویت بازاندیشانه، مجله مطالعات اجتماعی، دوره پنجم، شماره ۱.
- [۲۰] بهرام پور، شعبان علی، ۱۳۸۳. «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- [۲۱] جنکینز، ریچارد، ۱۳۸۹. هویت اجتماعی، ترجمه: تورج یاراحمدی، انتشارات شیرازه: تهران
- [۲۲] حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۸۸. جامعه شناسی هویت ایرانی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک: تهران
- [۲۳] حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۷۹. تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. فصلنامه مطالعات ملی، ۲ (۵)
- [۲۴] حکیمی، رؤیا، ۱۳۹۱. نقش شبکه های اجتماعی بر هویت، مجله جهانی رسانه، دوره ششم شماره ۱۱.
- [۲۵] حیدری، محمد، ۱۳۸۳، هویت و امنیت ملی، در علی اکبر علیخانی (گردآورنده)، مبانی نظری هویت و بحران هویت. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- [۲۶] دوران، بهراد، ۱۳۸۵. تأثیر اینترنت بر هویت همالان»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۲
- [۲۷] دوران، بهناز، ۱۳۸۰. بررسی بازی های رایانه ای و مهارت های اجتماعی نوجوانان، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی دانشگاه تربیت مدرس
- [۲۸] ذکائی، محمد سعید، ۱۳۸۵. جوانان، جهانی شدن و مهاجرت های بین المللی پژوهشی در میان نخبگان جوان. جامعه شناسی ایران، ۷ (۲)
- [۲۹] ربانی، رسول و کجیاف، محمدباقر، ۱۳۸۹. روان شناسی اجتماعی. اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان
- [۳۰] ربیعی، علی، ۱۳۸۷. رسانه های نوین و بحران هویت، مطالعات ملی، ش ۳۶
- [۳۱] ریشه، گی، ۱۳۸۷. تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور ثوقی، تهران، نشر نی.
- [۳۲] ریتزر، جورج، ۱۳۸۷. نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
- [۳۳] زارع شاه آبادی، اکبر و شیوا صادقی، ۱۳۹۱. خانواده و هویت ملی: بررسی موردی دانش آموزان شهر یزد، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ش ۲
- [۳۴] زهیری، علیرضا، ۱۳۷۹. هویت ملی ایرانیان فصلنامه تخصصی مؤسسه آموزش عالی باقر العلوم (ع)، ۳ (۱۲)
- [۳۵] زهیری، علیرضا، ۱۳۸۴. چیستی هویت ملی، فصلنامه علوم سیاسی، ۲۹
- [۳۶] ساروخانی، باقر، ۱۳۸۱. جامعه شناسی ارتباطات. تهران: اطلاعات
- [۳۷] ساروخانی، باقر، ۱۳۸۵. جامعه شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات.
- [۳۸] سرمد، زهره، حجازی، الهه و عباس بازرگان، ۱۳۹۴. روش تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگه.
- [۳۹] سریع القلم، محمود، ۱۳۷۵. توسعه، جهان سوم و نظام بین الملل. تهران: سفیر
- [۴۰] سعیدیان، ایما و نیکو، مینو، ۱۳۷۶. رویکرد استفاده و رضامندی از رسانه ها پژوهش و سنجش، ۱۱ (۱۶)



- [۴۱] سورین، ورنر و تانکارد، جیمز، ۱۳۸۴. نظریه های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- [۴۲] سورین، ورنر و جیمز تانکارد، ۱۳۸۱. نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- [۴۳] سیدمن، استیون، ۱۳۸۶. کشاکش آراء در جامعه شناسی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی
- [۴۴] سیف الهی، سیف الله، ۱۳۸۶. جامعه شناسی مسائل اجتماعی ایران، تهران، انتشارات جامعه پژوهان سینا.
- [۴۵] شامانی، اسماعیل، مهدی واحدی و داریوش نوروزی، ۱۳۹۵. رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران، فرهنگ مشاوره و روان درمانی، ش ۲۸
- [۴۶] شهبابی، محمود و بیات، قدسی ۱۳۹۱. شبکه های اجتماعی مجازی و کاربران جوان، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال نوزدهم، شماره ۶۹
- [۴۷] صانع پور، مریم، ۱۳۹۰. هویت در عصر رسانه های دیجیتال، مجله پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، شماره ۲.
- [۴۸] صدیق سروستانی، رحمت اله و صلاح الدین قادری، ۱۳۸۸. رابعد فرهنگی اجتماعی سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مؤلف های سنتی و مدرن به تفکیک دانشگاه محل تحصیل»، تحقیقات فرهنگی ایران، ش ۸
- [۴۹] صنیع اجلال، مریم، ۱۳۸۴. درآمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی. تهران: مؤسسه مطالعات ملی
- [۵۰] عباسی قادری، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی، ۱۳۸۹. تأثیر اینترنت بر هویت ملی، مطالعات راهبردی: تهران. عبداللهی، محمد (۱۳۸۹). جامعه شناسی بحران هویت، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳.
- [۵۱] عبداللهی، محمد، ۱۳۷۴. جامعه شناسی بحران هویت. نامه پژوهش، ۲ (۳۰۲).
- [۵۲] عبداللهی، محمد، ۱۳۸۱. گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران. جامعه شناسی ایران. ۴ (۲).
- [۵۳] عدلی پور، صمد، قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود، ۱۳۹۲. شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان، فصلنامه مطالعات ملی، سال چهاردهم، شماره ۴.
- [۵۴] عدلی پور، صمد، وحید قاسمی و سید احمد میر محمد تبار، ۱۳۹۳. تأثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ش ۷
- [۵۵] عدلی پور، صمد، وحید قاسمی و مسعود کیانپور، ۱۳۹۲. شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان، مطالعات ملی، ش ۵۶
- [۵۶] فیدر، جان، ۱۳۸۰. جامعه اطلاعاتی، ترجمه علی رادیاوه و عباس گیلوردی، نشر کتابدار
- [۵۷] قاسمی، وحید، صمد عدلی پور و مسعود کیانپور، ۱۳۹۱. تعامل در فضای مجازی شبکه های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس بوک و جوانان شهر اصفهان، دین و ارتباطات، ش ۴۲
- [۵۸] قمری، داریوش، ۱۳۸۴. همبستگی ملی در ایران. تهران: مؤسسه مطالعات ملی
- [۵۹] قنبری برزبان، علی، ۱۳۸۳. رویکردها، چالش ها و مؤلفه های هویت ملی در کتاب هویت در ایران، به اهتمام علی اکبر علیخانی، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- [۶۰] کاستلز، امانوئل، ۱۳۸۰. عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ج ۱ (ترجمه احمدعلیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاوشیان). تهران: طرح نو
- [۶۱] کاستلز، امانوئل، ۱۳۹۰. عصر اطلاعات، قدرت و هویت، ترجمه: حسن چاوشیان، جلد ۲، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- [۶۲] کاستلز، مانوئل، ۱۳۹۰. عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر طرح نو
- [۶۳] کاستلز، مانوئل و مارتین اینس، ۱۳۸۴. گفتگوهای با امانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی
- [۶۴] کچوئیان، حسین، ۱۳۸۳. ملی گرایی یا ایدئولوژی معجزه گرا: تناقض های ایدئولوژیک جنبش های ملی گرا. جامعه شناسی ایران، ۵ (۳)
- [۶۵] کرمشایی، فائزه، امین پناهی، احمد صادق نیا و یاسر زیدی، ۱۳۹۰. بررسی اعتیاد به اینترنت و فضاهای مجازی در بین جوانان و نوجوانان، همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه
- [۶۶] کلانتری، خلیل، پردازش و تحلیل داده ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی. تهران: فرهنگ صبا.
- [۶۷] گنجی، حمزه، ۱۳۸۶. بهداشت روانی، چاپ اول، تهران: انتشارات ارسباران
- [۶۸] گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۳. جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی
- [۶۹] گیدنز، آنتونی، ۱۳۸۳. جامعه شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی، تهران،
- [۷۰] گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۴. جامعه شناسی (ترجمه منوچهر صبوری)، تهران: نی
- [۷۱] گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۸. تجدد و تشخص (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی
- [۷۲] گینر، جان و بو ریمر، ۱۳۸۸. سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران، نشر گام نو
- [۷۳] مردی ها، مرتضی، ۱۳۸۶. در دفاع از سیاست؛ لیبرال دموکراسی مقتدر. تهران: نی مطالعات توسعه اجتماعی و فرهنگی، ش ۴



- [۷۴] معمار، ثریا، صمد عدلی پور و فائزه خاکسار، ۱۳۹۱. شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ش ۴
- [۷۵] مقصودی، مجتبی، ۱۳۷۶. نظریاتی چند درباره ارتباطات. فصلنامه پژوهش سنجش، ۱۱ (۴)
- [۷۶] مقیمی، سید محمد و رمضان، مجید، ۱۳۹۰. پژوهشنامه مدیریت، جلد دهم، انتشارات راه دان، تهران.
- [۷۷] منطقی، مرتضی (۱۳۸۵). نقش تحقیقات انسانی در حفظ بهداشت روانی جوانان ایرانی، مجموعه مقالات کنگره ملی علوم انسانی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- [۷۸] موحد، مجید، مریم حسینی و فرزانه کاووسی، ۱۳۹۰. رسانه ها و هویت ملی (مطالعه جامعه شناختی رابطه رسانه هویت ملی دانش آموزان پسر دبیرستان های شهر اهواز)، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۲۳
- [۷۹] مهدی زاده، سیدمحمد، ۱۳۸۹. نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاههای انتقادی، نشر همشهری، تهران.
- [۸۰] مهدی زاده، شراره، ۱۳۸۴. تلویزیون، مخاطب و نگرش نو جامعه شناسی ایران، ۶ (۴)
- [۸۱] مهرداد، هرمز، ۱۳۸۰. مقدمه ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: فاران .
- [۸۲] نوچه فلاح، رستم، ۱۳۸۳. هویت: واقعیتی ثابت یا سیال، در علی اکبر علیخانی (گردآورنده)، مبانی نظری هویت و بحران هویت. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- [۸۳] نورمحمدی، مرتضی، ۱۳۸۸. چالش های فرهنگ و هویت در فضای مجازی، مطالعات فرهنگ. ارتباطات، ش ۱۴
- [۸۴] نیازی، محسن و شقانی مقدم، الهام، ۱۳۹۱. بررسی تأثیر رسانه های جمعی در گرایش به هویت ملی، فصلنامه رسانه و فرهنگ، سال دوم، شماره ۱.
- [۸۵] هاشمی، محمدرضا و علیرضا محسنی تبریزی، ۱۳۹۱. تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ش ۲
- [۸۶] هومین فر، الهام، ۱۳۸۲. تحول جامعه پذیری جنسیتی. پژوهش زنان، دوره ۱، ۳ (۷)
- [۸۷] یوسفی، علی، ۱۳۷۹. فرهنگ و هویت ایرانی. فصلنامه مطالعات ملی، (۴ و ۵).
- [88] Abstract book, 15th AEP Congress. - Tajic, M, 2010. The culture and Iranian identity chances and challenges. The magazine of national information. 4(1): 11-61. (Text in Persian).
- [89] Ahmadi, S, 2007. Evaluating the effect of Iranian national football team results in world cup of 2006 on the national identity of citizens. In seasonal magazine of Olympics. 15 (1): 85-95. (Text in Persian)
- [90] Alavi, S., Janati Fard, F. & Meraati, M, 2010. The competition of religion and national identity in internet addicted people and not addicted ones. Cultural a social research. The research lab of human and cultural studies. 1(1): 107-119. (Text in Persian)
- [91] Anderson, C, 2006. The Long Tail: How Endless Choice is Creating unlimited Demand, Random House Business Books: London, UK.
- [92] Bavand, D, 2008. The abroad challenges and Iranian identity during history. The magazine of politic and economic information. 129(9): 130-138. (Text in Persian).
- [93] Brewer, M.B, 1991. The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. Personality and Social Psychology Bulletin, 17 (5). ۴۸۲- ۴۷۵. London: sage.
- [94] Castello, E, 2009. The Nation as a Political Stage; A Theoretical Approach to Television Fiction and National Identities. International Communication Gazette, V. 71 (4).
- [95] Castells, M, 2001. Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society, Oxford, Oxford University Press.
- [96] Ellison, N. B. and D. M. Boyd (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication.
- [97] Hafez Nia, M., Kaviani, R., Karimi Pour, Y. & Taher Khani, M, 2006. The effect of globalization on the Iranian identity (The sample study: The governmental university of Tehran students). The magazine of geopolitic. 2(3): 1-21. (Text in Persian).
- [98] Jones's, 1998. cybersociety2.0: revisiting computer-mediated communication and community, London, sage.
- [99] Kaiser, R.J, 1997. Nationalism and Identity. In M.J. Brad Shaw (Ed) Geography and Transition in the Post-soviet Republics (pp. 9-30) Man Chester: wileg
- [100] Kelley, F.L, 2007. Face-Time: The Construction of Identity on Facebook. London: Wadsworth.



- Maleki, A. & Abbaspour, A,2009. The social Evaluation of adults perspective on national identity and its elements. The marital knowledge, Magazine. 10(2): 159-176. (Text in Persian)
- [101] McQuail, D,2005. McQuail's Mass Communication Theory, London, Sage Publications.
- [102] Pempek, TA, Yermolayeva, YA & Calvert, SL,2009. College students' social networking experiences on Facebook Journal of Applied Developmental Psychology. 30(3): 227-238.
- [102] Rahimi Nejad, A. & Mahmoud, M,2005. The evaluation of changes of identity and its relationship with self respect and stress in students. The magazine of literature faculty of Tehran. 159(46): 477-500. (Text in Persian).
- [103] Razazi Far, A,2010. The sample of socialization national identity. The magazine of national studies. 5(2)
- [104] Reiffer, B,2003. Religion and Nationalism. London: sage.
- [105] Scott, J,2006.Social Theory: Central Issues in Sociology. London: sage.
- [106]Shaffer, D,2005. Social and Personality Development, United Kingdom, Wadsworth
- [107] Stefanescu, C., Chele, G., Chirita, R., Chirita, V. & Ilinca, M007.. The relationship between development identity and internet addiction: study. European Psychiatry Volume 22, Supplement 1, Page S200
- [108] Van Den Bluck, H,2001.. Public service television and national identity as a project of modernity: The Example of Flemish television.London: sage.
- [109] Walther Joseph, B,1991. Computer mediated communication: Impersonal and interpersonal and hyper personal interaction. Communication Research, 23, 43.
- [110] Young. C. & Light, D,2001. Place, National Identity and Post-Sociologist Transformations: a Troduction, Political Geography. 20, 941-955.