

رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی در میان شهروندان شهر اردبیل

حسام الدین دهقانپور^۱، علی جعفری^۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۲/۱۹، تاریخ تایید: ۹۸/۴/۶

DOI: 10.22034/jcsc.2020.39139

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل می‌باشد. از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بوده که تعداد آنها برابر ۱۱۵۰۰۰ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد و تعداد نمونه آماری برابر ۳۸۴ نفر بدست آمد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز، از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده گردید. برای تحلیل فرضیات با توجه به سطح سنجش متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معناداری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر $-0/79$ است. همچنین بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فردی و هویت مجازی رابطه مثبت معناداری وجود دارد، در حالی که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت جمعی، ملی، دینی و انقلابی رابطه معکوس معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، هویت، ابعاد هویتی، شهروندان، شهر اردبیل.

۱ کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.
hesam.dehqanpor@gmail.com

۲ استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول).
Jafari.communication@gmail.com

مقدمه

هویت^۱ در زمره موضوعاتی است که در نظریه‌ها و دیدگاه‌های جامعه‌شناختی مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته و به شیوه‌های متفاوتی درباره آن مفهوم‌سازی شده است. به همین جهت، اشتغال نظری و عملی به هویت، به مشخصه اصلی آثار نظری و تجربی جامعه‌شناسی در دوران معاصر مبدل شده است (تایلور و اسپنسر^۲، ۲۰۱۰).

امروزه مساله ابعاد هویتی شهروندان از جنبه‌های گوناگون و از سوی متفکران و نظریه‌پردازان بسیاری مطرح است و شرایط فعلی جهان و ارتباط و رویارویی فرهنگ‌ها و گسترش تکنولوژی نیز بر اهمیت موضوع افزوده است. مسائلی از قبیل بحران هویت، بی‌هویتی، هویت قومی، هویت سیاسی، هویت دینی و... همگی حول محور هویت قرار گرفته است.

جامعه ایرانی به طور عام و شهروندان اردبیلی به طور خاص، همراه با سایر جوامع شرقی در حال گذار از یک مرحله تاریخی است. با توجه به انقلاب ارتباطات و تکنولوژی‌های نوین این گذار دارای ویژگی‌های خاص خود است. یکی از بارزترین این ویژگی‌ها عدم تطابق مرحله آتی با هویت ایرانی است. یعنی مرحله بعدی این گذار در راستای هویت سنتی ایران قرار ندارد. به معنای دیگر در اثر ارتباط نزدیک جوانان با شاخصه‌های جذاب غربی از طریق تکنولوژی ارتباطات یا مهاجرت به غرب مرحله بعدی حیات این جامعه در تداوم تاریخ و فرهنگ و دین ایرانی نخواهد بود. این امر در ابتدا به بحران هویت و سپس به تغییر هویت می‌انجامد که نه تنها برای ملت ایران بلکه برای هر ملتی عواقب خطرناکی را به دنبال خواهد داشت (امینیان، ۱۳۸۶). بنابراین شناسایی رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان و فهم کنش‌های ناشی از ابعاد هویت به شناخت جایگاه خود در میان کشورهای دیگر منجر خواهد شد. در این مقاله نیز با توجه به اهمیت این موضوع به شناسایی این رابطه در میان شهروندان اردبیلی خواهیم پرداخت.

در این تحقیق ابعاد هویتی شهروندان را در هشت بخش فردی، جمعی، ملی، دینی، قومی، انقلابی، مجازی و جهانی بررسی و تحلیل کرده‌ایم. در تحقیقات متعدد هویت از ابعاد مختلفی بررسی شده است. برخی از اندیشمندان هویت را صرفاً به سه بعد هویت قومی، ملی و جنسی

1 Identity

2 Taylor, G and Spencer

تقسیم کرده اند و برخی نیز هویت های فردی و اجتماعی را به آن اضافه کرده اند. برای تعیین ابعاد هویتی شهروندان از تحقیقات انجام شده و همچنین نظریات به کار رفته در پژوهش حاضر بهره گرفتیم. تقسیم‌بندی ابعاد هویت در میان پژوهش‌های انجام گرفته متفاوت است. میرمحمدی عناصر هویت ایرانی را در چهار دسته از ارزش‌های ملی، دینی، اجتماعی و انسانی طبقه‌بندی می‌کند (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۳۲۲). گودرزی نیز شش بعد را برای هویت در نظر می‌گیرد که عبارتند از: بعد اجتماعی، بعد تاریخی، بعد جغرافیایی، بعد سیاسی، بعد دینی و بعد فرهنگی- ادبی (گودرزی، ۱۳۸۳: ۱۱۳). البته، باید ذکر شود که بعد دینی به عنوان یکی از مؤلفه‌های هویت در برخی از پژوهش‌ها سنجش نشده است، اما در پژوهش حاضر به مانند بسیاری از تحقیقات پیشین، مثل میرزایی و همکاران (۱۳۸۸) و ربانی و حسنی (۱۳۸۸)، نوابخش (۱۳۹۴)، رحیمی (۱۳۹۴) و استفانوس و همکارانش (۲۰۰۷) به مثابه یکی از شاخص‌های هویتی شهروندان ارزیابی شده است. در نهایت، با توجه به تحقیقات انجام گرفته در گذشته و مبانی نظری مرتبط، هشت بعد فردی، جمعی، ملی، دینی، قومی، انقلابی، مجازی و جهانی استخراج و سنجش و تحلیل شده‌اند.

همان‌گونه که ذکر شد؛ عوامل متعددی بر هویت تاثیر می‌گذارد و آن را تحکیم یا تضعیف می‌نماید، استفاده از شبکه‌های اجتماعی یکی از این عوامل می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی اولین تاثیر خود را بر شیوه نگرش و اعتقادات شهروندان می‌گذارد که جزئی از هویت افراد است. به عبارتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، ممکن است آگاهی، نگرش و عملکرد شهروندان را نسبت به هویت خود در جنبه‌های مختلف فردی، اجتماعی، ملی، قومی و ... تغییر دهد. بنابراین هدف اصلی تحقیق حاضر پاسخگویی به این پرسش است که چه رابطه‌ای بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی شامل تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و یوتیوب با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

جعفری (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان آسیب های ناشی از عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی در میان نوجوانان و جوانان شهر اردبیل انجام داده است. جامعه آماری پژوهش را نوجوانان و جوانان ۱۵ تا ۳۰ ساله اردبیل تشکیل داده که از میان آنها ۳۸۰ نفر به روش نمونه

گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شده و با روش پیمایشی مورد مطالعه قرار گرفته اند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی با افت تحصیلی، اعتیاد اینترنتی، بحران هویت، به خطر افتادن سلامت جسمی، گوشه گیری و نداشتن تمرکز، همبستگی مستقیم وجود دارد به این معنا که هر اندازه میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی بیشتر باشد، این عوارض افزایش بیشتری می یابد. همچنین بین میزان عضویت و فعالیت نوجوانان و جوانان در شبکه های اجتماعی با عواطف خانوادگی و ارتباطات واقعی کاربران همبستگی معکوس وجود دارد؛ به این معنا که هر چه میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی بیشتر باشد، میزان عواطف خانوادگی و ارتباطات واقعی آنان کمتر خواهد شد.

نوابخش (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان بررسی ابعاد هویتی سه گانه (محلی، ملی و جهانی) در بین جوانان و نقش آن در توسعه فرهنگی استان آذربایجان شرقی انجام داد. نتایج نشان داد که هویت غالب در نزد جوانان هویت قومی بوده و هویت های ملی و جهانی بترتیب در اولویت های بعدی قرار دارند. بین هویت قومی با هویت های ملی و جهانی همبستگی مستقیم، ولی بین هویت ملی و جهانی همبستگی معکوس وجود داشت.

رحیمی (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان تحلیل ابعاد هویتی دانشجویان دانشگاه کاشان و ارتباط آن با میزان اعتیاد اینترنتی انجام داد. نتایج نشان داد میانگین ابعاد هویت بالاتر از حد متوسط اما میزان اعتیاد اینترنتی دانشجویان دانشگاه کاشان پایین تر از حد متوسط بود. همچنین بین ابعاد هویت (فردی، ارتباطی، اجتماعی و جمعی) با اعتیاد اینترنتی، ارتباط معناداری وجود داشت.

بقایی سرابی (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان تاثیر فضاهای مجازی بر ابعاد هویتی دانشجویان انجام داد. نتایج بررسی نشان می دهد بین استفاده از اینترنت و هویت یابی رابطه وجود دارد. میزان این رابطه بر ابعاد مختلف هویت متفاوت است. همچنین، در نتایج حاصل از رابطه، بین برخی متغیرهای زمینه ای و هویت یابی تفاوت مشاهده شده است.

حافظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که گسترش فرایندهای جهانی شدن در قالب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت) با هویت ملی رابطه دارد. به بیان دیگر با افزایش میزان استفاده از فناوری اطلاعات، میزان علائق ملی کاهش

می‌یابد. همچنین جهانی شدن با تقویت نیروهای فراملی و فروملی منجر به تضعیف علائق ملی دانشجویان می‌گردد.

مازلین و مور^۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان استفاده از اینترنت، رشد هویت و اضطراب اجتماعی در بین جوانان دریافتند که در افرادی که بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند سطوح بالاتری از اضطراب اجتماعی و فقدان هویت یافتگی مشاهده می‌شود.

بالبی^۲ (۲۰۱۱) در مطالعه‌ی هویت ملی و خارجی جهت بررسی هویت ملی افراد آمریکایی با استفاده از روش کیفی، نمونه‌ای از افراد آمریکایی را که البته در خارج از آمریکا تحصیل کرده بودند انتخاب نموده است. نتایج تحقیق وی نشان داده است که حضور در کشور دیگر باعث شده جنبه‌هایی از هویت ملی افراد دوباره ساخته شود و هرچند برخی آمریکاییها هویت ملی خود را به عنوان یک دارایی در آغوش می‌گیرند، برخی دیگر ارتباط میان هویت ملی و سرزمین را رد کرده‌اند.

استفانسو و همکارانش (۲۰۰۷) 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 حالت‌های مختلف هویت (فردی، ملی و...) رابطه دارد.

تفاوت تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین در این است که در برخی از تحقیقات پیشین، به جای ابعاد هویتی، متغیرهایی همچون سبک زندگی آورده شده است و شباهت تحقیق حاضر نیز در این است که متغیرهای مشابه نیز تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت و ابعاد آن را تایید می‌کنند.

مرور نظری

در ارتباط با ابعاد هویتی شهروندان اردبیلی و رابطه آن با شبکه‌های اجتماعی بحث نظریه پردازان رسانه‌ها و هویت، چگونگی رابطه در دو رویکرد زیرتشریح شده است و سپس چارچوب نظری ارائه می‌گردد:

۱. رویکرد جدایی فضا و زمان از مکان و تحقق جهانی شدن از آنتونی گیدنز: آنتونی

گیدنز از جدایی فضا و زمان از مکان یعنی برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان به سبب

1 Mazalin, D. Moore

2 Bolby

گسترش ارتباطات رسانه ای سخن می‌گوید و یکی از عناصر پویایی و تحرک خارق العاده زندگی اجتماعی امروزی را همین جدایی فضا و زمان از مکان می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۳۵). که در نتیجه به جهانی شدن منجر می‌شود. تحت تأثیر جهانی شدن امکان کنش و روابط اجتماعی در جامعه ای بسیار بزرگ تر فراهم می‌آید و در نتیجه تحت منطق پویش تجدد، جامعه ای جهانی پدید می‌آید. با ایجاد انواع پیوند و رابطه فرد با این جامعه جهانی؛ فرایند جهانی شدن بوجود می‌آید (حافظ، ۲۰۰۷؛ رانتانن، ۲۰۰۷؛ چاکراوورتی و همکاران، ۲۰۰۶). گیدنز در خصوص جهانی شدن چنین می‌گوید:

«جهانی شدن در واقع به معنای درهم گره خوردن رویدادهای اجتماعی و روابط اجتماعی سرزمین های دوردست با تار و پود موضعی یا محلی دیگر است. پدیده ای که می‌توان آن را نوعی تلاقی حاضر و غایب دانست. گسترش جهانی تجدد را باید برحسب ارتباط فرایند بین اوضاع و احوال دوردست و تغییرپذیری مزمین شرایط و تعهدات محلی مورد توجه قرار دهیم. پدیده جهانی شدن را باید به شیوه ای متقابل در نظر گرفت، شیوه ای که به موجب آن رویدادهای یک قطب از ارتباط های بسیار دور، اغلب رخداد های متباین یا حتی متضاد در قلب یکدیگر به وجود می‌آورند. تقابل عوامل محلی و جهانی پایه های اساسی استدلال و احتجاج بحث ما هستند» (گیدنز، ۱۳۸۵: ۴۲). حتی در بخش های پیشرفته جهان نیز ماهیت زندگی روزمره به طور مستمر تحت تاثیر وصلت بین عناصر محلی و جهانی تحول می‌یابد. در واقع جهانی شدن هویت از یکسو وابسته به گسترش رسانه های جمعی و ارتباطات عمومی است و از سوی دیگر ارتباطات عمومی منوط به شکل گیری هویت عام است (توسلی، ۱۳۸۳: ۲۰).

در نظریه ساختارگرایی، گیدنز با عبور از دو مکتب کارکردی و کنش که یکی بر ساختار و دیگری بر کنش توجه می‌کند، به نظریه ترکیبی روی می‌آورد و کلید فهم دگرگونی های علوم اجتماعی را رابطه کنش انسان و ساخت اجتماعی می‌داند و معتقد است تحلیل جامعه نباید صرفاً در سطح خرد یا کلان خلاصه شود و بر تقابل تاریخی خرد و کلان یا کنش و ساخت خط بطلان می‌کشد. او خود می‌گوید: «پهنه اساسی بررسی علوم اجتماعی برابر با نظریه ساختار بندی، نه تجربه کنشگر فردی است و نه وجود هرگونه کلیت اجتماعی، بلکه این پهنه همان عملکردهای اجتماعی است که در راستای زمان و مکان سامان می‌گیرند.» گیدنز در نظریاتش به مسئله بازاندیشی نیز توجه کرده است. او نقد خود و بازاندیشی شخصی را خصایص

اصلی زندگی اجتماعی می‌داند و معتقد است در جامعه مدرن انسان دائماً هویت خود را خلق و تصحیح می‌کند و این که چه کسی هستند و چگونه اینگونه شده اند را مدام مرور می‌کنند. بر این اساس انسان مدرن، دارای نوعی هویت شخصی است که می‌تواند خود را برای دیگران توضیح دهد و این شاخصه عصر حاضر است. گیدنز در بخشی دیگر از نظریاتش با رد پست مدرنیسم معتقد است ما در مدرنیته متاخر به سر می‌بریم و وضعیت حاضر نه پست مدرنیسم و پایان مدرنیسم بلکه تکامل و تکمیل و توسعه و تشدید مدرنیته است (لاپتن، ۱۳۸۰).

گیدنز از متفکرین نظریه پرداز جهانی شدن تا حدودی مدرنیته متاخر را علت و معلول جهانی شدن می‌داند و این فرآیند بهم وابستگی روزافزون برای انسان را امری گریز ناپذیر و انکارناشدنی در جهان امروز می‌پندارد. او بر خلاف برخی منتقدان جهانی شدن، این پروسه را استعمار معکوس خوانده و فرآیندی برابر ساز در عرصه جهانی می‌داند و در مجموع پروسه ای مثبت و تاریخی می‌داند که از قرن ۱۸ وجود داشته اما در مدرنیته متاخر شدت و وسعت بیشتری یافته است و هم در عرصه خرد و هم در عرصه کلان انسان تاثیرگذار است (لاپتن، ۱۳۸۰).

آنتونی گیدنز در کتابهای پیامدهای مدرنیته (۱۹۹۰)، مدرنیته و هویت شخصی (۱۹۹۱) و دگرگونی در روابط نزدیک (۱۹۹۲) به مسئله «هویت» در عصر مدرن می‌پردازد. به اعتقاد گیدنز همه انسان ها در جوامع مدرن باید به سؤالات مهمی درباره هویت خود پاسخ بدهند و ناگزیر در طول زندگی انتخاب‌های مهمی انجام دهند. از سؤالات روزمره همچون چگونگی لباس پوشیدن، چه چیزی خوردن و تفریحات گرفته تا تصمیمات اساسی درباره روابط، باورها و شغل خود. در جوامع سنتی کم و بیش نقش‌های ثابتی برای افراد تعریف می‌شد، درحالیکه در جوامع مدرن، انسان باید خود نقش هایش را بسازد. اهمیت یافتن مسئله هویت، هم یکی از علل تغییرات نهادی است و هم یکی از نتایج آن. یکی از عواملی که گیدنز در بحث هویت بر آن تأکید می‌ورزد رسانه ها هستند. رسانه ها درک فرد از روابطش را تغییر می‌دهند. اطلاعات و افکاری که رسانه ها در جامعه منتشر می‌کنند فقط بازتابی از جهان اجتماعی نیست بلکه یکی از عوامل و نیروهای مؤثر در شکل جهان اجتماعی است. این رسانه ها در بازاندیشی مدرن نقشی محوری دارند و گزینه‌های انتخاب ما را مشخص کرده و سبک‌های زندگی را به ما معرفی می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۶).

۲. رویکرد تناقض آمیز و همراه با ستیز هویت‌های خرد و کلان: این رویکرد در آرای

مانوئل کاستلز تجلی می‌یابد. مانوئل کاستلز در ایران، بیشتر با کتاب‌های سه گانه «عصر اطلاعات» شناخته می‌شود. ظهور جامعه شبکه‌ای و هویت فرهنگی از اصلی‌ترین بحث‌های کاستلز در حوزه جامعه شبکه‌ای است (استونز، ۱۳۸۱). کاستلز اعتقاد دارد که انقلاب تکنولوژی اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه‌داری، شکل تازه‌ای از جامعه شبکه‌ای را پایه‌گذاری کرده است. وجه بارز این جامعه، جهان شمول شدن آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی است که اهمیت استراتژیک قاطعی دارند. شبکه‌ای شدن سازمان، بی‌ثباتی و فردی شدن نیروی کار، فرهنگ مجازی که از نظام رسانه‌ای فراگیر به وجود آمده است از جمله مشخصه‌های جامعه شبکه‌ای است. این شکل نوین سازمان اجتماعی نهاد‌های اجتماعی را به لرزه در خواهد آورد، فرهنگ‌ها را دگرگون خواهد ساخت، ثروت خواهد آفرید، به هر حال خوب یا بد، این دنیایی تازه است. کاستلز در کتاب خود از این نظر به فعل و انفعال متقابل میان جهان شمولی ناشی از تکنولوژی، قدرت هویت (هویت جنسی، ملی، قومی، فرهنگی) و نهاد‌های دولت توجه نشان داده که آنها به نهضت‌های اجتماعی منجر خواهند شد و ساخت هویت اجتماعی را در بستر روابط این قدرت‌ها می‌داند (علیخانی، ۱۳۸۳).

دست‌آورد پژوهش‌های کاستلز، شناسایی تضاد میان شبکه (هویت جهانی) و خویش (هویت محلی) است به اعتقاد وی، در دوران تاریخی معاصر، «هویت به اصلی‌ترین و گاه تنها سرچشمه معنا تبدیل شده است. مردم هر روز بیش از گذشته معانی خود را نه بر اساس اعمال بلکه بر اساس هویت خود یا آنچه که گمان می‌کنند هویتشان است سامان می‌دهند (کاستلز، ۱۳۸۰). کاستلز معتقد است هویت برساخته می‌شود و سازمان‌دهنده معناست با این تفاوت که در این بحث کانون توجه او به هویت جمعی است تا هویت فردی. فرضیه اساسی او این است که به طور کلی، اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را بر می‌سازد، تا حد زیادی تعیین‌کننده محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا خود را بیرون از آن تصور می‌کنند. او هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، تعریف کرده است.

از سوی دیگر، شبکه‌های جهانی مبادلات ابزاری، با جریان بی وقفه تصمیمات راهبردی، افراد، گروهها و حتی کشورها را به نحو‌گزینشی و بر حسب اهمیتی که در برآورده ساختن اهداف شبکه دارند، به کار می‌گیرند. این امر ناشی از شکاف بنیادین میان ابزارگرایی انتزاعی و عام(جهانی) و هویت‌های خاص گرا(محلی) است که ریشه‌ای تاریخی دارند. ساختار جوامع ما به نحو روزافزونی پیرامون تقابل دوقطبی میان شبکه و خویش شکل می‌گیرد» (علیخانی، ۱۳۸۳).

بنابراین هویت و کنش‌های جمعی پیرامون آن، محور چارچوب نظری کاستلز را تشکیل می‌دهد. به اعتقاد وی، ویژگی بارز اجتماعی از دهه ۱۹۹۰ به بعد، سامان یافتن جنبش‌های اجتماعی بر مبنای «هویت» است. منظور کاستلز از هویت، فرایندی است که یک کنشگر اجتماعی به وسیله آن خود را می‌شناسد و عمدتاً بر مبنای یک خصیصه یا مجموعه‌ای از خصائص فرهنگی، و بدون اشاره به سایر ساختارهای اجتماعی، معنا و جهان معنایی خود را می‌سازد. در نهایت کاستلز اینگونه استدلال می‌کند که در سرتاسر جهان معاصر، شاهد افزایش فاصله میان شبکه(جهانی شدن) و فرد(هویت سنتی) هستیم. در واقع، جریان متضادی میان جهانی شدن(توسط رسانه‌های جمعی) از یک سو، و کنش‌های ناشی از هویت از سوی دیگر برقرار است (علیخانی، ۱۳۸۳).

بنابراین کاستلز بین آنچه جهانی شدن ناشی از تأثیرات رسانه‌ای می‌نامد و آنچه شکل‌گیری هویت‌های جمعی است، نه توافقی می‌بیند و نه به تکرار مسالمت‌آمیز هویت‌های جمعی خرد و کلان اعتقاد دارد. بلکه به عبارتی او بین هویت‌های جمعی خرد یا محلی و روند جهانی شدن به نوعی تناقض و ستیز باور دارد.

چارچوب نظری

پس از بررسی نظریه‌ها و مدل‌های مرتبط با موضوع مقاله، استفاده از نکات برجسته دو نظریه، رابطه شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان از منظر آنتونی گیدنز و مانوئل کاستلز به عنوان مکمل همدیگر در تبیین نظری و دستگاه تئوریک ما نقشی حیاتی دارد. از آنتونی گیدنز فشرده‌گی زمان و مکان و جدایی فضا و زمان از مکان و بوجود آمدن جامعه‌ای جهانی تحت منطق پویای تجدد و از مانوئل کاستلز آگاهی از امر جهانی و جهانی شدن بر اساس تضاد و

ستیز را گرفته ایم. بنابراین با استفاده از تلفیق دو نظریه گیدنز و کاستز، نظریه خود را چنین ارائه می‌دهیم: در شرایط نظام سرمایه داری در جهان کنونی جدایی فضا و زمان از مکان در نتیجه گسترش ارتباطات رسانه ای و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته که به فشردگی فضا و زمان یعنی کاهش زمان و کوچک شدن فضا انجامیده است، در نتیجه ما شاهد برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان هستیم. در شرایطی این چنین انسان‌ها به بازسازی مفهوم زمان و فضا پرداخته‌اند و در نتیجه با گسست دوران مدرن با دوران سنتی مواجه هستیم. مقاومت فرهنگ محلی در برابر هجوم عوامل مدرنیته آن طور عمل می‌کند که جلوی کارکرد «معمول» و «طبیعی» آن عوامل را می‌گیرد. بنابراین این امر می‌تواند هویت‌های افراد جامعه را از سنتی به غربی یا ترکیبی از هر دو تبدیل کند. بنابراین در فرهنگ جامعه ایرانی (در این مقاله شهروندان اردبیلی) می‌توان دست کم به هشت نوع هویت گوناگون که در بیان مسئله به آنها اشاره شد، دست یافت. آنتونی گیدنز به مسالمت آمیزی هویت‌های افراد جامعه در کنار هم اعتقاد دارد. ولی با توجه به اینکه تاثیرات رسانه ای موجب تغییر در ابعاد هویت افراد جوامع سنتی می‌شوند، امکان دارد ابعاد هویت فرد از آن حالت گذشته خارج و به سمت هویت غربی یا جهانی متمایل شود. بنابراین با توجه به آرای کاستلز، هم در حین این انتقال و هم در میان انواع مختلف هویت (محلی و جهانی) تضادی به وجود خواهد آمد. به محدوده و فاصله ای که در آن افراد جامعه در بلاتکلیفی به سربرده و مابین هویت سنتی و غربی معلق هستند، محقق در این پژوهش با استفاده از پژوهش «بوگرا» آن را هویتی بی طرفانه نام نهاده است. این بی طرفی احتمالاً ناشی از نوعی سردرگمی در فرد یا نوعی مقاومت در برابر فرهنگ مدرنیته باشد. این مقاومت چنان کارکردی دارد که از رابطه ی «فرهنگ ملی / مدرنیته» معادله ی جدیدی می‌سازد. معادله ای ستیز انگیز که در عین حال، خود ترکیبی است نو. در این ترکیب نو، دیگر نه «فرهنگ ملی» شامل واقعیتی تام و تمام- همچون گذشته می‌باشد و نه مدرنیته اصلیت اولیه و تماماً غربی دارد. ولی این تحول تنها در فرهنگ ملی و سنت پدید نمی‌آید. در واقع به همین شکل مدرنیته نیز واقعیت پیشین، یعنی تماماً غربی خود را از دست می‌دهد. این تحول اهمیت فراوان دارد و اغلب از دید پژوهشگران پنهان می‌ماند. در واقع ترکیب‌های نو یک مجموعه جدیدند، مجموعه‌ای که از پیش وجود نداشته است، نه این است و نه آن؛ نه فرهنگ ملی به معنای اصیل، نه مدرنیته به معنای غربی، بلکه ترکیب هر دوی آنهاست.

از مزایای ارائه این چهارچوب نظری اولاً همخوانی آن با تار و پود کشور ایران است زیرا تأثیراتی که فرهنگ ایرانی از جهانی شدن و رسانه‌ها دریافت می‌کند به مراتب بیشتر از کشورهای غربی است و این تأثیرات موجب بروز تضادهایی در جامعه و فرد در حین انتقال هویت‌های جمعی محلی به جهانی می‌گردد. مزیت دیگر آن این است که پشتوانه محکمی برای انجام تحقیقات پژوهشی در این زمینه خواهد بود که بدون تردید محققانی که در زمینه هویت کار خواهند کرد، با استفاده از این چهارچوب نظری و مدل آن از سردرگمی‌های یافته و به نتایج کارساز و مهمی در باب هویت نائل خواهند شد. ترکیب آراء در چهارچوب نظری مطابقت و همخوانی آن با مقاله حاضر است که این مقاله را از مقالات مشابه مستثنی می‌سازد.

فرضیه‌های تحقیق

- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فردی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت جمعی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت ملی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت دینی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت قومی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت انقلابی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت مجازی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.
- بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت جهانی شهروندان شهر اردبیل رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بوده که تعداد آنها برابر ۱۱۵۰۰۰ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد و تعداد نمونه آماری برابر ۳۸۴ نفر بدست آمد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق، به صورت میدانی و با

مراجعه به شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل انجام شد. به منظور گردآوری داده های موردنیاز، از پرسشنامه های محقق ساخته استفاده گردید. جهت سنجش اعتبار^۱ پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده است، به این نحو که پرسشنامه ها در اختیار اساتید قرار گرفته و نظرات آنها در مورد اینکه آیا پرسشنامه ها ابزار خوبی برای سنجش متغیرها هستند خواسته شد که مورد تایید ایشان بود. برای سنجش ضریب پایایی^۲ پرسشنامه ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج حاصل از ضریب آلفای کرونباخ به شرح زیر بدست آمده است:

جدول (۱): جدول ضریب پایایی سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق

ضریب آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۸۴	شبکه های اجتماعی
۰/۷۹	ابعاد هویت
۰/۷۷	هویت فردی
۰/۸۲	هویت جمعی
۰/۸۶	هویت ملی
۰/۷۵	هویت دینی
۰/۸۹	هویت قومی
۰/۷۴	هویت انقلابی
۰/۸۵	هویت مجازی
۰/۸۰	هویت جهانی

داده های آماری با نرم افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شده است و برای تحلیل فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

یافته ها

جدول (۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای زمینه ای

متغیر	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	279	72.7
	زن	105	27.3

1 Validity

2 Reliability

ادامه جدول(۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب متغیرهای زمینه ای

متغیر	وضعیت	فراوانی	درصد
سن	۱۸ تا ۲۵ سال	74	19.3
	۲۶ تا ۳۳ سال	121	31.5
	۳۴ تا ۴۲ سال	99	25.8
	۴۳ تا ۵۰ سال	52	13.5
	بالای ۵۰ سال	38	9.9
تحصیلات	زیر دیپلم	90	23.4
	دیپلم	88	22.9
	فوق دیپلم	62	16.1
	لیسانس	96	25.0
	فوق لیسانس	45	11.7
	دکتری	3	.8

طبق نتایج جدول فوق ۷۲/۷ درصد پاسخگویان مرد هستند و ۲۷/۳ درصد نیز زن هستند. ۹/۹ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بالای ۵۰ سال سن دارند و ۳۱/۵ درصد با بیشترین فراوانی ۲۶ تا ۳۳ ساله هستند. ۰/۸ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی تحصیلات دکتری دارند و ۲۵ درصد با بیشترین فراوانی تحصیلات لیسانس دارند.

جدول(۳): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام

میزان استفاده	فراوانی	درصد
اصلاً	67	17.4
کمتر از یک ساعت	111	28.9
یک تا سه ساعت	94	24.5
سه تا پنج ساعت	86	22.4
بیش از پنج ساعت	26	6.8
جمع	384	100.0

طبق نتایج جدول فوق ۶/۸ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از پنج ساعت از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می‌کنند و ۲۸/۹ درصد با بیشترین فراوانی کمتر از یک ساعت از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می‌کنند.

جدول (۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام

میزان استفاده	فراوانی	درصد
اصلاً	112	29.2
کمتر از یک ساعت	127	33.1
یک تا سه ساعت	64	16.7
سه تا پنج ساعت	53	13.8
بیش از پنج ساعت	28	7.3
جمع	384	100.0

طبق نتایج جدول فوق ۷/۳ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از پنج ساعت از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۳۳/۱ درصد با بیشترین فراوانی کمتر از یک ساعت از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند.

جدول (۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک

میزان استفاده	فراوانی	درصد
اصلاً	151	39.3
کمتر از یک ساعت	121	31.5
یک تا سه ساعت	61	15.9
سه تا پنج ساعت	32	8.3
بیش از پنج ساعت	19	4.9
جمع	384	100.0

طبق نتایج جدول فوق ۴/۹ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از پنج ساعت از شبکه اجتماعی فیس بوک استفاده می‌کنند و ۳۹/۳ درصد با بیشترین فراوانی اصلاً از شبکه اجتماعی فیس بوک استفاده نمی‌کنند.

جدول (۶): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه اجتماعی یوتیوب

میزان استفاده	فراوانی	درصد
اصلاً	165	43.0
کمتر از یک ساعت	87	22.7
یک تا سه ساعت	94	24.5
سه تا پنج ساعت	32	8.3
بیش از پنج ساعت	6	1.6
جمع	384	100.0

طبق نتایج جدول ۱/۶ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بیش از پنج ساعت از شبکه اجتماعی یوتیوب استفاده می‌کنند و ۴۳ درصد با بیشترین فراوانی اصلاً از شبکه اجتماعی یوتیوب استفاده نمی‌کنند.

جدول(۷): میانگین و انحراف معیار ابعاد هویتی و ابعاد آن

آماره	هویت فردی	هویت جمعی	هویت ملی	هویت دینی	هویت قومی	هویت انقلابی	هویت مجازی	هویت جهانی	ابعاد هویتی
میانگین	۴/۵۰	۴/۳۸	۴/۳۳	۳/۹۲	۴/۰۷	۴/۱۳	۳/۸۴	۳/۹۲	۴/۱۴
انحراف معیار	۰/۷۶	۰/۷۴	۰/۶۵	۰/۹۰	۰/۹۶	۰/۷۶	۱/۱۲	۱/۰۹	۰/۶۷

طبق نتایج جدول فوق میانگین هویت فردی ۴/۵۰، هویت جمعی ۴/۳۸، هویت ملی ۴/۳۳، هویت دینی ۳/۹۲، هویت قومی ۴/۰۷، هویت انقلابی ۴/۱۳، هویت مجازی ۳/۸۴، هویت جهانی ۳/۹۲ و ابعاد هویتی ۴/۱۴ است. بنابراین می‌توان گفت که از بین ابعاد ابعاد هویتی، هویت فردی بیشترین و هویت مجازی کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است. همچنین انحراف معیار بدست آمده نیز نشان می‌دهد که بیشترین پراکندگی نمرات مربوط به بعد هویت جهانی و کمترین پراکندگی نمرات مربوط به هویت ملی است.

جدول(۸): نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

آماره	استفاده از شبکه های اجتماعی	ابعاد هویتی
مقدار z کولموگروف- اسمیرنوف	۰/۸۱۱	۰/۹۱۴
سطح معنی داری	۰/۶۰۴	۰/۴۷۷

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ بیش از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال است و جهت تحلیل فرضیات باید از آزمون‌های پارامتریک ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرد.

آزمون فرضیه اصلی

فرضیه اصلی: بین استفاده از شبکه های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه وجود دارد.

جدول (۹): نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی استفاده از شبکه های

اجتماعی و نمره کل ابعاد هویتی شهروندان

متغیر وابسته	آماره ها	متغیر مستقل
ابعاد هویتی شهروندان	ضریب همبستگی پیرسون	استفاده از شبکه های اجتماعی
- ۰/۷۹۱	سطح معناداری	
۰/۰۰۰	تعداد نمونه	
۳۸۴		

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ کمتر از ۰/۰۱ است، بنابراین می توان گفت که فرضیه اصلی تایید می شود و بین استفاده از شبکه های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۷۹- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی، ابعاد هویتی شهروندان کاهش می یابد.

آزمون فرضیه های فرعی

جدول (۱۰): نتایج ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین رابطه همبستگی متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته								آماره ها	متغیر مستقل
هویت جهانی شهروندان	هویت مجازی شهروندان	هویت انقلابی شهروندان	هویت قومی شهروندان	هویت ملی شهروندان	هویت ملی شهروندان	هویت اجتماعی شهروندان	هویت فرزند شهروندان		
۰/۰۸۷	۰/۴۵۰	- ۰/۴۱۱	۰/۰۱۸	- ۰/۵۵۳**	- ۰/۴۰۴**	- ۰/۳۰۰**	۰/۳۸۳**	ضریب همبستگی پیرسون	استفاده از شبکه های اجتماعی
۰/۰۸۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۷۳۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

طبق نتایج جدول ۴ و با توجه به سطح معنی داری خطای آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ می توان گفت که فرضیه های ۱، ۲، ۳، ۴، ۶ و ۷ تایید می شود و بین استفاده از شبکه های

اجتماعی با هویت فردی و هویت مجازی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد، در حالی که بین استفاده از شبکه های اجتماعی با هویت جمعی، ملی، دینی و انقلابی رابطه معکوس معنی داری وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

طبق نتایج تحقیق، فرضیه اصلی تایید می‌شود و بین استفاده از شبکه های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۷۹- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی، ابعاد هویتی شهروندان کاهش می‌یابد.

نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی به شیوه ای اشاره دارد که طی آن ارتباط گران نشانه‌های هویتی و اجتماعی انتقال یافته توسط رسانه ها را پردازش می‌کنند. ارتباط گران در استفاده از هر رسانه ای به دنبال کاهش ابهام و افزایش احساس قرابت هستند، آنها در ارتباطات به واسطه کامپیوتر برای دستیابی به نیازهایشان از شیوه های کلامی و غیر کلامی متن بنیانی که در انطباق با ویژگیهای خاص این رسانه شکل داده اند، استفاده می‌کنند.

نتایج تحقیق با یافته های تحقیق جعفری (۱۳۹۵) همخوانی دارد. نتایج تحقیق ایشان نشان می‌دهد که بین میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی با افت تحصیلی، اعتیاد اینترنتی، بحران هویت، به خطر افتادن سلامت جسمی، گوشه گیری و نداشتن تمرکز، همبستگی مستقیم وجود دارد به این معنا که هر اندازه میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی بیشتر باشد، این عوارض افزایش بیشتری می‌یابد. همچنین بین میزان عضویت و فعالیت نوجوانان و جوانان در شبکه های اجتماعی با عواطف خانوادگی و ارتباطات واقعی کاربران همبستگی معکوس وجود دارد؛ به این معنا که هر چه میزان عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی بیشتر باشد، میزان عواطف خانوادگی و ارتباطات واقعی آنان کمتر خواهد شد.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه اول تایید می‌شود و بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت فردی شهروندان رابطه مثبت معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر

برابر ۰/۳۸ است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی، هویت فردی شهروندان افزایش می یابد.

مانوئل کاستلز در میان نویسندگان متأخر از همه بیشتر به برخی از ویژگی های سیاسی مهم فرهنگ های رسانه ای معاصر پرداخته است. یقیناً بر خلاف دیدگاه هایی که تا کنون ارائه شده است، کستلز خطوط کلی دیدگاهی را درباره ی فرهنگ های رسانه ای معاصر ترسیم کرده است که به شالوده شکنی قطب بندی های مباحث قبلی و در عین حال مرتبط ساختن آن ها به فرآیندهای دگرگونی اجتماعی اساسی می پردازد. کستلز چنین استدلال می کند که جامعه ی اطلاعاتی در حال ظهور عمدتاً زاینده رابطه در حال تغییر بین سرمایه داری جهانی، دولت و جنبش های اجتماعی معاصر است. با این حال او با همان صراحت بیان می دارد که توسعه ی رسانه های جدید، تنوع بخشی به پیام های رسانه ای، انفجار درونی سیاست و رسانه ها همگی آثار دامنه داری بر حوزه ی عمومی داشته اند.

نتایج تحقیق با یافته های تحقیق استفانسو و همکارانش (۲۰۰۷) 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 هویت فردی رابطه دارد.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه دوم تایید می شود و بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت جمعی شهروندان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۳۰- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی، هویت جمعی شهروندان کاهش می یابد. عاملی با تاکید بر دوفضایی شدن مسیر زندگی و قرار گرفتن فضای جدید صنعتی مجازی در کنار محیط قدیمی طبیعی زندگی، افزود: دو فضایی شدن، ظرفیت جدید فضای ارتباطی زندگی را توسعه داده و به نوعی ظرفیت «حضور فرد در همه جهان» را از منزوی ترین محیط های زندگی اعم از محیط های روستایی، شهری، شهرهای کوچک و کلان شهرهای بزرگ جهان فراهم آورده است.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه سوم تایید می شود و بین استفاده از شبکه های اجتماعی و هویت ملی شهروندان رابطه منفی معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۴۰- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی، هویت ملی شهروندان کاهش می یابد. نتایج تحقیق با یافته های تحقیق استفانسو و همکارانش (۲۰۰۷) 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 هویت ملی رابطه دارد. نتایج تحقیق همچنین با یافته‌های تحقیق بالبی (۲۰۱۱) همخوانی دارد. نتایج تحقیق او نشان می‌دهد که حضور در کشور دیگر باعث شده جنبه‌هایی از هویت ملی افراد دوباره ساخته شود و هرچند برخی آمریکاییها هویت ملی خود را به عنوان یک دارایی در آغوش می‌گیرند، برخی دیگر ارتباط میان هویت ملی و سرزمین را رد کرده‌اند.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه چهارم تایید می‌شود و بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی شهروندان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۵۵- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هویت دینی شهروندان کاهش می‌یابد. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق بقایی سرابی (۱۳۹۲) همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که بین استفاده از اینترنت و هویت یابی رابطه وجود دارد. میزان این رابطه بر ابعاد مختلف هویت متفاوت است. همچنین، در نتایج حاصل از رابطه، بین برخی متغیرهای زمینه‌ای و هویت یابی تفاوت مشاهده شده است.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه پنجم تایید نمی‌شود و بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت قومی شهروندان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی ارتباط وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق نوابخش (۱۳۹۴) همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که هویت غالب در نزد جوانان هویت قومی بوده و هویت‌های ملی و جهانی بترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند. بین هویت قومی با هویت‌های ملی و جهانی همبستگی مستقیم، ولی بین هویت ملی و جهانی همبستگی معکوس وجود داشت.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه ششم تایید می‌شود و بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت انقلابی شهروندان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۴۱- است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هویت انقلابی شهروندان کاهش می‌یابد.

فناوری‌های جدید ساختارهای بزرگ را قادر ساخته‌اند تا به هماهنگی بخشیدن به فعالیت‌های خود در سطح جهان دست بزنند و در عین حال نهادهای بازخوردی پدید آورند که به سرعت به نیازها پاسخ گویند. دیجیتالی شدن پایگاه‌های دانش، امکان پردازش و ذخیره‌ی اطلاعات را از فواصل بسیار دور فراهم می‌سازد. از این رو سرمایه‌داری کمتر به دولت وابسته است و بیشتر به توانایی یک سیستم اطلاعاتی مشترک برای انتقال دانش به شبکه‌های دور دست متکی است. در چارچوب این فرآیندها، سرمایه‌داری قدیمی و سرمایه‌داری جدید (فناوری اطلاعات) همگرایی حاصل می‌کنند. مشخصه‌ی اقتصاد اطلاعاتی جدید، فرآیندهای هم‌زمان توسعه یافتگی و توسعه نیافتگی اقتصادی است. سیاه چاله‌های اقتصاد اطلاعاتی، شامل افرادی می‌شود که به لحاظ اجتماعی و فرهنگی با بدنه‌ی اصلی جامعه ارتباط ندارند نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق حافظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که گسترش فرآیندهای جهانی شدن در قالب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت) با هویت ملی رابطه دارد. به بیان دیگر با افزایش میزان استفاده از فناوری اطلاعات، میزان علائق ملی کاهش می‌یابد. همچنین جهانی شدن با تقویت نیروهای فراملی و فروملی منجر به تضعیف علائق ملی دانشجویان می‌گردد.

طبق نتایج تحقیق، فرضیه هفتم تایید می‌شود و بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت مجازی شهروندان رابطه مثبت معنی داری وجود دارد و ضریب همبستگی دو متغیر برابر ۰/۴۵ است. به عبارتی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هویت مجازی شهروندان افزایش می‌یابد. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق مازلین و مور (۲۰۱۴) همخوانی دارد. نتایج تحقیق آنها نشان می‌دهد که در افرادی که بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند سطوح بالاتری از اضطراب اجتماعی و فقدان هویت یافتگی مشاهده می‌شود.

با توجه به یافته‌های تحقیق، بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین جهت بهبود ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

با توجه به اینکه رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فردی شهروندان مثبت است، بنابراین پیشنهاد می‌شود برای کاهش آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه هویت

فردی، رسانه های داخلی و بخصوص شبکه سبلان با استفاده از برنامه های فرهنگیو اجتماعی به بازتولید هویت فردی شهروندان کمک کند.

از آنجا که هویت ملی رابطه معکوس معنی داری با میزان استفاده از شبکه های اجتماعی دارد، بنابراین پیشنهاد می شود تا حد ممکن شاخص های مربوط به هویت ملی همچون میزان اهمیت دادن به پرچم، سرود ملی، زبان ملی و ... در کتب، نشریات، شبکه های اجتماعی میهنی و رسانه های داخلی تقویت شود.

کاربران شبکه های اجتماعی در مورد پیگیری منابع و مستندات اطلاعات موجود در شبکه های اجتماعی بخصوص در تاثیر شبکه های اجتماعی بر هویت آموزش داده شوند.

از ظرفیت های بالای شبکه های اجتماعی برای تقویت هویت ملی و دینی استفاده شود. رسانه های داخلی با تولید محصولات فرهنگی غنی در حوزه هویت و بخصوص هویت جوانان، از آسیب های ناشی از استفاده از شبکه های اجتماعی جلوگیری کنند.

ایجاد کانال ها، شبکه ها و وب سایت های داخلی با محتوای معرفی فرهنگ دینی و ملی می تواند تاثیر بسزایی در کاهش آسیب های شبکه های اجتماعی بر ابعاد هویتی شهروندان داشته باشد.

محتویات شبکه های اجتماعی بخصوص در حوزه مسائل فرهنگی و سیاسی که مستقیماً با هویت جوانان در ارتباط می باشد، توسط پلیس فتا بررسی و حفظ شود.

صدا و سیما با تولید و پخش برنامه های مخصوص، صحت و سقم اطلاعات موجود در شبکه های اجتماعی را بررسی کند.

کاربران شبکه های اجتماعی و بخصوص دانشجویان با گذراندن واحدهای درسی در مورد تبعات نامطلوب استفاده از شبکه های اجتماعی آگاهی بیشتری پیدا کنند.

منابع

- استونز، راب. (۱۳۸۱). **متفکران بزرگ جامعه شناسی**، (ترجمه مهرداد میردامادی)، تهران: مرکز.
- امینیان، بهادر. (۱۳۸۶). «تأثیر هویت ملی در پیوند نسل‌ها»، **نشریه جوانان و مناسبات نسلی**، شماره ۱.
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمد صادق. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان، **نشریه تحقیقات فرهنگی**، شماره ۱ (۱۷)، صص ۶۱-۳۱.
- بقایی سرابی، علی. (۱۳۹۲). **تأثیر فضاهای مجازی بر ابعاد هویتی دانشجویان، فصلنامه مطالعات فرهنگی**، سال هشتم، شماره بیست.
- جعفری، علی. (۱۳۹۵). آسیب‌های ناشی از عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در میان نوجوانان و جوانان شهر اردبیل، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال بیست و سوم، شماره ۸۷.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ کرمی، حسن و ضیایی، شهرزاد. (۱۳۸۵). تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، **فصلنامه ژئوپلیتیک**، شماره ۳ و ۴، دوره دوم، صص ۲۱-۱.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول و حسینی، محمدرضا. (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۵۸.
- رحیمی، حمید. (۱۳۹۴). تحلیل ابعاد هویتی دانشجویان دانشگاه کاشان و ارتباط آن با میزان اعتیاد اینترنتی، **دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی**، سال ۶، شماره ۱۱.
- علیخانی، علی‌اکبر. (۱۳۸۳). **مبانی نظری هویت و بحران هویت**، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ** (ظهور جامعه شبکه‌ای)، (ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز)، تهران: طرح نو.
- گودرزی، حسین. (۱۳۸۴). **گفتارهایی درباره جامعه‌شناسی هویت در ایران**، تهران: تمدن ایرانی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۶). **جامعه شناسی**، (ترجمه منوچهر صبوری)، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). **تجدد و تشخص**، (ترجمه ناصر موفقیان)، چاپ چهارم، تهران: نشر نی.

- لاپتن، دبورا. (۱۳۸۰). «بیم و مدرنیزاسون تأملی» (ترجمه مریم رفعت جاه)، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸.

- میرمحمدی، داود. (۱۳۸۳). **گفتارهایی درباره هویت ملی**، تهران: موسسه مطالعات ملی.

- نوابخش، مهرداد. (۱۳۹۴). بررسی ابعاد هویتی سه گانه (محلی، ملی و جهانی) در بین جوانان و نقش آن در توسعه فرهنگی استان آذربایجان شرقی، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال پنجم/شماره اول.

Mazalin, D. Moore, S. (2014). Internet use, identity development & social anxiety among young adults. **Journal of Computer in Human Behavior**. 21. 2, 55-68.

Taylor, G and Spencer, S. (2010). **Social identities**, London: Routlrdge.

Chakravarty, Paula and Sarikakis, Katharine (2006). **Globalization and Media Policy: History, Culture, Politics**, Palgrave Macmillan

Hafez, Kai (2007). **The Myth of Media Globalization**, London, Polity Press.

Rantanen, Terhi (2007). **The Media and Globalization**, London, Sage Publication Ltd.