

رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تحول هویت زبانی و فرهنگی در استان کردستان

■ قباد میمنت آبادی^۱، سمیه تاجیک اسماعیلی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت قوم گرد در استان کردستان به انجام رسیده است. روش پژوهش توصیفی پیمایشی، و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه است. بدین منظور، ۳۸۴ نفر از کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی به صورت تصادفی انتخاب شدند و مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که بین هویت فرهنگی و هویت زبانی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ارتباط آماری معنی‌دار و مثبت وجود دارد. میزان هم‌بستگی بین هویت زبانی و مدت و زمان استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی به ترتیب ۰/۰۳۱ و ۰/۰۳۴؛ و بین هویت فرهنگی و مدت و زمان استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی به ترتیب ۰/۰۳۶ و ۰/۰۲۶ است. همچنین طبق نتایج پژوهش حاضر، بیشترین تأثیرپذیری از مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به هویت زبانی و بیشترین تأثیرپذیری از زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به هویت فرهنگی مرتبط است. به طور کلی، فضای مجازی فرصت‌های شایسته‌ای را برای نمایاندن و شناخت بهتر خود و دیگران در جریان تعاملات مجازی در اختیارمان قرار می‌دهد. در نهایت با توجه به نتایج این پژوهش و اثبات تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویتی در میان اقشار مختلف جامعه، پیشنهادهایی در حوزه‌های برنامه‌ریزی، توجه به ابزارها و سازوکارهای هویت‌ساز جهت تقویت هویت اجتماعی به صورت کاربردی به منظور رفع و یا کاهش آثار مخرب شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه شده است.

واژگان کلیدی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، تحول هویت، هویت زبانی، هویت فرهنگی، قوم گرد.

مقدمه

بررسی میزان هویت ملی و قومی، به عنوان مهم‌ترین و مشروع‌ترین و فراگیرترین نوع هویت جمعی، و مطالعه عوامل تأثیرگذار بر آن یکی از موضوعاتی است که همواره مورد اهتمام جامعه‌شناسان و اندیشمندان حوزه سیاست بوده است و دغدغه اصلی در این زمینه حفظ و افزایش احساس تعلق و تعهد شهروندان به ویژه جوانان و دانشجویان به نمادهایی چون تاریخ، فرهنگ، آداب و رسوم، زبان، سرزمین و نظام سیاسی است. یکی از مواردی که کمتر مورد تحقیق نظری و تجربی قرار گرفته تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی، علی‌الخصوص قوم‌گرد، است. هر انسانی تمایل دارد که هویت خود را آگاهانه در یک گروه خاص جست‌وجو کند. هویت می‌تواند در چندین سطح ممکن باشد و هر فردی می‌تواند هم‌زمان و به شکل عادی چندین هویت را بپذیرد. بنا بر این هر انسانی بنا به موقعیت تعلق خود را به سطوحی از هویت ابراز می‌دارد و این تعلق‌ها را در سلسله‌مراتبی از وفاداری‌های درونی و پذیرفته شده جا می‌دهد. هویت‌های قومی در صورت تبدیل شدن به قوم‌گرایی افراطی و احساس برتری و سلطه بر اقوام دیگر می‌توانند منشأ تعارض قومی و مانع همبستگی و انسجام جمعی باشند. از طرف دیگر هویت ملی، در صورت تبدیل شدن به ملیت‌گرایی افراطی و اعمال سیاست‌های ضد قومی و سعی در همانندسازی و هویت‌زدایی از اقوام، دیگر منشأ تعارضات قومی در درون هر کشور است (شهرام‌نیا، مهربابی کوشکی و پوررنجبر، ۱۳۹۳).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی درون مرزهای ملی، و تبدیل شدن آن‌ها به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها، نهادهای قدرت و نظارت اجتماعی را در جوامع به وجود آورده‌اند (معمار، عدلی‌پور و خاکسار، ۱۳۹۱).

امروزه کمتر کسی در این گزاره تردید دارد که جهان وارد عصر تازه‌ای شده است که نماد آن اهمیت یافتن اطلاعات است. بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و هم‌گرایی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است که دانیل بل آن را جامعه فراصنعتی؛ کاستلز^۱، جامعه شبکه‌ای؛ و تادائو اومه سائو^۲ آن را جامعه اطلاعاتی نامیده است (عدلی‌پور، قاسمی و میرمحمدتبار، ۱۳۹۳).

امروزه، استفاده از ماهواره و شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام باعث شده است حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های برون‌مرزی و فراسنتی به

1. Bell
2. Castells
3. Umesao

فضای فکری جوامع وارد شود و بر ابعاد مختلف زندگی فردی و جمعی تأثیر بگذارد. یکی از این ابعاد مهم واژه هویت است. هویت را می‌توان مجموعه یا نظامی از باورها، ارزش‌ها، رسوم و رفتاری دانست که اعضای جامعه به کار می‌بندند تا خود را با جهان‌شان و نیز با یکدیگر سازگار کنند. امروزه فرایند جهانی‌شدن و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی نیز به چالش‌های هویت دامن زده، یا دست‌کم بُعد تازه‌ای به آن‌ها افزوده است. مثلاً، زبان یکی از عناصر هویتی و معنا‌ساز در همه فرهنگ‌هاست که می‌تواند تحت تأثیر دامنه و عمق استفاده از رسانه‌ها و مخصوصاً اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی به چالش کشیده شود (عدلی پور و همکاران، به نقل از Morley، 2000؛ Korostelina؛ 167، 2017: 317).

بررسی نظری موضوع نشان می‌دهد که دیدگاه‌های نظری متفاوتی در خصوص فضای مجازی و هویت‌خواهی قابل دسته‌بندی‌اند: نخست دسته‌ای که عقیده دارند همراه با ورود فناوری، از جمله فناوری ارتباطی، هویت‌خواهی سنتی محو شده و هویت‌خواهی نوین جایگزین می‌شود و این فرایند در کل جهان به صورت واحد و همسان رخ می‌دهد و پیامد آن رشد هویت‌های فراملی و جهانی خواهد بود. گروه دوم بر ماندگاری کامل هویت‌های ملی و قومی در جوامع مختلف و حتی تشدید آن‌ها و مقاومت در برابر تغییرات تأکید دارند. گروه سوم بر آن‌اند که بیان کنند در اثر تحولات فزاینده در عرصه جهانی‌شدن و فناوری‌های ارتباطی شاهد امتزاج و ترکیبی شدن هویت‌خواهی‌هایی در سطح فراملی، ملی و قومی - محلی خواهیم بود (قاسمی، ۱۳۹۳: ۶).

تأثیر فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی در مفهوم گسترده خود، به رغم انکارناپذیر بودن آن، صرفاً در نوع، میزان و تأثیر مثبت یا منفی آن محل مناقشه نظری است و اینکه این تأثیر، تغییر و تحول هویت به چه نحو خواهد بود، هنوز پاسخ روشنی برای آن وجود ندارد. به نظر می‌رسد دوران کنونی دوران بلاتکلیفی در فرجام این فرایند است. با این وصف، امکان دارد وقوع چندگانگی و شکاف‌های هویتی درون جامعه ایران به نوعی از تحول هویت بینجامد. لذا، این پژوهش بنا به اهمیت موضوع به بررسی نقش و تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی کردستان ایران با تأکید بر مناطق کردنشین و شهر سنندج می‌پردازد.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی اصطلاحی است که برای اولین بار در سال ۱۹۴۰ در انسان‌شناسی از سوی براون معرفی شد و کاربرد عمومی آن نخستین بار از سوی چی. ای. بارنز در سال ۱۹۵۴ مطرح شد و به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات اجتماعی بدل شد. در نظریه شبکه‌های اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی اطلاق می‌شود که شامل مردم و سازمان‌ها می‌باشند که به صورت رودررو در ارتباط بوده در به

اشتراک گذاشتن ارزش‌ها با هم تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است. در دنیای ارتباطات علمی، شبکه‌های اجتماعی را می‌توان از بسترهای مؤثر در تولید علم، اشتراک عقاید و رشد فردی و اجتماعی دانست. هدف شبکه اجتماعی این است که، با فراهم آوردن امکان ارتباط بین سرمایه‌های فردی و تشکیل سرمایه اجتماعی، به رشد و ارتقای سطح علم کمک کند (فلاحی و خلج، ۱۳۹۳).

هویت

در جهان کنونی، مرزهای نفوذناپذیر گذشته بین مقولات و گروه‌های هویتی دیگر مستحکم نیستند، بلکه به شدت آسیب‌پذیر و شکننده‌اند. دنیای ارتباطات پیشاهنگ این تغییرات است. احساس هویت فرایند معنا بخشی و معنا سازی در زندگی است. این معنا قابلیت به چالش کشیده شدن و به بحران دچار شدن را دارد. منابع و ابزارهای اصلی ساخت و حفظ هویت‌ها عبارت‌اند از: مکان و فضا، زمان، دین، زبان و فرهنگ که مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویتی به شمار می‌روند. در گذشته این منابع هویت فرد را می‌ساختند، ولی امروزه وسایل نوین ارتباطی و فرایند جهانی شدن، با متحول کردن فضا و زمان و جدا کردن آن‌ها از مکان، فضایی انحصاری را که در اختیار جوامع و فرهنگ‌ها بود تا هویت‌سازی کنند از بین برده و در نتیجه، توانایی جوامع در هویت‌سازی و هویت‌یابی افراد را به میزان بسیار زیادی کاهش داده است. به بیان دیگر، در گذشته پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگ یا مکان و سرزمین معین نیازهای هویتی افراد را به خوبی تأمین می‌کرد و انسان‌ها در دنیای کوچک، محدود، پایدار و منسجم به هویت و معنای مورد نیاز خود دست می‌یافتند، ولی فضای مجازی، با پاره کردن این پیوند و نفوذپذیر کردن و فرو ریختن زندگی اجتماعی، آن دنیاها را به شدت متزلزل کرده است (عباسی قادری و خلیلی کاشانی، ۱۳۸۹: ۲۸؛ به نقل از کاروانی، ۱۳۹۷: ۱۱۵).

هویت، به معنی چه کسی بودن، از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن و معرفی شدن به چیزی یا جایی نشئت می‌گیرد. این احساس نیاز به تعلق نیازی ذاتی است که در هر فرد وجود دارد (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۵). مفهوم هویت دو معنای متناقض‌نمای تمایز و تشابه را دربردارد. جنکینز در کتاب هویت اجتماعی هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است و معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت هم‌زمان میان افراد یا اشیا دو نسبت محتمل برقرار می‌کند: از یک سو شباهت، و از طرف دیگر تفاوت (عباسی، علوی مقدم و زهره‌وند، ۱۳۹۳؛ به نقل از جنکینز، ۱۳۸۱).

تأثیر مهم اینترنت بر نوع ارتباطات میان انسان‌هاست. جنکینز باور دارد تمام هویت‌های انسان، از جمله هویت‌های فردی، اجتماعی هستند، زیرا بر اساس نحوه ارتباط با دیگران و تجربه‌های دوران زندگی که در تعامل با دیگران است شکل می‌گیرند (حاجیانی و محمدزاده، ۱۳۹۴: ۶۸).

به نظر می‌رسد گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی، و در رأس آن اینترنت و شبکه‌های ارتباطی، فضایی برای ساخت مجدد هویت فراهم کرده است. در این میان، پیوند عناصر اساسی هویت‌ساز، یعنی زمان و مکان، فضا و مرزهای زندگی اجتماعی را به شدت تحت تأثیر قرار داده است (نیکخواه قمصری و منصوریان راوندی، ۱۳۹۲: ۱۰۸؛ به نقل از کاروانی، ۱۳۹۷: ۱۱۵-۱۱۴). به عبارت دیگر می‌توان گفت که یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی جامعه اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد هویت است. بدون تردید می‌توان گفت که هویت از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هرگونه زندگی جمعی است. منابع شکل‌دهنده هویت در جوامع گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت و این امر باعث می‌شود افراد یک جامعه از لحاظ امر هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶).

گردها در ایران

کردستان ایران، که برخی آن را «کردستان شرقی» نیز نامیده‌اند، اصطلاحی است که به منطقه‌ای فرهنگی و جغرافیایی در شمال غربی و غرب ایران اطلاق می‌شود. این منطقه، که عمدتاً کردنشین است، از شمالی‌ترین نواحی استان آذربایجان غربی شروع می‌شود و با دربرگرفتن نیمه مرزی و غربی این استان، دیگر استان‌های مرزی غرب ایران یعنی استان‌های کردستان، کرمانشاه و ایلام را شامل می‌شود. البته از نظر برخی، قسمت‌هایی از استان لرستان نیز جزء مناطق کردنشین به حساب می‌آید. در استان خراسان شمالی و قسمت‌هایی از خراسان رضوی نیز مناطقی وجود دارند که بخشی از مردم در آن مناطق به زبان کردی صحبت می‌کنند که از این میان می‌توان به مناطق: اسفراین، بجنورد، شیروان، قوچان، درگز، چناران و باجگیران اشاره کرد. از لحاظ مذهبی، اکثریت کردها مسلمان (و پیرو اهل سنت) هستند. در استان‌های کرمانشاه و ایلام ایران نیز جمعیت قابل ملاحظه‌ای از گردهای شیعه زندگی می‌کنند. در اغلب شواهد و مدارک تاریخی و اظهارنظرهایی که از سوی مورخان، جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان درباره قوم گُرد شده است، کردها را اغلب از نژاد ماد و هم‌نژاد ایرانیان دانسته‌اند.^۱

مبانی نظری پژوهش

هویت امری صرفاً شخصی یا روان‌شناختی نیست، بلکه امری اجتماعی نیز هست که به‌طور جدی از طریق تعامل با دیگر کنشگران صورت می‌بندد. از طریق تعامل و مشارکت در چارچوب نهادینه است که کنشگران هویت خود را بیان می‌کنند. سیاست‌های هویتی و هویت‌یابی نقاط و گره‌های تعاملی را میان افراد ایجاد می‌کنند و برخی از آن‌ها به‌عنوان خصایص شخصیت عمومی پذیرفته شده‌اند، نظیر اعتقادات و سنت‌ها، ارزش‌های اخلاقی، سلیق زیبایی‌شناختی، موضع‌گیری‌های جنسیتی و ریشه‌های جغرافیایی و خویشاوندی. این نقاط تعامل برساخته‌هایی اجتماعی هستند که به‌واسطهٔ تجارب گوناگون شکل گرفته‌اند، اما تبعیت و پایبندی سیاسی و فرهنگی اغلب آن‌ها را به‌عنوان ابزار هویتی کارآمدی درمی‌آورد. از این‌رو افرادی که خود را به‌عنوان اعضای یک جامعه می‌شناسند وارد نوعی تعامل بر مبنای عقلانیت‌های معتبر و استوار اجتماعی می‌شوند و هویت‌های آن‌ها بازتابی از واکنش مستقیم به شرایط مشخص و اغلب پیش از پذیرش جامعه در دو وجه مثبت و منفی آهویت جمعی تمام افراد جامعه را دربرمی‌گیرد و از طریق آن، افراد با جمع شدن در کنار یکدیگر به‌عنوان عضوی از جامعه تلقی می‌شوند. انواع هویت فراورده‌هایی اجتماعی هستند که عناصر نسبتاً ثابت واقعیت اجتماعی به شمار می‌روند (نظری، ۱۳۸۶).

هویت قومی^۱، به‌شرطی که منافع شخصی را تسهیل کند، خود را آشکار می‌کند و تا زمانی که مانعی بر سر راه منافع شخصی باشد، پنهان خواهد ماند (Hraba, 2008: 281-282 & Hoiberg: به نقل از احمدی‌پور، حیدری موصول و حیدری موصول، ۱۳۹۱: ۱۰۸). روزنر^۲ معتقد است که داشتن هویت قومی به ما کمک می‌کند که بفهمیم چه کسی هستیم. همچنین هویت قومی «اشتراک زبانی، مجموعه‌ای از عادات و نمادها، نوعی سبک زندگی، مجموعه‌ای از شعایر و رسوم، نوعی شکل ظاهر و... را برای ما فراهم می‌آورد که می‌تواند در جنبه‌های مختلف زندگی نفوذ کند. این ظواهر قومیت به‌ویژه هنگامی جذاب می‌شود که فرد همواره با افرادی مواجه شود که شیوهٔ زندگی متفاوتی دارند» (Roosens, 2007: 17-18؛ به نقل از احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۸).

طبیعی است که هویت قومی و تشدید آن یکی از مسائل اجتماعی مهم کشورهای چندقومیتی به شمار می‌رود و اهمیت آن به‌ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته بیشتر است و در این کشورها که هنوز جامعهٔ مدنی با سازوکارهای آن نهادینه نشده است، تشدید آن می‌تواند اثرات مخربی در سرنوشت آن‌ها بگذارد. اینکه هویت قومی چیست، صاحب‌نظرانی همچون تاجفل (۱۹۸۱) و پینی (۱۹۹۲) خاطر نشان می‌کنند که هویت قومی به‌عنوان بخشی از

1. Identity ethnic

2. Roosens

خودآگاهی فرد است که در اثر عضویت و برقراری ارتباط عاطفی با گروه قومی تعریف می‌شود. اساساً هویت قومی زمانی اهمیت پیدا می‌کند که با افراد یک گروه قومی، به واسطهٔ تعلقاتشان به آن گروه، رفتاری تبعیض‌آمیز در مقایسه با گروه‌های دیگر صورت گیرد؛ یعنی یک گروه قومی، به دلیل قومیت خود در معرض سرکوب، آزار یا محرومیت از برخی حقوق و مزایا قرار بگیرد (قاسمی، ۱۳۸۱؛ به نقل از سواری و سلمانی، ۱۳۹۲: ۱۶۴-۱۶۳).

هویت قومی به سنت‌ها و رسومات فرهنگی مشترک و احساس هویتی اطلاق می‌شود که قوم را به‌عنوان یک گروه فرعی از کل یک جامعه مشخص می‌کند و اعضای هر گروه قومی از لحاظ ویژگی‌های خاص فرهنگی و هویتی از سایر اعضای جامعه خود را متمایز می‌دانند (Devos, 2005: 12؛ به نقل از احمدی پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۸).

تا قبل از شکل‌گیری دولت‌ها، تنوعات قومی در جامعه امری مرسوم و تاحدی مجادله‌برانگیز بود، اما پس از کنفرانس وست فالیا (۱۶۴۸ م) و پیدایش دولت مدرن، تنوعات قومی به یکی از موضوعات جدی مناقشات سیاسی تبدیل شد (سواری و سلمانی، ۱۳۹۲: ۱۶۴). بارث می‌نویسد: «امروزه هویت قومی، علی‌رغم رنگ باختن آن، بر رشته‌ای از قیود اعمال شده بر انواعی از نقش‌ها که فرد مجاز است به ایفای آن‌ها بپردازد و از طرف‌هایی که برای انجام بده‌وبستان‌های گوناگون برگزینند دلالت دارد» (ساعی ارسی، ۱۳۸۴: ۳۷).

استدلال اصلی کاستلز در سه‌گانهٔ عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ آن است که همهٔ جهان جدید به صورت شبکه درآمده است؛ شبکه‌ای که بافت اصلی و تاروپود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل می‌دهند. در درون شبکه، به‌استثنای یک گروه از نخبگان جهان‌وطن، دیگران کنترل خود را بر زندگی خویش و محیط اطراف از دست داده‌اند یا با سرعت در حال از دست دادن آن هستند. اما یک قانون شناخته‌شده در حوزهٔ تطور اجتماعی می‌گوید که تلاش برای تحمیل سلطه به بروز مقاومت منجر می‌شود. بر همین مبنا، کاستلز از ظهور هویت‌های مقاوم در هیئت‌های جمع‌های دینی فرهنگی، ملی، قومی و محلی سخن می‌گوید و یادآور می‌شود که این هویت‌های جدید را می‌توان در سه مقولهٔ کلی جای داد که وی از آن‌ها با عناوین هویت مشروعیت‌بخش، هویت مقاومت، هویت برنامه‌ای یاد می‌کند. هویت نوع اول در درون حکومت‌ها یا دولت‌های ملی ایجاد می‌شود و زمینه را برای ظهور جامعهٔ مدنی آماده می‌کند. دومین نوع هویت، که ناشی از نوع احساس طرد و کنار گذاشته‌شدگی است، به ایجاد جمعیت‌ها و جماعت‌هایی با گرایش‌های خاص منجر می‌شود. سومین نوع هویت سبب ظهور کنشگران اجتماعی می‌شود که به نحو دسته‌جمعی عمل می‌کنند و از آنان با اصطلاح سوژهٔ اجتماعی یاد می‌شود. اینان برنامهٔ برساختن هویت‌های تازه‌ای را به اجرا درمی‌آورند که می‌تواند اشکال کاملاً متنوع، ارتجاعی و محافظه‌کار و واپس‌گرا تا مبارزه‌جو و جزم‌اندیش و فرقه‌گرا تا پیشرو و فعال و عقل‌گرا را به خود بگیرد (Castells، ترجمه علی پایا،

۱۳۸۰: ۲۳-۲۲). هویت مقاومت، به تعبیر کاستلز، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال و شرایطی قرار دارند که از طرف منطبق سلطه بی‌ارزش دانسته می‌شود. این هویت غالباً از بطن احساس بیگانگی، احساس خشم علیه تبعیض سیاسی یا اقتصادی یا اجتماعی برمی‌خیزد (Castells)، ترجمه علی پایا، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۴). کاستلز معتقد است که تحولات جهان معاصر و شکل‌گیری جامعه شبکه‌محور فرایند سنتی و رایج هویت‌سازی را مورد تردید قرار داده و نوعی بحران هویت را پدید می‌آورد. اما او وجه غالب بازسازی هویت را به هیچ وجه غیرخاص‌گرایانه نمی‌داند. کاستلز مدعی است که در چنین شرایطی برنامه‌ریزی رفلکسیو زندگی جز برای نخبگان واقع در فضای بی‌زمان جریان‌های جهانی ناممکن می‌شود. در جامعه شبکه‌محور بازسازی هویت بر پایه اصول جمعی صورت می‌گیرد که بنیادگرایی دینی، ملی‌گرایی و قومیت نموده‌های برجسته آن هستند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۴۴).

کاستلز بیشترین اهمیت را در برساخت سوژه جمعی مدرن به نقش رسانه‌های ارتباطی نوین می‌دهد. در واقع، از دید کاستلز، رسانه‌های مدرن با برجسته کردن معنا‌های هویتی در قالب خاطرات جمعی، روایت‌های مشترک، اسطوره‌ها، الهامات دینی، تاریخ و جغرافیا، قدرت و...، هویت‌های قومی و ملی را برساخته و یا بازتولید می‌کنند. هویت مقاومت (که بیشتر به دست گروه‌های حاشیه‌ای همچون اقوام، زنان، ملت‌های مستعمره برساخته می‌شود) مهم‌ترین اهمیت را از دید کاستلز دارد. در واقع، هویت‌های به حاشیه‌رانده شده که نتیجه نگاه کلان‌روایتی است با رسانه‌های ارتباطی نوین به متن هجوم می‌برند و به گونه‌ای دیگر، در پی مرکززدایی از متن مرکزگرا برمی‌آیند (کاستلز، ۱۳۸۰؛ به نقل از رضایی و محمدی، ۱۳۹۴: ۹۱).

برخی ابعاد هویت جمعی (ملی و قومی) که در پژوهش حاضر مورد بررسی و سنجش قرار گرفته‌اند بُعد فرهنگی و بُعد زبانی هستند.

بعد فرهنگی - پیوند میان فرهنگ و هویت چنان عمیق است که اغلب هویت را پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و برای فرهنگ، شأن مستقلی در هویت قائل‌اند. در جهان معاصر، هویت فرهنگی، در مقایسه با دیگر ابعاد هویت، اهمیت فزاینده‌ای یافته است (زهیری، ۱۳۸۴؛ به نقل از تاجیک اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۹۳). در پژوهش حاضر، بر اساس پژوهش محمدی (۱۳۹۱)، این بُعد شامل ادبیات، موسیقی، آداب و رسوم، اسطوره و روایت تاریخی است.

بعد زبانی - در دنیای جدید و در نظم جدیدی که جهان می‌طلبد، مرزبندی‌های سیاسی به مفهوم سنتی آن جای خود را به مرزبندی‌ها و توانمندی‌های فرهنگی می‌دهد. این نظام جدید تنها با معیارهای سنتی مثل اقتصاد قابل تعریف نیست، چه بسا عوامل انسانی و فرهنگی در این بین از اولویت برخوردار باشند. فرهنگ‌ها و اندیشه‌ها بازتاب جهان‌اند و در بردارنده نوعی جهان‌بینی؛ و زبان بازتاب فرهنگ‌ها و اندیشه‌هاست. زبان و آثار ادبی بُعد مهمی از میراث مکتوب هر ملت‌اند. زبان نه تنها، به عنوان یک محصول اجتماعی، ابزار ارتباطات به شمار می‌رود،

بلکه خود به‌عنوان بخشی از متن روابط اجتماعی که در تولید و بازتولید فرهنگ و هویت ویژه هر جامعه نقش مهمی دارد محسوب می‌شود. بُعد زبانی در پژوهش حاضر بر اساس پژوهش محمدی (۱۳۹۱) شامل احساس تعلق زبانی، اهمیت آموزش زبان مادری و مهارت زبانی است. هال، در نوشته خویش تحت عنوان جهانی شدن و قومیت، جهانی شدن و رابطه آن با هویت را در دو بُعد بررسی می‌کند؛ اول هویت درون‌متنی نظام جهانی و دوم هویت برون‌متنی در حاشیه بوده‌ها. هویت درون‌متنی مرکز‌محور هویتی است که در بطن نظام جهانی و فارغ از تضادهای ایدئولوژیک جهانی شدن شکل می‌گیرد. در واقع این‌گونه از هویت در دل نوعی فرامدرنیسم ایدئولوژیک (دروازگانی هالی) که فریاد پایان تاریخ را برآورده است شکل می‌گیرد. هال معتقد است که این نوع از جهانی شدن بر سازنده سوزه‌ای است که میل به بازگشت به ملی‌گرایی و فرهنگ ملی دارد. اما هم‌زمان با این مسئله (سوزه درون‌متنی مرکز‌گرای گرد خود حصار کشیده) با جلوه‌ای دیگر از جهان فرامدرن مواجه هستیم که می‌کوشد با تفاوت‌هایی سر کند که بازگشت به امر محلی را به دنبال خواهد داشت (Hall, 1383: 255). در چنین جهانی، هویت‌های حاشیه‌ای که در جهان مدرنیته مرکز‌گرای عقل‌محور به حاشیه رانده شده بودند به فضایی قدرتمند بدل می‌شوند. هرچند قدرت این فضا محدود است، اما به هر تقدیر قدرت است. موضوعات جدید، جنسیت‌های اجتماعی، فرهنگی جدید، قومیت‌های جدید و... که تا دیروز صرفاً جایگاهی حاشیه‌ای و ثانوی داشتند، به واسطه کشمکش‌های جهانی شدن، امکان ابراز وجود یافته‌اند و گفتمان قدرت منطق سلطه را در معرض تهدیدی جدی قرار داده‌اند (Hall, 1383: 257؛ به نقل از رضایی و محمدی، ۱۳۹۴: ۹۳-۹۲).

به نظر مارشال مک لوهان و یافته‌های اخلاف وی، رسانه‌های نوین ارتباطی با فراهم آوردن گونه‌ای بی‌واسطگی مصنوعی (به تعبیر ژان کازنو) ناخواسته سلسله‌مراتب برجستگی مرزهای گروهی را نزد افراد دیگرگون می‌کنند و بدین ترتیب، هویت‌های آن‌ها را دستخوش تغییر می‌کنند. بر این اساس، فانکاورز و شاو استدلال کرده‌اند که فیلم، تلویزیون و رایانه (اینترنت و فضای مجازی)، با دست‌کاری محتوا و فرایندهای تجربی ارتباطی، بر درک و فهم مخاطب از واقعیت اثر می‌گذارند و نوعی تجربه مصنوعی می‌آفرینند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۵). آنان استدلال می‌کنند که در فناوری‌های نوین ارتباطی (به‌ویژه رایانه و اینترنت)، امکانات جهت خلق تجربه مصنوعی بیشتر از رسانه‌های گذشته است. لذا، مواجهه زیاد با این رسانه‌ها به تجربه بیشتر و در نتیجه دگرگونی جهان بینی و نگرش فرد و در نهایت روابط اجتماعی و هویت وی منجر می‌شود. کازنو (۱۳۷۰) بیان می‌کند، توسعه فناوری‌های ارتباطی جدید و گسترش بی‌وقفه شبکه‌های اجتماعی آن‌ها فضاهای اجتماعی را آن‌چنان دگرگون می‌کنند که هویت‌های ما نیز دستخوش تغییر و تحول می‌شوند. گیدنز (۱۳۷۳) نیز معتقد است دنیای امروز به ارتباط مستمر یا کنش متقابل میان مردمی وابسته است که بسیار جدا و دور از یکدیگرند. کاستلز نیز معتقد

است: انقلاب ارتباطی. اطلاعاتی سده بیست و یکم را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. این فناوری‌ها، با فراهم آوردن پیدایی «جامعه شبکه‌ای» افراد و جوامع را در قالب‌های تازه هویت‌های تازه بخشیده‌اند (تاجیک اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۹۷-۹۶).

پیشینه پژوهش

کاروانی (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان» که با روش پیمایشی و در بین دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی انجام شد، به این نتیجه رسید که متغیرهای میزان استفاده از اینترنت، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سابقه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت ملی دارند و میزان این تأثیر به ترتیب برابر با $0/331$ ، $-0/257$ و $0/163$ است؛ بر این اساس می‌توان گفت که تعامل در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معنادار معکوسی بر هویت ملی کاربران دارد. بدین معنی که با استفاده بیشتر از فضای مجازی، نمره هویت ملی کاربران کاهش یافته و به عبارت دیگر، هرچه بیشتر از فضای مجازی استفاده کنند، هویت ملی آنان ضعیف‌تر است. پژوهش حاضر از این جهت با پژوهش کاروانی شباهت دارد که هر دو به بررسی آثار سوء فضای مجازی بر هویت پرداخته‌اند.

نژاد اصغری (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) بر تغییر هویت دینی کاربران» انجام داد. این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از ابزار و تکنیک مصاحبه نیمه‌ساخت انجام شده است. نمونه‌گیری، به دلیل هدفمند بودن، نمونه‌گیری غیراحتمالی بوده و هدف محقق نگرش سنجی تیپ‌های مختلف کاربران شبکه‌های اجتماعی با انواع سلاقی و عقاید از هر دو جنس زن و مرد بوده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که انواع پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی، نه به صورت مطلق بلکه تحت تأثیر شرایط و عواملی همچون محتوای پیام‌ها، شخصیت روانی کاربران (به‌عنوان گیرنده یا فرستنده پیام) و تکرار پیام‌ها، می‌توانند هویت کاربران به صورت عام و هویت دینی آن‌ها را به صورت خاص دچار تغییرات تدریجی کنند و از آنجاکه زنان عنصر مهم مدیریت درون خانواده به‌ویژه در بُعد عاطفی و نیز رکن اصلی تربیت فرزندان به شمار می‌روند، تغییر هویتی در زنان (تغییر در نگرش، احساس و رفتار) خواه ناخواه به سایر اعضای خانواده تسری می‌یابد.

پژوهش حاضر از این جهت با پژوهش نژاد اصغری شباهت دارد که هر دو به بررسی و مطالعه تغییرات هویتی در جریان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌پردازند. شامانی، واحدی و نوروزی (۱۳۹۵)، در پژوهشی که با عنوان «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران» انجام دادند، دریافته‌اند که بین میزان استفاده

از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد؛ بدین شکل که در چهار مؤلفه مدت زمان حضور، میزان استفاده، میزان فعال بودن کاربر، میزان واقعی تلقی کردن محتوا در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی با وضعیت هویت فرهنگی جوانان رابطه معنادار و معکوس وجود دارد.

پژوهش شامانی و همکارانش از این جهت با پژوهش حاضر شباهت و نزدیکی دارد که هر دو به بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت کاربران پرداخته‌اند.

حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر فضای مجازی (اینترنت) بر هویت ملی دانشجویان که به روش کمی و توصیفی و با ابزار پرسشنامه (میان ۳۲۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران) به انجام رسیده، به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده از اینترنت و بُعد شناختی هویت ملی کاربران همبستگی کامل با شدت ۰/۱۱۹ در جهت مثبت وجود دارد. بین مدت استفاده از اینترنت با بعد رفتاری و شناختی هویت ملی کاربران همبستگی مثبت وجود دارد. برای نوع استفاده اطلاعاتی از اینترنت یا هویت ملی همبستگی مثبت و برای استفاده‌های ارتباطی و سرگرمی همبستگی منفی به دست آمد. پژوهش حاجیانی و محمدزاده، به علت بررسی و مطالعه تأثیر فضای مجازی بر هویت، با پژوهش حاضر شباهت و نزدیکی دارد.

عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان «شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان» که در بین جوانان شهر اصفهان انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار و معکوس؛ و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد؛ یعنی هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدامی‌کند هویت ملی کاربران ضعیف‌تر می‌شود. پژوهش عدلی‌پور و همکارانش، به علت بررسی و مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت، با پژوهش حاضر شباهت و نزدیکی دارد.

حکیمی (۱۳۹۰)، در تحقیقی که با موضوع «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت (مطالعه موردی روی فیس‌بوک و کاربران گُرد) انجام داد، به این نتیجه رسید که فیس‌بوک توانسته است نقش عمده‌ای در بازنمایی هویت گُردها در جهان داشته باشد و از این راه به یافتن دوستان و همفکران گُرد و غیر گُرد کمک شایانی کرده است. پژوهش حکیمی، به علت بررسی و مطالعه نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت، با پژوهش حاضر شباهت و نزدیکی دارد.

اشتیاقی، علیزاده و کاظمیان (۱۳۹۱)، در تحقیقی که با عنوان «اینترنت و هویت دینی دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران) انجام دادند، نشان دادند که

بین مدت، میزان، نوع استفاده از اینترنت و پایگاه اجتماعی اقتصادی دانشجویان رابطه معناداری و معکوسی با نوع هویت دینی آنان وجود دارد.

پژوهش اشتیاقی و همکارانش، به علت مطالعه تأثیر اینترنت بر هویت، با پژوهش حاضر شباهت و نزدیکی دارد.

نیازی وشفائی مقدم (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش ایشان نشان داد که رابطه معنی دار 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 وجود دارد و همچنین رابطه معنی داری بین نوع محتوای برنامه‌های مورد استفاده از تلویزیون، ماهواره و اینترنت با میزان گرایش به هویت ملی وجود دارد. مبارکشاهی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای به بررسی هویت طلبی کردها در فضای مجازی پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که فضای مجازی، از لحاظ هویتی، دارای کارکردی دوگانه است. از یک سو با گسترش انگاره‌های جهانی تمامی ملل و اقوام را به سوی ادغام سوق می‌دهد و از سویی دیگر همین فضا، بدون هیچ‌گونه محدودیتی، امکان انکشاف هویتی را در میان اقوام و گروه‌هایی که در حال محو و نابودی فرهنگی هستند فراهم می‌کند. بنا بر این فرض، برخلاف فضای واقعی که بخشی از افراد جامعه به دلیل موقعیت‌های اجتماعی خاص به نوعی اعتماد به نفس لازم را برای ابراز عقاید خود از دست می‌دهند، همین افراد به راحتی و با هویت جدیدی در فضای مجازی ظاهر می‌شوند و بدون نگرانی از افشای هویت واقعی، اهداف خود را دنبال می‌کنند.

عباسی 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 و از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای و 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 سایت‌ها از سوی کاربران اینترنت و پایگاه اقتصادی و 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.

ربانی و حسنی (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر رسانه‌های جمعی و هویت ملی» که به دنبال بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های گروهی و شبکه‌های ارتباط جمعی بر هویت ملی بوده‌اند، به این نتیجه رسیدند که بین استفاده از رسانه‌ها و هویت ملی رابطه معناداری وجود دارد و افرادی که از رسانه‌های داخلی استفاده کرده‌اند در سازه هویت ملی نمره بالایی دریافت کرده‌اند و برعکس، نمره کاربران رسانه‌های خارجی در این سازه پایین بوده است. از میان متغیرهای اثرگذار بر هویت ملی، به ترتیب، جنسیت، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی، میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، سن و وضعیت تأهل در تعیین گرایش هویت ملی از سهم بیشتری برخوردارند.

چاو و لی (۲۰۱۷)، در پژوهشی که با عنوان «برساخت استدلالی از هویت‌ها در فضای شبکه‌های اجتماعی: بینش از یک گروه فیس‌بوک» در مقطع کارشناسی برای یک دوره زبان‌شناسی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که گروه صرفاً یک گروه دانشگاهی نیست، بلکه یک «فضای اجتماعی و آموزشی» نیز هست. اعضا به استقرار طیف گسترده‌ای از منابع مانند شکلک برای معناسازی دست یافته‌اند. همچنین یکی از شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که چگونه هویت‌های مختلف می‌توانند با منابع و شیوه‌های استدلالی شناخته شوند (کاروانی، ۱۳۹۷: ۱۱۷).

مارینو و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی که با عنوان «مدل‌سازی ساخت شخصیت، هویت اجتماعی و هنجارهای اجتماعی استفاده جوانان از فیس‌بوک» انجام داده‌اند، مدل معادلات ساختاری را نشان می‌دهند که ثبات عاطفی، برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و هنجارها می‌توانند استفاده مشکل‌آفرین از فیس‌بوک را پیش‌بینی کنند، درحالی‌که جنسیت، هنجارهای گروه و هویت اجتماعی درک شده میزان استفاده از فیس‌بوک را پیش‌بینی می‌کنند (کاروانی، ۱۳۹۷: ۱۱۷).

اسماک شافعی^۱، نایان^۲ و عثمان^۳ (۲۰۱۲)، در پژوهشی که با عنوان «ساخته شدن هویت از طریق پروفایل‌های فیس‌بوک» در بین دانشجویان مالزی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که نامنی، هم‌تادراکی^۴ و خود ارتقایی^۵ اغلب هویت آنلاین دانشجویان را تحت تأثیر قرار می‌دهند و همچنین دریافتند که هویت آنلاین به وسیله ارزش‌های اجتماع به همراه هم‌تادراکی، ارتباط اجتماعی و محبوبیت^۶ بازسازی و بازاندیشی می‌شود. همچنین دریافتند که دانشجویان پسر در به‌کارگیری پروفایل‌های واقعی‌شان از دانشجویان دختر راحت‌ترند. گراسموک^۷ (۲۰۰۹) تحقیقی با عنوان فیس‌بوک و هویت انجام داد و به این نتیجه رسید که آگاهی‌هایی که کنشگران از حضور در فیس‌بوک به عنوان یک زیست‌جهان کسب می‌کنند باعث تغییر در هویت‌شان می‌شود و همچنین هویت جهانی کاربران را شکل می‌دهد. زاهو^۸، گراسموک و مارتین (۲۰۰۸) پژوهشی با عنوان «ساخته شدن هویت در فیس‌بوک» انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که ساخته شدن هویت در محیط‌های مستعار

1. Asmaak Shafie
2. Nayan
3. Osman
4. Peer Perception
5. Self-Promotion
6. Popularity
7. Grasmuck
8. Zhao

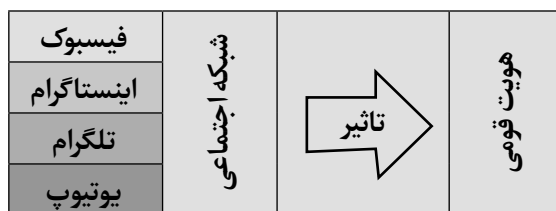
بی نام با ساخته شدن هویت در محیط های آنلاین بی نام متفاوت است. همچنین دریافتند که حساب های کاربران در فیس بوک به طور مسلط بر نحوه ساخته شدن هویت تأثیر دارد. جویسون^۱ (۲۰۰۸)، در مطالعه ای به دنبال این هدف که چه چیزی در شبکه های اجتماعی وجود دارد که شخص را تحریک به ماندن در شبکه می کند، اقدام به مصاحبه با کاربران شبکه ها کرده و خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی رفتار، نیازها و عوامل انگیزشی افراد را شناسایی کرده است. این مطالعه تعیین کرد که حفظ تماس دلیل اصلی استفاده افراد از شبکه های اجتماعی است.

کلی^۲ (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان «ساخت هویت در فیس بوک» انجام داده است. نتایج این پژوهش حاکی از این است که اگرچه افراد هویت های خود را در همه بخش های زندگی برمی سازند، اما بر ساخت هویت کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی به خصوص فیس بوک مشهودتر است.

در مجموع پیشینه های پژوهشی یادشده، از این جهت که همگی به نوعی به بررسی و مطالعه نقش اینترنت (فضای مجازی) در هویت کاربران می پردازند، به هدف پژوهش حاضر شباهت دارند. اما نوآوری پژوهش حاضر در این است که سایر پژوهش های پیشین هر یک جنبه ای از استفاده از فضای مجازی را در نظر گرفته و نقش و تأثیر آن را در ابعاد مختلف هویتی (مانند هویت اجتماعی، هویت دینی، هویت ملی و...) در میان جوامع آماری مختلف در نظر گرفته اند. اما پژوهش حاضر به بررسی رابطه میان استفاده از شبکه های اجتماعی در تحول هویت زبانی و فرهنگی کاربران کردستان پرداخته است.

اهداف پژوهش

الف) بررسی رابطه مدت عضویت در شبکه های مجازی با تحول هویت قومی در شهر سنندج
ب) بررسی رابطه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی با تحول هویت قومی در شهر سنندج



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

1. Joinson
2. Kelley

روش پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت و اهداف آن کاربردی است، زیرا به دنبال یافتن پاسخ به مسائلی از قبیل تأثیر میزان شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی است. از نظر روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی است. توصیفی است، چرا که تصویری از وضعیت موجود را ارائه داده؛ و پیمایشی است، زیرا گردآوری داده‌های مورد نظر از طریق نمونه‌های به دست آمده از جامعه انجام شده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی شهروندان شهرستان سنندج (که کاربران شبکه‌های اجتماعی هستند) در سال ۱۳۹۷ است. براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ کل جمعیت شهرستان سنندج ۵۰۱،۴۰۲ نفر محاسبه شد، که از میان این جمعیت تعداد ۲۰۸،۷۶۸ نفر مرد و ۲۰۵،۳۰۱ نفر زن بوده‌اند. پرسشنامه‌ها بر اساس نسبت جنسیت در میان زنان و مردان پخش شد، اما از تعداد پرسشنامه‌های منتشر شده، ۲۴۹ پرسشنامه تکمیل شده از سوی مردان و ۱۳۵ پرسشنامه تکمیل شده از سوی زنان به پژوهشگران برگشت.

متغیرهای اصلی پژوهش (متناظر با مدل مفهومی پژوهش) بدین شرح‌اند: متغیر مستقل: شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، اینستاگرام، تلگرام و یوتیوب) و متغیر وابسته: هویت قومی (بُعد زبانی شامل احساس تعلق زبانی، اهمیت آموزش زبان مادری، مهارت زبانی؛ و بُعد فرهنگی شامل ادبیات، موسیقی، آداب و رسوم، اسطوره و روایت تاریخی).

روش‌های گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر را می‌توان به دو روش کتابخانه‌ای و روش میدانی تقسیم‌بندی کرد. بخش مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی به روش کتابخانه‌ای گردآوری شدند. اطلاعات مربوط به آزمون فرضیه‌های پژوهش به‌طور عمده با روش میدانی با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شدند.

پرسشنامه شامل سه بخش است: بخش اول، چک لیست اطلاعات جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، تحصیلات و...)؛ بخش دوم، مربوط به مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، زمان استفاده در شبانه‌روز، نوع و هدف استفاده و...؛ و بخش سوم پرسشنامه مربوط به میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بوده و با استفاده از روایی صوری، مورد تأیید استادان و صاحب نظران حوزه رسانه و فرهنگ قرار گرفته است. پایایی آن نیز به وسیله محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته و آلفای ۰/۸۱ به دست آمده است.

پرسشنامه هویت قومی (بُعد زبانی و فرهنگی) استاندارد بوده و با توجه به اینکه روایی و پایایی آن قبلاً از سوی پژوهشگران مورد تأیید قرار گرفته است، نیازی به سنجش مجدد روایی و پایایی آن نیست.

سؤال‌های پژوهش

سؤال اصلی

آیا میان میزان استفاده و مدت عضویت در شبکه‌های اجتماعی با تحول هویت قومی در شهر سنندج رابطه وجود دارد؟

سؤال‌های فرعی

الف) آیا میان مدت عضویت در شبکه‌های مجازی با تحول هویت قومی در شهر سنندج رابطه وجود دارد؟

ب) آیا میان میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تحول هویت قومی در شهر سنندج رابطه وجود دارد؟

فرضیه‌های پژوهش

الف) میان مدت عضویت در شبکه‌های مجازی با تحول هویت قومی در شهر سنندج رابطه وجود دارد.

ب) میان میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تحول قومی هویت در شهر سنندج رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش از نوشتار حاضر به توضیح و تشریح یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش پرداخته‌ایم و در ابتدا به بحث راجع به یافته‌های توصیفی و سپس به ارائه و شرح یافته‌های استنباطی خواهیم پرداخت.

الف. یافته‌های توصیفی

در بخش نخست یافته‌های پژوهش، به ارائه اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه می‌پردازیم.

جدول ۱. جنسیت پاسخ‌گویان

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۴۹	۶۴/۸
زن	۱۳۵	۳۵/۲
جمع کل	۳۸۴	۱۰۰

جدول ۱ فراوانی و درصد مربوط به جنسیت شرکت‌کنندگان را نشان می‌دهد. تعداد مردان در این مطالعه ۲۴۹ نفر و تعداد زنان برابر ۱۳۵ نفر است.

جدول ۲. سن پاسخ‌گویان

سن (سال)	فراوانی	درصد
۱۵ تا ۲۵	۱۱۰	۲۸/۶
۲۶ تا ۳۵	۱۷۶	۴۵/۸
۳۶ تا ۴۵	۸۲	۲۱/۴
بیشتر از ۴۵	۱۶	۴/۲
جمع کل	۳۸۴	۱۰۰

جدول ۲ فراوانی و درصد متغیر سن را نشان می‌دهد. بالاترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال با ۱۷۶ نفر، و کمترین فراوانی هم مربوط به گروه سنی بیشتر از ۴۵ سال با ۱۶ نفر است.

یافته‌ها همچنین نشان داد که میزان تحصیلات ۳۵/۹ درصد از نمونه مورد مطالعه دیپلم و کمتر از آن، تحصیلات ۳۰/۹ از آنان فوق دیپلم، مدرک ۲۷/۴ درصد آنان کارشناسی، و ۵/۸ درصد آنان کارشناسی ارشد و دکتری است.

بالاترین فراوانی مربوط به درآمد ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومان در ماه با ۱۵۰ نفر و کمترین فراوانی هم مربوط به درآمد بیشتر از دو میلیون تومان در ماه با ۴۹ نفر است.

وضعیت شغلی ۱۲/۸ درصد از جمعیت مورد مطالعه، متخصص یا تاجر؛ ۲۷/۳ درصد، مشاغل یدی-غیر یدی ماهر؛ ۵۹/۹ درصد یدی نیمه ماهر یا غیر ماهر بوده است.

میانگین طیف پاسخ‌گویی جمعیت مورد مطالعه، در حوزه هویت زبانی ۳/۸۶، و در حوزه هویت فرهنگی ۳/۷۳ بوده است.

ترتیب و اولویت میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی در پژوهش حاضر بدین شرح است: اینستاگرام و تلگرام به ترتیب بیشترین میزان استفاده، و فیس‌بوک و یوتیوب در رتبه‌های سوم و چهارم قرار گرفتند.

جدول ۳. میانگین و انحراف معیار مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

شاخص‌ها	مدت استفاده (سال)	زمان استفاده در شبانه‌روز (ساعت)
میانگین	۴/۱۷	۵/۵۷
انحراف معیار	۱/۰۴	۱/۶۴
بیشینه	۶	۹
کمینه	۲	۳

جدول مذکور میانگین و انحراف معیار مدت عضویت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی پاسخ‌گویان را نشان می‌دهد. میانگین مدت عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴/۱۷ سال، و میانگین زمان استفاده در شبانه‌روز ۵/۵۷ ساعت است.

جدول ۴. میزان هویت قومی پاسخ‌دهندگان

میزان هویت قومی	فراوانی	درصد
متوسط	۱۰۱	۲۶/۳
بالا	۲۸۳	۷۳/۷
جمع کل	۳۸۴	۱۰۰

جدول ۴ فراوانی و درصد مربوط به میزان هویت قومی شرکت‌کنندگان را نشان می‌دهد. میزان هویت قومی ۱۰۱ نفر، معادل ۲۶/۳ درصد، در حد متوسط؛ و میزان هویت قومی ۲۸۳ نفر معادل ۷۳/۷ درصد در حد بالاست.

ب. یافته‌های استنباطی

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ذیل، سطح معنی‌داری بالاتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

جدول ۵. آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

ابعاد	سطح معنی‌داری	مقدار خطا	تأیید فرضیه	نتیجه‌گیری
بعد زبانی	۰/۱۰۴	۰/۰۵	H_0	نرمال است
بعد فرهنگی	۰/۰۵۸	۰/۰۵	H_0	نرمال است

فرضیه اصلی: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تحول هویت قومی در کردستان رابطه وجود دارد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی در کردستان ایران تأثیرگذار نیست. $H_0: p = 0$
استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی در کردستان ایران تأثیرگذار است. $H_1: p \neq 0$
جهت بررسی و ارائه مدل ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت قومی، پس از بررسی شاخص‌های کفایت، مدل در جدول ذیل آمده است که به بررسی و ارائه مدل برازش یافته پرداخته شده است.

جدول ۶. شاخص کفایت مدل رابطه بین استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت قومی

دوربین-واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده
۲/۴۰۹	۰/۳۷۱	۰/۰۶۷

با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین-واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵۰ بزرگ‌تر است، در نتیجه استقلال باقی مانده‌ها نتیجه گرفته می‌شود. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون هم‌زمان ارتباط بین استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت قومی

Coefficients					
مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	آماره t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۲۵۶/۰۹۷	۱۱/۷۵۵	۰/۱۳۵	۶۱/۲۹۰	۰/۰۰۰
	۱/۳۵۴	۰/۷۲۱		۲/۳۷۵	۰/۰۱۹
سطح معنی داری F فیشر = ۰/۰۱۹ ← رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.					
ضریب تعیین تعدیل شده = ۰/۰۶۷ ← ۶/۷٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت قومی قوم گرد، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تبیین می‌شود.					

با توجه به اینکه مقدار (Sig) فیشر برابر ۰/۰۱۹ است که کمتر از ۰/۰۵ است، لذا این امر نشان دهنده وجود رابطه خطی میان مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت قومی قوم گرد است. همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد که سطح معنی داری مدل رگرسیون برابر مقدار ۰/۰۰۰ است که کمتر از مقدار ۰/۰۵ است و در نتیجه این امر نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویت قوم گرد اثرگذار است. در ادامه، تفسیر نتایج جدول نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۰۶۷ است که بیانگر این مطلب است که متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۶/۷٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت قوم گرد را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. میزان اثرگذاری متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت قوم گرد نیز با توجه به ضریب مسیر استاندارد (β) برابر با ۱/۳۵۴ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، هم جهت با آن و به اندازه ۱/۳۵۴ واحد، تحول هویت قوم گرد نیز افزایش خواهد یافت. در نهایت، تفسیر میزان ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش ($R_{XY} = ۰/۰۶۷$) و سطح معناداری ($Sig = ۰/۰۰۰$) نشان می‌دهد فرضیه

H0 رد شده و فرضیه H1 مبنی بر وجود رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت قوم گرد پذیرفته می‌شود. با عنایت به معنادار شدن نتایج، مشخص می‌شود استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی در کردستان ایران تأثیرگذار است؛ بنابراین فرضیه اصلی پژوهش با اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه اول: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت زبانی در کردستان رابطه وجود دارد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت زبانی در کردستان ایران تأثیرگذار نیست. $H_0: p = 0$
 استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت زبانی در کردستان ایران تأثیرگذار است. $H_1: p \neq 0$
 جهت بررسی و ارائه مدل ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت زبانی، پس از بررسی شاخص‌های کفایت، مدل ذیل در جدول ۴ آمده است که به بررسی و ارائه مدل برازش یافته پرداخته شده است.

جدول ۸. شاخص کفایت مدل رابطه بین استفاده از شبکه‌های

اجتماعی مجازی و هویت زبانی

دوربین - واتسون	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین تعدیل شده
۲/۶۵۹	۰/۹۱۵	۰/۰۴۳

با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین - واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵۰ بزرگ‌تر است، در نتیجه استقلال باقی‌مانده‌ها نتیجه گرفته می‌شود. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۹. نتایج تحلیل رگرسیون هم‌زمان ارتباط بین استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت زبانی

Coefficients					
مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	آماره t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳۷/۲۱۹	۰/۵۹۱	۰/۱۹۶	۲۷/۳۶۹	۰/۰۱۹
	۰/۹۳۴	۰/۷۱۲		۷/۴۸۶	۰/۰۰۳
سطح معنی داری F فیشر = ۰/۰۰۳ ← رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.					
ضریب تعیین تعدیل شده = ۰/۰۴۳ ← ۴/۳٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت زبانی قوم گرد، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تبیین می‌شود.					

با توجه به اینکه مقدار (Sig) F فیشر برابر ۰/۰۰۳ است که کمتر از ۰/۰۵ است، لذا این امر نشان دهنده

وجود رابطه خطی میان مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت زبانی قوم کرد است. همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری مدل رگرسیون برابر مقدار ۰/۰۱۹ است که کمتر از مقدار ۰/۰۵ است و در نتیجه این امر نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویت قوم کرد اثرگذار است. در ادامه، تفسیر نتایج جدول نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۰۴۳ است که بیانگر این مطلب است که متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴/۳٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت قوم کرد را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. میزان اثرگذاری متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت قوم کرد نیز با توجه به ضریب مسیر استاندارد (β) برابر با ۰/۹۳۴ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، هم جهت با آن و به اندازه ۰/۹۳۴ واحد، تحول هویت قوم کرد نیز افزایش خواهد یافت. در نهایت، تفسیر میزان ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش ($R_{xy} = ۰/۰۴۳$) و سطح معناداری ($Sig = ۰/۰۱۹$) نشان می‌دهد فرضیه H_0 رد شده و فرضیه H_1 مبنی بر وجود رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت زبانی قوم کرد پذیرفته می‌شود. با عنایت به معنادار شدن نتایج، مشخص می‌شود استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت زبانی در کردستان ایران تأثیرگذار است؛ بنابراین فرضیه اول پژوهش با اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه دوم: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت فرهنگی در کردستان رابطه وجود دارد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی در کردستان ایران تأثیرگذار نیست. $0: p = 0$
 استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی در کردستان ایران تأثیرگذار است. $p \neq 0$

جهت بررسی و ارائه مدل ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی، پس از بررسی شاخص‌های کفایت، مدل ذیل در جدول ۶ آمده است که به بررسی و ارائه مدل برازش یافته پرداخته شده است.

جدول ۱۰. شاخص کفایت مدل رابطه بین استفاده از شبکه‌های

اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی

ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین-واتسون
۰/۰۳۹	۲/۷۵۴	۱/۹۳۵

با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین-واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵۰ بزرگ‌تر است، در نتیجه

استقلال باقی مانده‌ها نتیجه گرفته می‌شود. با توجه به شاخص‌هایی که عنوان شد، مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۱۱. نتایج تحلیل رگرسیون هم‌زمان ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی

Coefficients					
مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	آماره t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت:	۵۷/۳۳۱	۰/۸۸۳		۳۸/۲۲۵	۰/۰۰۹
استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۴۳۸	۰/۵۱۷	۰/۲۱۸	۴/۹۰۶	۰/۰۲۵
سطح معنی داری F فیشر = ۰/۰۲۵ ← رابطه خطی مدل پذیرفته می‌شود.					
ضریب تعیین تعدیل شده = ۰/۰۳۹ ← ۳/۹٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت فرهنگی قوم گرد، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تبیین می‌شود.					

با توجه به اینکه مقدار (Sig) F فیشر برابر ۰/۰۲۵ است که کمتر از ۰/۰۵ است، لذا این امر نشان دهنده وجود رابطه خطی میان مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت فرهنگی قوم گرد است. همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد که سطح معنی داری مدل رگرسیون برابر مقدار ۰/۰۰۹ است که کمتر از مقدار ۰/۰۵ است و در نتیجه این امر نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویت فرهنگی قوم گرد اثرگذار است. در ادامه، تفسیر نتایج جدول نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۰۳۹ است که بیانگر این مطلب است که متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ۳/۹٪ از تغییرات مربوط به تحول هویت فرهنگی قوم گرد را تبیین و پیش‌بینی می‌کند.

میزان اثرگذاری متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت فرهنگی قوم گرد نیز با توجه به ضریب مسیر استاندارد (β) برابر با ۰/۴۳۸ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد افزایش در متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، هم جهت با آن و به اندازه ۰/۴۳۸ واحد، تحول هویت فرهنگی قوم گرد نیز افزایش خواهد یافت. در نهایت، تفسیر میزان ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش ($R_{xy} = ۰/۰۳۹$) و سطح معناداری ($Sig = ۰/۰۰۹$) نشان می‌دهد فرضیه H_0 رد شده و فرضیه H_1 مبنی بر وجود رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تحول هویت فرهنگی قوم گرد پذیرفته می‌شود. با عنایت به معنادار شدن نتایج، مشخص می‌شود استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی در کردستان ایران تأثیرگذار است؛ بنابراین فرضیه دوم پژوهش نیز با اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جمع بندی یافته‌ها

نتایج آزمون نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تحول هویت در کردستان ارتباط آماری معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. میزان همبستگی بین هویت زبانی و مدت و زمان استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی به ترتیب $0/031$ و $0/034$ ؛ بین هویت فرهنگی و مدت و زمان استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی به ترتیب $0/036$ و $0/026$ است. همچنین طبق نتایج پژوهش حاضر، بیشترین تأثیرپذیری از مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مربوط به هویت زبانی و بیشترین تأثیرپذیری از زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مربوط به هویت فرهنگی است.

فرضیه اول: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویت قومی (بعد زبانی) در کردستان ایران تأثیرگذار است.

با توجه به نتایج و اطلاعات به دست آمده، مقدار همبستگی به دست آمده برای مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت زبانی برابر $0/031$ و $0/034$ است و این مقدار در سطح $0/05$ معنی‌دار است. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که متغیر مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب $(B = 0/606)$ و $(B = 0/403)$ با اطمینان $0/95$ می‌توانند تغییرات مربوط به هویت زبانی را پیش بینی کنند، این ضریب تأثیر مثبت است و معنای آن این است که اگر یک واحد به مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اضافه شود به ترتیب مقدار $0/606$ و $0/404$ به نمره فرد در هویت زبانی اضافه می‌شود.

فرضیه دوم: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویت قومی (بعد فرهنگی) در کردستان ایران تأثیرگذار است.

با توجه به نتایج و اطلاعات به دست آمده، مقدار همبستگی به دست آمده برای مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی برابر $0/036$ و $0/026$ است و این مقدار در سطح $0/05$ معنی‌دار است. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که متغیر مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب $(B = 0/866)$ و $(B = 0/471)$ با اطمینان $0/95$ می‌توانند تغییرات مربوط به هویت فرهنگی را پیش بینی کنند، این ضریب تأثیر مثبت است و معنای آن این است که اگر یک واحد به مدت و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اضافه شود به ترتیب مقدار $0/866$ و $0/471$ از نمره فرد در هویت فرهنگی اضافه می‌شود. در پژوهش ساعی و کرمانی (۱۳۹۶) نیز ارتباط معنی‌داری بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی مشاهده شد. یکی از دلایل این امر می‌تواند

ناشی از کاهش تأثیر شبکه‌های ارتباطی سنتی در فرایند هویت‌سازی نسل جوان و بیانگر تحول کیفی در مؤلفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت قوم گرد بود. نتایج پژوهش نشان داد شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت فرهنگی قوم گرد تأثیر معناداری دارند. یافته‌های پژوهش حاضر، مبنی بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت فرهنگی قوم گرد (بعد زبانی و فرهنگی)، با پژوهش‌های کاروانی (۱۳۹۷)، نژاد اصغری (۱۳۹۵)، شامانی و همکاران (۱۳۹۵)، حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴) و قاسمی (۱۳۹۳) همسو بود. همچنین یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، اشتیاقی و همکاران (۱۳۹۱)، حکیمی (۱۳۹۰)، نیازی و شفائی مقدم (۱۳۹۱) و مبارکشاهی (۱۳۹۰) منطبق و همسوست.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش حاضر تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت زبانی قوم گرد بود. بنا بر پژوهش کاستلز (۲۰۱۵)، سلطه فناوری‌های نوین از یک سو زمینه‌یکسان‌سازی و یکپارچگی فرهنگی را فراهم کرده و از سوی دیگر با آگاهی بخشی و تقویت خودآگاهی نسبت به هویت‌های فروملی، زمینه تقویت گرایش‌های گریز از مرکز را فراهم کرده و هویت‌های سیاسی را با چالش‌های جدی مواجه کرده و بسترساز بحران‌های فروملی و قومی خواهد شد. یافته‌های پژوهش همچنین حاکی از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحول هویت تاریخی قوم گرد بود. در این زمینه باید اذعان کرد که پژوهش‌ها نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی تأثیر عمیقی بر موضوع و شیوه ارتباطات دارند و تأثیر این رسانه‌ها بر ارزش‌ها به‌عنوان باورهای بزرگ و مهمی که دارای ارزش احساسی و روحی هستند بسیار محسوس است. ارزش‌ها به‌عنوان راهنمایی قوی برای جهت دادن به افکار، قضاوت‌ها و رفتار اعضا اعمال می‌شوند و بسته به نوع فرهنگ، اثرها متفاوت‌اند. طبق نتایج پژوهش سبحانی و آقایی پوری (۱۳۹۰)، هرچند امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی تا حدود زیادی جوامع را به سوی ادغام فرهنگی سوق می‌دهند، اما همین فناوری اطلاعات در برخی جوامع به‌ویژه در دایره قلمرو و نفوذ اقوام و اقلیت‌های مختلف به انکشاف و بازتعریف فرهنگ و هویت در حال زوال آنان کمک شایانی کرده است.

بر این اساس، ابزارهای نوین ارتباطاتی امکاناتی در اختیار اقوام و فرهنگ‌های مختلف قرار می‌دهد که از آن طریق درصدد بازآفرینی و بازساخت هویت قومی خویش و شناختن هویت ملی برخوانند آمد. کشور ایران جامعه‌ای چندفرهنگی و چندقومی است که گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی به‌ویژه فناوری‌های حوزه ارتباطات می‌تواند موجبات هم‌گرایی

یا واگرایی را در آن فراهم کند. چنین به نظر می‌رسد که ایران، به‌رغم داشتن اقوام مختلف و یک واحد جغرافیایی مشترک، تا حدودی نتوانسته پس از گذر از خیزاب‌های مخرب تاریخی به چنین تکاملی دست یابد و قومیت‌های مختلف تا حد زیادی هویت فرهنگی خود را بشناسند و البته آن را به سایر قومیت‌ها و فرهنگ‌های دیگر نیز معرفی کنند.

پیشرفت در فناوری اطلاعات راه و روش انسان را در ثبت و ضبط تاریخ تغییر داده است، این تغییر بر نحوه تعامل افراد با یکدیگر نیز تأثیرگذار بوده است. یکی از اتفاقات مهم در پایان هزاره دوم ظهور فناوری‌های ارتباطی است که برجسته‌ترین آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی اصلی‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده فضای مجازی شناخته می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین این ابزارها با قابلیت‌ها و امکانات خود تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذارده‌اند. استفاده جوانان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی رو به گسترش است و به‌طور گریزناپذیری، جوانان پرجمعیت‌ترین و پرتعدادترین گروه نسلی ایران در مواجهه با اینترنت و متأثر از فضای مجازی هستند.

در مقام جمع‌بندی می‌توان گفت که افراد در فضای مجازی فرصت ارائه خویشتن مطلوب و ایدئال خود را تا حدودی در اختیار دارند؛ خودهایی که می‌توانند پشت صحنه فرد در دنیای واقعی با ترکیبی از پشت صحنه و جلو صحنه وی باشند. فضای مجازی در این معنا هم می‌تواند در حکم جلو صحنه خود و دیگران و هم در حکم پشت صحنه آنان باشد. البته بدیهی است اجرای نقش‌های بعضاً متفاوت و رفت‌وآمد مداوم بین پشت صحنه و جلو صحنه ممکن است کمی ناپایداری هویت برای فرد کاربر ایجاد کند. اما به‌طور کلی فضای مجازی فرصت‌های شایسته‌ای را برای نمایاندن مطلوب خود و شناخت بهتر خود و دیگری در جریان تعاملات مجازی در اختیار ما قرار می‌دهد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج این پژوهش و اثبات تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تحول هویتی در میان اقشار مختلف جامعه کردنشین شهر سنندج، پیشنهادهایی به‌صورت کاربردی در جهت رفع و یا کاهش آثار مخرب شبکه‌های اجتماعی مجازی به مسئولان ذی‌ربط ارائه می‌شود:

- با توجه به اثبات نقش و تأثیر مدت عضویت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در تحول هویت قومی شهروندان کردستان (شهر سنندج)، پیشنهاد می‌شود با عنایت به گرایش افراد به استفاده روزافزون از این شبکه‌ها، از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی مجازی، جهت تقویت هویت قومی و ابعاد آن در میان کردنشینان بهره‌گیری شود.

- پیشنهاد می‌شود با توجه به تحول بُعد زبانی هویت قومی شهروندان کردستانی (سنندج)، با ساخت و گسترش شبکه‌های اجتماعی بومی (داخلی) امکان تعامل این شهروندان به زبان خود، در این شبکه‌های بومی، فراهم شود تا ضمن بهره‌گیری از مزیت‌ها و فرصت‌های این شبکه‌های اجتماعی مجازی، آسیب‌های احتمالی به زبان کردی نیز به حداقل کاهش یابد. همچنین می‌توان با ساخت نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های مبتنی بر تلفن همراه، امکان آموزش و گسترش مهارت زبانی در زبان مادری را برای شهروندان کرد فراهم کرد تا شهروندان گردد، علاوه بر استفاده از جذابیت‌ها، ظرفیت‌ها و امکانات این شبکه‌ها و اپلیکیشن‌ها، امکان مهارت‌آموزی و تقویت زبان مادری برایشان فراهم شود.

- با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر که نشان داد میان مدت عضویت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در تحول هویت قومی (بُعد فرهنگی) شهروندان کردستان (شهر سنندج) رابطه وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که با تولید و انتشار محتوا در زمینه ادبیات کردی، موسیقی کردی، آداب و رسوم آنان، رواج روایت‌های تاریخی کردها، انتشار داستان‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌های قوم گردد، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، در کنار محتواهای دیگر این شبکه‌ها، امکان ضعیف شدن هویت فرهنگی کردها را به حداقل برسانند.

منابع و مأخذ

- امیرکافی، مهدی و ابراهیم حاجیانی (۱۳۹۲). «نسبت هویت قومی و ملی در جامعه چند قومیتی ایران»، *فصلنامه راهبرد*، شماره ۶۶: ۱۴۶-۱۱۷.
- احمدی پور، زهرا؛ طهمورث حیدری موصلو و طیبه حیدری موصلو (۱۳۹۱). «جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت اقوام ایرانی (نمونه موردی: دانشجویان قوم آذری)»، *فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا*، شماره ۳۴: ۱۲۲-۱۰۳.
- اشتیاقی، معصومه؛ توحید علیزاده و مهرداد کاظمیان (۱۳۹۱). «اینترنت و هویت دینی دانشجویان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ویژه‌نامه، شماره ۲: ۱۱۹-۱۴۴.
- تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۸۹). *بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی اینترنت بر هویت ملی دختران دانش‌آموز دوره متوسطه شهر تهران*. (رساله دکتری رشته ارتباطات اجتماعی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: انتشارات شیرازه: تهران..
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹). «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵: ۲۲۸-۱۹۳.
- حاجیانی، ابراهیم و حمیدرضا محمدزاده (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر فضای مجازی (اینترنت) بر هویت ملی دانشجویان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۱: ۸۴-۶۷.
- حکیمی، رؤیا (۱۳۹۰). «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت»، *مجله جهانی رسانه*، شماره ۱۱.
- ربانی، علی و محمدرضا حسنی (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، شماره ۲: ۹۳-۶۵.
- رضایی، احمد و نریمان محمدی (۱۳۹۴). «رسانه مدرن و برساخت هویت: کانال‌های ماهواره‌ای کردی و هویت قومی کردهای ایران»، *فصلنامه توسعه اجتماعی*، شماره ۳: ۱۱۴-۷۹.
- زهیری، علیرضا (۱۳۸۴). «چیستی هویت ملی»، *نشریه علوم سیاسی*، شماره ۲۹: ۴۰-۲۹.
- ساعی ارسی، ایرج (۱۳۸۴). «جهانی شدن و بحران هویت قومی»، *فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی*، شماره ۴: ۴۶-۳۱.
- ساعی، منصور و حسین کرمانی (۱۳۹۶). «مطالعه تأثیر استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی بر هویت قومی دانشگاه‌های تهران»، *فصلنامه مطالعات بین رشته‌ای رسانه و فرهنگ*، شماره ۱۳: ۸۹۱۰۸.
- سحابی، جلیل و هاشم آقابیک پوری (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی: مطالعه موردی جوانان ۲۹-۱۵ ساله شهرستان بوکان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۲: ۲۱-۱.
- سواری، کریم و سمیه سلمانی (۱۳۹۲). «ساخت و اعتباریابی پرسشنامه هویت قومی»، *دومین کنگره*

- روان‌شناسی اجتماعی ایران: تهران ۱۴ و ۱۵ اسفند.
 سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). **نظریه‌های ارتباطات**، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شامانی، اسماعیل؛ واحدی، مهدی و داریوش نوروزی (۱۳۹۵). «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران»، **فصلنامه فرهنگ مشاوره ای و روان درمانی**، شماره ۲۸: ۱۸۲-۱۶۳.
- شهرام‌نیا، سیدامیر؛ راضیه مهربانی‌کوشکی و مهدیه پوررنجبر (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، **پژوهش‌های راهبردی سیاست**، شماره ۹: ۱۴۱-۱۲۱.
- عباسی قادی، مجتبی و مرتضی خلیلی‌کاشانی (۱۳۸۹). «تأثیر اینترنت بر هویت ملی»، **مطالعات راهبردی**، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عباسی، محمدرضا؛ سیدبهنام علوی مقدم و اشرف زهره‌وند (۱۳۹۳). «بررسی میزان هویت دینی بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۲: ۱۸۵-۱۶۹.
- عدلی پور، صمد؛ وحید قاسمی و احمد میرمحمدتبار (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه اجتماعی فی‌س‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۱: ۲۸-۱.
- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و مسعود کیانپور (۱۳۹۲). «شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی جوانان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۴: ۲۸-۱.
- فلاحی، علی و نسیم خلیج (۱۳۹۳). «بررسی ابعاد مختلف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نهاد خانواده»، **دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی**، تهران: مؤسسه مؤسسه اطلاع‌رسانی نازکیش.
- قاسمی، زهره (۱۳۹۳). **روش تحقیق در علوم رفتاری**، تهران: انتشارات آگه.
- قاسمی، محمدعلی (۱۳۸۱). «درآمدی بر پیدایش مسائل قومی در جهان سوم»، **فصلنامه مطالعات راهبردی**، شماره ۱: ۱۳۴-۱۲۳.
- قاسمی، وحید و همکاران (۱۳۹۱). «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان: مطالعه موردی فیس بوک و جوانان شهر اصفهان»، **فصلنامه دین و ارتباطات**، شماره ۲: ۳۶-۵.
- کاروانی، عبدالطیف (۱۳۹۷). «تعامل در فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۲: ۱۲۸-۱۱۳.
- کازنو، ژان (۱۳۷۰). **جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی**، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. قدرت و هویت**، جلد دوم،

- ترجمه حسن چاووشیان، تهران: انتشارات طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). «عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت»، ترجمه احد علی قلیان و افشین خاکباز، علی پایا، تهران: انتشارات طرح نو.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰). «جهانی شدن و بحران هویت»، مجله مطالعات ملی، شماره ۱۰.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰). **جهانی شدن، فرهنگ و هویت**، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). **جامعه‌شناسی**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- محمدی، نریمان (۱۳۹۱). **رسانه مدرن و برساخت هویت: کانال‌های ماهواره‌ای کردی و هویت قومی کردهای ایران**. (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران ..
- معمار، ثریا؛ صمد عدلی پور و فائزه خاکسار (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شماره ۴: ۱۷۶-۱۵۵.
- نژاداصغری، زکیه (۱۳۹۵). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) بر تغییر هویت دینی کاربران، همایش ملی زنان، خانواده و شبکه‌های اجتماعی مجازی، انجمن ایرانی مطالعات زنان.
- نظری، علی اشرف (۱۳۸۶). هویت ملی و وحدت‌یابی جمعی (تأملی بر ابعاد فردی و جمعی هویت)، **نامه تاریخ پژوهان**، شماره ۱۲: ۱۵۰-۱۲۲.
- نیازی، محسن و الهام شقائی مقدم (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی»، **فصلنامه رسانه و فرهنگ**، شماره ۱: ۱۲۷-۱۰۰.
- نیکخواه قمصری، نرگس و فاطمه منصوریان راوندی (۱۳۹۲). «تأملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی: مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر کاشان»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌ای**، شماره ۲۷: ۱۲۰-۱۰۷.
- هال، استوارت (۱۳۸۳). «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید»، ترجمه شهریار وقفی‌پور، **فصلنامه ارغنون**، شماره ۲۴: ۳۵۲-۳۱۹.
- Asmaak Shafie N., Osman (2012). **Constructing Identity through Facebook Profiles**. Procedia - Social and Behavioral Sciences 65.
- Chau, d & Lee, C. (2017); Discursive construction of identities in a social networkeducational space, **Discourse, Context & Media**, Vol 18.
- Devos, George. (2005),). 'Ethnic Pluralism, In G. Devos & I. Romanucciross (eds)', **Ethnic Identity**, palo Alto, CA: mag field;.
- Grasmuck, S. (2009). 'Facebook & Identity'. , **Journal of Computer-Mediated Communication**.communication.
- Hraba, J. & Hoiberg, E. (2008),). 'Origins of Modern Theories of Ethnicity', **Sociological**

Quarterly, 56.

Joinson, Adam A. N, (2008). "Looking at, looking up or keeping up with people Motives and use of facebook". ' . In: **Proceedings of CHI '08**. ACM, New York.

Kelley, F.L. (2007). **Face-Time: The Construction of Identity on Facebook**. London: Wadsworth.

Korostelina, K. (2007), *Social identity and conflict: structures, dynamics, and implications*, Palgrave Macmillan Press.

Korostelina, K. (2017). **Social identity and conflict: structures, dynamics, and implications**, Palgrave Macmillan Press.

Marino, c et al (2016); "Modeling the contribution of personality, social identity and social norms to problematic Facebook use in adolescents", **Addictive Behaviors**, Vol 63.

Morley, David . (2000),). **"media, mobility and identity"**, Home territories. London: Routledge Press.

Phinney, J. S. (1990). Ethnic identity in adolescents and adults: Review of the research. *Psychological Bulletin*, 108 (3) , 499-514.

Roosens, Eugeen . (2007), *Creating Ethnicity*, New bury park, CA : Sag

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. UK: Cambridge University Press.

Zhao, G , Grasmuck, M (2008). **Identity construction on Facebook**. *Computers in Human Behavior* 24.