

# تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)

دکتر حبیب صبوری خسروشاهی، استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق  
نسرین آذرگون، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق  
(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) Azargoon\_nasrin@yahoo.com

## چکیده

پژوهش حاضر تحت عنوان "تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی" در بین دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق، که در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بوده‌اند، انجام گرفته است. این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر میزان حضور در فیس بوک و نوع استفاده از آن در ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی (هویت قومی، دینی، ملی و جهانی) می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش پیمایش است و تکنیک جمع‌آوری داده‌ها نیز پرسشنامه می‌باشد. که پرسشنامه‌ها بین ۲۵۰ نفر از دانشجویانی که بصورت کاملاً تصادفی به عنوان نمونه از سه دانشکده فنی مهندسی، علوم انسانی و علوم پایه انتخاب شدند، توزیع گردید. چهارچوب نظری تحقیق ملهم از نظریات استوارت هال، جنکینز، گیدنز، برگر و کاستلز می‌باشد. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که رابطه‌ی میان هویت قومی، دینی، ملی و جهانی با میزان استفاده از فیس بوک مورد تأیید قرار گرفت.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس بوک، هویت قومی، هویت دینی، هویت ملی، هویت جهانی

## مقدمه و طرح مسأله

یکی از اساسی‌ترین مسائلی که جوامع امروزی با آن مواجهند، هویت اجتماعی است که با ورود شبکه‌های مجازی دچار تغییر و تحولات عمده شده است. جهان مجازی با خصیصه‌هایی مثل بی مکانی، فرا زمان بودن، تکثر داشتن، قابل دسترس بودن همزمان و غیره از جهان واقعی به طور نسبی جدا می‌شود.

عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی تعاملات انسانی است. در واقع فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد هویت خویش را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی دگرگونی بنیادینی را در تعاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد. ورود فناوری‌های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. پی‌آمد این امر شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت، به وجود آورده است. در همین ارتباط "بل"<sup>۲</sup> معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات همزمان و بی شمار، منشاء ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرد و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند.

فیس‌بوک به عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی هم آگاهی دهنده است و هم واسطه. فیس‌بوک به مثابه یک امکان ارتباطی و یک شبکه اجتماعی نوظهور، جذاب و فراگیر به سرعت جای خود را در عرصه تعاملات اجتماعی باز کرده است. و زمینه بروز تغییر و تحولاتی اساسی در هویت اجتماعی کاربران خود از طریق آگاهی دادن به افراد و همچنین فراهم نمودن فضایی تعاملی برای کاربران، بوجود آورده است. محوریت یافتن ارتباطات، از متن خارج شدن مکان‌ها و تجارب روزمره افراد، رواج شکل‌های ارتباطی غیروابسته به زمان و مکان و انجام همزمان چندنقش سبب تغییر هویت افراد می‌شود. که تحول یا به تعبیری بحران فرهنگی که به اعتقاد مک لوهان ناشی از عدم تجانس یا تأخر فرهنگی جامعه نسبت به این تکنولوژی‌ها است، به همراه دگرگونی‌های اجتماعی بروز و ظهور پیدا کند. توجه به این امر زمانی ضروری تر به نظر می‌رسد که نگاهی به روند روبه رشد عضویت در این شبکه اجتماعی مجازی انداخته شود. بر طبق جدیدترین آمار بدست آمده از ویکی پدیا تعداد کاربران فیس‌بوک در ۲۴ آوریل ۲۰۱۲ حدود ۹۰۰ میلیون کاربر در جهان گزارش شده است.<sup>۳</sup>

جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی ثبات، تغییر پذیر و منعطف انسان جدید است. «هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماعات مجازی تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع در اجتماعات مجازی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است هویت را می‌سازد. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در دنیای مجازی هویتی دیجیتالی است. دیگر سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند، بلکه این منافع است که آنها را نزد هم جمع می‌کند هویت آنها را می‌سازد. اطلاعات هویت افراد را در جامعه جدید شکل می‌دهد. (بهرامپور: ۱۳۸۳)

در زمینه هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی تحقیقات متعددی صورت گرفته است. یافته‌های قبلی نشان داد که هویت در فضای مجازی دستخوش تغییر و تحول می‌شود (رن و دیگران ۲۰۰۷، پاکارسیسی ۲۰۰۹، بری ولمن (۱۹۹۸)، شالچی ۱۳۸۴، عیاری ۱۳۸۴). همچنین دستیابی به جامعه آن‌لاین منجر به اجتماعی شدن بیشتر و سطوح

2 - Beall

3 - <http://fa.wikipedia.org>

بالا تری جامعه پذیری می شود. (مطالعات لی و دیگران<sup>۴</sup> ۲۰۱۰)، بری ولمن<sup>۵</sup> و همکارانش (۱۹۹۸) نیز در تحقیقی در خصوص اینترنت و روابط اجتماعی به این نکته رسیده بودند که میان استفاده از اینترنت و تراکم روابط اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. در این خصوص همپتن و ولمن نیز در تحقیقی نشان دادند که کسانی که به اینترنت دسترسی داشتند نسبت به کسانی که نداشتند پیوندهای اجتماعی قوی و ضعیف<sup>۶</sup> بیشتری داشتند، نتایج این تحقیق بیانگر ارتباط مثبت و مکمل میان روابط اینترنتی و واقعی بود. اکثر کاربران اینترنتی روابط سابق خود را حفظ کرده و گسترش می دادند. (ولمن به نقل از محسنی، ۱۳۸۵: ۷۵)، در خصوص اثرگذاری رسانه بر شکل گیری هویت نیز پژوهش کلایر<sup>۷</sup> (۲۰۰۹) نشان داد که تأثیرات رسانه در رفتار و ایدئولوژی انعکاس داده می شود که این به نوبه خود هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می دهد. همچنین در این پژوهش هویت به عنوان یک فرآیند پویا در نظر گرفته می شود که تحت تأثیر رسانه ها شکل خاصی به خود می گیرد. (کلایر، ۲۰۰۹)

برخی مطالعات نیز اثرگذاری فضای مجازی بر هویت را ناچیز می شمارند، خلیلی (۱۳۸۴) در بررسی تحت عنوان تأثیر محیط مجازی وبلاگ در ابراز هویت به این نتیجه رسید که تعدد شخصیت در وبلاگ ها وجود ندارد. همچنین نتایج تحقیق بهزاد دوران (۱۳۸۱)، رابطه معناداری میان تجربه فضای سایبرنتیک و هیچ کدام از سه سطح هویت اجتماعی (خانوادگی، همسالان و ملی) پاسخگویان را نشان نداده است.

برخی از تحقیقات نیز عواملی خارج از این شبکه ها را مورد بررسی قرار دادند که به نوعی اثرات متغیرهای پیش در اثرگذاری این شبکه های مجازی اجتماعی بر کاربرانشان را مورد بررسی قرار دهند. نتایج میشل جی هارت (۲۰۱۱) در این راستا قرار می گیرد که نشان داد: دوران مختلف تحصیل تأثیر دارد بر روی استفاده یا لذت بردن محصلین از سایت های شبکه های اجتماعی و هر چه آنها مراحل بالاتری را سپری می کنند رفتار و نگرششان نسبت به استفاده از این شبکه های اجتماعی آنلاین کاربردی تر می شود. (میشل جی هارت، ۲۰۱۱)

لیم و چو<sup>۸</sup> (۲۰۱۰) بیان می کند که دانشجویان از جمله بیشترین استفاده کنندگان از شبکه های اجتماعی می باشند. در این راستا بحث هویت در میان قشر دانشجو به مثابه نقطه کانونی مسأله هویت از اهمیت شایانی برخوردار است، و بخاطر گستره شبکه روابط دانشجویان و ارتباط به نسبت وسیع شان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند. بنابراین دانشجویان در مرکز فرایند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر جوان بودن، از یک سو فضای دانشگاه و سایر متعلقات آن که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی های هویتی است، دانشجویان را با ویژگی های هویتی جدید آشنا می کند و از سوی دیگر بدنه فرهنگی جامعه بزرگتر معمولاً انتظار اینهمانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آنها می طلبد. این وضعیت نامتعادل نه تنها منازعاتی هویتی می آفریند، بلکه در بیشتر اوقات به هویت های ترکیبی و دورگه منتهی می شود که با هویت مورد انتظار جامعه و حتی خود نظام آموزش عالی نیز متفاوت است. به عبارت بهتر، جوان بودن دانشجویان به اضافه چندگانه شدن زیست جهان های آنها (به قول برگر)، تأثیرات رسانه ای مدرنیته (به گفته گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه های گفتمانی یا پست مدرنیستی) موجبات ترکیب های خاص هویتی دانشجویان را فراهم می آورد. در این موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان های مختلف سنت (مانند مذهب) و مدرنیته (مانند ملی گرایی) دیده می شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه بدنه دانشجویی با بدنه اصلی جامعه می شود. با توجه به آنچه ذکر آن رفت پژوهش حاضر به بررسی و مطالعه "تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی" می پردازد. بنابراین ما در این بررسی به دنبال پاسخ دادن

<sup>4</sup> Lee, J. Lee, H.

<sup>5</sup> - Berry Wellman

<sup>6</sup> - strong and weak ties

<sup>7</sup> - Protheroe Claire

<sup>8</sup> Lim & Chou

به این سؤالات می‌باشیم: ۱- شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) چه تأثیراتی بر هویت اجتماعی افراد دارد؟ ۲- هویت اجتماعی کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک به چه میزان است؟

### هدف تحقیق

هدف این تحقیق بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق می‌باشد.

### هویت اجتماعی

واژه هویت<sup>۹</sup> از لحاظ لغوی از واژه (Identitat) مشتق شده و به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: الف) همسانی و یکنواختی مطلق ب) تمایزی که در برگزیده ثبات یا تداوم در طول زمان است. اگر چه این دو معنا متناقض و متضاد به نظر می‌آیند، اما در اصل به دو جنبه اصلی و مکمل هویت معطوف می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۱۴). اگر بخواهیم هویت را در دو مقوله فردی و اجتماعی تعریف کنیم می‌بایست هم به نظریه‌های روانشناختی و هم جامعه‌شناسی توجه کنیم. بر این اساس بیشتر روانشناسان و نظریه پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند و معتقدند که معنا و جنبه اصلی هویت، به ویژگی‌های شخصیتی و احساسی فرد معطوف می‌گردد. البته اکثر این نظریه پردازان، هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند و در نتیجه، این دو نوع هویت را متمایز و مستقل از یکدیگر قلمداد می‌کنند (همان). بنابراین از دیدگاه روانشناسی هویت عبارت است از «احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی» (جاکوبسن، ۱۹۹۶: ۹). جامعه‌شناسان با تأکید بر دیالکتیک میان فرد و جامعه معتقدند که هویت در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت، جدا از دنیای اجتماعی سایر افراد معنایی ندارد. افراد بی‌همتا و متغیر هستند، اما شخصیت‌شان، کاملاً به صورت اجتماعی به واسطه مراحل مختلف اجتماعی شدن و درکنش اجتماعی، ساخته می‌شود (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۰).

### مبانی نظری

#### نظریه استوارت هال

استوارت هال سه مرحله تاریخی متفاوت برای سوژه (هویت) ارائه می‌کند: الف) سوژه روشنگری ب) سوژه جامعه‌شناختی و ج) سوژه پست مدرن. (هال و دیگران، ۱۳۸۴: ۹۱)

سوژه روشنگری: طبق نظریه هال سوژه روشنگری بر مفهومی از انسان به عنوان فردی تمام و کمال و یکپارچه استوار بود که ظرفیت‌های تعقل، آگاهی و عمل داشت، «مرکز» سوژه روشنگری شامل یک هسته درونی بود که با تولد فرد برای اولین بار ظاهر و همراه آن شکوفا می‌شد، گو اینکه در سراسر زندگی فرد ذاتاً همان (همواره یا عیناً مانند خودش) باقی می‌ماند. و مرکز ذاتی خود، هویت فرد بود. (تاجیک، ۱۳۸۴: ۹۳)

سوژه جامعه‌شناختی: همان‌طور که جوامع مدرن پیچیده‌تر شدند اشکال اجتماعی‌تر و جمعی‌تری به دست آوردند و مفهوم اجتماعی‌تری از سوژه ظهور کرد که طبق آن فرد باید در درون صورت‌بندی‌ها و ساختارهای بزرگ حمایت‌کننده‌ی جامعه‌ی مدرن مکان یافته‌تر دیده می‌شد. بر طبق این رویکرد، هویت در «کنش متقابل» بین خود و جامعه شکل می‌گیرد، سوژه هنوز یک هسته و یا ماهیت درونی دارد که «من واقعی» است، اما من واقعی در گفتگوهای مستمر با جهان‌های فرهنگی «بیرون» و هویت‌هایی که ارائه می‌دهد شکل می‌گیرد و تعدیل می‌یابد. (همان: ۹۴)

<sup>9</sup> - Identity

سوژه پست مدرن: مدل جامعه‌شناختی تعاملی مذکور با رابطه پایدارش میان «درون» و «بیرون» دستاورد مهمی برای نیمه اول قرن بیستم بود. با این همه، در همین دوره تصویر آشفته‌کننده‌تر و آشفته شده‌ای از سوژه و هویت در جنبش‌های زیبایی‌شناختی و روشنفکری شروع به نمایان شدن می‌کرد. این بینش‌ها چیزهایی را که باید برای سوژه‌های دکارتی و جامعه‌شناختی در مدرنیته متأخر روی می‌داد پیش‌بینی کردند.

سوژه پست مدرن، هویت برجسته، ذاتی و ثابت ندارد. هویت به یک «جشن موج» تبدیل می‌شود که در ارتباط با شیوه‌هایی از نظام فرهنگی شکل می‌گیرد و متحول می‌گردد که ما را احاطه کرده‌اند و دائماً به وسیله آنها بازنمایی می‌شویم و مورد خطاب قرار می‌گیریم (هال، ۱۹۸۷).

### نظریه پیتر برگر

دو قلمرو اصلی جامعه‌شناسی معرفت عبارتند از «زیست‌جهان اجتماعی» و «ساخت اجتماعی واقعیت». زیست‌جهان اجتماعی از آگاهی کنشگران، یعنی شیوه‌ای که انسانها واقعیت اجتماعی را برمی‌سازند، سخن می‌گوید. این آگاهی روزمره رشته‌ای از معانی مشترک بین فرد و دیگران است و یک «زیست‌جهان اجتماعی» را می‌سازد. از منظر جامعه‌شناسی معرفت، هر نوع آگاهی تنها در موقعیتی خاص موجه و معنادار است. لذا دیالکتیک بین آگاهی و واقعیت (ذهن و عین) باعث برساخته شدن واقعیت اجتماعی می‌شود و توجه به بعد آگاهی (ذهن و درون فرایندهای نهادی) فهم واقعیت اجتماعی را مقدور می‌سازد. در این چارچوب، برگر و همکارانش با بررسی و تحلیل رابطه بین مدرنیته و تغییرات چارچوب‌های شناختی و به تبع آن واقعیت‌های اجتماعی، به این نتیجه می‌رسند که تفاوت چشمگیر و عظیمی مابین سنت (زیست‌جهان سنتی) و جهان مدرن (آنها اشاره‌ای به تفکیک مدرن و پست مدرن نمی‌کنند) وجود دارد. آنها معتقدند انسان به حکم انسان بودنش ناگزیر از زیستن در یک جهان، یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست‌جهان در صدد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است. همچنین فهم زیست‌جهان برای تحلیل جامعه‌شناختی موقعیت‌های انضمامی بسیار مهم است. (برگر و لاکمن، ۱۳۷۵)

با توجه به چارچوب نظری برگر و همکارانش، مرکزیت برنامه‌ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی‌نامه خویش (و نیز معانی فراگیر جامعه) نسبت می‌دهد که همگی به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه مدرن دامن می‌زنند. منظور آنها از هویت چیزی که در روان‌شناسی علمی توصیف می‌شود نیست، بلکه بیش‌تر تجربه واقعی فرد درباره خود در یک موقعیت اجتماعی خاص منظور است. به سخن دیگر، منظور آنها از هویت «طریقی است که در آن افراد به تعریف خود می‌پردازند. هویت به این معنا، بخشی از یک ساختار معین آگاهی است و از این رو تابع توصیفی پدیدارشناسانه (فارغ از هرگونه دآوری معرفت‌شناختی یا روان‌شناسانه) است». (برگر و دیگران، ۱۳۸۱: ۸۴)

### نظریه آنتونی گیدنز

نظریه گیدنز نظریه‌ای جامعه‌شناسانه است که بر ظهور سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است که در عین حال هم زاینده نهادهای امروزی هستند و هم به آنها شکل می‌دهند. از این جهت «خود» مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیرات برونی شکل گرفته باشد. (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۶) او براساس رویکرد تلفیقی (ساختار و عامل) خود معتقد است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، «خود» و «جامعه» در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل می‌پردازند.

گیدنز با تأکید بر مسئله شناسایی هویت و آگاهی به آن، معتقد است که «هویت شخصی، به عنوان پدیده‌ای منتظم، مستلزم روایت معینی است: روایت «خود» باید صریح و بی‌امّا و اگر باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشت‌های منظم روزانه و تدوین زندگینامه شخصی از توصیه‌های عمده است» (همان: ۱۱۳). در زندگی اجتماعی مدرن زندگی‌نامه هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد. چنین زندگینامه‌هایی، مانند دیگر متن‌های روایت‌گرانه، چیزی است که باید روی آن کار کرد و در تدوین و تنظیم آنها ابتکار و خلاقیت به خرج داد.

در زمینه نقش ساختارهای اجتماعی، گیدنز بر آن است که انتخاب شیوه زندگی و برنامه‌ریزی زندگی دقیقاً «در» بطن زندگی روزمره عامل‌های اجتماعی یا از عناصر تشکیل‌دهنده آن زندگی نیستند بلکه مرتبط با موقعیت‌های نهادینی هستند که به افراد کمک می‌کنند تا به کنش‌های خود شکل دهند. (همان)

همچنین می‌توان گفت که گیدنز هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین «محتوای» هویت شخصی یا، به عبارت دیگر، ویژگی‌هایی که زندگینامه شخص از آنها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است. (همان: ۸۵)

### نظریه جنکینز

تعریف جنکینز از هویت در حقیقت نقد تعاریف ذات‌گرایانه و ایستای هویت است. به رأی او هویت مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادی نیست که صرفاً «وجود دارد»، بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه «عمل می‌کند» یا «به کار گرفته می‌شود»، و همچنین به فرآیند و تأملی بودن آن، و به ساختار اجتماعی هویت در تعامل و به عنوان یک نهاد توجه کافی داشت، زیرا فهم این فرآیندها برای درک این که هویت اجتماعی چه «هست» اساسی است. بنابراین هویت را صرفاً می‌توان همچون یک فرآیند «بودن» یا «شدن» فهمید. (جنکینز ۱۳۸۱: ۶)

جنکینز در زمره نظریه‌پردازان برساختی هویت قرار می‌گیرد. از نظر او هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست؛ و محصول توافق و عدم توافق است، و می‌توان در باب آن نیز به چون و چرا پرداخت. (همان: ۸)

در نظریه جنکینز، زمان و مکان نیز به عنوان منابع ساخته شدن هویت در صحنه اجتماع، اهمیت کانونی دارند، با این حال برداشت جنکینز از این دو عامل با فهم رایج اندکی متفاوت است: در مورد افراد، در وهله اول، هویت در تن آن‌ها جای دارد، هویت فردی همیشه تجسم یافته است، گر چه گاهی به طور مجازی یا تخیلی تجسم می‌یابد (برای مثال، در آثار داستانی یا اسطوره‌ها). به طور مشابه می‌توان هویت‌های اجتماعی جمعی را در چارچوب یک سرزمین یا منطقه جای داد، حتی اگر آن سرزمین جایی باشد که طبق اسطوره باید به آن بازگشت، یا آن که یک ساختار سازمانی باشد که نمودار آن مطابق با یک الگوی جایگاهی است. از آن جا که تن‌ها همیشه در سرزمین‌ها سکنی می‌گزینند، فرد و جمع تا حدودی بر هم منطبق می‌شوند. علاوه بر این، در تجربه شخص از خودش و دیگران، زمان با مکان مرتبط است. (کمپل به نقل از جنکینز: ۴۴) مکان خارج از چارچوب زمان معنا ندارد. در فرآیندهای شناسایی زمان دارای اهمیت است، به دلیل آن که هویت تداوم دارد، ولو آن که فقط به طور منطقی، از طرف کسی ادعا شود یا این که به کسی انتساب یابد.

### نظریه مانوئل کاستلز

کاستلز هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به نظر کاستلز «در جامعه شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی معنا حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. اگر چه این رهیافت به نحوه فرمول‌بندی اریکسون از هویت شباهت دارد اما در این جا کانون توجه من عمدتاً معطوف به هویت جمعی خواهد بود تا به هویت فرد. هر چند که فردگرایی (که با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد.» (کاستلز ۱۳۸۵: ۳-۲۲)

به نظر کاستلز تمام هویت‌ها برساخته می‌شوند. اما مسأله اصلی این است که چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی، و به چه منظوری. برای برساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافی، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره جمعی، رؤیاهای شخصی، دستگاه و جهاز قدرت، وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود. اما افراد،

گروه‌های اجتماعی، و جوامع تمامی این مواد خام را می‌پروراند و معنای آنها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی- مکانی آنها دارد، از نو تنظیم می‌کنند. به نظر کاستلز اینکده چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را برسازد، تا حد زیادی تعیین‌کننده محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا بیرون آن تصور می‌کنند. (همان: ۲۴)

این پرسش که انواع مختلف هویت‌ها چگونه و به دست چه کسی ساخته می‌شوند و چه پیامدهایی دارند، نمی‌تواند به صورت کلی و انتزاعی مورد بحث قرار گیرد بلکه امری است مربوط به متن و زمینه اجتماعی. به نظر کاستلز «سیاستهای مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد.» (همان: ۲۴) و این زمینه خاص برای او پیدایش جامعه شبکه‌ای است.

بر اساس رویکرد بالا کاستلز بین سه صورت و منشأ برساختن هویت تمایز قائل می‌شود که هر کدام پیامدهای اجتماعی خاصی دارد:

۱- هویت مشروعیت بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند، که با نظریه‌های ملی‌گرایی هم‌خوانی دارد و جامعه مدنی ایجاد می‌کند؛ که منابع سلطه ساختاری را، البته گاهی به شیوه‌ای پر تعارض، عقلانی می‌سازد.

۲- هویت مقاومت: این هویت که شاید مهمترین شکل هویت‌سازی در جامعه امروز است، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطبق سلطه بی‌ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود. به نظر کاستلز این نوع هویت‌سازی، منجر به ایجاد جماعت‌ها، اجتماعات می‌شود. این هویت شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند و معمولاً بر مبنای هویت‌هایی (مثلاً ملی‌گرایی مبتنی بر قومیت) ساخته می‌شود که آشکارا به وسیله تاریخ، جغرافیا یا زیست‌شناسی تعریف شده‌اند و تبدیل مرزهای مقاومت را به جنبه‌های اساسی و ذاتی آسان‌تر می‌کنند. (همان: ۲۶) این دسته توسط نخبه‌ها و به عنوان دستگاهی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آنها ساخته می‌شوند. برنامه این هویت، تلاش برای ساختن جامعه‌ای است که بدون تبعیض به تفاوت‌های فرهنگی احترام بگذارد. (انیس، ۱۳۸۴: ۵-۱۰۴)

۳- هویت برنامه‌دار: هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترسی هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی هستند، این نوع هویت تحقق می‌یابد. مصداق این هویت مثلاً وقتی است که فمینیسم از سنگرهای مقاومت و دفاع از هویت و حقوق زنان خارج می‌شود تا پدرسالاری را به چالش بخواند. طبعاً، هویت‌هایی که در آغاز به منزله هویت مقاومت شکل می‌گیرند، ممکن است مبلغ برنامه‌هایی شوند یا ممکن است در طول تاریخ در میان نهادهای جامعه، به نهاد مسلط بدل شوند، و بدین ترتیب به منظور عقلانی کردن سلطه خود به هویت‌های مشروعیت‌بخش تبدیل شوند. در واقع، تحول هویت‌ها در طول این توالی نشان می‌دهد که، از دیدگاه نظریه اجتماعی، هیچ هویتی نمی‌تواند یک جوهر به شمار آورده شود و هیچ هویتی به خودی خود خارج از متن تاریخی خود، ارزش متری یا ارتجاعی ندارد. (کاستلز: ۵-۲۴)

## هویت و فضای مجازی

### رویکرد سه گانه

با توجه به پراکندگی، تعدد و تفاوت رویکردها به آثار و پیامدهای حضور در فضای مجازی و مصرف اینترنت در تمامی ابعاد اجتماعی خصوصاً ابعاد هویتی، ارائه و طرح یک رویکرد نظری منسجم بسیار دشوار می‌باشد. بعلاوه بسیاری از نظریه پردازان و جامعه‌شناسان معاصر با توجه به نوظهور بودن این پدیده فقط به طور حاشیه‌ای به این مسئله پرداخته و نگاهی بسیار مجمل به برخی از بخشهای آن نموده‌اند. بنابراین برای تبیین و تشریح کامل سوالات و اهداف مورد نظر

در این تحقیق ضمن دسته‌بندی برخی نظریات مربوط به هویت و فضای مجازی که برای تشریح نتایج تحقیق لازم است، سعی داریم در قالب این سه رویکرد طراحی شده تحقیق را ادامه دهیم. بنابراین نظریات موجود در باب هویت و فضای مجازی را به سه دسته کلی؛ نظریه‌های خوش‌بینانه، نظریه‌های بدبینانه و نظریه‌های واقع بینانه تقسیم نموده ایم.

رویکرد خوش بینانه: در رویکرد خوش بینانه؛ با نگاهی مثبت به اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی افراد نگریسته می‌شود. شری ترکل از جمله نظریه پردازانی است که با این رویکرد به هویت در شبکه اجتماعی مجازی می‌نگرد، ترکل فضای مجازی را به علت ویژگی‌های خاص آن از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی که به خود کاربر اجازه می‌دهد به آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه و پسند خود، بازی کند به عنوان فضایی رهایی بخش یاد می‌کند، چرا که به خود کاربر اجازه می‌دهد که در آن واحد خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده، در مجموع همه کاره نمایش مطلوب خود باشد. نظریه پرداز دیگر در قالب این رویکرد هوراد رینگولد است. از نظر وی شرکت در اجتماعات مجازی از سویی از فشارهای ناشی از وفق دادن خود با انتظارات گروهی و جمعی در دنیای واقعی کاسته و آزادی بیشتری را به فرد در جهت تحقق خود مطلوب و ایده‌آل وی، و تعامل با سایرین مطلوب خود وی به او بخشیده، و از سویی دیگر نیز از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می‌کاهد. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۲۶)

رویکرد بدبینانه: در رویکرد بدبینانه؛ با دیدی منفی به مسأله هویت در فضای مجازی نگریسته می‌شود. این نظریات عمدتاً به طور پراکنده و در انتقاد از نظریات و رویکردهای نسبتاً خوشبینانه برخی پسا مدرن‌ها شکل گرفته است. بر طبق این دیدگاه دنیای مجازی در مجموع شاید محاسبه ناپذیرتر از دنیای روزمره باشد اما در مجموع بر پایه همان قواعد و قراردادهای اجتماعی دنیای واقعی، شکل گرفته است و همچنین این فضای توسط منابع قدرت اقتصادی و سیاسی واقعی کنترل و اداره می‌شود. بنابراین همه چیز برنامه ریزی شده و از پیش مشخص است که توسط یک عده برنامه‌ریز ایجاد شده و تحت کنترل آنان است و معتقدند که خودهای شکل گرفته در فضای مجازی بیشتر شکل برنامه‌ها هستند تا هویت‌ها. بر طبق این دیدگاه در فضای مجازی هر فرد کاربری قادر است اطلاعات مختلفی را به آسانی پیرامون فرد کاربر دیگر کسب کند، بنابراین می‌توان گفت زندگی‌ها امروزه در تار و پود تکنولوژی دیجیتال به طور اجتناب ناپذیری قابل مشاهده و مرئی برای سایرین شده است و این مسأله‌ای است که زندگی شخصی افراد را با تهدید روبرو می‌کند. (همان: ۱۲۸)

رویکرد واقع بینانه: در رویکرد واقع بینانه؛ به دو رویکرد کاملاً متفاوت به هویت و فضای مجازی پرداخته می‌شود: رویکرد نخست، رویکردی به نحوه شکل‌گیری و ارائه خود در فضای مجازی در چارچوب نظریه نمایش گافمن و رویکرد دوم، رویکرد نوینی به خود در دنیای مدرن کنونی در پرتوی ظهور و گسترش رسانه‌های جدید و افزایش تعاملات رسانه‌ای شده است.

### چارچوب نظری

در این پژوهش به دنبال بررسی و مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر هویت اجتماعی کاربران آن بوده ایم، که در این راستا چهار بعد از هویت اجتماعی یعنی هویت قومی، دینی، ملی و جهانی مورد بررسی قرار داده ایم.

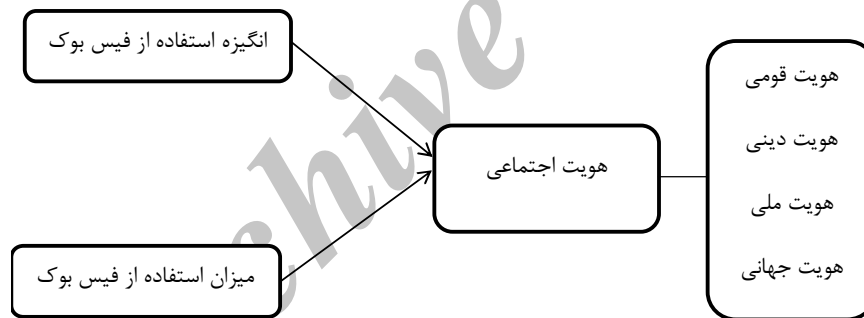
یکی از فرضیه‌های اصلی که در مدل تحقیق نمایان است، تأثیر انگیزه استفاده از فیس‌بوک بر هریک از ابعاد هویت اجتماعی می‌باشد. بدین معنا که هرچقدر انگیزه استفاده از فیس‌بوک متفاوت باشد به دلیل قرارگیری کاربران در موقعیت‌های متفاوت در این فضا هر یک از ابعاد هویت نیز دستخوش تغییر و تحول می‌شود. این فرضیه برگرفته از دل آرای استوارت هال، جنکینز، گیدنز و برگر می‌باشد.



هویت، در مفهوم جامعه‌شناختی، فاصله میان «درون» و «بیرون»- میان حوزه عمومی و حوزه خصوصی را پر می‌کند این واقعیت که ما «خودمان» را به درون هویت‌های فرهنگی می‌افکنیم و در همان زمان معانی و ارزش‌هایشان را درونی می‌کنیم و آنها را «بخشی از خودمان» می‌کنیم، کمک می‌کند که احساسات ذهنی‌مان را با مکان‌های عینی که در جهان فرهنگی و اجتماعی اشغال نموده‌ایم هماهنگ سازیم. بنابراین هویت سوژه را به ساختار متصل می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت که انگیزه‌های متفاوت از استفاده فیس‌بوک، کاربران را در موقعیتی قرار می‌دهد که این موقعیت زمینه را برای تغییر در هویت شان برقرار می‌سازد.

فرضیه مطرح دیگر در این پژوهش تأثیر میزان استفاده از فیس‌بوک بر هویت اجتماعی کاربرانشان می‌باشد. بدین معنا که هرچقدر میزان استفاده از فیس‌بوک بیشتر شود هر یک از ابعاد هویت اجتماعی نیز دچار تغییر می‌شود. به نظر کاستلز در جامعه شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی معنا حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. کاستلز معتقد است که تمام هویت‌ها برساخته می‌شوند. اما مسأله اصلی این است که چگونه؟ از چه چیزی؟ توسط چه کسی؟ فرض ما که در راستای نظریه کاستلز قرار می‌گیرد مربوط به میزان حضور در فضای مجازی می‌باشد. که در اینجا ما زمان را به عنوان عاملی که سبب برساخته شدن هویت اجتماعی کاربران می‌شود در نظر گرفته‌ایم. نهایت اینکه ما فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی را به عنوان زیست جهانی در نظر می‌گیریم که میزان حضور در این زیست جهان تمامی ابعاد هویت اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

## مدل تحقیق



## فرضیه‌های تحقیق

### فرضیه‌های اصلی

- ۱) به نظر می‌رسد بین میزان حضور در فیس‌بوک و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۲) به نظر می‌رسد بین انگیزه استفاده از فیس‌بوک و هویت اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

### فرضیه‌های فرعی

- ۱-۱) به نظر می‌رسد بین میزان حضور از فیس‌بوک و هویت قومی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۱-۲) به نظر می‌رسد بین میزان حضور از فیس‌بوک و هویت دینی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۱-۳) به نظر می‌رسد بین میزان حضور از فیس‌بوک و هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۱-۴) به نظر می‌رسد بین میزان حضور از فیس‌بوک و هویت جهانی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۲-۱) به نظر می‌رسد بین انگیزه استفاده از فیس‌بوک و هویت قومی دانشجویان رابطه وجود دارد.

- ۲-۲ به نظر می‌رسد بین انگیزه استفاده از فیس بوک و هویت دینی دانشجویان رابطه وجود دارد.  
 ۲-۳ به نظر می‌رسد بین انگیزه استفاده از فیس بوک و هویت ملی دانشجویان رابطه وجود دارد.  
 ۲-۴ به نظر می‌رسد بین انگیزه استفاده از فیس بوک و هویت جهانی دانشجویان رابطه وجود دارد.

### روش شناسی

این تحقیق به روش پیمایش اجتماعی<sup>۱۰</sup> انجام گرفته است و واحد تحلیل و نیز سطح مشاهده فرد است. و سطح مشاهده<sup>۱۱</sup> ابتدا منابع موجود در این زمینه به روش اسنادی و بررسی ادبیات موضوعی جمع‌آوری شده و سپس چارچوب نظری تهیه گردیده است. هم‌چنین، متغیرها و شاخص‌های مسئله بر اساس چارچوب نظری تعیین، و اطلاعات مورد نیاز به وسیله‌ی پرسش‌نامه تکمیل شده است. نحوه‌ی سنجش و آزمون هر یک از متغیرهای تحقیق با استفاده از سوالات بسته، طیف‌های مجموع نمرات و مقیاس لیکرت بوده و با توجه به سطوح سنجش هر یک از آزمون‌های آماری مرتبط به کار گرفته شده است. پس از تهیه‌ی پرسش‌نامه‌ی مقدماتی و پیش‌آزمون آن، پرسش‌نامه‌ی نهایی تدوین شد.

جامعه آماری این تحقیق شامل دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق می‌باشد که در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بوده‌اند، که تعداد آنان ۱۰۵۰۰ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه نیز در قالب فرمول زیر ۲۶۰ نفر انتخاب شدند که با توجه به اینکه تعدادی از پرسشنامه‌ها براساس ضوابط تکمیل نشده بود از نمونه کل حذف و نهایتاً تعداد نمونه به ۲۵۰ نفر تقلیل پیدا کرد.

$$n = \frac{N t^2 p(1-p)}{N d^2 + t^2 p}$$

(مقایسه شود با سرایی، ۱۳۷۲: ۱۴۰)

فرآیند انتخاب نمونه جهت آزمون فرضیات این تحقیق از بین دانشکده‌های فنی و مهندسی (۵۰٪)، علوم پایه (۱۴/۸٪) و علوم انسانی (۳۵/۲٪) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق بوده است در واقع تلاش شده است، شیوه نمونه‌گیری این تحقیق به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شود.

در این پژوهش هویت اجتماعی را در چهار بعد هویت قومی، دینی، ملی و جهانی مورد بررسی قرار داده‌ایم. هویت قومی، به مجموعه مشخصات و ویژگیهای فرهنگی اطلاق می‌شود که یک قوم را از اقوام دیگر متمایز می‌کند و بین اعضای یک قوم احساس تعلق و همبستگی ایجاد می‌کند. هویت دینی، مجموعه‌ای از تصورات و برداشت‌هایی است که هر فرد از مسائل مذهبی و دینی دارد. هویت ملی، به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف شده سیاسی است. هویت جهانی، به معنای شکل‌گیری احساس تعلق فرد به نظام جهانی و تعهد ولی به جامعه جهانی می‌باشد.

### اعتبار<sup>۱۲</sup> و روایی<sup>۱۳</sup>

برای بررسی اعتبار، از اعتبار صوری استفاده شده است که با نظر و قضاوت داوران و متخصصان این رشته مفاهیم اصلی تحقیق مورد ارزیابی داوران قرار گرفته است. به منظور بررسی روایی متغیرهای اصلی تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب نشان می‌دهد که تمام ابعاد چهارگانه هویت (بالای ۰/۷۰) از میزان قابل قبولی برخوردار است.

<sup>10</sup> - Social Survey

<sup>11</sup> - Level Of Observation

<sup>12</sup> - validity

<sup>13</sup> - reliability

## یافته‌های تحقیق

ابتدا به توصیف جداول فراوانی مشخصات پاسخگویان می‌پردازیم. در مرحله بعد متغیر وابسته (ابعاد هویت اجتماعی) را توصیف و سپس متغیرهای مستقل توصیف خواهد شد.

## مختصات پیشینه‌ای

از مجموع ۲۵۰ نفر پاسخگو، به لحاظ ترکیب جنسیتی، ۰/۵۰ درصد مرد و ۰/۵۰ درصد زن می‌باشند. به لحاظ ترکیب سنی، ۲۸/۴ درصد در گروه سنی ۲۰ سال و کمتر، ۴۹/۲ درصد در گروه سنی ۲۱ تا ۲۵ سال و ۲۲/۴ درصد در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال می‌باشند. به لحاظ ترکیب تحصیلی ۳۲/۸ درصد کاردانی، ۵۱/۶ درصد کارشناسی و ۱۵/۶ درصد کارشناسی ارشد هستند. به لحاظ ترکیب دانشکده ۰/۵۰ درصد فنی و مهندسی، ۳۵/۲ درصد علوم انسانی و ۱۴/۸ درصد علوم پایه هستند. همچنین به لحاظ قومیت والدین ۵۵/۶ درصد فارس، ۲۰/۰ درصد ترک، ۱۰/۰ درصد لر، ۹/۶ درصد کرد، ۳/۲ درصد مازندرانی و گیلکی و ۱/۶ درصد سایر موارد هستند.

در مجموع مدت آشنایی با اینترنت ۲۹/۲ درصد کمتر از ۵ سال، ۴۵/۲ درصد ۵ تا ۹ سال و ۲۳/۶ درصد ۱۰ سال به بالا می‌باشد. به لحاظ نوع استفاده از اینترنت ۶۹/۲ درصد جستجوی اطلاعات آموزشی-علمی، ۵۵/۲ درصد دریافت اطلاعات خبری-هنری-اجتماعی-سیاسی و غیره، ۵۰/۴ درصد استفاده از پست الکترونیک، ۴۲/۴ درصد چت و گفتگوی آنلاین، ۲۲/۴ درصد بازی و سرگرمی و ۱۰/۴ درصد موارد دیگر می‌باشد. به لحاظ میزان استفاده از اینترنت ۲۷/۶ درصد ۱ تا ۵ ساعت، ۲۰/۸ درصد ۶ تا ۱۰ ساعت، ۱۰/۸ درصد ۱۱ تا ۱۵ ساعت، ۸/۸ درصد ۱۶ تا ۲۰ ساعت و ۳۲/۰ درصد ۲۰ ساعت و بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند. میزان استفاده از فیس‌بوک در مقایسه با دوستان ۱۹/۲ درصد بسیار کم، ۱۹/۶ درصد کم، ۳۶/۸ درصد تا حدودی، ۱۹/۶ درصد زیاد، ۴/۴ درصد بسیار زیاد و ۰/۴ درصد بی-پاسخ می‌باشد. نوع استفاده از فیس‌بوک ۵۶ درصد پیدا کردن دوستان قدیمی، ۳۷/۶ درصد تبادل اطلاعات با گروه‌های مختلف، ۳۵/۶ درصد چت کردن (سرگرمی)، ۳۴/۸ درصد تماشای تصاویر، ۳۲ درصد مطالعه اخبار، ۳۱/۲ درصد ارسال اطلاعات برای دیگران، ۲۲/۸ درصد جستجو در اطلاعات علمی و ۱/۶ درصد سایر موارد می‌باشد.

## مختصات متغیر وابسته

میانگین ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی بر روی طیف ۵ قسمتی لیکرت (۱ تا ۵) برای هر گویه بدین قرار است: نمره‌ی میانگین هویت قومی ۳، میانگین هویت دینی ۳، هویت ملی ۳/۳ و نمره‌ی میانگین هویت جهانی ۳/۴ می‌باشد به عبارتی در مجموع می‌توان گفت نمره‌ی هویت جهانی و ملی افراد به مراتب بیش از هویت دینی و قومی می‌باشد.

جدول توزیع فراوانی (درصدی) ابعاد هویت اجتماعی پاسخگویان (n=250)

ابعاد	گویه‌ها	کاملاً موافقم	موافقم	بی‌تفاوت	مخالفم	کاملاً مخالفم	بی‌پاسخ	میانگین
هویت قومی	من به قومیتم افتخار می‌کنم.	50/8	27/2	16/4	3/6	1/2	0/8	4/24
	اگر در فیس‌بوک کسی به قومیتم توهین کند یا جوک بگوید، ناراحت می‌شوم.	28	24	24/4	13/6	10	0/0	3/46
	فیس‌بوک فضای خوبی برای مطرح شدن قومیت‌ها و ارتباط اقوام با هم است.	23/2	33/6	32/4	7/2	2/8	0/8	3/68
	در فیس‌بوک تنها با افرادی از قومیت خودم قرار ملاقات حضوری می‌گذارم.	8/4	12/8	24/4	24	29/6	0/8	2/46
	برای من ایرانی بودن مهمتر از قومیتم می‌باشد.	43/6	23/2	20/4	6	6/4	0/4	3/92
	همیشه برای من مهم بوده که در فیس‌بوک قومیتم را اعلام کنم.	17/2	15/6	36/8	19/2	10/4	0/8	3/10
	اگر بخواهم به کسی کمک کنم قومیتش برای من مهم است.	5/6	9/2	18	22/8	44/4	0/0	2/09
	در فیس‌بوک با کاربران هم زبان خود، به زبان محلی صحبت می‌کنیم.	14	12/4	27/1	17/2	27/6	1/2	2/68

۲/۷۸	0/4	20/8	21/2	27/6	19/2	10/8	در فیس‌بوک برای ارتباط با کاربران، باورهای دینی و مذهبی آنان برای من بسیار مهم است.
۳/۴۷	۰/۰۰	9/2	12	26/4	27/2	25/2	برای من باورهای دینی و مذهبی ام بسیار مهم است.
۲/۴۳	۰/۰۰	30/4	27/6	20	12/8	9/2	ترجیح می‌دهم با هم دینی خودم ارتباط داشته باشم.
۳/۲۱	۰/۰۰	12	11/6	36	24	16/4	برای من اعیاد و مراسم مذهبی بسیار مهم است.
۲/۹۲	0/4	15/2	18/4	36	18/8	11/2	همیشه مراسم مذهبی را به دوستانم در فیس‌بوک تبریک و تسلیت می‌گویم.
۲/۹۷	0/8	12/8	14	46/8	14/4	11/2	من معمولاً در مراسم مذهبی، دینی شرکت می‌کنم.
۳/۳۵	0/4	12	12/4	28/8	21/6	24/8	من معمولاً واجبات دینی را انجام می‌دهم. (نماز، روزه و...)
۲/۲۸	1/2	35/2	26	20/4	9/6	7/6	در فیس‌بوک ترجیح می‌دهم با افرادی ارتباط برقرار کنم که از یک دین باشیم.
۳/۶۸	۰/۰۰	6	11/6	26	21/6	34/8	در فیس‌بوک اگر کسی به دین من توهین کند واکنش نشان می‌دهم.
۲/۶۵	0/4	17/6	28/8	32/4	12/4	8/4	من ترجیح می‌دهم که در گفتگوی‌های اینترنتی از زبان فارسی استفاده نکنم.
۴/۱۲	0/8	4/8	3/6	13/6	29/6	47/6	در فیس‌بوک خود را به عنوان یک ایرانی معرفی کرده ام و بدان افتخار می‌کنم.
۳/۵۲	0/8	11/2	12/4	22/4	20/4	32/8	من فکر می‌کنم فرهنگ ایرانی از برترین فرهنگهای جهانی است.
۳/۴۸	0/4	6	11/2	33/6	26/8	22	من سعی می‌کنم سنت‌های ملی کشورم را در فیس‌بوک ترویج دهم.
۳/۱۶	0/8	10/4	17/2	33/2	23/2	15/2	به خاطر دل‌بستگی ام به زبان فارسی در فیس‌بوک از این زبان استفاده می‌کنم.
۲/۸۳	1/6	25/2	19/2	22	10/8	21/2	خیلی وقتها به خود می‌گویم ای گاش که در ایران به دنیا نیامده بودم.
۳/۵۱	1/6	8	10/8	31/2	19/6	28/8	پرچم سه رنگ ایران مایه سربلندی است.
۳/۱۵	1/2	20	11/2	24/8	19/2	23/6	در صورت تحصیل در دانشگاههای خارجی، پس از اتمام تحصیل به ایران بر می‌گردم.
۳/۸۴	0/4	6	5/2	23/6	28/8	36	همیشه برانتم تا گذشته تاریخی این مرز و بوم (ایران) را بشناسم.
۲/۶۴	0/4	24/4	20/4	30/8	14/4	9/6	عاشق فیلم هایی هستم که در ایران تولید می شود.
۲/۶۱	0/4	24	21/6	32/8	11/6	9/6	همیشه به دوستان خود توصیه می‌کنم که در مد لباس، دوخت‌های ایرانی را انتخاب کنند.
۴/۴۴	۰/۰۰	۰/۰۰	1/2	10	32/8	56	من دوست دارم با فرهنگ‌های مختلف ارتباط برقرار کنم.
۲/۵۳	0/8	22/8	32/8	20/4	14/4	8/8	برای من ایرانی بودن چندان مهم نیست.
۲/۸۸	۰/۰۰	9/6	26	40/4	14/4	9/6	در فیس‌بوک سعی می‌کنم بیشتر از اصطلاحات انگلیسی استفاده کنم.
۴/۱۹	0/4	1/2	1/6	15/2	40/2	41/2	در تعاملاتم در فیس‌بوک به ارزشهای سایر فرهنگها احترام می‌گذارم.
۳/۱۶	0/4	6/8	14/8	46	20	12	در فیس‌بوک به تمام فرهنگهایی که با آن در تماس هستم، احساس تعلق می‌کنم.
۳/۶۶	0/8	4	9/6	30/4	27/2	28	برای من فیس‌بوک ترسیم کننده یک جهان کل است (بنی آدم اعضای یکدیگرند).
۲/۸۷	۰/۰۰	8/8	28/4	40	12/4	10/4	در فیس‌بوک سعی می‌کنم بیشتر با کاربران خارجی زبان ارتباط برقرار کنم.
۴/۰۲	۰/۰۰	2	5/6	22/8	27/6	42	علاقتمند به پیگیری مسائل و اخبار جهانی از اینترنت هستم.
۳/۲۳	۰/۰۰	5/6	20	34/4	25/6	14/4	پذیرش فرهنگ کشورهای دیگر برای من آسان است.
۳/۱۶	0/4	9/6	19/6	34	18	18/4	من فیلم و موسیقی خارجی را بیشتر از ایرانی دنبال می‌کنم.
۲/۲۸	۰/۰۰	31/6	27/6	27/6	7/2	6	مسائل و مشکلات ملت‌های دیگر نظیر (زلزله، سیل و...) برای من چندان اهمیت ندارد.

هویت دینی

هویت جهانی

## آزمون فرضیه‌ها

در اینجا هریک از ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی که شامل هویت قومی، دینی، ملی و جهانی می‌باشد با متغیر مستقل تحقیق یعنی میزان استفاده از فیس‌بوک آزمون می‌شود.

جدول شماره رابطه میان میزان استفاده از فیس‌بوک و ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی

تعداد نمونه	استفاده از فیس بوک		متغیر مستقل ابعاد متغیر وابسته
	معماری	همبستگی	
۲۳۸	۰/۰۰۳	۰/۱۹۱	هویت قومی
۲۴۲	۰/۰۳۸	-۰/۱۳۳	هویت دینی
۲۳۷	۰/۰۴۲	-۰/۱۳۲	هویت ملی
۲۴۳	۰/۰۰۲	۰/۱۹۵	هویت جهانی

فرضیه اول: "بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت قومی رابطه وجود دارد." میزان همبستگی این دو متغیر ۰/۱۹۱ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن ضعیف است و در سطح  $P=0/003$  معنادار است. این رابطه نشان می دهد با افزایش میزان استفاده از فیس بوک، هویت قومی قوی تر می شود.

فرضیه دوم: "بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت دینی رابطه وجود دارد." میزان همبستگی این دو متغیر ۰/۱۳۳- است. جهت رابطه منفی و شدت آن ضعیف است و در سطح  $P=0/038$  معنادار است. این رابطه نشان می دهد با افزایش میزان استفاده از فیس بوک، هویت دینی ضعیف تر می شود.

فرضیه سوم: "بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت ملی رابطه وجود دارد." میزان همبستگی این دو متغیر ۰/۱۳۲- است. جهت رابطه منفی و شدت آن ضعیف است و در سطح  $P=0/042$  معنادار است. این رابطه نشان می دهد با افزایش میزان استفاده از فیس بوک، هویت ملی ضعیف تر می شود.

فرضیه چهارم: "بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت جهانی رابطه وجود دارد." میزان همبستگی این دو متغیر ۰/۱۹۵ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن ضعیف است و در سطح  $P=0/002$  معنادار است. این رابطه نشان می دهد با افزایش میزان استفاده از فیس بوک، هویت جهانی قوی تر می شود.

به منظور بررسی رابطه میان نوع استفاده از فیس بوک و ابعاد چهارگانه هویت از آزمون تحلیل واریانس (متغیرهای مستقل کیفی و متغیر وابسته کمی) استفاده گردید. استفاده از فیس بوک به منظور جستجوی اطلاعات علمی تنها با هویت قومی تفاوت معناداری دارد. به عبارتی فردیکه از فیس بوک به منظور جستجوی اطلاعات علمی استفاده کرده اند هویت قومی آنان قوی تر بوده است. استفاده از فیس بوک به منظور تماشای تصویر با هیچکدام از ابعاد هویت تفاوت معناداری ندارد. استفاده از فیس بوک به منظور مطالعه اخبار با هیچکدام از ابعاد هویت تفاوت معناداری ندارد. استفاده از فیس بوک به منظور چت کردن (سرگرمی) تنها با هویت ملی تفاوت معناداری دارد. به عبارتی فردیکه از فیس بوک استفاده ای به منظور چت و سرگرمی استفاده کرده اند هویت ملی آنان ضعیف تر بوده است. استفاده از فیس بوک به منظور تبادل اطلاعات با گروه های مختلف تنها با هویت جهانی تفاوت معناداری دارد. به عبارتی فردیکه از فیس بوک به منظور تبادل اطلاعات با گروه های مختلف استفاده کرده اند هویت جهانی آنان قوی تر بوده است.

استفاده از فیس بوک به منظور ارسال اطلاعات برای دیگران تنها با هویت جهانی تفاوت معناداری دارد. به عبارتی فردیکه از فیس بوک به منظور ارسال اطلاعات برای دیگران استفاده کرده اند هویت جهانی آنان قوی تر بوده است.

استفاده از فیس‌بوک به منظور پیدا کردن دوستان قدیمی تنها با هویت جهانی تفاوت معناداری دارد. به عبارتی افرادی که از فیس‌بوک به منظور پیدا کردن دوستان قدیمی استفاده کرده‌اند هویت جهانی آنان قوی‌تر بود است.

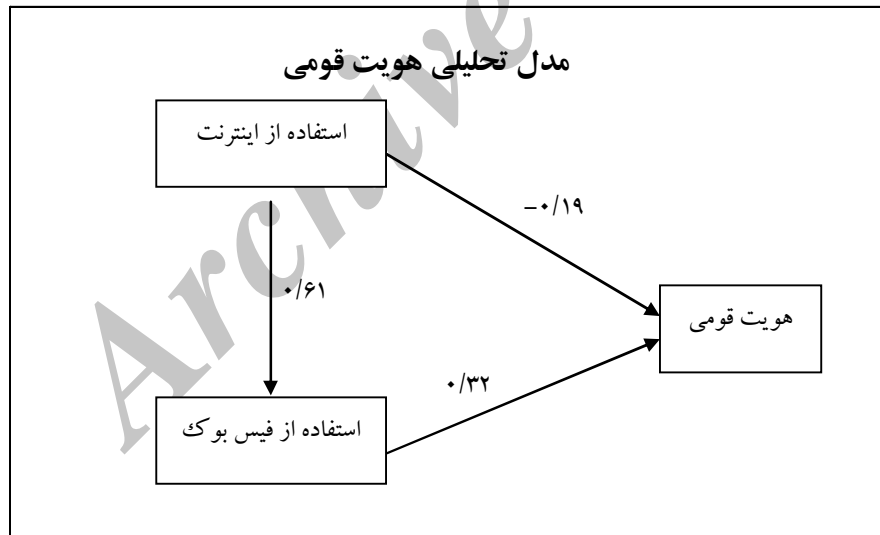
### تحلیل همزمان متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

تأثیر همزمان و مشارکت نسبی متغیرهای مستقل تحقیق را بر روی متغیر وابسته (ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی) بررسی کرده است. ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی شامل هویت قومی، دینی، ملی و جهانی می‌باشد. ضریب تعیین چندگانه مجموع مشارکت نسبی متغیرها بر متغیر وابسته نشان می‌دهد که  $0/06$  واریانس کل متغیر وابسته توسط متغیرهای مورد بررسی توضیح داده شده است. البته این مقدار ناچیز است، ضریب تعیین چندگانه نشان می‌دهد متغیرهای سن، استفاده از اینترنت و فیس‌بوک به مقدار  $6\%$  از تغییرات هویت قومی را توضیح داده‌اند. سایر ابعاد هویت از ضریب تعیین چندگانه کمتری برخوردار بوده است که در اینجا از ارائه آن صرف‌نظر شده است<sup>۱۴</sup>.

۱- هویت قومی: خود تابعی از میزان استفاده از فیس‌بوک و میزان استفاده از اینترنت است. میزان استفاده از فیس‌بوک بالاترین سهم را دارد، میزان تأثیر این متغیر ( $\beta = 0/32$ ) است. با افزایش میزان استفاده از فیس‌بوک، هویت قومی نیز تقویت (افزایش) پیدا می‌کند. میزان استفاده از اینترنت در مرتبه دوم تبیین قرار دارد. میزان تأثیر این متغیر،  $-0/19 = \beta$  است. به بیانی دیگر هرچه میزان استفاده از اینترنت بیشتر باشد، هویت قومی تضعیف (کاهش) می‌یابد.

۲- میزان استفاده از فیس‌بوک: با افزایش میزان استفاده از اینترنت میزان استفاده از فیس‌بوک نیز افزایش پیدا می‌کند. میزان تأثیر این متغیر ( $\beta = 0/61$ ) است که این میزان نسبتاً بالا است.

دیگرام مسیر وسیله‌ای سودمند برای به نمایش درآوردن الگوی روابط علی در میان مجموعه‌ای از متغیرهاست. مدل زیر نشان می‌دهد.



<sup>۱۴</sup> برای اطلاع بیشتر به پیوست مقاله مراجعه شود.

### بحث و نتیجه گیری

در راستای فرضیات تحقیق نوع استفاده از فیس بوک از متغیرهای اثرگذار بر شکل گیری ابعاد چهارگانه هویت در نظر گرفته شده است. رابطه این متغیر با هر یک از ابعاد چهارگانه هویت در قالب فرضیات اصلی تحقیق مورد پژوهش تجربی قرار گرفت، که داده های تحقیق نشان داد که هر یک از ابعاد چهارگانه هویت بجز هویت دینی به تناسب نوع استفاده ای که کاربران از فیس بوک دارند، دستخوش تغییر و تحول می شود. هرگاه استفاده از فیس بوک به منظور جستجوی اطلاعات علمی باشد زمینه برای تقویت هویت قومی فراهم می شود. استفاده از فیس بوک به منظور چت کردن و سرگرمی سبب تضعیف هویت ملی می شود. استفاده از فیس بوک به منظور تبادل اطلاعات با گروه های مختلف، ارسال اطلاعات برای دیگران و استفاده از فیس بوک به منظور پیدا کردن دوستان قدیمی سبب تقویت هویت جهانی می شود. این نتایج ما را به نظریه گیدنز آنجا که می گوید موقعیت های نهادینی که افراد در آن قرار می گیرند زمینه را فراهم می کند تا افراد به کنش های خود شکل دهند، نزدیک می کند و همچنین در راستای نظریات پیتز برگ در بحث «زیست جهان اجتماعی» و «ساخت اجتماعی واقعیت» قرار می گیرد، در پژوهش حاضر شبکه اجتماعی مجازی (فیس بوک) بعنوان یک زیست جهان که آگاهی افراد را شکل می دهد در نظر گرفته شده، بنابراین می توان گفت آگاهی ی که کنش گران از حضور در فیس بوک به عنوان یک زیست جهان کسب می کنند هویت اجتماعی افراد را شکل می دهد و این نتیجه ای است که با یافته های این تحقیق که نشان دهنده تفاوت در ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی به تناسب نوع استفاده ای که از فیس بوک می کند، همخوانی دارد.

اما مسأله دیگری که در این پژوهش ما درصدد بررسی و مطالعه آن بودیم تأثیر میزان حضور در شبکه های اجتماعی مجازی به طور عام و فیس بوک به طور خاص، بر هویت اجتماعی افراد می باشد. بدیهی است که حضور افراد در این شبکه ها با زمان درهم تنیده است، بدین معنا که میزان تأثیر این شبکه ها بر هویت اجتماعی با میزان حضورشان در این شبکه ها نمایان می شود که در قالب یکی از فرضیه های اصلی این تحقیق مورد بررسی قرار دادیم. داده های تحقیق حاکی از وجود این واقعیت است که هر یک از ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی با میزان حضور و استفاده کاربران از فیس بوک رابطه دارد، بدین معنا که افزایش میزان حضور در فیس بوک سبب تقویت ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی می شود. از نظر کاستلز نیز در جامعه شبکه ای، هویت در طول زمان و مکان قائم به ذات است. کاستلز زمان را از مولفه هایی می داند که سبب تغییر و تحول در هویت افراد می شود، بر طبق دیدگاه کاستلز در جامعه های شبکه ای ما شاهد بازگشت به هویت های تاریخی هستیم و تغییر و تحولاتی که در هویت افراد بوجود می آید، با استفاده از تصوراتی درباره تاریخ برساخته می شوند، بنابراین ملاحظه می شود که همبستگی مثبت بین استفاده از فیس بوک و هویت قومی و جهانی در واقع همان نگاه کاستلز به هویت در شبکه های اجتماعی مجازی است که ضمن ثابت بودن هسته اولیه هویت شکل جدیدی از هویت بوجود می آید که ریشه در همان هویت تاریخی فرد دارد.

در کل می توان با سه رویکرد متفاوت به تأثیر فضای مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی پرداخت. ترکل و استون رویکردی خوشبینانه به فضای مجازی دارد، بر طبق این دیدگاه حضور در فیس بوک زمینه را برای شکل دهی به ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی مطابق میل کاربران، فراهم می کند. با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق که حاکی از تأثیر فیس بوک بر هویت اجتماعی است می توان گفت که فیس بوک به عنوان یک فضای مجازی اجتماعی با دیدی خوشبینانه و مطابق نظرات ترکل و استون این امکان را برای کاربران خود فراهم می کند که از مکان واقعی که به آن تعلق دارند رها گردند و با ارائه نمایش مطلوب خود در کنش با دیگران هر یک از ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی خود را در این فضا مطابق میل خود بسازد. بنابراین فیس بوک این امکان برای کاربران فراهم می آورد که به ابعاد چهارگانه هویتی خود وزن بدهند و هر یک از این ابعاد را مطابق میل خود تقویت یا تضعیف کنند و این همان چیزی است که از یافته های این تحقیق برداشت می شود، چراکه مطابق یافته های تحقیق و به فراخور نوع استفاده، برخی از ابعاد چهارگانه

هویت تقویت می‌شوند. تنها هویت دینی به تناسب نوع استفاده از فیس‌بوک دچار تغییر نمی‌شود، همچنین میزان حضور در فیس‌بوک سبب تقویت هویت قومی و جهانی، و تضعیف هویت دینی و ملی می‌شود. رویکرد دیگری که در زمینه فضای مجازی و هویت مطرح است، رویکرد بدبینانه می‌باشد، که صاحب‌نظرانی همچون وین و کاتس در این دسته قرار می‌گیرند. نگاهی اینچنینی به نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افراد از هویت قومی، دینی و ملی خود فاصله گرفته و به سمت و سوی هویت جهانی کشیده می‌شوند. بنابراین بر طبق این رویکرد شاید بتوان گفت تضعیف هویت دینی و هویت ملی گامی در جهت قرار گرفتن در پروسه جهانی شدن و ادغام هویت‌های ملی و دینی در هویت جهانی باشد.

رویکرد دیگر که در خصوص فضای مجازی و هویت اجتماعی مطرح است، رویکرد واقع بینانه است. میلیار از صاحب‌نظران این رویکرد می‌باشد. که بحث خود را با نحوه ارائه خود قابل قبول و مطلوب در فضای مجازی آغاز می‌کند. از نظر وی افراد در فضای مجازی منابع، تکنیک‌ها و امکاناتی را در اختیار دارند که ارائه خود مطلوبشان را در این فضا بسیار آسانتر از دنیای واقعی می‌کند. در تعاملات چهره به چهره «مدیریت تأثیرگذاری» و گذاشتن بیشترین تأثیر بر مخاطب کار نسبتاً دشواری است اما در فضای مجازی به طور کلی فرد قادر است اطلاعات ناخواسته بسیار کمتری را در جریان تعامل در اختیار مخاطب خود قرار دهد، که منظور اصلی وی نیست، اما از سویی دیگر تعامل در فضای مجازی در حقیقت تعامل با ناشناخته‌ها است، تعامل با افرادی که آن‌ها را نمی‌شناسیم، بدون برنامه‌ریزی قبلی و بدون شناختن متن‌های ناشناخته‌ای که در آن حضور داریم. بنابراین در این رویکرد ملاحظه می‌شود که تعامل در این فضا دارای نقاط مثبت و منفی می‌باشد.

در مقام جمع بندی می‌توان گفت که افراد در فضای مجازی فرصت ارائه خویشتن مطلوب و ایده‌آل خود را تا حدودی در اختیار دارند. خودهایی که می‌تواند پشت صحنه فرد در دنیای واقعی با ترکیبی از پشت صحنه و جلوی صحنه وی باشند. فضای مجازی در این معنا هم می‌تواند در حکم جلوی صحنه خود و دیگران و هم در حکم پشت صحنه آنان باشد. البته بدیهی است اجرای نقش‌های بعضاً متفاوت و رفت و آمد مداوم بین پشت صحنه و جلوی صحنه ممکن است کمی ناپایداری هویت برای فرد کاربر ایجاد کند. اما به طور 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.

#### مطلوب است:

- بهتر است مسئولین و برنامه ریزان فرهنگی کشور سعی در راه اندازی یک شبکه مجازی ملی داشته باشند که منطبق بر فرهنگ بومی کشور باشد. تا به نوعی بتوان از تضعیف هویت دینی و ملی که به واسطه حضور در فیس‌بوک اتفاق می‌افتد، دوری گزید. که این به نوبه خود سبب افزایش همبستگی و انسجام ملی در بین کاربران می‌گردد.
- مطلوب است که مسئولین و تئوریسین‌های کشور تدابیری برای فرهنگ سازی جهت استفاده کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران جوان، بیاندیشند، تا از این طریق حتی بتوان فرهنگ بومی و ملی خود را در راستای جهانی شدن به دیگر فرهنگ‌های موجود در این شبکه‌های مجازی شناساند.
- هویت اجتماعی در بین دانشجویان به عنوان قشری از جامعه که باید آینده کشور را بسازد یکی از مسائلی است که بهبود آن باید در برنامه‌های دولت قرار گیرد. هویت اجتماعی در فضای مجازی قابل تسری به زندگی واقعی افراد است، که این مسأله به نوبه خود جنبه‌های گوناگون زندگی افراد را تحت الشعاع قرار می‌دهد و سبب ضرر و زیان فراوان به کشور می‌شود. از سویی دیگر تقویت هویت اجتماعی شهروندان در زندگی واقعی سبب تسری این هویت انسجام یافته به فضای مجازی می‌شود که کمتر تحت تأثیر این شبکه‌های مجازی قرار می‌گیرند. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که برنامه‌هایی جهت تقویت هویت اجتماعی شهروندان اندیشیده شود.



- یکی از نتایجی که این تحقیق بدان دست یافت وجود تفاوت در ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی دانشجویان به تناسب نوع استفاده از فیس بوک می باشد. بنابراین با آموزش نوع استفاده کاربران از فیس بوک و جهت دادن به استفاده از این شبکه مجازی در خصوص دستیابی به اهداف ملی، می توان تا حدودی چگونگی استفاده از آن را تحت کنترل قرار داد و از ضرر و زیانهای ناشی از تضعیف ابعاد هویتی به فراخور استفاده های متعدد که از آن می شود، دوری گزید. بدیهی است که دست یافتن به تمام پیشنهادهایی که در بالا ذکر آنها رفت مستلزم ارائه الگوهای فرهنگی- اجتماعی و سیاسی به مردم است، و تنها از این طریق است که می توان به تعالی جامعه و تقویت هویت اجتماعی در بین مردم امیدوار بود.

Archive of SID

## فهرست منابع:

- انیس، مارتین (۱۳۸۴) گفتگوهای با مانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران، نشر نی.
- برگر، پترل و لاکمن، توماس (۱۳۷۵)، ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی، چاپ اول، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
- برگر، پیتر و همکاران (۱۳۸۱) ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی، ترجمه محمد ساوجی، تهران، نشر نی.
- بهرامپور، شعبانعلی (۱۳۸۳)، «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم‌نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴) روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان، تهران، فرهنگ گفتمان.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یار احمدی. تهران: نشر شیرازه.
- خلیلی، پگاه (۱۳۸۴) «وبلاگ نویسی در ایران مطالعه کمی و کیفی نحوه‌ی ابراز هویت با تأکید بر وبلاگ‌های شخصی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)، «تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی»، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ذکایی، محمد سعید، خطیبی، فخره (۱۳۸۵)، رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن (پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی)، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۳.
- شالچی، سمیه (۱۳۸۴) «هویت بازاندیشانه و رسانه‌ها (بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- سرایی، حسن (۱۳۷۲)، مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق، چاپ اول، تهران، نشر سمت.
- عیاری، آذرخوش (۱۳۸۴)، هویت قومی در اینترنت (بررسی عملکرد اینترنتی گروه‌های قومی آذری، بلوچ، ترکمن، عرب خوزستانی و کرد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، «عصر اطلاعات، قدرت هویت»، ترجمه حسن چاوشیان، انتشارات طرح نو.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰)، جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- محسنی، منوچهر، دوران، بهزاد، سهرابی، محمد هادی (۱۳۸۵)، بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران کافی نت‌های تهران)، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفتم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۵.
- هال، استوارت (۱۳۸۳) هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید، ترجمه شهریار وقفی‌پور، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴.
- Chou, A & Lim, B. (2010) "A framework for measuring happiness in online social network". Illinois state university
- Jacobson J. and R. Jenkins 1996. Social Identity. London, Routledge.
- Hall, S. (1987) 'Minimal Selves', in Identity: The Real Me, ICA Document 6, London. Institute for Contemporary Arts.
- Lee, J & Lee, H, (2010), "The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital". New Media & Society. 12 (5). 711-727.

- Michael, j. hart. (2011) “A Study on the motives of high school and undergraduate college students for using the social network site facebook”, proquest.
- Oswald, D & Baker L, (2010). “Shyness and online social networking services”. Marquette University, USA. *Journal of Social and Personal Relationships* 27(7) 873–889
- Papacharissi, Z.(2009). “The virtual geographies of social networks: a comparative anaysis of Facebook, LinkedIn and A Small World”. *New media society*
- Protheroe, Claire, (2009), *identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity*, University of KwaZulu-Natal, Durban, South Africa.
- Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2007), “Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities”, *Organization Studies*: <http://nms.sagepub.com>
- Wellman, B & Haase, J. Witte & K. Hampton (2001), “Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital?” *Social Networks, Participation and Community Commitment*, *American Behavioral Scientist* 45(3): 436–55.
- <http://fa.wikipedia.org>

Archive of SID

## پیوست

جدول ضرایب مشارکت نسبی رگرسیون چند متغیره هویت قومی (تعداد نمونه ۲۲۲)

t معناداری	$\beta$ بتا	B	متغیرهای مستقل
۰/۹۹۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	سن
۰/۵۳۰	-۰/۰۴۵	-۰/۰۶۶	مدت آشنایی با اینترنت
۰/۰۲۲	-۰/۱۹۰	-۰/۰۵۴	میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۰	۰/۳۳۱	۰/۱۵۵	میزان استفاده از فیس‌بوک
۰/۰۰۰	---	۲۴/۰۵	عدد ثابت (عرض از مبدا)
۰/۰۰۰		۳/۸۴	آزمون $F^2$ و سطح معناداری کل
	۰/۰۶		$R^2$ (ضریب تعیین چندگانه)

جدول ضرایب مشارکت نسبی رگرسیون چند متغیره هویت دینی (تعداد نمونه ۲۲۶)

T معناداری	$\beta$ بتا	B	متغیرهای مستقل
۰/۵۴۲	-۰/۰۴۲	-۰/۰۷۳	سن
۰/۰۰۵	-۰/۱۹۸	-۰/۴۸۲	مدت آشنایی با اینترنت
۰/۳۸۶	-۰/۰۷۰	-۰/۰۳۲	میزان استفاده از اینترنت
۰/۶۰۲	-۰/۰۴۲	-۰/۰۳۳	میزان استفاده از فیس‌بوک
۰/۰۰۰	---	۳۳/۰۹	عدد ثابت (عرض از مبدا)
۰/۰۰۲		۴/۳۱	آزمون $F^2$ و سطح معناداری کل
	۰/۰۷		$R^2$ (ضریب تعیین چندگانه)

جدول ضرایب مشارکت نسبی رگرسیون چند متغیره هویت جهانی (تعداد نمونه ۲۳۷)

T معناداری	$\beta$ بتا	B	متغیرهای مستقل
۰/۹۴۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۶	سن
۰/۲۶۲	۰/۰۸۰	۰/۱۲۲	مدت آشنایی با اینترنت
۰/۳۴۷	۰/۰۹۴	۰/۰۲۸	میزان استفاده از اینترنت
۰/۱۴۳	۰/۱۱۹	۰/۰۶۰	میزان استفاده از فیس‌بوک
۰/۰۰۰	---	۳۵/۹۶	عدد ثابت (عرض از مبدا)
۰/۰۱۵		۳/۱۵	آزمون $F^2$ و سطح معناداری کل
	۰/۰۵		$R^2$ (ضریب تعیین چندگانه)