

تأثیرات و پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) بر هویت اجتماعی کاربران

شیرزاد بخشی‌تلیابی^۱ / شهناز هاشمی^۲ / محمد سلطانی‌فر^۳

تاریخ پذیرش نهایی: دی ۹۵

تاریخ دریافت مقاله: آذر ۹۵

چکیده

شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب اطلاعاتی است که ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است. حضور شبکه‌های اجتماعی در بزرگراه‌های اطلاعاتی امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری و نوشتاری و دیداری با هزینه نسبتاً کم فراهم آورده است. ظهور این پدیده اگر چه خود معلول تحولاتی چند بوده اما پس از ظهور، خود منشأ تحولات عدیده‌ای گردیده است یکی از این تحولات تحول در مبنا و معنای مفهوم هویت اجتماعی افراد می‌باشد. که این مقاله در پی آن است تا تاثیر شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) بر هویت اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی با نمونه ۴۰۵ نفر از کاربران شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی نماید. روش پژوهش مذکور به صورت پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده است براساس یافته‌های پژوهش؛ کاربرانی که از شبکه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند اعتیاد به اینترنت در حد بالایی است؛ کاربران اطلاعات دریافتی خود را از گروه‌های مرجع شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند؛ کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی در بین کاربران مشهود است؛ استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر چندانی در جهت تضعیف ارزش‌های فرهنگی ایرانی ندارد و چه بسا شاید باعث تقویت ارزش‌های فرهنگی ایرانی نیز گردد.

واژگان کلیدی: هویت اجتماعی، گروه‌های مرجع، اعتیاد اینترنتی، لاین، وایبر.

- ۱- دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
- ۲- استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: shahnaz_hashemi@yahoo.com
- ۳- دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مقدمه

استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است. بطوری اندیشمندی چون دانیل بل آن را جامعه فراصنعتی، مانوئل کاستلز، جامعه‌ی شبکه‌ای و تادائو اومه سائو آن را جامعه‌ی اطلاعاتی نامیده‌اند. شبکه‌های اجتماعی یکی از با نفوذترین تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تاثیر عظمت نفوذ قرار داده است و به نوعی همه ابعاد حیات فردی و جمعی ما متأثر از این تکنولوژی ارتباطی و سایر تکنولوژی‌ها است.

توسعه جوامع به ویژه جوامعی که جهان سوم، پیرامونی و توسعه نیافته نامیده شده‌اند، یکی از مقولات مهمی است که شبکه‌های اجتماعی در گذشتن یا تسریع آن تأثیر اجتناب‌ناپذیری دارد. (سلطانی‌فر، ۱۳۸۸)

فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، به ویژه شبکه‌های اجتماعی منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان شده و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است؛ بدین معنی که امروزه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و با حضور در این بزرگراه، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است. ظهور این پدیده اگرچه خود معلول تحولاتی چند بوده اما پس از ظهور، خود منشاء تحولاتی عدیده‌ای به ویژه در عرصه علوم ارتباطات به مفهوم اخص کلمه شده است.

بیان مسئله

توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در دنیای مدرن امروز به یکی از ابزار تکنولوژی برای بسیاری از صنایع دیگر همانند الکترونیک، مکانیک، هوافضا، و غیره... تبدیل شده است این فناوری مرزهای علم و صنعت را درنوردیده و به حیطه علوم انسانی وارد شده که نفوذ آن در پارادیم‌های این حوزه، چشم انداز جدیدی از ترکیب تکنولوژی با این علوم را پدید آورده

است. شبکه‌های جهانی ارتباطی و اینترنت که در ارتباط تنگاتنگ با انتقال مفاهیم فرهنگی قرار دارند، همانند یک سیستم درهم تنیده با پیام‌رسانی به اقصی نقاط جهان، رسالت رسانه‌های خویش را به انجام می‌رسانند اینترنت بزرگترین سامانه‌ای است که تاکنون طراحی و اجرا شده است. اینترنت شبکه گسترده‌ای از اتصال میلیون‌ها رایانه به یکدیگر ارتباط دارند استعارات مختلفی برای اینترنت بکار برده می‌شود که به لحاظ کاربرد آن در هر حیطه معنای متفاوتی به خود می‌گیرد، فضای هوشمند، ماتریکس، بزرگراه اطلاعاتی، گیگای الکترونیکی و سیستم از جمله نام‌گذاری‌هاست که در این فناوری رایج می‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین دستاورهای انقلاب اطلاعاتی است که ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده تاکنون هم حضور فیزیکی، وجه ممیزه تعامل و رابطه محسوب می‌شد، به قسمی که بطور ضمنی حکایت از ارتباطی بین شخصی داشت که با وجود دوری فیزیکی نیز بتوان آن را حفظ کرد. درحالی که حتی در ارتباطات تلفنی که نسل گذشته تکنولوژی کامپیوتری امروزی به حساب می‌آید بدون شک طرفین مکالمه، بدون اینکه یکدیگر را ببینند در فضای به اصطلاح مجازی به تعامل می‌پردازند از این رو شبکه‌های اجتماعی را می‌توان واجد دو ویژگی دانست، یکی با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعقب آن تغییر در بر جستگی نسبی تشابه و تفاوت بیشترین تاثیر را بر هویت اجتماعی می‌گذارد و دیگر آن که گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات مجازی امری ممکن و معمول است. (گیدنز، ۱۳۷۳)

به طور کلی دیدگاه صاحب‌نظران و اندیشمندان را می‌توان در خصوص اثرات و تبعات استفاده از اینترنت بطور عام و تاثیرات هویتی آن را به طور خاص به سه دسته کلی تقسیم کرد: دسته اول که دیدگاه آن‌ها به جبرگرایی معروف است، اینترنت را ساختاری عینی، بیرونی فرض می‌کنند که در چهار چوب آن ذهنیت افراد شکل می‌گیرد و کاربرد آن را در سیطره خود قرار

اهداف پژوهش

هدف اصلی:

بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) بر هویت اجتماعی کاربران
اهداف فرعی:

- ۱- شناسایی فضای شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) به مثابه یک موضوع نو پدید فراگیر و بحث‌برانگیز اجتماعی
- ۲- شناسایی علل انتخاب گروه‌های مرجع کاربران شبکه‌های (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر) خارج از کشور
- ۳- شناسایی میزان استفاده از کاربران از اینترنت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، لاین، وایبر)

اهمیت و ضرورت پژوهش

هویت سرچشمه معنا و تجربه برای افراد است. (کاستلز، ۱۳۸۰) در شرایط امروزی جهان، مبنای حرکت‌های گروهی، تلاش برای این امر مهم است، که به دیگران بفهماند "ما" کیستیم. آنچه که یک گروه انسانی را هویت می‌بخشد، شباهتی است که باعث تفاوت آن‌ها از گروه‌های دیگر می‌شود. شباهت و تفاوت، معنایی هستند که افراد آن‌ها را می‌سازند. فرهنگ جوامع بشری فرایند تفاوت و شباهت را عینیت می‌بخشد. از این منظر هویت، فرایند میناسازی براساس ویژگی‌های فرهنگی قلمداد می‌شود. در حقیقت در هویت، که هم شخصی می‌تواند باشد و هم جمعی، برد و عنصر شباهت و تفاوت تاکید می‌شود، شباهت با اعضای داخل گروه و تفاوت با گروه‌های دیگر براین اساس می‌توان گفت که همیشه برای آگاهی از هویت از خویش نیازمند ساختن "دیگری" هستیم تا بتوانیم "مای" خود را تعریف کنیم. (جنکینز، ۱۳۸۱)

سؤالات پژوهش

- ۱- آیا اعتیاد اینترنتی در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) وجود دارد؟

می‌دهند و دسته دوم که دیدگاه آنها به اراده‌گرایی معروف است، اینترنت را صرفاً به منزله یک رشته امکانات محض در جهت توان‌سازی فرد برای گردآوری انبوه اطلاعات و رشد کثرت‌گرایی می‌دانند بالاخره دسته سوم که دیدگاه آنها تکنورثالیسم معروف است، رویکرد بینابینی دارند ابعاد هستی‌شناختی فن‌آوری اینترنت را نادیده نمی‌گیرند، اما معتقدند که این فن‌آوری تعیین‌کننده‌هایی نخواهد بود و به بیان دیگر، آن‌ها در عین اینکه ظرفیت‌ها و توانایی‌های اینترنت را در نظر دارند به آزادی عمل کاربران نیز توجه می‌کنند. (معینی علمداری، ۱۳۸۴)

در ایران به علت کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری اینترنت، اینترنت بیشتر فضای با رنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. کاربران ایرانی خصوصاً جوانان به علت موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و در راستای فرار از فشارهای الزام‌آور هنجارهای اجتماعی موجود در جهت گسترش تعاملات اجتماعی با دیگران که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار نادر یا پرهزینه (چه از لحاظ اجتماعی، سیاسی و یا حتی اقتصادی) است. در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت و کم‌رنگ بودن گستره مشارکت اجتماعی برای آنان در دنیای واقعی و برای دستیابی و تامین نیازهای مغفول مانده خود در دنیای واقعی و به دنبال کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر، به فضای مجازی روی آورده و زیستن را در این فضا به طور نیمه‌فعال و فعال تجربه می‌کنند. این تجارب بسته به میزان عمق و وسعتشان موجب تغییراتی در ابعاد مختلف هویت کاربران شبکه‌های اجتماعی و متزلزل شدن جدی فرا روایت‌های موجود در اذعان آنان شده است. دستیابی به هویت مدرن را علی‌رغم شرایط موجود در زندگی آنان برایشان فراهم آورد. حال سوال اصلی این است که حضور در چنین فضایی چه تأثیراتی بر کاربران خواهد گذاشت. آیا شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی کاربران تأثیر دارد؟

جمع‌بندی این رویکردها و چگونگی استفاده از آن‌ها در ارتباط با موضوع تحقیق خواهیم پرداخت. تحقیق حاضر در قلمرو تاثیرهای رسانه‌های نوین از جمله اینترنت بر هویت اجتماعی قرار دارد. بنابراین باید چارچوب نظری در خور آن را از میان نظریه‌های مختلف جست. از این‌رو نظریات هویت اجتماعی جنکینز، و نظریه شش درجه چارچوب نظری را تشکیل می‌دهند:

- نظریه هویت اجتماعی جنکینز

- جنکینز عوامل نظیر نهادهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حتی سازمان‌های دولتی و غیر دولتی، باورها و سنت‌ها و احساس تعلق و پیوندهای گروهی را در ساخت و تغییر هویت مهم می‌داند و از طرفی معتقد است که در برابر هویت مسلط، همواره مقاومت‌هایی هم صورت می‌گیرد.

- جنکینز شکل‌گیری نظریه خویش را به این صورت خلاصه می‌کند. «اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، برعکس آن نیز صادق است. هویت فردی که در خویشی تجسم یافته جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. هویت فردی بر تفاوت و هویت جمعی بر شباهت تأکید دارد. اما هویت فردی و خویشی به طور کامل در اجتماع ساخته می‌شوند. یعنی در فرایندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب، و در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها، افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند. خاستگاه این دیدگاه، پراگماتیسم

آمریکایی است که از نظریات اثرگذار کولی [Cooley] و مید بهره برده است. از کار آنان برداشتی از «خود به عنوان ترکیبی جاری، و در عمل همزمان، از تعریف خود (درونی) و تعاریف خود که دیگران عرضه کنند (برونی) حاصل می‌شود. به این ترتیب برای آن الگوی بنیادی که کل استدلال مرا آشکار می‌سازد الگویی به دست داده می‌شود، یعنی دیالکتیک درونی برونی شناسایی به عنوان فرایندی که به واسطه آن همه هویت‌ها اعم از فردی و جمعی ترکیب می‌یابند».

۲- آیا استفاده از شبکه‌های (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) به کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی کاربران می‌انجامد؟

۳- آیا استفاده شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) باعث شده که کاربران شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) گروه‌های مرجع خود را از خارج دریافت کنند؟

فرضیه‌های پژوهش

۱- به نظر می‌رسد اعتیاد اینترنتی در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) وجود دارد.

۲- به نظر می‌رسد استفاده از اینترنت باعث شده که کاربران شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) گروه‌های مرجع خود را از خارج دریافت کنند.

۳- به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک توئیتر لاین وایبر) به کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی در بین کاربران می‌انجامد.

هویت مجازی

جهان دیجیتالی، معلول یک تحول عظیم و مهم فناورانه است که مفهوم زمان و مکان را عوض کرده و یک ارتباط همزمان را برای همگان و در هر زمان فراهم آورده است. این روند، ثبات و تمایزهای هویتی را درون تک‌رها و تغییرها گم خواهد کرد و مفهوم دوری و نزدیکی و این‌جا و آن‌جا، در پرتو آن از بین رفته است. این‌روند، حتی مفهوم این فرهنگ و آن فرهنگ و این هویت و آن هویت را نیز تحت الشعاع خود قرار داده است. (عاملی سعیدرضا، ۱۳۸۱)

چارچوب نظری پژوهش

در چارچوب نظری به منظور تبیین موضوع پژوهش حاضر (تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی) رویکردهای نظری مختلف از جمله نظریه‌های استفاده و رضامندی، هویت اجتماعی جنکینز و شش درجه‌ای مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. در این قسمت به

به آن هدف یا اهداف می‌باشد. بعد از مشخص شدن اهداف تحقیق نیز پژوهش‌گر باید اهداف را به مسائل عملی تبدیل کند، زیرا اساساً در نهایت هدف اصلی هر تحقیقی کشف، تبیین، تفسیر و گسترش دانش پیرامون پدیده‌های خاصی می‌باشد. در این تحقیق نیز سعی شده است تا با استفاده از اصول و قواعد کلی تحقیق علمی، روش ابزار اندازه‌گیری مناسبی برای مطالعه انتخاب شود. در اینجا ذکر این نکته الزامی است که انتخاب روش تحقیق مناسب می‌تواند با بکارگیری حداقل امکانات و خدمات لازم راهی مناسب برای بررسی پرسش‌ها شناسایی کند و به نتیجه مورد نظر دست یابد. متعاقب انتخاب روش تحقیق و اجرای آن جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، مدل آماری با توجه به سوالات تحقیق که برای آزمون پرسش به کار می‌رود، تعیین می‌شود.

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق با توجه به موضوع و ماهیت تحقیق روش کتابخانه‌ای و میدانی است. ابزار گردآوری اطلاعات نیز در این تحقیق شامل پرسشنامه می‌باشد.

جامعه آماری

جامعه مورد بررسی کاربران شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توییتر، لاین و وایبر می‌باشند).

نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

از آنجا که جوامع آماری از حجم و وسعت جغرافیایی زیادی برخوردارند و محققان نمی‌توانند به تمام آنها مراجعه کنند، بنابراین ناگزیر به انتخاب جمعی از آنها بعنوان نمونه و تعمیم نتایج آن به جامعه مورد مطالعه هستند، بنابراین محقق راه نمونه‌گیری را انتخاب می‌کند. لذا محقق برای گردآوری داده‌ها جهت تصمیم‌گیری، اقدام به نمونه‌گیری کرده و سپس نتایج حاصله را با سطح اطمینان ۹۵ درصد به جامعه تعمیم داده است. بدین منظور از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای استفاده شده است.

از نظر جنکینز، هویت جمعی تنها یک بعد و یک جنبه از هویت اجتماعی است که مشخص و عمدتاً ظاهری و فیزیکی است مثل جنسیت، قومیت، نژاد و طبقه از نظر جنکینز، نقش دیگران در شکل‌گیری هویت فرد از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. به طوری که شناخت هویت افراد مستلزم شناخت دیگران می‌باشد و لازمه ثبات و پایداری هویت می‌گردد. وی همه هویت‌های انسانی را اجتماعی می‌داند چرا که هویت هستی خود را از معنا می‌گیرد و معنا نیز نتیجه توافق جمع می‌باشد. هویت اجتماعی بیانگر این است که ما که هستیم و دیگران کیستند. در نتیجه محصول توافق و عدم توافق یک جمع می‌باشد. (جنکینز، ۱۳۸۱).

نظریه شش درجه‌ای نزدیک‌ترین یا به جرات پایه‌ای‌ترین نظریه به شبکه‌های اجتماعی؛ نظریه شش درجه جدایی است.

مفهوم «شش درجه جدایی» این نیست که الزاماً هر دو نفر حتماً با ۵ یا ۶ واسطه به یکدیگر مرتبط می‌شوند بلکه این نظریه می‌گوید، افراد بطور متوسط با ۵ واسطه به یکدیگر مربوط می‌گردند ضمن این که گروهی کوچک از انسان‌ها هستند که همچون لینکی تمام آدم‌ها را که در شبکه‌های مختلف قرار دارند بهم وصل می‌کنند.

ایده کاربندی، براساس نظریه گراف بود. [نظریه گراف شاخه‌ای از ریاضیات است که دربارهٔ گراف‌ها بحث می‌کند. به صورت شهودی، گراف نموداری است، شامل تعدادی رأس، که با یال‌هایی به هم وصل شده‌اند]. بدین صورت که اگر افراد و ارتباطها را مانند یک گراف فرض کنیم با پیشرفت فناوری به چگالی این گراف افزوده می‌شود. این تئوری را (بعدها) «شش درجه جدایی» (Six Degrees of Separation) نامیدند.

روش‌شناسی تحقیق

اصولاً هر تحقیقی یا کار پژوهشی به دنبال دستیابی و تحقق به اهداف معینی می‌باشد. در این راستا اصل اولیه و گام اول برای رسیدن به هدف، روش دست‌یابی

تعیین رابطه این فرضیه، ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه می‌کنیم. اگر سطح معنی‌داری از $0/01$ کمتر باشد، نتیجه می‌گیریم که میان متغیرها از نظر آماری، ارتباط معنی‌داری وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌کنیم، ضریب همبستگی میان استفاده از شبکه‌ها و کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی برابر با $0/620$ و سطح معنی‌داری میان آن‌ها $0/000$ است که از $0/01$ کمتر است. بنابراین میان این دو متغیر ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (جدول ۳)

نتیجه‌گیری

ما در جهانی متحول و دستخوش دگرگونی چشم‌گیر و دائمی زندگی می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۷۳) فن‌آوری و ارتباطات الکترونیک منجر به دگرگونی در عرصه زندگی نمادین بشر شده است. و از این طریق منشاء تحولات عمده‌ای در دانسته‌های بشری گردیده است. مفاهیم بنیادی، دانش ارتباط جمعی و علوم اجتماعی را دچار تغییر و تحولات اساسی کرد. از جمله مفاهیمی که در عصر ارتباطات الکترونیک در حوزه علوم‌انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار است مفهوم «هویت» است. تحولات الکترونیک این مفهوم را از حالت بسته و چهارچوب بندی شده‌ی سنتی خارج ساخته و انسان را به دنیایی متکثر و متنوع روبرو کرده است.

در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و به ویژه دانشجویان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، هویت مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده است و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های هویتی را پدید آورده است و بر خلاف گذشته، فرایند انتقال هویت پیش از آن که در زمینه ارزش‌ها، باورها، رفتارها و خلاصه هویتشان از والدین و محیط مادی و بومی متأثر باشند؛ از شبکه‌های اجتماعی، صنعت، فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر که چه بسا از دیگر کشورها باشند، تأثیر می‌پذیرند.

روش‌های آماری جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات در تنظیم اطلاعات و داده‌ها و عرضه آنها در فرم اطلاعات آماری و نمایش گرافیکی به صورت نمودارهای ستونی، هیستوگرام و نظایر آن از متداول‌ترین ابزار و تکنیک‌های آماری موجود در مجموعه نرم‌افزار آماری (SPSS) استفاده گردیده است. برای آزمون فرضیات تحقیق از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. برای آزمون سوالات و دسته‌بندی شاخص‌های تحقیق و جهت سنجش اثرات متغیرها و آزمون آنها از آزمون تحلیل عاملی استفاده شده است.

فرضیه ۱: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به آنها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

برای تعیین رابطه این فرضیه، ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه می‌کنیم. اگر سطح معنی‌داری از $0/01$ کمتر باشد، نتیجه می‌گیریم که میان متغیرها از نظر آماری، ارتباط معنی‌داری وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌کنیم، ضریب همبستگی میان استفاده از شبکه‌ها و اعتیاد به آنها برابر با $0/731$ و سطح معنی‌داری میان آن‌ها $0/000$ است که از $0/01$ کمتر است. بنابراین میان این دو متغیر ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (جدول ۱)

فرضیه ۲: بین استفاده از شبکه‌ها و دریافت گروه‌های مرجع از خارج رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

برای تعیین رابطه این فرضیه، ضریب همبستگی پیرسون را محاسبه می‌کنیم. اگر سطح معنی‌داری از $0/01$ کمتر باشد، نتیجه می‌گیریم که میان متغیرها از نظر آماری، ارتباط معنی‌داری وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌کنیم، ضریب همبستگی میان استفاده از شبکه‌ها و دریافت گروه‌های مرجع از خارج برابر با $0/734$ و سطح معنی‌داری میان آن‌ها $0/000$ است که از $0/01$ کمتر است. بنابراین میان این دو متغیر ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (جدول ۲)

فرضیه ۳: بین استفاده از شبکه‌ها و کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. برای

نسل با پیشرفت تکنولوژی و صنعت تغییر یافته است، و خرد فرهنگ خاص خود را جایگزین آن می‌کند و به همین دلیل در استفاده از شبکه‌های اجتماعی ابتدا آموزش مقدم بر بهره‌برداری می‌باشد که بیشتر نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بدون گذراندن دوره آموزشی و از طریق دوستان و روش آزمون و خطا فرا گرفته‌اند، که وارد شدن کاربران در این فضا بدون آگاهی و تجزیه و هیچ کنترلی احتمال آسیب و بحران هویتی در آنها وجود دارد.

اگر چه شبکه‌های اجتماعی همانند تلویزیون باعث گردآوری افراد خانواده به منظور استفاده از برنامه‌های آن می‌شود و در فرصت‌های مقتضی افراد نسبت به موضوع برنامه یا مسائلی با یکدیگر به تعامل می‌پردازند و به گفته: "جرج هربرت مید" یک من اجتماعی در بین اعضاء خانواده حاکم بوده، ولی شبکه‌های اجتماعی بر خلاف رسانه‌های دیگر بیشتر به صورت فردی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد اعضاء خانواده فقط در یک فضای فیزیکی مشترک خانوادگی قرار گرفته‌اند و هر فردی در دنیای خود سیر می‌کند و بیشتر من فاعلی غالب گشته است، افراد وارد دنیای مجازی شده، بدون هیچ‌گونه شناخت واقعی از طرف مقابل، با آنها در ارتباط می‌باشد، اگر در گذشته ارتباط بیشتر با نزدیکان بوده و از لحاظ فضای دایره گسترده‌ای را شامل نمی‌گشت ولی امروزه اشخاص با وارد شدن به دنیا سایر با آن طرف جهان که فرسنگ‌ها فاصله دارند ارتباط برقرار کرده و بعد زمانی و مکانی را از بین برده‌اند.

وجود نظام تعلیم و تربیت مبتنی بر فرهنگ اسلامی، ایرانی و بومی و پاسداری از سنت‌ها و فرهنگ، هنر و تمدن خودی می‌تواند زمینه تقویت هویت در ابعاد مختلف آن را فراهم آورد و جوانان و نوجوانان را در کنار تولید علم و دانش و توسعه خلاقیت‌ها و حضور در عرصه‌های جهانی پایبند فرهنگ خودی نماید. بنابراین کاربرانی که در این پژوهش به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شده‌اند تأثیر شبکه‌های اجتماعی را بر دریافت گروه‌های مرجع کاربران مثبت دانسته‌اند و

در یک جمع‌بندی نهائی از تحقیق می‌توان بیان داشت که بحث درباره هویت سابقه دیرینه‌ای دارد و از قدیم الایام نیز مطرح بوده است در جهان اسلام نیز خودشناسی مقدمه‌ای برای شناخت ذات سرمدی به شمار رفته است که این امر نشان از اهمیت خودشناسی و شناخت هویت است.

هویت اجتماعی به معنای احساس تعلق و همبستگی با یک جامعه است و فرد در برابر ارزش‌ها، هنجارها و سنت‌ها و جامعه خود احساس تعهد و تکلیف می‌کند. در جوامع امروزی، با رشد توسعه تکنولوژی روبرو هستیم؛ گسترش ارتباطات نه تنها زندگی مادی را نیز دچار تغییر و تحول ساخته است بلکه جنبه‌های مختلف زندگی انسان‌ها مدام در حال سوال و تردید می‌باشد، و تنها از طریق هویت است که می‌توان انسان را از سردرگمی و ابهام رهایی بخشید و به زندگی او دوباره نظم نسبی عطا کرد.

امروزه به دلیل رشد و گسترش تکنولوژی ارتباطی از جمله شبکه‌های اجتماعی مرزهای تا حدی تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. این مسئله را به وضوح می‌توان در جامعه امروزی در بین افراد مشاهده کرد. سبک و نوع لباس پوشیدن، انتخاب نوع لباس، آرایش سر و صورت، بکارگیری کلمات و اصطلاحات و نوع موسیقی را می‌توان به آن اشاره کرد. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک رسانه، نسبت به رسانه‌های سنتی از جمله روزنامه، رادیو ... دارای کارکرد چندبعدی است و به علل همین چند بعدی (صوت، تصویر، صدا، ارسال و دریافت اطلاعات) بودن در بین کاربران از اهمیت و جذابیت بیشتری نسبت به رسانه‌های دیگر برخوردار گشته است. وارد شدن کاربران به دنیای مجازی یعنی ارتباط با کل جهان با انواع گرایش‌ها عقاید، موضوعات و مسائل دینی و غیر دینی، فرهنگی مواجهه خواهند گردید، از آنجایی که تحول و دگرگونی از ویژگی‌های خاص این شبکه‌ها می‌باشد و این تغییرات به نوبه خود بر روی افکار کاربران تأثیرگذار خواهد بود.

یکی از ویژگی‌های بارز جوامع امروزی تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی است و خصوصیات هر

و اجتماعی شدن را یاد می‌گیرد و باید بستر خانواده را به صورت یک مکان امن و سالم برای فرزندان فراهم آورد و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی ایرانی و ملی را به خوب به آنها آموزش دهند تا عوامل بیرونی هم‌چون شبکه‌های اجتماعی نتواند بر این ارزش‌ها تاثیر منفی بگذارد.

هم‌چنین باعث امتیاز اینترنتی و وابستگی شدید شده اما با توجه به اینکه تاثیر چندانی بر ارزش‌های فرهنگی و چند تکه شدن هویت اجتماعی نداشته‌اند اما باعث سست شدن روابط خانوادگی گردید که این عامل مغایر با محیط ارزش‌های فرهنگی جامعه ماست و بعد از آن مدارس اولین مکان است که فرد در آن روابط اجتماعی

جدول ۱۰ - همبستگی استفاده از شبکه‌ها و اعتیاد به آنها

متغیر	شاخصه‌های آماری	اعتیاد به آنها
استفاده از شبکه‌ها	ضریب همبستگی	۷۳۱**
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰
	تعداد	۴۰۵

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۲ - همبستگی استفاده از شبکه‌ها و دریافت گروه‌های مرجع

متغیر	شاخصه‌های آماری	دریافت گروه‌های مرجع
استفاده از شبکه‌ها	ضریب همبستگی	۷۳۴**
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰
	تعداد	۴۰۵

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۳ - همبستگی استفاده از شبکه‌ها و کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی

متغیر	شاخصه‌های آماری	کم‌رنگ شدن هویت اجتماعی
استفاده از شبکه‌ها	ضریب همبستگی	۶۲۰**
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰
	تعداد	۴۰۵

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

فهرست منابع

- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۱). جهانی شدن‌ها مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه ارغنون. ش ۲۴.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. جلد اول. ظهور جامعه شبکه‌ای. تهران: انتشارات طرح نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی. منوچهر صبوری. تهران: انتشارات نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). تجدد و تشخص. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر فی. چاپ چهارم.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشر انتشارات نی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۲). مبانی جامعه‌شناسی علم. تهران: کتابخانه طهوری.
- محسنی تبریزی، علیرضا و محمدرضا هاشمی (۱۳۹۰). تاثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال سوم. شماره دوم. بهار ۱۳۹۰.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴). هویت و مجاز تاثیر هویتی اینترنت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ششم شماره ۴.
- معیدفر، سعید (۱۳۸۰). بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان و جوانان و پیامدهای آن. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ویندال، سون؛ بنو سیگناپتزر و جین اولسون (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (مقدمه‌ای بر ارتباطات برنامه‌ریزی شده). ترجمه علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- Castells, m (1997), the power of identity, the Economy, society and culture, oxford: Dlachwell.
- Jenkins, Richard, 1996. Social identity, London: Routledge.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۹). تصویر خانواده در برنامه‌های کودک سیما. واحد ارزشیابی اداره کل پژوهش‌های سیما. شماره دوم.
- امیدوار، احمد علی و صارمی، علی‌اکبر (۱۳۸۱). اعتیاد اینترنتی، توصیف، سبب‌شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش اختلال اعتیاد اینترنتی. مشهد: مرکز مشاوره و خدمات روان‌شناختی پردیس. انتشارات تمرین.
- احمدلو، حبیب و عماد افروغ (۱۳۸۱). رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز. فصلنامه مطالعات ملی. سال چهارم. شماره ۱۳. صفحات ۱۱۰-۱۴۲.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: شیرازه.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۸۸). روش تحقیق با رویکرد به پایان‌نامه‌نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.
- داوس، دی‌ای (۱۳۸۱). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه: هوشنگ نایی تهران: انتشارات نی.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱). تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. رساله دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس.
- رضایی قادی، خدیجه (۱۳۹۱). بررسی تاثیر اینترنت بر هویت جامعه‌شناسی. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۹). فناوری‌های نوین ارتباطی. تهران: انتشارات دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- سنجر، احمدرضا (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق در مدیریت. تهران: مهرگان قلم.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۸). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. جلد دوم. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.