

## بررسی نگره هویتی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک؛ دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد<sup>۱</sup>

\* مهدی نجف‌زاده  
\*\* مهدیه انتظاری  
\*\*\* ابراهیم فتحی

E-mail: m.najfzadeh@um.ac.ir  
E-mial: entezari.mh@gmail.com  
E-mail: e.fathi25@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۲/۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۵/۲۱

### چکیده

پژوهش حاضر درباره نگرش کاربران فیس‌بوک به هویت است که به صورت پیمایشی بین ۳۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد واریانس هویت‌های فردی دانشجویان یک شکل‌تر هستند؛ برعکس هویت‌های جهانی و دینی پراکنده‌تر از سایر هویت‌هاست. به این معنا برخی دانشجویان در حد «زیاد و خیلی زیاد» خود را طرفدار هویت‌های جهانی و دینی می‌دانند و برخی دیگر از این لحاظ در رتبه‌های پایین‌تری قرار دارند. علاوه بر واریانس‌ها فاصله نمرات، نمره حداکثر و حداقل هویت‌ها این پراکندگی را تأیید می‌کند. هم‌چنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، کسب هویت‌های جهانی از یک‌سو هویت‌های ملی و فردی کاسته؛ اما از سوی دیگر نیاز به بازتعریف خود در دو سطح را افزایش داده است. ابراز وجود در محیط‌های جمعی، توجه به موضوع‌های جهانی از چشم‌انداز یک شهروند ملی و تلاش در انطباق باورهای دینی با فضای جدید، موجب درهم‌یافتگی نگره هویتی دانشجویان در فضای مجازی شده است.

**کلید واژه‌ها:** فیس‌بوک، هویت فردی، هویت ملی، هویت جهانی.

۱. مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد با عنوان «بررسی نگرش کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک درباره عناصر ناسیونالیسم (هویت، مرز و شهروندی)؛ امکان شکل‌گیری آرمانشهر مجازی» از دانشگاه فردوسی در سال ۱۳۹۲ می‌باشد.

\* استادیار علوم سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسئول

\*\* دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد روابط بین‌الملل دانشگاه فردوسی

\*\*\* عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما

### مقدمه

تعاملات اجتماعی بر روابط رودررو و ارتباطات معنایی ناشی از گفت و گوی روزمره و واقعی تأکید می‌کنند. این تعریف از تعاملات اجتماعی با ورود تکنولوژی‌های جدید و شکل‌گیری فضای مجازی، تمایز اولیه میان دنیای واقعی و مجازی را با تغییر دو مفهوم زمان و مکان و به هم فشردگی آنها از میان برده و باعث تغییر و تحول اساسی در بافتار اجتماعی زندگی روزمره شده است. فروریختن ترس اولیه از فضای مجازی نیاز به بازتعریف هویت را نزد کاربران رسانه‌های جدید ضروری ساخته است. حداقل یک دهه قبل، عقیده بر این بود که فضای مجازی امکان گمنامی یا جعلی بودن نام افراد را بیشتر کرده است. اما اکنون برخلاف تصور پیشین، فضاهای جدید اجتماعی بیگانه با محیط واقعی نیستند و بسیاری از کاربران فضاهای مجازی اجتماعی از نام و عنوان حقیقی خود استفاده می‌کنند. ایجاد شدن پیوندهای جدید میان زندگی واقعی روزمره و دنیای مجازی به منزله آن است که اقبال به حوزه مجازی به مثابه بخشی از تعاملات اجتماعی روزمره در دهه اخیر در حال فزونی بوده است.

به نظر می‌رسد گسترش فضاهای مجازی بخشی از عقاید ما را درباره تکنولوژی‌های ارتباطی تغییر داده‌اند. عموماً تصور بر این بوده است که تکنولوژی‌های ارتباطی هویت‌های جهانی را به ضرر هویت‌های فردی و ملی افزایش داده‌اند، (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۱۵۷) اما مطالعات جدید بیانگر افزایش هویت‌سازی‌های فردی در فضای مجازی به نسبت هویت جهانی است.

این تغییر در نگره هویتی با گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی موجب خلق ادبیاتی جدید در حوزه رسانه‌ها شده است. یکی از مهم‌ترین پرسش‌ها این است که در فضای جدید انسان‌ها چگونه خود و دیگری را تعریف می‌کنند؟

اگر هویت را پاسخی به پرسش «من که هستم» تعریف کنیم، به نظر می‌رسد شهروندان فضای مجازی پاسخ‌های چندلایه به آن می‌دهند. لایه لایه شدن هویت از جمله تأثیراتی است که رسانه‌های جدید ایجاد کرده‌اند.

از جمله این فضاهای جدید شبکه اجتماعی فیس‌بوک است. پژوهش حاضر در یک مطالعه میدانی، نگره هویتی نزد کاربران یکی از بزرگترین شبکه‌های اجتماعی مجازی یعنی فیس‌بوک را به پرسش گذاشته است.

### سؤال تحقیق

این پژوهش بر مبنای این سؤال قرار گرفته است که مفهوم هویت دستخوش چه تغییراتی در نزد کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است؟

### پیشینه تحقیق

در زمینه هویت، چه در زمینه نظریه‌ها و چه تعاریف مرتبط با هویت (ملی، اجتماعی و فردی) آثار بسیاری را می‌توان یافت. هم‌چنین آثار زیادی در زمینه هویت‌های مجازی نوشته شده است. از جمله این آثار می‌توان به این موارد اشاره کرد:

بخشی از آثار نوشته شده در خصوص هویت، به تعریف و تبیین نظریه‌های مربوط به این مفهوم پرداخته‌اند: «نظریه هویت و نظریه هویت اجتماعی» اثر پیتر بروک و جین استتس (۲۰۰۰)، «توصیف هویت» اثر دیوید باکینگهام (۲۰۰۸). «هویت چیست؟» اثر جیمز دی. فریون (۱۹۹۹)، «چیستی هویت ملی» اثر علیرضا زهیری (۱۳۸۴) «هویت ملی و وحدت‌یابی جمعی (تأملی بر ابعاد فردی و جمعی هویت» اثر علی‌اشرف نظری (۱۳۸۶) «نگاهی تحلیلی به روند تحول مفهوم هویت در قالب‌های سه‌گانه هویت سنتی، مدرن و پست‌مدرن» اثر حسینعلی نوذری (۱۳۸۵). این مقالات از جنبه تعریف و توصیف مفهوم هویت مشترک هستند، اما از جنبه‌هایی هم تفاوت دارند. از جمله بروک و استتس هویت را از دید طبقه و گروه و نقش بررسی می‌کنند. باکینگهام به هویت از جنبه دیدگاه‌های مطرح در مورد آن توجه می‌کند. فریون به تفصیل از جنبه زبان‌شناختی هویت را مورد بررسی قرار می‌دهد و می‌کوشد معنی زبان‌شناختی هویت را در موارد مختلف مورد بحث قرار دهد. زهیری می‌کوشد به تبیین مفهوم هویت ملی بیشتر از جنبه ایرانی و اسلامی بودن هویت پردازد. اشرف نظری روند شکل‌گیری هویت جمعی در قالب هویت ملی را بررسی می‌کند و با مشخص کردن ویژگی‌های هویت ملی و جمعی به روند شکل‌گیری هویت ملی توجه می‌کند. نوذری به تعریف هویت در سه دوره سنتی، مدرن و پست‌مدرن به‌ویژه هویت‌های شخصی و جمعی می‌پردازد.

در کنار تعریف هویت، مقالات و کتاب‌هایی هم در زمینه هویت ملی، هویت درون سرزمینی یا هویت داخلی و فراملی نگاشته شده‌اند؛ از جمله، «هویت ملی، هویت قومی و وفاق ملی» اثر فروغ صالح (۱۳۸۸). «تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید» اثر آنتونی گیدنز (۱۳۷۸). در تمامی این نوشته‌ها در عین توجه به روند شکل‌گیری هویت‌های ملی، فراملی و درون سرزمینی تفاوت‌هایی هم وجود دارد، از

جمله صالح به تأثیر متقابل وفاق و انسجام در قالب سه راهبرد متفاوت در درون جامعه ایران می‌پردازد. گیدنز به بررسی تأثیر تجدد بر ابعاد ناسیونالیسم به‌ویژه هویت می‌پردازد. افزون بر جنبه‌های نظری و مفهومی، آثاری نیز در خصوص هویت در فضای مجازی به رشته تحریر درآمده است که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

«هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک» اثر بهزاد دوران (۱۳۸۶)، «هویت جدید در عصر جهانی شدن و تأثیر آن بر امنیت عمومی» اثر علی کریمی (۱۳۸۶)، «سیاست مجازی: هویت و اجتماع در فضای مجازی» اثر دیوید هلمز با نقد و ترجمه علی اشرف نظری (۱۳۸۹)، «چندگانگی هویت در تمدن اطلاعات (چشم‌اندازی جغرافیایی از فضای بینامتنی)» اثر جعفر جوان و عبدالله عبداللهی (۱۳۸۵)، «هویت در فضای مجازی: ساختار اجتماعی هویت از طریق فعالیت‌های مجازی بر خط» اثر الساندرا تالامو و بیاتریس لیگوریو<sup>۱</sup> (۲۰۰۰)، «هویت و اغفال در اجتماع مجازی» اثر جودیت اس. دوناس (۱۹۹۸)، «معنا و هویت در فضای مجازی: عملکرد جنسیت، طبقه و نژاد به صورت برخط» اثر لوری کندال (۱۹۹۸)، «هویت‌یابی افراد توسط سازمان‌های هویتی چندگانه» اثر پیتر فورمن و دیوید ای وتن (۲۰۰۲)، «هویت در جهانی شدن» اثر زیگمونت باومن<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، «هویت در اجتماعات برخط: شبکه‌های اجتماعی مجازی و آموزش زبان» اثر ریچارد هریسون و مایکل توماس (۲۰۰۹)، «شکل‌گیری هویت در شبکه‌های اجتماعی: فیس‌بوک و ارتباط میان جوانان در اسلوونی و کاتالونیا» اثر آک مدن<sup>۳</sup> (۲۰۰۹/۲۰۰۸).

این کتاب‌ها و مقالات به بررسی هویت در فضای مجازی و تأثیرپذیری آن از این فضا می‌پردازند، اما تفاوت‌هایی هم دارند. دوران، هویت اجتماعی را در قالب سه نوع هویت خانوادگی، همسالان و اجتماعی در فضای مجازی و تأثیرات این فضا مورد بررسی دقیق قرار می‌دهد. کریمی به هویت‌های جدید به‌ویژه هویت جمعی در عصر جهانی شدن و تأثیر آن بر امنیت ملی کشورها اشاره دارد. اشرف نظری با ترجمه و نقد مقاله هلمز، روند شکل‌گیری هویت‌ها در فضای مجازی و تأثیرات آنها بر سیاست‌های اعمالی کشورها در فضای مجازی را بررسی می‌کند. جوان و عبداللهی، از دیدگاه جغرافیای سیاسی به تأثیرات هویت‌ها در فضای مجازی بر جهان واقعی و نقش این هویت‌ها می‌پردازند. تالامو و لیگوریو، به تغییرات ساختاری هویت در فضای مجازی و تأثیرات آن در فعالیت‌های مجازی از طریق فناوری‌های نوین و واژگان می‌پردازند.

1. Alessandra Talamo, M. Beatrice Ligorio
2. Zygmunt Bauman
3. Aach Meden

دوناس، به تأثیرات هویت‌های غیرواقعی بر سوءاستفاده‌های شکل گرفته در فضای مجازی از طریق ساختن هویت‌های مجازی می‌پردازد. کندال، به بررسی هویت‌های مجازی متأثر از جنسیت و نژاد و عملکرد متفاوت این هویت‌ها نسبت به هویت‌های واقعی می‌پردازد. فورمن و وتن، به مسأله هویت‌های چندلایه به‌ویژه بر جوانان و مشکل هویت‌یابی آنها در جهان واقعی در قالب سه مدل مختلف هویتی می‌پردازند. باومن، عقاید صاحب‌نظران در زمینه هویت جهانی و تفاوت آنها با هویت‌های پیشین را مورد مطالعه قرار داده است. هریسون و توماس، به تأثیر هویت‌های شکل گرفته در شبکه‌های اجتماعی مجازی برگرفته و استفاده از این موقعیت برای آموزش زبان به نوجوانان را از دید زبان‌شناسی هویت در فضای مجازی مورد بررسی قرار داده‌اند. مدن، نیز شکل‌های جدید هویت در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه فیس‌بوک و تأثیر این هویت در میان جوانان اروپایی برای برقراری ارتباط را به نقد می‌کند.

مقاله حاضر تلاش کرده است تا از رهگذر پیمایش، نگره هویتی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک را بررسی و به برخی از ابهام‌ها در خصوص نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه فیس‌بوک پاسخ گوید. موضوعی که در ادبیات موجود کمتر به آن پرداخته شده است.

#### چهارچوب نظری تحقیق

واژه هویت در دو معنای اصلی ۱- تشابه مطلق و ۲- تمایزی که با گذشت زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد به کار می‌رود. بنابراین هویت همواره به شناسایی نیاز دارد و باید شناسانده شود. در معنای اصطلاحی هویت میان اشیا و افراد نسبت محتمل برقرار می‌کند، یعنی از طرفی با آنها شباهت و از طرفی تفاوت دارد. بنابراین هویت پاسخی به پرسش «من که هستم» است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵).

اندیشمندان بسیاری در مورد هویت بحث کرده‌اند؛ از جمله، ریچارد جنکینز هویت را یک فرایند بودن یا شدن فرض می‌کند که نیازمند شناسایی در قالب زمان و مکان است فرض می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۶ و ۴۶)، آنتونی گیدنز نیز هویت را بازتابی از تداوم زندگی فرد در زمان و مکان می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۸۲)، ایمانوئل کاستلز در تعریف هویت، آن را سرچشمه‌ای از تجربه و معنا از طریق مجموعه بهم پیوسته ویژگی‌های فرهنگی معرفی می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲)، بهزاد دوران هویت را مجموعه نسبتاً منسجمی از شیوه‌های آگاهی و عمل در جوامع مدرن در پاسخ به پرسش «من کیستم؟»

می داند (دوران، ۱۳۸۶: ۱۵۹). با توجه به برآیند این تعاریف می توان هویت را فرایند معنادمی به رفتار خود با دیگری که منجر به شناسایی خود در ظرف زمان و مکان می شود تعریف کرد که چارچوب وجودی افراد و اشیا را شکل می دهد.

دوره های مختلف در شکل گیری انواع مختلف هویت ها تأثیر به سزایی داشته اند. در حالی که در دوران سنتی هویت های فردی اهمیت داشتند، در دوران مدرن هویت های ملی در قالب دولت - ملت ها نمود یافتند و در دوران پسامدرن هویت ها به سه دسته درون سرزمینی، ملی و فراملی تبدیل شده مورد تحلیل قرار گرفتند (تاجفل و ترنری، ۱۹۸۷؛ استرایکر و سرپ، ۱۹۹۴؛ رامارجان، ۲۰۰۹).

بنابراین با توجه به گسترش دامنه مفهوم هویت در دوران های گوناگون می توان از وجود لایه های هویتی نام برد که هریک با لایه قبلی خود دارای همپوشانی است. برای فهم بهتر هویت ها در فضای مجازی با توجه به لایه های هویتی در یک تقسیم بندی کلی می توان به دو سطح تحلیل اشاره کرد:

#### الف) سطح تحلیل خرد

دلیل نام گذاری این سطح تحلیل به سطح خرد بررسی هویت های مرتبط با روابط میان افراد است. هویت های فردی و جمعی به دلیل شکل دادن به روابط میان افراد در این سطح تحلیل قرار می گیرند.

**هویت فردی:** اولین هویت مورد بررسی در سطح تحلیل خرد، هویت فردی است. هویت فردی مترادف با «خود» قلمداد می شود. «خود» بی شکل است، اما هویت شخصی برخلاف «خود» به عنوان پدیده ای عام، مستلزم آگاهی بازتابی است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱). به همین دلیل هویت شخصی نیازمند آنست که فرد هویت خود را به طور مداوم ایجاد کرده و در فعالیت های خود بازتاب دهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۱؛ زهیری، ۱۳۸۴: ۱).

#### ب) سطح تحلیل کلان

موضوع سطح تحلیل کلان بیشتر دولت ها هستند و به سه دسته تقسیم می شود.

**۱- هویت ملی:** با شکل گیری دولت - ملت ها، هویت های جمعی شکل جدیدی یافتند و هویت فراگیرتری به نام هویت ملی شکل گرفت که فراگیرترین و مهم ترین نوع هویت محسوب می شود. در نتیجه این تحول، هویت های جمعی مهم بر پایه ملیت به هویت های ملی تبدیل شدند. هویت ملی به عنوان مشروع ترین و فراگیرترین سطح هویت در تمام نظام های اجتماعی نقشی تعیین کننده دارد (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۱۹۷). افراد

علاوه بر داشتن هویت فردی متمایز، در مجموعه‌ای از ویژگی‌ها با اعضای دیگر ملت مشترک هستند. منشأ این اشتراک در هویت ملی مشترک است (پول، ۲۰۰۳: ۲۷۶).

هرچه ویژگی‌های مشترک شکل دهنده هویت ملی یک ملت مستحکم‌تر باشد، پایه‌های هویت ملی قوی‌تر است و کمتر دچار آسیب‌پذیری می‌شود (قهرمان‌پور، ۱۳۸۶: ۵۴).

**۲- هویت دینی:** منظور از هویت دینی این است که هویتی وجود دارد و این هویت از منشأ دین تعریف می‌شود و در حقیقت به تبع دین، خود را تعریف و مشخص می‌سازد (منصورنژاد، ۱۳۸۵: ۱۵).

**۳- هویت فراملی:** جهانی شدن از سوی دیگر با تأکید بر عوامل همگون‌کننده در سطح جهانی به رشد هویت‌های فراملی منجر شده است. ورود به دنیای پست‌مدرن به‌عنوان مهم‌ترین جنبه جهانی شدن باعث شده تا «خودها» از حالت انسجام یافته خارج و به‌صورت توده‌های پراکنده و بی‌شکل و بدون انسجام درآیند (نوذری، ۱۳۸۵: ۱۳۹). فضای سیال و تغییر پیوندهای زمانی و مکانی متأثر از این دوران باعث شده تا عوامل سازنده هویت وابسته به یک مکان ثابت نباشند (جوان و عبداللهی، ۱۳۸۵: ۱-۶۰).

### ج) الگوی تلفیقی دو سطح تحلیل

با توجه به فضای متفاوت شکل‌دهنده شبکه‌های اجتماعی برای بررسی لایه‌های هویتی بیشتر نیاز به الگویی تلفیقی در دو سطح تحلیل خرد و کلان احساس می‌شود. این سطح تحلیل دید وسیع‌تری نسبت به هویت ایجاد کرده و به پژوهشگر امکان توجه یکپارچه به سطوح هویتی می‌دهد:

### لایه‌های هویتی

۱- هویت فردی مرتبط با افراد و تداوم فرد در زمان و مکان است. ۲- هویت ملی شکل‌دهنده به ویژگی‌های مشترک یک ملت در ارتباط با سایر کشورهاست. ۳- هویت دینی که نقش بسیار مهمی در ساختن سایر لایه‌های هویتی دارد. هویت دینی به‌عنوان بخشی از هویت فرهنگی، سازنده سایر لایه‌های هویتی است. به دلیل اهمیت این نوع هویت، مورد بحث قرار خواهد گرفت. ۴- هویت فراملی به هویت‌های ورای قلمرو دولت - ملت‌ها در اثر گسترش جهانی شدن شکل می‌دهد که می‌توان از آن با نام هویت جهانی یاد کرد. پژوهش حاضر نگره هویتی دانشجویان کاربر فیس‌بوک را براساس لایه‌های هویتی ذکر شده مورد سنجش و تفسیر قرار داده است.

## روش و مکان تحقیق

این تحقیق به روش پیمایش بر مبنای سطح تحلیل هویت‌های لایه‌ای و براساس پرسشنامه میدانی برای بررسی نظر دانشجویان در زمینه هویت، در دانشگاه فردوسی مشهد به اجرا درآمده است.

## شیوه جمع‌آوری داده‌ها

جامعه آماری پژوهش حاضر از دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه فردوسی مشهد در پاییز ۱۳۹۲ تشکیل شده بود. حجم نمونه ۳۰۰ نفری به صورت تصادفی و نمونه‌گیری میدانی تعیین و به دو دسته تقسیم شدند، گروهی که در شبکه اجتماعی فیس‌بوک عضویت داشتند (۲۰۰ نفر) و باید به تمامی سؤالات پاسخ می‌دادند و گروه شاهد (۱۰۰ نفر) که لازم بود تنها به سؤالات پایانی پرسشنامه پاسخ گویند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه طراحی شده براساس الگوی نظری است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

## یافته‌های تحقیق

### ۱- سیمای پاسخگویان

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان

| جنس | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|-----|---------|------|------------|------------|
| زن  | ۱۴۸     | ۴۹/۳ | ۴۹/۳       | ۴۹/۳       |
| مرد | ۱۵۲     | ۵۰/۷ | ۵۰/۷       | ۱۰۰        |
| کل  | ۳۰۰     | ۱۰۰  | ۱۰۰        | -          |

### جنسیت

تحقیقات گذشته نشان می‌دهد معمولاً نظرات دانشجویان دختر و پسر درباره هویت واریانس قابل ملاحظه و معنی‌داری دارند. برای کاهش واریانس کل، جامعه آماری نمونه‌گیری به شیوه‌ای انتخاب شد تا تعداد نمونه هر دو قشر تقریباً یکسان در نمونه قرار گیرد. نتایج جدول یک نشان می‌دهد که حدود ۴۹ درصد پاسخگویان را دختران و ۵۱ درصد را پسران دانشجو تشکیل می‌دهد.



**عضویت دانشجویان در فضای اجتماعی**

جدول شماره ۲: آیا شما عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک هستید؟

| درصد | فراوانی | عضویت در فیس‌بوک |
|------|---------|------------------|
| ۶۶/۷ | ۲۰۰     | بلی              |
| ۳۳/۳ | ۱۰۰     | خیر              |
| ۱۰۰  | ۳۰۰     | کل               |

جدول شماره ۳: بیشتر ترجیح می‌دهید در شبکه اجتماعی فیس‌بوک خود را چگونه معرفی کنید؟

| نحوه حضور دانشجویان       | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی معتبر |
|---------------------------|---------|------|------------|------------------|
| با اسم و مختصات واقعی     | ۱۴۸     | ۷۴   | ۷۴/۷       | ۷۴/۷             |
| با اسم و مختصات غیر واقعی | ۵۰      | ۲۵   | ۲۵/۳       | ۱۰۰              |
| بی پاسخ                   | ۲       | ۱    | -          | -                |
| کل                        | ۲۰۰     | ۱۰۰  | -          | -                |

جدول شماره ۲ نشان‌دهنده حضور بیش از ۶۶ درصد دانشجویان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک است. علاوه بر آن فعالیت ۷۴ درصد دانشجویان حاضر در این شبکه اجتماعی با اسم و مشخصات واقعی و اکانت‌های شخصی بیانگر این واقعیت است که ۷۴ درصد دانشجویان استفاده کننده به رغم سیاست‌های سخت‌گیرانه و دیدگاه‌های مطرح در مورد این فضا، تمایل دارند تا در این فضا به‌عنوان شخصیتی حقیقی حضور یابند. همچنان که در ادامه خواهد آمد بخشی از این موضوع به واسطه نوع استفاده‌ای است که دانشجویان از این فضا می‌کنند. بخش عمده‌ای از دانشجویان از فضای مجازی برای ارتباط‌های دوستانه سود می‌جویند (نگاه کنید به جدول شماره ۵) با این همه استفاده از هویت‌های واقعی به‌رغم احساس (نگاه کنید به جدول شماره ۷) ترجیح داده می‌شود (جدول شماره ۳).

**تحصیلات دانشجویان و فضای مجازی**

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی میزان تحصیلات

| سطح تحصیل        | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|------------------|---------|------|------------|------------|
| کارشناسی سال اول | ۱۱۹     | ۳۹/۷ | ۳۹/۷       | ۳۹/۷       |
| کارشناسی سال دوم | ۱۱      | ۳/۷  | ۳/۷        | ۴۳/۳       |



|                       |     |     |     |      |
|-----------------------|-----|-----|-----|------|
| کارشناسی سال سوم      | ۱۳  | ۴/۳ | ۴/۳ | ۴۷/۷ |
| کارشناسی سال چهارم    | ۱۱  | ۳/۷ | ۳/۷ | ۵۱/۳ |
| کارشناسی ارشد سال اول | ۸۱  | ۲۷  | ۲۷  | ۷۸/۳ |
| کارشناسی ارشد سال دوم | ۱۷  | ۵/۷ | ۵/۷ | ۸۴   |
| کارشناسی ارشد سال سوم | ۸   | ۲/۷ | ۲/۷ | ۸۶/۷ |
| دکتری سال اول         | ۳۰  | ۱۰  | ۱۰  | ۹۶/۷ |
| دکتری سال دوم         | ۶   | ۲   | ۲   | ۹۸/۷ |
| دکتری سال سوم         | ۲   | ۰/۷ | ۰/۷ | ۹۹/۳ |
| دکتری سال چهارم       | ۲   | ۰/۷ | ۰/۷ | ۱۰۰  |
| کل                    | ۳۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ |      |

استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک، از منطق خاصی پیروی نمی‌کند. اما این احتمال وجود دارد که ورود به دانشگاه باعث افزایش استفاده از این شبکه اجتماعی میان جوانان شده باشد. حضور دانشجویان سال اول کارشناسی (۳۹/۷ درصد)، سال اول کارشناسی ارشد (۲۷ درصد) و سال اول دکتری (۱۰ درصد) بیش از سایر گروه‌ها و مقاطع تحصیلی در فضای مجازی بیانگر این است که در هر تغییر مقطع تحصیلی دانشجویان سال اول بیش از سایر گروه‌ها و مقاطع تحصیلی در فضای مجازی حضور دارند.

## ۲- یافته‌ها

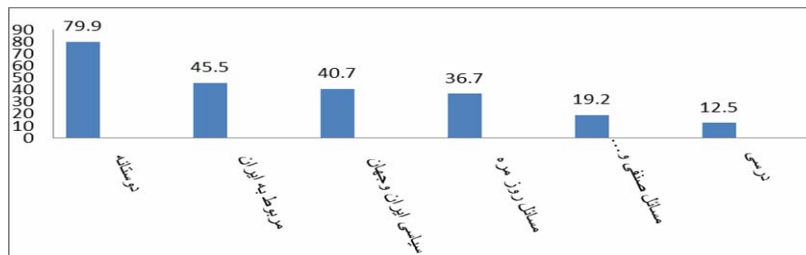
### موضوع‌های مطرح شده در فضای مجازی

جدول شماره ۵: بیشتر ترجیح می‌دهید در شبکه اجتماعی فیس‌بوک در مورد کدامیک از موارد زیر صحبت کنید؟

| کل  | خیلی زیاد | زیاد | کم   | خیلی کم | اصلاً | موضوع‌های مرجع برای صحبت دانشجویان در فیس‌بوک |
|-----|-----------|------|------|---------|-------|---|
| ۱۹۹ | ۷۱        | ۸۸   | ۳۱   | ۷       | ۲     | فراوانی                                       |
| ۱۰۰ | ۳۵/۷      | ۴۴/۲ | ۱۵/۶ | ۳/۵     | ۱     | درصد  |
| ۱۹۸ | ۱۷        | ۷۳   | ۶۲   | ۲۶      | ۲۰    | فراوانی                                       |
| ۱۰۰ | ۸/۶       | ۳۶/۹ | ۳۱/۳ | ۱۳/۱    | ۱۰/۱  | درصد  |

|     |      |      |      |      |      |         |                                   |
|-----|------|------|------|------|------|---------|-----------------------------------|
| ۱۹۹ | ۲۵   | ۵۶   | ۵۳   | ۳۱   | ۳۴   | فراوانی | موضوع‌های سیاسی ایران و جهان      |
| ۱۰۰ | ۱۲/۶ | ۲۸/۱ | ۲۶/۶ | ۱۵/۶ | ۱۷/۱ | درصد    |                                   |
| ۱۹۹ | ۱۲   | ۶۱   | ۹۵   | ۲۳   | ۸    | فراوانی | موضوع‌های و مسائل روزمره          |
| ۱۰۰ | ۶    | ۳۰/۷ | ۴۷/۷ | ۱۱/۶ | ۴    | درصد    |                                   |
| ۱۹۸ | ۱۰   | ۲۸   | ۵۶   | ۶۲   | ۴۲   | فراوانی | موضوع‌های و مسائل صنفی و دانشگاهی |
| ۱۰۰ | ۵/۱  | ۱۴/۱ | ۲۸/۳ | ۳۱/۳ | ۲۱/۲ | درصد    |                                   |
| ۱۹۹ | ۱۴   | ۱۱   | ۳۱   | ۸۰   | ۶۳   | فراوانی | موضوع‌های درسی                    |
| ۱۰۰ | ۷    | ۵/۵  | ۱۵/۶ | ۴۰/۲ | ۳۱/۷ | درصد    |                                   |

نمودار شماره ۱: موضوع‌های مطرح شده در شبکه‌های مجازی (درصد خیلی زیاد و زیاد)



با وجود اقبال بالای دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی، ارتباط چندانی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مباحث درسی وجود ندارد و دانشجویان به دلایلی غیر از درس شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌پیوندند. از موضوع‌های اجتماعی و سیاسی مختلفی که در این فضا میان دانشجویان رواج دارد می‌توان به «مسائل دوستانه (۷۹/۹ درصد)»، «مسائل مربوط به ایران (۴۵/۵ درصد)»، «مسائل سیاسی مربوط به ایران و جهان (۴۰/۷ درصد)» و «مسائل روزمره (۳۶/۷ درصد)» اشاره کرد. یافته‌ها در نمودار ۱ نشان می‌دهد فضای مجازی بیش از هر چیز یک فضای گپ و گفت‌وگوی دانشجویان است و دانشجویان به‌عنوان یک فضای تفریحی و سرگرمی از آن استفاده می‌کنند. نمودار شماره ۱ نشان دهنده ترجیح تنها ۱۲/۵ درصد دانشجویان به بحث درباره مسائل درسی در حد «زیاد و خیلی زیاد» است (نمودار شماره ۱ و جدول شماره ۵).

### مذهب و شبکه‌های اجتماعی

جدول شماره ۶: تا چه اندازه با آزادی مذهب در شبکه اجتماعی فیس‌بوک موافق هستید؟

| میزان موافقت با آزادی مذهب در شبکه اجتماعی | اصلاً | خیلی کم | کم   | زیاد | خیلی زیاد | کل  |
|--|-------|---------|------|------|-----------|-----|
| فراوانی                                    | ۵     | ۸       | ۳۳   | ۹۱   | ۶۳        | ۲۰۰ |
| درصد                                       | ۲/۵   | ۴       | ۱۶/۵ | ۴۵/۵ | ۳۱/۵      | ۱۰۰ |

۷۷ درصد دانشجویان در حد «زیاد و خیلی زیاد» با آزادی مذهب در شبکه‌های اجتماعی موافق‌اند. این به منزله تأیید هنجاری آزادی مذهب در فضای مجازی نیست، بلکه به معنای عقیده به وجود آزادی مذهب در فضای مجازی فیس‌بوک صرف‌نظر از مورد پسند یا ناپسند بودن این آزادی است. به عبارت دیگر غیرمذهبی دانستن کردن فیس‌بوک توسط اغلب دانشجویان به معنای موافقت یا مخالفت آنان به حضور یا عدم حضور مذهب در این فضا نیست (جدول شماره ۶).

### احساس امنیت در فضای مجازی

جدول شماره ۷: تا چه اندازه در فیس‌بوک احساس امنیت می‌کنید؟

| امنیت در شبکه مجازی | خیلی زیاد | زیاد | کم   | خیلی کم | اصلاً | کل  |
|---------------------|-----------|------|------|---------|-------|-----|
| فراوانی             | ۵         | ۴۹   | ۷۰   | ۳۵      | ۳۸    | ۱۹۷ |
| درصد                | ۲/۵       | ۲۴/۹ | ۳۵/۵ | ۱۷/۸    | ۱۹/۳  | ۱۰۰ |

برخلاف امنیت به عنوان یک واقعیت عینی، احساس امنیت حالتی ذهنی است و مانند هر پدیده ذهنی دیگری متأثر از عوامل گوناگون است. حدود ۲۷/۴ درصد دانشجویان به احساس امنیت در فضای مجازی معتقدند، در مقابل احساس امنیت ۵۳/۳ درصد آنان در حد «کم و خیلی کم» است. تنها ۱۹/۳ درصد در فضای مجازی اصلاً احساس امنیت ندارند. این آمارها نشان می‌دهد کنترل فضای مجازی حداقل برای ۱۹/۳ درصد دانشجویان و برخی فعالان این فضا احساس ناامنی کامل ایجاد کرده است. بخشی از این احساس ناامنی به معماری اینترنت و ساخت شبکه‌ای آن و بخشی دیگر به واسطه کنترل این فضا توسط دولت مربوط است. هم‌چنین قانونی نبودن استفاده از فیس‌بوک به این احساس ناامنی دامن زده است (جدول شماره ۷).

**فضای مجازی و پایه‌های خانوادگی و اخلاقی**
**جدول شماره ۸: رابطه فضای مجازی و سست شدن پایه‌های خانوادگی و اخلاقی**

| فضای مجازی و سست شدن پایه‌ها | اصلاً | خیلی کم | کم   | زیاد | خیلی زیاد | کل  |
|------------------------------|-------|---------|------|------|-----------|-----|
| فراوانی                      | ۲۳    | ۵۲      | ۶۵   | ۳۲   | ۲۶        | ۱۹۸ |
| درصد                         | ۱۱/۸  | ۲۶/۳    | ۳۲/۸ | ۱۶/۲ | ۱۳/۱      | ۱۰۰ |

حدود ۲۹/۳ درصد دانشجویان فردوسی مشهد در حد «زیاد و خیلی زیاد» و ۵۹/۱ درصد در حد «کم و خیلی کم» به سست شدن پایه‌های خانوادگی و اخلاقی در فضای مجازی عقیده دارند. تنها ۱۱/۸ درصد آنان چنین اعتقادی ندارند. با توجه به آمارهای جدول شماره ۸ حدود ۸۸/۴ درصد دانشجویان به نحوی به تخریب و آسیب‌های فضای مجازی در حوزه خانواده و اخلاق باور دارند؛ و ۳۸/۱ درصد دانشجویان دامنه چنین آسیب‌هایی را بسیار کمتر از آنچه در مورد آسیب‌های فضای مجازی گفته می‌شود، می‌دانند (جدول شماره ۸).

**سنجش نگره‌های هویتی (۱)**
**جدول شماره ۹: توزیع انواع هویت‌های دانشجویان**

| هویت                                | هویت ملی | هویت جهانی | هویت دینی | هویت فردی |
|-------------------------------------|----------|------------|-----------|-----------|
| میانگین                             | ۶۱/۸۰    | ۵۱/۷۵      | ۵۰/۳۵     | ۴۹/۲۳     |
| تعداد نمونه                         | ۳۰۰      | ۳۰۰        | ۳۰۰       | ۳۰۰       |
| نمره حداکثر از صد                   | ۱۰۰      | ۹۰         | ۱۰۰       | ۷۳/۳۳     |
| نمره حداقل از ۱۰۰                   | ۱۰       | ۶/۶۷       | ۶/۶۷      | ۶/۶۷      |
| فاصله حداقل و حداکثر                | ۹۰       | ۸۳/۳۳      | ۹۳/۳۳     | ۶۶/۶۷     |
| واریانس                             | ۳۶۴      | ۶۷۷        | ۵۴۷       | ۱۲۲       |
| رابطه نگرش به فضای مجازی با هویت‌ها | ۰/۱۰     | ۰/۲۸۵      | ۰/۰۸۸     | -۰/۰۵۶    |
| سهم هویت‌ها در هویت کل              | ۰/۴۵۵    | ۰/۲۵۴      | ۰/۲۷۲     | ۰/۲۵۴     |

با توجه به چند نوع هویت تعریف شده در الگوی نظری و شاخص‌های موجود در پرسشنامه می‌توان میزان هر یک از نگره‌های هویتی مورد استفاده دانشجویان در شبکه

اجتماعی فیس بوک را محاسبه کرد. براساس میانگین نمرات در جدول شماره ۹، هویت‌های دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به ترتیب نمره، هویت ملی (۶۱/۸۰) نمره از صد)، هویت جهانی (۵۱/۷۵) نمره از صد)، هویت دینی (۵۰/۳۵) نمره از صد) و هویت فردی (۴۹/۲۳) نمره از صد) هستند. نمره هویت نهایی (هویت کل = ۵۶/۰۵) نمره از صد) است.

#### مقایسه هویت‌های دختران و پسران دانشجو

جدول شماره ۱۰: توزیع میانگین نمرات انواع هویت‌ها برحسب جنس (نمره از صد)

| سطح<br>معنی‌داری<br>Sig | درجه<br>آزادی<br>(DF) | آزمون T | انحراف<br>استاندارد | میانگین<br>نمره از صد | تعداد | جنس | انواع<br>هویت‌ها |
|-------------------------|-----------------------|---------|---------------------|-----------------------|-------|-----|------------------|
| ۰/۰۰۴                   | ۱۹۸                   | -۲/۸۷۴  | ۱۷/۴۳               | ۵۷/۵۰                 | ۸۸    | زن  | هویت ملی         |
|                         |                       |         | ۱۹/۷۲               | ۶۵/۱۷                 | ۱۱۲   | مرد |                  |
| ۰/۵۲۸                   | ۱۹۸                   | -۰/۶۳۲  | ۱۱/۴۴               | ۴۸/۶۷                 | ۸۸    | زن  | هویت فردی        |
|                         |                       |         | ۱۰/۸۰               | ۴۹/۶۷                 | ۱۱۲   | مرد |                  |
| ۰/۰۰۱                   | ۲۹۸                   | -۳/۲۶۱  | ۲۶/۰۸               | ۴۶/۸۶                 | ۱۴۸   | زن  | هویت جهانی       |
|                         |                       |         | ۲۵/۱۴               | ۵۶/۵۱                 | ۱۵۲   | مرد |                  |
| ۰/۰۳۶                   | ۲۹۳/۴۲۹               | -۲/۱۱۲  | ۲۴/۳۹               | ۴۷/۴۷                 | ۱۴۸   | زن  | هویت دینی        |
|                         |                       |         | ۲۲/۱۰               | ۵۳/۱۵                 | ۱۵۲   | مرد |                  |

جدول شماره ۱۱: توزیع میانگین نمرات انواع هویت‌ها برحسب تحصیلات (نمره از صد)

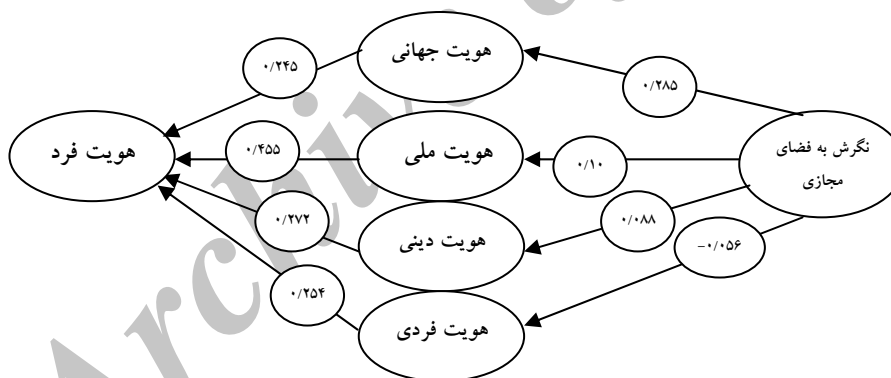
| درجه<br>آزادی<br>(DF) | آزمون F | انحراف<br>استاندارد | میانگین<br>نمره از صد | تعداد | سطح<br>تحصیلات | انواع<br>هویت |
|-----------------------|---------|---------------------|-----------------------|-------|----------------|---------------|
| ۰/۵۳۳                 | ۰/۶۳۲   | ۱۹/۳۵               | ۶۰/۸۱                 | ۹۸    | کارشناسی       | هویت ملی      |
|                       |         | ۱۹/۷۱               | ۶۳/۷۳                 | ۷۵    | کارشناسی ارشد  |               |
|                       |         | ۱۶/۴۰               | ۶۰/۰۰                 | ۲۷    | دکتری          |               |
| ۰/۴۰۱                 | ۰/۹۱۸   | ۱۲/۱۰               | ۶۶/۱۲                 | ۹۸    | کارشناسی       | هویت جمعی     |
|                       |         | ۱۱/۴۳               | ۶۷/۵۷                 | ۷۵    | کارشناسی ارشد  |               |
|                       |         | ۹/۶۰                | ۶۹/۳۳                 | ۲۷    | دکتری          |               |

|       |       |       |       |     |               |            |
|-------|-------|-------|-------|-----|---------------|------------|
| ۰/۷۵۷ | ۰/۲۷۹ | ۱۱/۹۲ | ۴۹/۸۲ | ۹۸  | کارشناسی      | هویت فردی  |
|       |       | ۱۰/۰۳ | ۴۸/۶۲ | ۷۵  | کارشناسی ارشد |            |
|       |       | ۱۰/۹۰ | ۴۸/۷۶ | ۲۷  | دکتری         |            |
| ۰/۳۰۱ | ۱/۲۰۴ | ۲۵/۷۳ | ۴۹/۶۱ | ۱۵۴ | کارشناسی      | هویت جهانی |
|       |       | ۲۶/۱۹ | ۵۴/۶۸ | ۱۰۶ | کارشناسی ارشد |            |
|       |       | ۲۶/۵۱ | ۵۲/۲۵ | ۴۰  | دکتری         |            |
| ۰/۵۹۱ | ۰/۵۲۷ | ۲۴/۰۱ | ۴۹    | ۱۵۴ | کارشناسی      | هویت دینی  |
|       |       | ۲۲/۲۹ | ۵۱/۸۲ | ۱۰۶ | کارشناسی ارشد |            |
|       |       | ۲۴/۰۹ | ۵۱/۶۶ | ۴۰  | دکتری         |            |

با استفاده از آزمون آماری T، مشخص شد هویت‌های ملی، جهانی و دینی مطرح شده در پژوهش در میان مردان قویتر از زنان است. این آزمون در سطح معنی‌داری بیش از ۵ درصد تأیید شده است. در این بررسی هویت فردی دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری با یکدیگر ندارند (جدول شماره ۱۰). هم‌چنین از لحاظ تحصیلی تفاوت معنی‌داری میان هویت‌های دانشجویان کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری دیده نمی‌شود و این آزمون‌ها معنادار نیستند (جدول شماره ۱۱).

### رابطه نگرش دانشجویان به فضای مجازی و هویت‌های آنان

نگاره شماره ۱: رابطه نگرش و هویت‌های مختلف و جایگاه هویت‌ها در تشکیل هویت کلی



جدول شماره ۱۲: ضرایب بتای هویت‌ها با نگرش و هویت کلی

| هویت کلی      |           | نگرش به فضای مجازی |           | نگرش و هویت کلی هویت‌ها |
|---------------|-----------|--------------------|-----------|-------------------------|
| سطح معنی‌داری | مقدار بتا | سطح معنی‌داری      | مقدار بتا |                         |
| ۰/۰۰۰         | ۰/۲۴۰     | ۰/۰۰۰              | ۰/۲۸۵     | هویت جهانی              |
| ۰/۰۰۰         | ۰/۴۵۵     | ۰/۱۵۷              | ۰/۱۰      | هویت ملی                |
| ۰/۰۰۰         | ۰/۲۷۲     | ۰/۲۱۶              | ۰/۰۸۸     | هویت دینی               |
| ۰/۰۰۰         | ۰/۲۵۴     | ۰/۴۳۶              | -۰/۰۵۶    | هویت فردی               |

با توجه به نوظهور بودن فضای مجازی رابطه تنگاتنگی میان نگرش اعضای جامعه با نحوه استفاده از این فضا وجود دارد. برای بررسی این نوع روابط یک نمونه از دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به عنوان مروجین و فعال جامعه (به زبان راجزر) انتخاب شده و نظرات آنان به طور اجمال مورد بحث قرار گرفته است.

نگاره شماره ۱ نشان دهنده ارتباط مثبت میان نگرش به فضای مجازی با هویت‌های جهانی، ملی و دینی دانشجویان است. هم‌چنین رابطه معناداری میان نگرش با هویت‌های جهانی افراد برقرار است؛ یعنی افزایش نگرش مثبت به فضای مجازی موجب افزایش هویت‌های جهانی دانشجویان می‌شود. از سوی دیگر رابطه نگرش با هویت‌های ملی و دینی مثبت و غیر معنی‌دار است. این مقدار قابل تعمیم به تمام دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد است.

هم‌چنین رابطه معکوس و منفی میان نگرش با هویت فردی برقرار است که رابطه معناداری از لحاظ آماری نیست. این موضوع نشان می‌دهد دانشجویان حاضر در این فضا به‌رغم داشتن هویت فردی از این فضا رضایت نداشته و نسبت به آن نگرشی منفی دارند. بالاترین میزان تغییر در میان هویت‌های ملی، دینی، فردی و جهانی در شکل‌گیری هویت کلی فرد به ترتیب به هویت‌های ملی با ضریب ۴۵۵ و دینی با ضریب ۲۷۲ اختصاص دارد. این ضرایب نشان دهنده ریشه‌دارتر بودن این دو هویت در میان دانشجویان نسبت به سایر هویت‌ها حتی هویت فردی است (نگاره شماره ۱ و جدول شماره ۱۲).

در یک جمع‌بندی کلی، گسترش تکنولوژی، منجر به درهم‌بافتگی نگره‌های هویتی دانشجویان در فضای مجازی شده است. کسب هویت جهانی با کاستن از هویت‌های



ملی و فردی باعث شده تا نیاز به بازتعریف این هویت‌ها بیشتر احساس شود. از جمله دلایل این احساس نیاز به بازتعریف هویت تأکید بر ایرانی بودن در دنیای جهانی شده، کسب هویت‌های فردی و ابراز وجود در محیط‌های جمعی، توجه به موضوع‌های جهانی از چشم‌انداز یک شهروند ملی و تلاش در انطباق باورهای دینی با فضای جدید است.

### خلاصه و نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی نگرش به فضای مجازی و درک کاربران به هویت را تغییر داده‌اند. از این منظر رابطه دو سویه‌ای میان فضای مجازی و نگرش‌های هویتی نسل جدید وجود دارد.

آن گونه که از نتایج این تحقیق برمی‌آید، دو نگاه به شبکه اجتماعی فیس‌بوک وجود دارد که با واقعیت موجود در این شبکه همخوانی ندارد. در یک نگاه این گونه تصور می‌شود که این شبکه مجازی، با تضعیف هویت‌های میانی به‌ویژه ملی، هویت‌های جهانی و فردی را تقویت می‌کند. نگاه دیگر معتقد است که فیس‌بوک کاربران را از واقعیت وجودی خود و شرایط سیاسی و اجتماعی که در آن زیست می‌کنند جدا می‌سازد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد نگره هویتی دانشجویان، به مثابه یکی از گروه‌های اجتماعی که از این شبکه اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، تا حدود زیادی دستخوش تغییر و تحول شده است. میزان و جهت‌گیری این تغییر نگره‌ها جای بحث دارد.

بسیاری از دانشجویان از فیس‌بوک برای ایجاد و تحکیم روابط دوستانه استفاده می‌کنند. با این وجود در خلال این روابط دوستانه، نوعی رابطه بین‌الذهانی در خصوص موضوع‌های جهانی و محلی در حال شکل‌گیری است؛ برعکس موضوع‌های درسی و دانشگاهی در زمره موضوع‌های کمتر قابل بحث در این فضای مجازی است. هم‌چنین نتایج این پژوهش نشان داد استفاده اغلب دانشجویان از اسم و مشخصات واقعی بیانگر احساس ناامنی نکردن برای فعالیت در این شبکه است. هم‌چنین تمایل دانشجویان به استفاده بیشتر از این فضا با کاهش ترس ناشی از ناشناخته بودن آن رو به افزایش است. این امر در درازمدت می‌تواند توجه دولت‌ها را به این فضا بیشتر کند.

هم‌چنین برخلاف پژوهش‌های پیشین نتایج این مقاله نشان داد نوعی رابطه دیالکتیک و هم‌افزایی میان هویت ملی و جهانی وجود دارد. ملی‌گرایی نه تنها کاهش نیافته، بلکه به تقویت خوداظهاری ملی نیز منجر شده و هم‌زمان توجه به هویت‌های



جهانی را بیشتر کرده است. در نتیجه هم تحولات جهانی برای ساکنان یک کشور خاص و هم تحولات داخلی کشورها برای کاربران جهانی این شبکه مهم تلقی می‌شوند که بیانگر سربرآوردن نوعی هویت جهان‌ملی است.

افراد در چنین شبکه‌های اجتماعی مجازی ناچار به بازتعریف هویت و محیط پیرامون خود هستند. بنابراین دامنه تأثیرات فیس‌بوک به مثابه یک شبکه اجتماعی مجازی هویت فردی تا هویت‌دینی را در بر می‌گیرد.

#### یادداشت‌ها

\* برای اندازه‌گیری هویت‌ها ابتدا برای هر هویت ۱۰ گویه مربوط به خود به صورت طیف لیکرت طراحی شد. سپس پایایی و روایی مورد محاسبه قرار گرفت پس از آن مجموع نمرات طیف‌ها به نمره استاندارد صد تبدیل شد.

Archive of SID

**منابع**

- تاجیک، م. (۱۳۸۴)؛ «انسان مدرن و معمای هویت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۶/۱، صص ۹-۲۸.
- جنکینز، ر. (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- جوان، ج و عبداللهی، ع. (۱۳۸۵)؛ «چندگانگی هویت در تمدن اطلاعاتی (چشم‌اندازی جغرافیایی از فضای بینامتنی)»، *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز*، س ۱۱، پاییز و زمستان، ش ۲۱، صص ۵۵-۸۰.
- حاجیانی، الف. (۱۳۸۷)؛ «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۹، ۳/۴، صص ۱۹۳-۲۲۸.
- حافظ‌نیا، م. (۱۳۸۵)؛ اصول مفاهیم ژئوپلیتیک، مشهد: پاپلی.
- دوران، ب. (۱۳۸۶)؛ *هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- زهیری، ع. (۱۳۸۴)؛ «جستی هویت ملی»، *فصلنامه علوم سیاسی دانشگاه باقرالعلوم (ع)*، بهار، س ۸، ش ۲۹، صص ۲۹-۵۰.
- صالح، ف. (۱۳۸۸)؛ «هویت ملی، هویت قومی و وفاق ملی»، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، *ویژه‌نامه هویت اجتماعی*، مرکز تحقیقات استراتژیک مصلحت نظام، ش ۴۹، صص ۱۲۱-۱۴۱.
- قهرمانپور، ر. (۱۳۸۶)؛ «هویت ملی و توسعه اجتماعی در عصر جهانی‌شدن»، *پژوهشنامه توسعه اجتماعی*، مرکز تحقیقات استراتژیک مصلحت نظام، س ۱، ش ۱۴، صص ۴۹-۶۸.
- کاستلز، الف. (۱۳۸۰)؛ *عصر اطلاعات (جلد اول، جامعه شبکه‌ای)*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- کریمی، ع. (۱۳۸۶)؛ «هویت‌های جدید در عصر جهانی‌شدن و تأثیر آن بر امنیت عمومی»، *پژوهشنامه حقوق و علوم سیاسی*، ۲/۴، صص ۷۹-۱۰۶.
- گیدنز، الف. (۱۳۷۸)؛ *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخص در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، چ ۱، تهران: نی.
- مردانی گیوی، الف. (۱۳۸۱)؛ «جهانی‌شدن و هویت ملی»، *فصلنامه سیاسی و اقتصادی*، س ۱۷، ش ۱۷۹ و ۱۸۰، صص ۱۱۰-۱۱۴.
- منصور، ج. (۱۳۸۷)؛ *قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: دوران.
- نظری، علی‌اشرف (۱۳۸۹)؛ «سیاست مجازی: هویت و اجتماع در فضای مجازی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۴، ۴/۱۱، صص ۱۷۷-۱۸۳.
- نوذری، ح. (۱۳۸۵)؛ «نگاهی تحلیلی به روند تحول مفهوم هویت در قالب‌های سه‌گانه هویت سنتی، مدرن و پست‌مدرن»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲۶ (۲/۷)، صص ۱۲۷-۱۴۸.
- Bauman, Z. (2001); "Identity in the Globalizing World", *Social anthropology*, June, 9/2: PP 121-129.
- Buckingham, D. (2008); "Introducing Identity", London: University of London, *Centre for the study of children, youth and media*, Class and race online, Symbolic Interaction, 21/2, PP 1-22.
- Donath, J. (1998); *Identity and deception in the virtual community*, In Kollock, P. and Smith, M. (Eds). *Communities in Cyberspace*, London: Rutledge.
- Fearon, James (1999); *What is identity (as we now use this word)?* Stanford University press.

- Foreman, P. & Whetten, D. A. (2002); "Members' identification with multiple – identity Organization" in: *organization science*, November – December, 13/6, PP 618-635.
- Harrison, R. Michael, T. (2009); "Identity in online communities; social networking sites and language learning", *International journal of emerging technologies and society*, Vol .7, No 2, PP 109-124.
- Herring, S, C. (2008); *Questioning the generational divide: Technological exoticism and adult construction of online youth identity*, In: D. Buckingham (Ed.), Youth, Identity, and Digital Media, Cambridge, MA: MIT Press, PP 71-94.
- Kendall, L. (1998); "Meaning and identity in cyber space: the performance of gender, Class and race online", *Symbolic Interaction*, 21/2, PP 129-153.
- Meden, A. (2008/9); *Identity formation in social networks websites: facebook and the Networking Sites and Language Learning*, Japan: International Journal of Emerging Organization, organization science, November – December 13/6.
- Pool, R. (2003); *National identity & citizenship, in Identities: Race, Class, Gender, and Nationality*, Linda Martin Alcoff & Eduardo Mendieta (Eds.), UK: Blackwell publishing.
- Ramarjan, L. (2009); *Opening up or shutting down? The effects of multiple identities on problem solveing (working paper)*, Harvard business school.
- Ramarjan, L. (2009); *Opening up or shutting down? the effects of multiple identities on problem solveing (working paper)*, Harvard business school.
- Stets, J. E., Burke, P.J. (2000); "Identity theory and Social identity theory", Washington: *Social psychology quarterly*, 3/63, PP 224-237.
- Tajfel, H. & Turnery, C. (1987); The second identity, Theory of inter behavior in worchel .S & Gaustin .W (Eds.), *Psychology of intergroup relation*, Chicago: Nelson Hall.