

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان

لیلا عظیمی^۱، مهرداد نامداری^۲، محمد پرهام^۳

چکیده

گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و در رأس آن اینترنت و شبکه‌های ارتباطی، فضایی برای ساخت مجدد هویت فراهم نموده است، در این میان پیوند عناصر اساسی هویت‌ساز، یعنی زمان، مکان، فضا و مرزهای زندگی اجتماعی را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. تحقیق حاضر در همین راستا و با هدف بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهرستان نورآباد دلفان انجام شده است. این پژوهش به روش پیمایشی و از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انجام گرفته است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شده است. روایی و اعتبار به کمک آلفای کرونباخ و اعتبار صوری حاصل گردید. یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارد. همچنین نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی ۷۲ درصد از تغییرات هویت قومی پاسخگویان تحقیق حاضر را پیش‌بینی می‌کنند. همچنین یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر هویت ملی دارند. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد که متغیرهای مستقل تحقیق حاضر حدود ۲۴ درصد از

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

Azimi.Leila521@iaub.ac.ir

۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، باشگاه پژوهشگران جوان، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

mehrdadnamdari976@gmail.com

۳- استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

mopa1212@gmail.com

تغییرات هویت ملی پاسخگویان تحقیق حاضر را پیش‌بینی می‌کنند.
کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت ملی، هویت قومی

مقدمه و بیان مسأله

هویت عبارت از مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسان است که به رسایی و روایی بر ماهیت یا ذات گروه، به معنی یگانگی یا همانندی اعضای آن با یکدیگر، دلالت کند و آن را و آنها را در یک ظرف زمانی و مکانی معین به طور مشخص و قابل قبول و آگاهانه از سایر گروهها و افراد متعلق به آنها متمایز سازد (ارغندی، محمدی مهر، ۱۳۹۵: ۴۳). جنکینز باور دارد که تمام هویت‌های انسان از جمله هویت‌های فردی، اجتماعی هستند زیرا بر اساس نحوه‌ی ارتباط با دیگران و تجربه‌های دوران زندگی که در تعامل با دیگران می‌باشد، شکل می‌گیرند. (جنکینز، ۱۳۸۱: ۸۸) پس ارتباط عنصر مهمی در شکل‌گیری هویت محسوب می‌شود. بلومر، ارتباط را عنصر مهمی در شکل‌گیری هویت می‌داند که در نظریه‌ی جامعه‌پذیری خود بدان اشاره کرده است. وی عوامل متعددی را در شکل‌گیری هویت مؤثر می‌داند. بر مبنای تئوری بلومر، فرآیند اجتماعی شدن با کمک عواملی ششگانه که عبارتند از: والدین، گروه همسالان، مدارس، سازمان‌های رسمی، مجامع عمومی، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی صورت می‌گیرد. (علیخانی، ۱۳۸۳: ۳۶۳).

با توجه به تحولات سریع و گسترده در قرن حاضر، طرح سؤالات و مباحثی در باب هویت و آینده‌ی هویتی جوامع در ابعاد متفاوت آن و معضلات پیش روی آن‌ها، از جمله نیازهای اساسی و ضروری به نظر می‌رسد. پرسش از هویت هم در گفتمان روزمره و هم در نظریه‌های اجتماعی، جایگاه مرکزی و محوری دارد. مهم‌ترین نوع از انواع هویت، هویت ملی است زیرا نقشی تعیین‌کننده در حوزه‌ی فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمام نظام‌های اجتماعی - جدا از گرایش‌های عقیدتی است (ربانی، ربانی و حسنی، ۱۳۸۸: ۶۷). هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای

مشترک در اجتماع ملی در میان مرزهای تعریف شده‌ی سیاسی است. مهمترین عناصر و نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند، عبارتند از: سرزمین، دین و آئین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان، ادبیات، مردم و دولت (غفاری نسب و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۹).

از جمله زیرمجموعه‌های هویت جوانان، هویت قومی آن‌هاست. هویت قومی از ترکیب متنوع مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید و حتی در بسیاری از موارد تنها یک مؤلفه‌ی متفاوت باعث ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود بنابراین در بین اقوام مختلف مؤلفه‌های قومیت متفاوت بوده و در هر گروه قومی، هر یک از مؤلفه‌ها دارای درجات اهمیت متفاوتی هستند بنابراین هویت قومی را بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی، نظیر زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی تعریف می‌کنند که با آن افراد با تمام یا برخی جنبه‌های هویتی یک گروه پیوند می‌یابند. وارمز و ناندا^۱ گروه‌های قومی را دسته‌هایی از مردم می‌دانند که خودشان را از گروه‌های دیگر جامعه یا از جامعه‌ای بزرگ‌تر به عنوان یک کل متمایز می‌کنند. یک گروه قومی میان خودگروه‌های دیگر در جامعه به ترسیم مرزهای قومی می‌پردازند که چنین مرزبندی‌هایی هم سبب تقویت همبستگی درون گروه‌ها و هم عامل جدایی‌شان از گروه‌های دیگر می‌شوند. این مرزها باید مبتنی بر یک زبان، میراث نژادی، یا مذهب مشترک، مناسک، ارزش‌های مشترک یا یک وطن مشترک باشند (وارمرز و ناندا، ۱۹۹۸: ۲۰۵) بنابراین، هویت قومی، مجموعه خاصی از عوامل عینی، ذهنی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و نفسانی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را نسبت به دیگر گروه‌ها متمایز می‌سازد (الطایی، ۱۳۸۲: ۱۵۸).

پس می‌توان گفت که هویت و ابعاد مختلف آن در جامعه به شدت متغیر امروز یک مسأله‌ی اساسی است. جوامع انسانی در همه‌ی موقعیت‌ها، فرایندهای تغییر را تجربه کرده و کمتر جامعه و گروهی است که در حالت رکود و ایستایی باشد. امکان برقراری ارتباطات از راه دور و از خلال رسانه‌های چندگانه ارزش‌ها و معناها را دگرگون کرده‌اند (نواح، خیری، ۱۳۹۵: ۶۰). ظهور و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی

¹ - Warmrs, Nanda

بویتزه کامپیوتر، اینترنت و ماهواره، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد شهرنشینی پدیده‌های اخیر هستند که به نظر می‌رسد به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده و هویت، معنا و مبنای آن را دچار تغییر کرده است. بدین سان پرداختن به مسأله‌ی هویت ملی در شرایط بین‌المللی و منطقه‌ای بحران‌زده‌ی کنونی، پراهمیت و حساس است (رستگار و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۴).

همچنین در ادبیات موجود برخی شکل‌گیری هویت‌های قومی و افزایش تعلق خاطر به خرده‌فرهنگ‌های مادون هویت ملی در جریان جهانی شدن را با تضعیف پیوند سرزمینی و فرهنگ غالب مترادف می‌دانند و همگرایی و انسجام ملی را در معرض خطر توصیف و آن را از عوامل تهدیدکننده‌ی امنیت ملی محسوب می‌کنند (احمد پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۸). در مقابل، این ایده وجود دارد که تنوع قومی - زبانی در یک جامعه، نشانه‌ی روحیه‌ی مدارای شهروندانی است که در کنار یکدیگر در صلح زندگی می‌کنند (سلیمی، ۱۳۸۶: ۵۱) و لزوماً بالا رفتن میزان هویت قومی به کاهش و تضعیف هویت ملی یا برعکس منتهی نمی‌شود بنابراین نوآوری پژوهش حاضر، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی قوم لک است.

از سوی دیگر، در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم نظیر جهانی روبه رو شده‌اند به طوری که میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا در این شبکه‌ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی حرفه‌ای و بسیاری امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بستر این شبکه‌ها ایجاد یا دنبال می‌کنند؛ بنابراین به لحاظ گستره کاربری می‌توان گفت که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی چیزی بیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد. برخی معتقدند که یک بافت اجتماعی جدید در حال ساخته شدن است و نیاز دارد که ما فناوری را به منظور کارکردی کردن خدمات تحت وب به رسمیت بشناسیم (آندرسون^۱، ۲۰۰۶: ۲). السون و بوید^۲ (۲۰۰۷)، معتقدند شبکه‌های اجتماعی، مبتنی بر وب هستند که با اتصال مردم یا گروه‌ها به یکدیگر سبب به

^۱ - Anderson

^۲ - Ellison, boyd

اشتراک‌گذاری اطلاعات از طریق اینترنت می‌شوند؛ و همچنین معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می‌دهند افراد بتوانند: ۱. در چارچوب یک سیستم مشخص پروفایل‌های عمومی و نیمه خصوصی بسازند، ۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و ۳. فهرست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند.

پس می‌توان گفت که دنیای مجازی چنان با زندگی و فرایند هویت‌سازی بشر درآمیخته است که نه تنها روایت‌های بی‌شمار در آن قابل درک است، بلکه این روایت‌ها بر روایت دنیای واقعی پیشی گرفته‌اند؛ چنان که بودریار به قول آنجل می‌گوید فضای مجازی آن قدر که تجارت الکترونیک از تجارت جدا نیست، هویت‌های الکترونیکی در فضای مجازی نیز از هویت‌های واقعی هویت در محیط مجازی به طور مشخص متفاوت با هویت در محیط واقعی است؛ زیرا تفاوت بین محیط‌ها وجود دارد. شخص مختار است از هویت واقعیش در محیط مجازی استفاده کند یا نکند. در محیط مجازی، شخص هویتش را در مسیری شکل می‌دهد که او می‌خواهد آن را در مقابل دیگران به نمایش بگذارد. به عبارت دیگر، او هویتش را به دیگران تحمیل می‌کند (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۴۹).

شبکه‌های اجتماعی صحنه‌ای فراهم می‌آورند که کاربران می‌توانند از هر جنسیت، سن، طبقه‌ی اجتماعی، نژاد و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند. در این سطح، شبکه‌های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویت فردمدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می‌دهند. در واقع با شبکه‌های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می‌شود تا خود را هر گونه که می‌خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند بنابراین، با قبول این فرض که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده‌اند، خود منشأ بازتولید مکرر چنین جامعه‌ای می‌شوند (باقری دولت آبادی و زارعیان جهرمی، ۱۳۹۲: ۱۵۵). نتایج مطالعات انجام شده فوق‌العاده از داخلی و خارجی نشان می‌دهند که رسانه‌های جمعی، اینترنت و

شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه‌ی معناداری با هویت جهانی دارند و باعث تغییر و تحولات زیادی در هویت و نوع ساخته‌شدن هویت می‌شوند. البته می‌توان گفت که اکثر این تحقیقات در محدوده‌ی جغرافیایی خاصی انجام شده‌اند و به مقوله‌ی قومیت توجه نکرده‌اند، نوآوری تحقیق در همین مورد است، یعنی به بررسی رابطه‌ی شبکه‌های اجتماعی و هویت قومی و هویت ملی در بین قوم لک پرداخته است و همچنین از جمله نوآوری دیگر تحقیق حاضر این است که به صورت همزمان هویت ملی و هویت قومی را مورد بررسی قرار داده است و به صورت همزمان به رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت ملی و هویت قومی پرداخته است. بنابراین تحقیق حاضر با هدف شناخت تأثیر شبکه‌های مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان انجام شده است؛ از این رو محقق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که شبکه‌های مجازی چه تأثیری بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان دارند؟

مبانی نظری تحقیق

مانوئل کاستلز با اشاره به عصر ارتباطات، جهانی شدن را ظهور نوعی شبکه می‌داند که در ادامه‌ی سرمایه‌داری، پهنه‌ی اقتصاد، جامعه و فرهنگ را در بر می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۷). کاستلز بیان می‌دارد که هویت برساخته و سازمان‌دهنده‌ی معناست؛ با این تفاوت که در این بحث، کانون توجه او به هویت جمعی است و نه هویت فردی. فرضیه‌ی اساسی او این است که به طور کلی، اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را بر می‌سازد تا اندازه‌ی زیادی تعیین‌کننده‌ی محتوای نمادین هویت مورد نظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا خود را بیرون از آن تصور می‌کنند؛ به عبارت دیگر، فرد هویت محلی سنتی را انتخاب کرده یا به هویت جهانی روی می‌آورد؟ کاستلز بین آنچه جهانی شدن نامیده می‌شود و آنچه شکل‌گیری هویت‌های جمعی است، نه توازی می‌بیند و نه به تکرار مسالمت‌آمیز هویت‌های جمعی خرد و کلان اعتقاد دارد؛ بلکه نوعی تناقض و ستیز بین هویت‌های جمعی خرد یا محلی و روند جهانی شدن را

باور دارد. علاوه بر این، کاستلز الگویی از جامعه‌ی اطلاعاتی ارائه می‌دهد که در آن نقش رسانه‌ها، کلیدی است و در واقع رسانه‌ها هستند که این نوع جدید از جامعه را بازتولید می‌کنند. در این نظام اجتماعی، فناوری‌های ارتباط جمعی نقش اساسی دارند و لحن گفتمان، سبک زندگی و همه‌ی ارزش‌های اجتماعی توسط رسانه‌ها و صاحبان آن‌ها تعریف می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰).

از جمله نظریه‌ی دیگر می‌توان به نظریه‌ی هوراد رینگولد^۱ درباره‌ی اجتماعات مجازی، خصوصیات و تأثیرات آنان که خصوصاً در ابعاد هویتی شکل گرفته است، اشاره کرد. وی جوامع مجازی را گردهمایی‌های اجتماعی‌ای می‌داند که در شبکه وقتی که تعداد کافی‌ای از کاربران با یکدیگر مشغول گفتگو شدند، ظهور می‌کند؛ این گفتگوها و تعاملات نیز بالطبع با احساسات انسانی برای شکل دادن به روابطی شخصی در فضای مجازی همراه است. در مجموع می‌توان گفت از نظر وی شرکت در اجتماعات مجازی از سویی از فشارهای ناشی از وفق 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 داده و از سوی دیگر نیز از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می‌کاهد. شرکت در اجتماعات مجازی محلی، قومی، منطقه‌ای و غیره باعث تقویت جنبه‌های بومی هویت و شرکت در اجتماعات جهانی و بین‌المللی در فضای مجازی، تاحدی می‌تواند باعث شکل‌گیری نوعی هویت جهانی یا جهان وطنی در فرد کاربر شود (رینگولد، ۱۹۹۳).

چارچوب نظری تحقیق، از نوع ترکیبی است یعنی برگرفته از چند نظریه است. همانگونه که کاستلز معتقد است در حال حاضر نقش رسانه‌ها، کلیدی است و در واقع رسانه‌ها هستند که این نوع جدید از جامعه را بازتولید می‌کنند. در این نظام اجتماعی، فناوری‌های ارتباط جمعی نقش اساسی دارند و لحن گفتمان، سبک زندگی و همه‌ی ارزش‌های اجتماعی توسط رسانه‌ها و صاحبان آن‌ها تعریف می‌شود، می‌توان گفت که شبکه‌های

^۱ - Howard Rheingold

اجتماعی باعث تغییر و تحول در هویت قومی و ملی کاربران می‌شود یعنی فرضیه‌ی اصلی تحقیق برگرفته از این نظریه است. از سوی دیگر فرضیات جزئی تحقیق برگرفته از نظریه‌ی هوارد رینگولد است. همانگونه که رینگولد معتقد است که شرکت در اجتماعات مجازی از سویی از فشارهای ناشی از وفق 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 داده و از سوی دیگر نیز از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می‌کاهد. شرکت در اجتماعات مجازی محلی، قومی، منطقه‌ای و غیره باعث تقویت جنبه‌های بومی هویت و شرکت در اجتماعات جهانی و بین‌المللی در فضای مجازی، تا حدی می‌تواند باعث شکل‌گیری نوعی هویت جهانی یا جهان وطنی در فرد کاربر شود. یعنی دو فرضیه‌ی فرعی تحقیق برگرفته از این نظریه هستند که به نوعی معتقد است که شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تقویت هویت قومی و تضعیف هویت ملی می‌شوند.

مبانی تجربی تحقیق

در چند سال اخیر در رابطه با شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیرات آنها بر هویت و ابعاد مختلف هویت جمعی مطالعات خوبی انجام در داخل کشور و هم در خارج کشور انجام شده‌اند؛ در این مطالعات به بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیرات این شبکه‌ها بر هویت کاربران پرداخته شده است. در این قسمت مرور کلی‌ای بر این تحقیقات اعم از داخلی و خارجی صورت می‌گیرد.

در پژوهشی که اسپارکمن^۱ و ایدلمن^۲ در سال ۲۰۱۶ با عنوان «خودم را جای شما قرار داده‌ام: چشم‌اندازهای قومی برای توضیح و تفسیر تفاوت‌های روشنفکر بودن در مبنای تعصب و یکنواختی» منتشر کرده‌اند، هدف از این تحقیق ارزیابی و درک نقش نظریه‌ی قومی در تفسیر و توضیح تفاوت‌های ایدئولوژیکی در اصطلاحاتی همچون تعصب و

^۱ - Sparkman

^۲ - Eidelman

تأیید یکنواختی فکری (حمایت از کلیشه) عنوان شده است. به این منظور از ۲۶۴ نفر خواسته شده است که در این تحقیق شرکت کنند. این افراد از نظر ایدئولوژی سیاسی، هویت قومی، تعصب نژادی و یکنواختی فکری مورد ارزیابی قرار گرفتند. بر اساس فرضیه‌ها، روشنفکران، در بیان تعصب و یکنواختی فکری، روش محافظه‌کارانه‌تری را در پیش می‌گیرند. همچنین آنان در زمینه‌هایی همچون نژادپرستی و قوم‌پرستی، خویشتن‌داری بیشتری را نشان می‌دهند. در تحقیق آنان، مدل ساختاری و بررسی‌ها نشان داد که به نسبت کمی، میان ایدئولوژی‌های سیاسی و تعصب و یکنواختی فکری ارتباط وجود دارد.

بیزین^۱ و همکاران در سال ۲۰۱۶ در موضوع هویت قومی و یکپارچگی با عنوان «همانند بکام آن را خم کنید» و با هدف ترسیم یک چهارچوب نظری به منظور مطالعه، بررسی و تعیین هویت مذهبی با هویت نژادی به موازات فرایندهای انگیزشی «تمایزات فرهنگی»^۲ و «انطباق فرهنگی»^۳ تحقیقی ارائه نمودند. در پروسه‌ی انطباق فرهنگی، هویت قومی در سایه‌ی ارتباطات و تعاملات همسایگی، کاهش یافته و در آن وفاداری و تعصب رو به ضعف می‌نهد اما در مقابل، در سایه‌ی تمایزات فرهنگی، اقلیت قومی انگیزش یافته و اقلیت مذکور در صدد حفظ و ادامه‌ی میراث فرهنگی خویش در مقابل مردمی که با آنان زندگی کرده یا کار می‌کنند، بر می‌آیند. در مطالعات بین‌المللی اقلیت‌های قومی در بریتانیا، در این تحقیق شواهدی یافته شده که قومیت‌گرایی شدید و هویت قومی، عمدتاً به مکانیسمی منجر می‌گردد که به تمایزات فرهنگی و نژادپرستانه تعبیر می‌گردد.

تحقیق لی^۴ و همکاران (۲۰۱۰) نیز به نوبه‌ی خود نشانگر آن است که دانش‌آموزان برخوردار از هویت اجتماعی مناسب در مقایسه با سایر دانش‌آموزان، مؤفق‌تر عمل کرده و دارای استقلال شناختی^۵ بیشتری هستند. توماس و کولومبوس^۱ (۲۰۱۰) در پژوهش

¹ - Bisin

¹ - Cultural Distinction

² - Cultural Conformity

⁴ - Lee

⁵ - cognitive autonomy

خود بر وجود ارتباط تنگاتنگ میان سه عنصر فرهنگ، هویت و یادگیری تأکید کرده و معتقدند که فرهنگ و هویت فرد است که تفکر، عمل و تعاملات اجتماعی و نهایتاً عملکرد و پیشرفت تحصیلی هر فرد را تعیین می‌کند. بنابراین در هر تلاشی برای برنامه‌ریزی فرهنگی و آموزشی باید این واقعیت مهم را مورد توجه قرار داد.

پژوهش رودریکوئز^۲ و همکاران (۲۰۱۰) وجود پیوند و ارتباط منطقی میان سه بعد فردی، قومی و ملی را تأیید کرده و اذعان می‌کنند که این رابطه، باعث می‌شود که فرد ادراکی مناسب از جهان پیرامون خود به دست آورده و در کاهش یا حل تعارضات و چالش‌های هویتی خود موفق گردد. برمن^۳ و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق خود بر روی دانش‌آموزان دبیرستانی، ضمن اشاره به مشکلات هویتی تعدادی از آن‌ها، تأیید می‌کنند که این مشکلات، پیش‌بینی‌کننده‌ی مناسبی برای تشخیص مسائل و بحرانهای روانشناختی دانش‌آموزان در مراحل بعدی رشد هستند.

گراسموک^۴ (۲۰۰۹) در تحقیقی که با عنوان «فیس بوک و هویت» انجام داده به این نتیجه رسید که آگاهی‌هایی که کنشگران از حضور در فیس بوک به عنوان یک زیست جهان کسب می‌کنند، باعث تغییر در هویت شان می‌شود و همچنین هویت جهانی کاربران را شکل می‌دهد.

سلطانی (۱۳۹۵) در پژوهشی که با عنوان «بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان» انجام داد، به این نتیجه رسید که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و کلیه‌ی ابعاد مطرح‌شده در حوزه‌ی هویت اجتماعی، بجز هویت ملی و هویت دینی، رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیونی به شیوه‌ی گام‌به‌گام نیز نشان داد که تنها مؤلفه‌ی هویت جهانی، وارد مدل رگرسیونی استفاده‌ی دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی شده و این

¹ - Thomas & Columbus

² - Rodriguez

³ - Berman

⁴ - Grasmuck

بعد، بیشترین اثر را بر هویت اجتماعی داشته است. بابایی فرد (۱۳۹۵) تأثیر اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران را بررسی کرد. از نظر آن‌ها، تعلق به قومیت و ملیت و گرایش به جهانی شدن منافاتی با هم ندارند. همچنین معتقدند که زنده نگه داشتن نام و یاد شخصیت‌ها و مفاخر ملی به خاطر کارکردهایی که برای جامعه دارد، ضروری است. بیش‌تر آن‌ها معتقدند که نه تنها اینترنت باعث ایجاد اختلال در روابط اجتماعی‌شان نشده است، بلکه توانسته‌اند به طور چشم‌گیری از داده‌های گوناگون اینترنت در حوزه‌های علمی، اجتماعی و فرهنگی استفاده کنند و نهایتاً اینکه آن‌ها تبادل بین فرهنگی و ارتباطات‌های جهانی را لازمی پویایی، پیشرفت و توسعه‌ی هر جامعه به شمار می‌آورند.

حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴)، تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی دانشجویان» انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. همچنین یافته‌های تحقیق حاضر در مورد رابطه بین میزان اینترنت و ابعاد هویت ملی نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از اینترنت و بعد شناختی هویت ملی و بعد رفتاری هویت ملی رابطه‌ی معنادار مثبتی وجود دارد.

عدلی پور، قاسمی و کیان پور (۱۳۹۲) در پژوهشی که با عنوان «شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان» که در بین جوانان شهر اصفهان و با تکیه بر نظریه‌های کاستلز، هابرماس و ولمن انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه‌ی معنادار و معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت ملی کاربران رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد یعنی هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند، هویت ملی کاربران ضعیف‌تر می‌شود.

کیانپور و همکاران (۱۳۹۲) تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران را انجام دادند، یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که بین مدت زمان عضویت، میزان مشارکت و فعال بودن، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده و اهداف و انگیزه‌ی کاربران ترک در استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک با هویت قومی آنها رابطه‌ی مثبت و مستقیمی وجود دارد. همچنین، کاربران ترک سعی می‌کنند از تمام امکانات فیس‌بوک برای معرفی خود بسان یک هویت قومی، مطرح ساختن دیدگاه‌های خود در راستای حفظ هویت و تداوم فرهنگ خویش و بیان مطالبات اجتماعی- سیاسی خود استفاده کنند.

بختیاری و فرخی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه‌ی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی» که با هدف بررسی رابطه‌ی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان انجام شده به این نتیجه رسیدند که رابطه بین دو متغیر معنادار است و شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی بر هویت دینی جوانان تأثیر منفی دارند پس می‌توان گفت که شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی، بعد دینی هویت جوانان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

عباسی قادی و خلیلی کاشانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر اینترنت بر هویت ملی که با استفاده از تکنیک پرسشنامه بر روی ۱۲۶۶ نفر از کاربران بالای پانزده سال در شهر تهران» و از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای و هدفمند، انجام دادند به این نتیجه رسیدند که متغیرهای نوع استفاده‌ی کاربران از اینترنت، انگیزه و هدف و مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از اینترنت، واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌ها از سوی کاربران اینترنت و پایگاه اقتصادی - اجتماعی کاربران، رابطه‌ی معناداری با هویت ملی آنها دارند و بین میزان تحصیلات، میزان استفاده از اینترنت و سابقه‌ی استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

نتایج مطالعات انجام شده فوق اعم از داخلی و خارجی نشان می‌دهند که رسانه‌های جمعی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه‌ی معناداری با هویت جمعی و ابعاد

آن یعنی هویت ملی، هویت مذهبی، هویت قومی و هویت جهانی دارند و باعث تغییر و تحولات زیادی در هویت و نوع ساخته‌شدن هویت دارند اما می‌توان گفت که اکثر این تحقیقات در محدوده‌ی جغرافیایی خاصی انجام شده و از سوی دیگر توجه زیادی به نوع رابطه و اینکه این شبکه‌ها همزمان چه تأثیری بر هویت ملی و هویت قومی کاربران دارد، نشده است.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر از نوع پیمایشی است. در پژوهش حاضر جمعیت آماری کلیه‌ی افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهر نورآباد دلفان هستند که بر اساس آخرین سرشماری (سرشماری ۱۳۹۵) به طور کلی تعداد ۵۴۲۹۷ نفر، بوده‌اند. از جمله دلایل اصلی انتخاب این جامعه‌ی آماری، دسترسی بیشتر این جامعه‌ی آماری به فضای مجازی نسبت به سایرین، پاسخگویی بهتر در جهت پر شدن پرسشنامه‌ها و داده‌های تحقیق و در دسترس‌تر بودن این جامعه‌ی آماری بوده است. روش نمونه‌گیری تحقیق، روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بوده است. با توجه به حجم جمعیت و با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شد. منظور از هویت قومی نمره‌ای است که آزمودنی در پرسشنامه‌ی هویت قومی (عبدالمطلب، ۱۳۹۵) شامل ۲۰ گویه و دو شاخصه (تفاخر قومی و ارتباط قومی) است، به دست می‌آورد. منظور از هویت ملی نمره‌ای است که آزمودنی در پرسشنامه‌ی هویت ملی (ابوالحسنی، ۱۳۸۷) که شامل ۱۶ گویه و سه شاخصه (اجتماعی، تاریخی و جغرافیایی) می‌شود، به دست می‌آورد. داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۲۱ پردازش، توصیف و تحلیل شده‌اند. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه برای تعیین قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است و همه‌ی شاخص‌ها از آلفای کرونباخ بالایی برخوردار هستند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی تحقیق حاضر نشان می‌دهد که از ۳۸۴ نفر پاسخگویان تحقیق حاضر، ۶۸ درصد مرد و ۳۲ درصد زنان بوده‌اند. از لحاظ وضعیت تأهل، ۷۶ درصد افراد متأهل

و ۳۳ درصد مجرد بوده‌اند. از نظر وضعیت سن می‌توان گفت که ۲۱ درصد بین ۱۸ تا ۲۵ سال، ۴۲ درصد بین ۲۵ تا ۳۱ سال، ۳۵ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال و ۲ درصد بین ۳۵ تا ۴۰ سال سن داشته‌اند. از نظر تحصیلات، ۹ درصد افراد مورد بررسی دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۳۰۹ درصد فوق دیپلم، ۳۷۰۹ درصد کارشناسی، ۴۷۰۹ درصد کارشناسی ارشد و ۷۰۸ درصد دکتری بوده‌اند.

جدول شماره (۱). ویژگی‌های توصیفی نمونه

شاخص	متغیر	درصد
جنسیت	مرد	۰/۶۸
	زن	۰/۳۲
وضعیت تأهل	مجرد	۰/۳۳
	متأهل	۰/۷۶
تحصیلات	دیپلم	۰/۹
	فوق دیپلم	۰/۳/۹
	لیسانس	۰/۳۷/۹
	فوق لیسانس	۰/۴۷/۹
	دکتری	۰/۷/۸
سن	۱۸ تا ۲۵ سال	۰/۲۱
	۲۵ تا ۳۱ سال	۰/۴۲
	۳۱ تا ۳۵ سال	۰/۳۵
	۳۵ تا ۴۰ سال	۰/۲

جدول (۲). میانگین و انحراف معیار سنج‌های هویت قومی و هویت ملی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
تفاخر قومی	۳/۳۶	۰/۹۰
ارتباط قومی	۳/۳۳	۱/۰۸
هویت اجتماعی	۲/۸۰	۱/۰۲

۱/۱۲	۳/۵۶	هویت تاریخی
۱/۰۹	۲/۹۲	هویت جغرافیایی

مندرجات جدول ۲ نشان داد که میانگین سنجه‌های هویت قومی شامل تفاخر قومی و ارتباط اجتماعی به ترتیب ۳/۳۶ و ۳/۳۳ بود. همچنین میانگین سنجه‌های هویت ملی شامل هویت اجتماعی، تاریخی و جغرافیایی به ترتیب ۲/۸۰، ۳/۵۶ و ۲/۹۲ بود.

آزمون فرضیات

فرضیه ۱: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهرستان نورآباد دلفان تأثیر دارد.

برای بررسی میزان تأثیر متغیر مستقل شبکه‌های مجازی بر متغیر وابسته هویت قومی از رگرسیون خطی استفاده می‌شود. جدول زیر مقادیر همبستگی و ضریب تعیین را نشان می‌دهد.

جدول (۳): مقادیر همبستگی و ضریب تعیین مدل

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد	آماره‌ی دوربین واتسون
۰/۸۵۱	۰/۷۲۵	۰/۷۲۴	۰/۵۶۳۳	۱/۷۰۴

نتایج تحلیل آماری درباره‌ی اعتبار الگوی رگرسیونی در بخش اول جدول بالا آمده است. ضریب تعیین مدل رگرسیونی ۰/۷۲۵ است و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۷۲/۵ درصد از تغییرات هویت قومی را از طریق متغیر مستقل شبکه‌های مجازی تبیین نماید. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که آماره‌ی دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ بوده بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون درباره‌ی مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

جدول (۴): نتایج آزمون آنوا

سطح معناداری	مقدار F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات		
۰/۰۰۰	۹۲۱/۷۹۵	۲۹۲/۵۳۲ ۰/۳۱۷	۱ ۳۵۰ ۳۵۱	۲۹۲/۵۳۲ ۱۱۱/۰۷۳ ۴۰۳/۶۰۵	واریانس بین گروهی واریانس درون گروهی واریانس کل	هویت قومی

آماره‌ی f همان آماره‌ی آزمون تحلیل واریانس است که با توجه به آن، سطح معناداری در جدول پیدا می‌شود و نشان می‌دهد که الگو معنادار است یا خیر.

نتایج تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)، که براساس آماره‌ی F درباره‌ی آن تصمیم‌گیری می‌شود؛ فرضیه‌های آماری مربوط به تحلیل آماره F به صورت زیر است:

$\beta_i=0:H_0$ الگوی رگرسیونی معنادار نیست.

$H_1: \beta_i \neq 0$ الگوی رگرسیونی معنادار است.

سطح معناداری آماره‌ی F برای مدل کمتر از سطح خطای آزمون ($\alpha=0/05$) است و در نتیجه فرض H_1 فوق تأیید می‌شود و رگرسیون برآورد شده به لحاظ آماری معنادار و روابط بین متغیرهای تحقیق، خطی است. نتایج تحلیل آماری برای متغیر شبکه‌های مجازی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره (۵): نتیجه‌ی نهایی تحلیل رگرسیون

Sig	T	SE	Beta	ضریب B	متغیر مستقل
۰/۰۰۰	۳۰/۳۶۱	۰/۰۲۳	۰/۸۵۱	۰/۷۱۰	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۰۰	۱۳/۳۷۱	۰/۰۸۸	-	۱/۱۸۰	مقدار ثابت

ضریب استاندارد میزان تأثیر متغیر مستقل بر وابسته را نشان می‌دهد که هر چقدر این مقدار بیشتر باشد، میزان تأثیر بیشتر می‌شود.

آماره‌ی t همان آماره‌ی آزمون رگرسیون است و با توجه به آن سطح معناداری مشخص

می‌شود و در نهایت با توجه به سطح معناداری مشخص می‌شود که آیا تأثیر متغیر مستقل بر وابسته معنادار است یا خیر. اگر سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر شود، مشخص می‌شود تأثیر معنادار بوده و فرضیه تأیید می‌شود. با توجه به جدول بالا میزان ضریب استاندارد برای متغیر شبکه‌های مجازی برابر ۰/۸۵۱ به دست آمده است و از آنجایی که سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است نتیجه‌گیری می‌شود که این تأثیر معنادار است.

فرضیه ۲: استفاده از شبکه‌های مجازی بر هویت ملی در بین افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهرستان نورآباد دلفان تأثیر معناداری دارد.

برای بررسی میزان تأثیر متغیر مستقل شبکه‌های مجازی بر متغیر وابسته‌ی هویت ملی از رگرسیون خطی استفاده می‌شود. جدول زیر مقادیر همبستگی و ضریب تعیین را نشان می‌دهد.

جدول (۶): مقادیر همبستگی و ضریب تعیین مدل

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد	اماره دوربین واتسون
۰/۶۹۶	۰/۴۸۵	۰/۴۸۳	۰/۷۶۴۱	۱/۸۴۵

نتایج تحلیل آماری درباره‌ی اعتبار الگوی رگرسیونی در بخش اول جدول بالا آمده است. ضریب تعیین مدل رگرسیونی ۰/۴۸۵ است و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۴۸/۵ درصد از تغییرات هویت ملی را از طریق متغیر مستقل شبکه‌های مجازی تبیین نماید. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که آماره‌ی دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ بوده بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون درباره‌ی مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

جدول (۷) : نتایج آزمون آنوا

سطح معناداری	مقدار F	میانگین مجذورات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات		
۰/۰۰۰	۳۳۲/۲۷۳	۱۹۳/۹۹۵	۱	۱۹۳/۹۹۵	واریانس بین گروهی	هویت ملی
		۰/۵۸۴	۳۵۳	۲۰۶/۰۹۶	واریانس درون گروهی	
			۳۵۴	۴۰۰/۰۹۱	واریانس کل	

نتایج تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)، که بر اساس آماره‌ی F دربارهی آن تصمیم‌گیری می‌شود؛ فرضیه‌های آماری مربوط به تحلیل آماره‌ی F به صورت زیر است.

$\beta_i=0:H_0$ الگوی رگرسیونی معنادار نیست.

$\beta_i \neq 0:H_1$ الگوی رگرسیونی معنادار است.

سطح معناداری آماره‌ی F برای مدل کمتر از سطح خطای آزمون ($\alpha=0/05$) است در نتیجه فرض H_1 فوق تأیید می‌شود و رگرسیون برآورد شده به لحاظ آماری معنادار و روابط بین متغیرهای تحقیق، خطی است. نتایج تحلیل آماری برای متغیر شبکه‌های مجازی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره (۸): نتیجه‌ی نهایی تحلیل رگرسیون

Sig	T	SE	Beta	ضریب B	متغیر مستقل
۰/۰۰۰	۱۸/۲۲۸	۰/۱۴۱	۰/۶۹۶	۰/۶۴۷	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۰۰	۸/۷۵۶	۰/۱۴۱	-	۱/۲۳۸	مقدار ثابت

با توجه به جدول بالا میزان ضریب استاندارد برای متغیر شبکه‌های مجازی برابر ۰/۶۹۶ به دست آمده است و از آنجایی که سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است نتیجه‌گیری می‌شود که این تأثیر نیز معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن بویژه اینترنت و ماهواره به تحول

در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان منجر شده و تحولی کیفی‌ای در نحوه‌ی ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است بدین معنا که امروزه با استفاده از اینترنت 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. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در بین کاربران پیدا کرده‌اند و به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره‌ی وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدن به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله‌ای بی بدیل در عرصه‌ی ارتباطات تبدیل شده‌اند و نه تنها، زمینه‌ی تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نمادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده‌اند، بلکه امکانات زیادی را در جهت تغییر و پیش‌بینی مسیر توسعه‌ی جوامع نیز فراهم نموده‌اند. از آنجا که ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سستی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت دارند، بالطبع، تحول در نظام‌های ارتباطی می‌تواند دگرگونی‌های عمده‌ای در روند تکوین هویت ایجاد کند. به طور کلی رسانه‌های نوین ارتباطی فرصت‌های نوینی را در جهت تعامل خود و شبکه و فرایند شکل‌گیری هویت به وجود آورده‌اند و این رسانه‌های نوین می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی زیادی بر هویت افراد ایجاد کنند، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی انجام شده است.

فرضیه‌ی اول تحقیق حاضر در ارتباط با بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی بوده است. طبق نتایج حاصله از پژوهش و با توجه به نتیجه‌ی آزمون مشخص شد که شبکه‌های مجازی بر هویت قومی تأثیر معناداری دارند. برای بررسی تأثیر متغیر مستقل بر وابسته، میزان تأثیر ۰/۸۵۱ برآورد شده است. باتوجه به مقدار سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر بوده است، این نتیجه حاصل شد که این مقدار تأثیر در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و در نتیجه فرضیه تأیید شد یعنی حدود ۸۵ درصد از تغییرات هویت قومی پاسخگویان تحقیق حاضر را می‌توان براساس این متغیر پیش‌بینی کرد و

قدرت پیش‌بینی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی ۷۲ درصد است که درصد بسیار بالایی است. نتیجه‌ی این فرضیه با یافته‌های پژوهش کیانپور و همکاران (۱۳۹۲)، دیوید اسپارکمن و اسکات ایدلمن (۲۰۱۶)، رودریکوئز و همکاران (۲۰۱۰)، گراسموک (۲۰۰۹) همخوانی دارد ولی با یافته‌های تحقیق سلطانی (۱۳۹۵) همراستا نیست. پس بر این اساس و با توجه به نظریه‌ی کاستلز می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی و رسانه‌های موجود در عصر حاضر باعث تغییر و تحول هویت می‌شوند و مطابق نظریه‌ی رینگولد می‌توان گفت که این شبکه‌ها باعث تقویت هویت قومی می‌شوند و با توجه به این قوم لک هم از این قاعده مستثنا نیست و این شبکه‌ها باعث تقویت هویت قومی کاربران لک شده است.

فرضیه‌ی دوم تحقیق عبارت بوده است از اینکه شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت ملی پاسخگویان دارد. تجزیه و تحلیل استنباطی تحقیق حاضر نشان داد که شبکه‌های مجازی بر هویت ملی تأثیر معناداری دارند. برای بررسی تأثیر متغیر مستقل بر وابسته، میزان تأثیر ۰/۶۹۶ برآورد شده است. با توجه به مقدار سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر بوده است، این نتیجه حاصل شد که این مقدار تأثیر در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و در نتیجه فرضیه تأیید شد. پس با توجه به تحلیل رگرسیون چند متغیره در مورد هویت ملی می‌توان گفت که ۶۹ درصد از تغییرات صورت گرفته در هویت ملی پاسخگویان تحقیق حاضر براساس شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند ۴۸ درصد از هویت ملی آنها را پیش‌بینی کنند. نتیجه‌ی این فرضیه با یافته‌های پژوهش حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴)، عدلی پور، قاسمی و کیان پور (۱۳۹۲)، عباسی قادی و خلیلی کاشانی (۱۳۸۹)، گراسموک (۲۰۰۹)، رودریکوئز و همکاران (۲۰۱۰) همراستا است و یافته‌های این تحقیقات را مورد تأیید قرار می‌دهد. اما در مورد هویت ملی و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت که برعکس نظر رینگولد که معتقد بود که شبکه‌های اجتماعی مجازی جنبه‌های محلی هویت را تقویت می‌کنند و به نوعی باعث تضعیف هویت ملی می‌شوند، یافته‌های تحقیق حاضر حاکی از

رابطه‌ی معنادار مستقیم شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی است، یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی هویت ملی کاربران قوم لک را هم تقویت می‌کند و به نوعی هم باعث تقویت جنبه‌های هویت ملی و هم هویت قومی کاربران قوم لک می‌شود.

در مجموع طبق نظریات کاستلز و رینگولد که معتقدند هویت در عصر حاضر، هویتی انعطاف‌پذیر است و جهانی‌شدن باعث تغییر هویت‌ها می‌شود و تغییر شکل هویت شخصی و پدیده‌ی جهانی‌شدن در دوران اخیر، دو قطب دیالکتیکی محلی و جهانی را تشکیل داده است، به طوری که حتی تغییرات در جنبه‌های بسیار خصوصی زندگی شخصی نیز با تماس‌های اجتماعی بسیار وسیع ارتباط دارد و اینکه الگویی از جامعه ارائه می‌دهند که در آن نقش رسانه‌ها، کلیدی است و در واقع رسانه‌ها هستند که این نوع جدید از جامعه را بازتولید می‌کنند. همچنین همان‌گونه که یافته‌های تحقیق حاجیانی و محمدزاده (۱۳۹۴)، عدلی پور، قاسمی و کیان پور (۱۳۹۲)، کیانیپور و همکاران (۱۳۹۲)، دیوید اسپارکمن و اسکات ایدلمن (۲۰۱۶)، عباسی قادی و خلیلی کاشانی (۱۳۸۹)، گراسموک (۲۰۰۹)، رودریکوئز و همکاران (۲۰۱۰) نشان می‌دهند شبکه‌های اجتماعی باعث تغییر هویت افراد می‌شود و این شبکه‌های اجتماعی تأثیرات زیادی بر هویت کاربران ایجاد می‌کند و باعث به وجود آمدن تغییر و تحولات زیادی بر نوه هویت کاربران می‌شود، بر این اساس می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک رسانه‌ی جدید که کاربرانی از سرتاسر جهان دارد، تغییرات زیادی بر هویت کاربران ایجاد می‌کنند و این تغییرات هم می‌توانند مثبت باشند و هم منفی. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک رسانه‌ی جدید در عصر حاضر، باعث تقویت هویت ملی و هویت قومی کاربران قوم لک می‌شود، یعنی که این کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی هم هویت ملی‌شان و هم هویت قومی‌شان برجسته می‌شود و نه تنها هویت قومی، بلکه هویت ملی خودشان را هم در این فضای بدون ویزا و شناسنامه خاص، به نمایش می‌گذارند و مطالب زیادی را هم با موضوعات ملی و هم با موضوعات قومی به اشتراک می‌گذارند یا دنبال می‌کنند و به همین دلیل این

شبکه‌ها هم باعث تقویت هویت ملی و هم هویت قومی‌شان شده است.

پیشنهادهای تحقیق

- با توجه به تأثیرگذاری غیرقابل انکار شبکه‌های مجازی در هویت ملی و قومی افراد، پیشنهاد می‌شود در جهت توسعه‌ی فرهنگ ملی و قومی، شبکه‌های مجازی ملی، تقویت و به روزرسانی شوند و محتوای آنها برای ترغیب عضویت جوانان در شبکه‌های داخلی مورد توجه بیشتری قرار گیرد؛ همچنین به محققان، پیشنهاد می‌شود که درباره‌ی نقش شبکه‌های مجازی و نوظهور نظیر تلگرام، واتس آپ، اینستاگرام و... در شکل‌گیری هویت ملی و قومی جوانان به پژوهش بپردازند و برنامه‌ریزی دقیقی در رابطه با برنامه‌های هویتی جوانان، به منظور آگاهی از وضعیت جدید و رشد و پویایی ابعاد مختلف هویتی آنها صورت گیرد.
- مکانیسم‌های هویت‌ساز نهادهای اجتماعی باید به کمک ابزارهایی که در اختیار دارند نظیر خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و رسانه‌های داخلی، به انتقال صحیح میراث ملی و قومی به افراد جامعه و بویژه نسل جوان بپردازند؛ این امر با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح میسر می‌شود.
- مطلوب است که مسئولان و تئوریسین‌های کشور در فرهنگ‌سازی برای استفاده‌ی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران جوان، تدابیری بیندیشند، 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.

منابع

- ابوالحسنی، سید رحیم. (۱۳۸۷). مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی، **فصلنامه‌ی سیاست**، دوره‌ی ۳۸، شماره‌ی ۴، صص: ۲۲-۱.
- احمدپور، مریم و قادرزاده، امید. (۱۳۸۹). تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت مذهبی جوانان، **فصلنامه‌ی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه**، شماره‌ی ۵.
- ارغندی، علیرضا و محمدی مهر، غلامرضا. (۱۳۹۵). بازنمایی هویت ملی در کتاب‌های فارسی مقطع دبستان، **فصلنامه‌ی مطالعات ملی**، سال هفدهم، شماره‌ی ۱.
- الطایی، علی. (۱۳۸۲). **بحران هویت قومی در ایران**، تهران: چاپ شادگان.
- بابایی‌فرد، ا. (۱۳۹۵). تأثیر اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران، **فصلنامه‌ی علوم اجتماعی**، سال سیزدهم، شماره‌ی ۲۷.
- باقری دولت آبادی، علی؛ زارعیان جهرمی، فرج‌الله. (۱۳۹۲). تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی، **مطالعات راهبردی بسیج**، شماره‌ی ۶۰، دوره‌ی ۳۴، صص: ۱۴۹-۱۸۲.
- بختیاری، حسن و فرخی حسن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه‌ی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و هویت دینی جوانان، **پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی**، سال بیست، شماره‌ی ۱۵.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه‌ی تورج یار احمدی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- حاجیانی، ابراهیم و محمدزاده، حمیدرضا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی، **فصلنامه‌ی مطالعات ملی**، سال شانزدهم، شماره‌ی ۶۱.
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۸). **جامعه‌شناسی هویت ایرانی**، تهران: پژوهشکده‌ی تحقیقات استراتژیک.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول و محمدرضا حسنی. (۱۳۸۸). رسانه‌های جمعی و هویت ملی (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان)، **فصلنامه‌ی پژوهش‌های ارتباطی**، سال ۱۶، شماره‌ی ۲.
- رستگار، خالد؛ امیرسلمانی؛ مسعود و پاکیده، هادی. (۱۳۹۵). رابطه‌ی بین سرمایه‌ی

- اجتماعی و هویت ملی در شهرهای کرمانشاه و جوانرود، فصلنامه‌ی مطالعات ملی، سال هفدهم، شماره‌ی ۱.
- سلیمی، حسین. (۱۳۸۶). نگرشی سازه‌انگارانه به هویت ملی در ایران، نشریه‌ی مطالعات ملی، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۳ (۳۱): ۵۴-۳۱.
 - عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی. (۱۳۸۹). تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: مطالعات راهبردی.
 - عبدالمطلب، عبدالله. (۱۳۹۵). بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های هویت قومی و ملی بین دانشجویان کرد و آذری در دانشگاه‌های تهران، فصلنامه‌ی پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال چهارم، شماره‌ی ۱۶، صص: ۳۹-۶۵.
 - عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان، فصلنامه‌ی مطالعات ملی، سال چهاردهم، شماره‌ی ۴.
 - علیخانی، علی اکبر. (۱۳۸۳). هویت و بحران هویت، تهران: انتشارات پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
 - غفاری نسب، اسفندیار؛ قاسمی‌نژاد، محمدعلی و مساوات ابراهیم. (۱۳۹۵). پژوهش جامعه‌شناختی فرهنگی شهروندی و هویت ملی، فصلنامه‌ی مطالعات ملی، سال هفدهم، شماره‌ی ۲.
 - کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت، جلد دوم، ترجمه‌ی حسن چاووشیان، تهران: انتشارات طرح نو.
 - کیانپور، م؛ عدلی‌پور، ص؛ و کیخایی، ا. (۱۳۹۲). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران، جامعه‌شناسی کاربردی، ۵۲(۲۴)، ۶۷-۸۴.
 - نواح، عبدالرضا و حیدری، خیری. (۱۳۹۵). بررسی هویت قومی و تأثیر آن بر احساس طرد اجتماعی (مورد مطالعه: عرب‌های شهر اهواز)، نشریه‌ی راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره‌ی ۱۸، دوره‌ی ۵، ۸۴-۵۹.
 - Anderson, C. (2006). **The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand**, Random House Business Books: London, UK.
 - Bisin, A. (2016). Bend it Beckham: Ethnic identity and integration, **European Economic Review**, v90(C), pages 146-164.

- Berman, Steven L. Weems, Carl F. Petkus, Veronica F. (2009). The prevalence and incremental validity of identity problem symptoms in a high school sample. **Journal of child psychiatry and Human Development**, 40, 2:183 -195.
- Ellison, N. B. and D. M. Boyd (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 13, Issue 1, 210-230.
- Grasmuck, S. (2009). Ethno-Racial Identity Displays on Facebook, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 151, 158-188.
- Lee, ch.T. Beckert, T. E., Goodrich, Th. R. (2010). The Relationship Between Individualistic, Collectivistic, and Transitional Cultural Value Orientations and Adolescents' Autonomy and Identity Status, **Journal of youth and Adolescence**, v39. n 8. 882 -893.
- Rheingold Howard (1993), **The Virtual Community**, in Trend David (ed.) (2001) ,Reading Digital Culture. Oxford: Blackwell.
- Rodriguez, Liliana. Schwartz, Seth J. with bourne, Susan krauss (2010). American identity revisited: The relation between national, ethnic and personal identity human a multiethnic sample of emerging, **Journal of Adolescent Research**, V 25. n2, page(s): 324-349
- Sparkman David j , Eidelman scott (2016) , **Putting myself in their shoes : Ethnic perspective taking explains liberal-conservative differences in prejudice and stereotyping , personality and individual differences** , Univrsity of Arkansas, United States
- Thomas, Michael K. Columbus, Marco A. (2010). African American identity and for primary cultural, instructional dwsign, **Journal of Educational Technology System**, V 38. n1. P 75 – 92
- Warmrs, Richard and Serena Nanda (1998), **Cultura Anthropology United States of America**, Wardworth publishing company.