

بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر بحران هویت با تاکید بر مولفه های شناختی مورد مطالعه: (یک)**دانشگاه نظامی)**مسعود دارابی¹ سجاد فرهنگ²**چکیده**

در گذشته مقوله هویت به شکلی که امروز مطرح است، مهم قلمداد نمی شد، چراکه باورها و ارزشهای سنتی مسیر زندگی انسان را هدایت می کردند. اما با افول منابع هویت یابی سنتی همچون ارزشهای مذهبی، الگوهای خانوادگی و آموزشی از یک سو و رشد الگوهای هویت ساز جدید مانند رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی از سوی دیگر، فرایند دگرگونی هویت افراد دچار تغییرات گسترده ای شده است با توجه به اهمیت این مسئله هدف از این پژوهش بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر بحران هویت جوانان با تاکید بر مولفه های شناختی در شهر تهران است. مبانی نظری متغیرها و پارامترهای این پژوهش، بر مبنای نظریات: گافمن و کاستلز تدوین شده است. روش این پژوهش اسنادی، پیمایشی بوده و جامعه ی آماری پژوهش حاضر 183659 نفر و نمونه آماری آن 393 نفر از افراد یک دانشگاه نظامی بوده که به شیوه نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب گردیدند ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است که اعتبار آن به روش اعتبار صوری - محتوایی بررسی شده و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تایید شده است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که در کل میانگین بحران هویت در جامعه مورد مطالعه (2/51 از 5) بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب 1 و 5 می باشد، نشان دهنده این است که بحران هویت در بین افراد در حد متوسط روبه پایین است. نتایج رگرسیون هم حاکی از آن است که بر حسب ضریب بتا به ترتیب: میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی، ادراک، میزان استفاده، تصورات و باورها، مدت زمان عضویت، تفکر و تحصیلات) بیشترین تأثیر را بر بحران هویت افراد داشته اند. و در کل نتایج تحلیل رگرسیون حاکی از آن است که شبکه های اجتماعی و مولفه های شناختی در مجموع 56 درصد واریانس بحران هویت افراد را تبیین می کند. همچنین به منظور آزمون کلی و جزئی الگوی نظری، از مدل سازی معادلات ساختاری بهره گرفتیم که شاخص های برازش بالا حاکی از حمایت بسیار خوب داده ها از مبانی نظری می باشد.

کلید واژه ها: بحران هویت، مولفه های شناختی، شبکه های اجتماعی، ادراک، تفکر، رفتار، تصورات و باورها

1- استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران ایران ایمیل masuod.darabi@gmail.com

2- استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرماندهی و مدیریت، دانشگاه افسری امام علی (ع)، تهران، ایران (نویسنده مسئول) ایمیل farhangsajjad@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

جوامع معاصر شاهد تحولات چشمگیری بوده اند که حوزه های زیسته انسان، اعم از اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و سیاسی را به شدت تحت تأثیر قرار داده اند. در این بین، یکی از چالش برانگیزترین دگرگونی ها، به تغییرات شناختی و به طور مشخص، تحولات هویتی افراد مربوط می شود. در گذشته مقوله هویت به شکلی که امروز مطرح است، مهم قلمداد نمی شد، چراکه باورها و ارزشهای سنتی مسیر زندگی انسان را هدایت می کردند. اما با افول منابع هویت یابی سنتی همچون ارزشهای مذهبی، الگوهای خانوادگی و آموزشی از یک سو و رشد الگوهای هویت ساز جدید مانند رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی از سوی دیگر، فرایند دگرگونی هویت افراد دچار تغییرات گسترده ای شده است

با ظهور برخی از مؤلفه های مدرنیته همچون فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش آن دسته از مؤلفه های سنتی که در شکل دادن هویت ایرانی، مهم بوده، بسیار کمرنگ شده است، چراکه رسانه هایی چون شبکه های اجتماعی مجازی، فرد را از مکان جدا کرده و به فرایند جهانی شدن پیوند زده اند. بر این اساس، افراد جامعه و به ویژه نسل جوان با منابع هویت یابی متکثری روبه رو شده اند و هویت آنان شکلی غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است. در جامعه ایرانی، نهادهای سنتی که در تکوین هویت نقش داشته اند، با پیدایش ساختارهای جدید مدرنیته، برای مثال سبک زندگی نوین مبتنی بر مصرف گرایی، سرگرمی و شیوه های نوین تعیین هویت در بستر رسانه هایی چون شبکه های اجتماعی مجازی به شدت تهدید شده اند. به باور آنتونی گیدنز، مؤلفه های مدرنیته، تأثیر شگرفی بر هویت افراد داشته اند، به طوری که هیچ فردی هویت واحدی ندارد و به عبارت دیگر، قابلیت انعطاف هویت در چهارچوب مدرنیته و مؤلفه های مربوط به آن به طور چشمگیری افزایش یافته است، امری که حکایت از ظهور بستری تازه برای تکوین هویت دارد. حضور کمی رسانه های متفاوت در زندگی افراد و به طور خاص جوانان، به ویژه با فراگیر شدن تلفن همراه به همه اوقات بیداری انسان گسترش یافته و از سوی دیگر، حضور کیفی رسانه ها در زندگی فردی و اجتماعی بیش از گذشته شده است (رضوی زاده، 1385، 109) در دهه های اخیر با گسترش نوگرایی و نوسازی در عرصه جهانی، تحولاتی در زمینه های فرهنگی و ساختاری رخ داده که سبب دگرگونی نقش های اجتماعی و آگاهی جوانان شده است. از اینرو، مسئله هویت جوانان، در چند دهه اخیر ذهن پژوهشگران حوزه های مختلف اعم از روانشناسی، جامعه شناسی و مطالعات فرهنگی را به خود مشغول کرده است. حضور مؤلفه هایی مانند دوگانگی ساختاری، جوان بودن هرم سنی جمعیت ایران، نوسازی فرهنگی و آموزشی، مصرف کالاهای فرهنگی، جهانی شدن و... باعث نوگرایی نسل حاضر و در نتیجه، آمادگی این نسل برای پذیرش الگوها و شیوه های جدید حیات اجتماعی، پذیرفتن دگرگونی های مدرن و پافشاری نکردن به حفظ الگوهای سنتی و قدیمی را شده است (تاج بخش، 1392: 37).

باتوجه به آنچه گفته شد، در پژوهش حاضر تلاش می کنیم که تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی را بر بحران هویت جوانان با تأکید بر مؤلفه های شناختی در شهر تهران مورد بررسی قرار دهیم. در این شهر قومیت های متفاوتی به خاطر مسئله مهاجرت پذیری و جاذبه های گردشگری و تفریحی زندگی می کنند و خرده فرهنگ های گوناگونی ناشی از این قومیت ها رواج دارند که بر هویت جوانان این استان اثرگذارند. تنوع قومیتی و مسئله مهاجرت پذیری به این شهر و وجود هرم سنی جوان این شهر می تواند از دلایل مهم اثرگذاری بر هویت جوانان آن باشد، از سوی دیگر، حضور رسانه های اجتماعی و ظهور فرایند جهانی شدن، می تواند زندگی جوانان این شهر را همانند سایر شهرهای کشور تحت تأثیر قرار دهد بنابراین از آنجایی که هدف این تحقیق تأثیر شبکه های اجتماعی

بر بحران هویت (فردی، اجتماعی و دینی) با تاکید بر مولفه های شناختی می باشد، در صدد پاسخگویی به این سوالات هستیم: که اولاً: وضعیت بحران هویت در جامعه مورد نظر چگونه است و ثانیاً: چگونه شبکه های اجتماعی مجازی از طریق اثرگذاری بر مولفه های شناختی بر بحران هویت افراد تاثیر می گذارد؟

پیشینه تحقیق

جدول (1) پیشینه داخلی و خارجی مطالعات مرتبط با موضوع پژوهش

محقق	عنوان	یافته های پژوهشی
مقصودی و همکاران (1402).	بررسی الگوی مطلوب بازنمایی هویت ملی در کتب درسی پایه ابتدایی بر اساس الگوی فراشناختی	روش مقاله تحلیل محتوایست و نگارندگان برای پاسخ به سؤالات پژوهش به بررسی محتوایی در هر دو گونه بازنمایی ذهنی و گزاره ای در پانزده کتاب مقطع ابتدایی شامل فارسی، هدیه های آسمانی، تعلیمات اجتماعی در شش پایه اول، دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم ابتدایی پرداخته اند. یافته ها حاکی از آن است که بازنمایی هویت ملی در کتاب های درسی نه بر اساس الگوی فراشناختی بلکه بر اساس الگوی احساسی انجام شده است
اعتمادی و جعفری هرندی (1401)	بررسی تاثیر آموزش هوش معنوی بر بحران هویت دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر قم	هدف از پژوهش حاضر تعیین اثربخشی آموزش هوش معنوی بر بحران هویت دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر قم بوده است. روش تحقیق از نوع شبه آزمایشی با طرح پیش آزمون-پس آزمون با گروه گواه بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر قم در سال 1399-1398 بود. با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای 60 دانش آموز انتخاب و به طور تصادفی در گروه های آزمایش و کنترل جایگزین شدند. یافته ها نشان داد که تفاوت گروه کنترل و آزمایش با توجه به تاثیر هوش معنوی بر متغیر وابسته (کاهش بحران هویت)، معنادار است و آموزش هوش معنوی باعث کاهش بحران هویت می شود. براساس نتایج پیشنهاد می شود مشاوران و مربیان به منظور کاهش بحران هویت در نوجوانان برنامه هایی برای آموزش و رشد هوش معنوی در آن ها در نظر بگیرند.
فرج زاده و همکاران (1401)	نقش رسانه های جمعی و اجتماعی در احساس تعهد به هویت ملی نوجوانان (مورد مطالعه: نوجوانان شهر اردبیل)	نتایج نشان داد رسانه های جمعی و اجتماعی نقش متفاوتی در تعهد هویت ملی و ابعاد آن (اجتماعی، تاریخی، فرهنگی و سیاسی) در بین نوجوانان دارند. به طوری که تعهد به هویت ملی و ابعاد آن در بین نوجوانانی که رسانه غالب آنان از نوع اجتماعی است کمتر از نوجوانانی است که رسانه غالب آنان از نوع جمعی است. نتایج تحلیل واریانس نشان داد که 21/6 درصد از تعلق فرهنگی، 29/9 درصد از تعلق تاریخی، 16/9 درصد از تعلق سیاسی و 32/9 درصد از تعلق اجتماعی نوجوانان از طریق تفاوت در اثر نوع رسانه (جمعی و اجتماعی) تبیین می شود؛ بنابراین نتیجه گرفته می شود که نوع رسانه نقش بسیار مهمی در تعهد نوجوانان از هویت ملی ایفا می کند.
فرامرزیانی و جعفری (1400)	نقش شبکه های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در بین جوانان شهر اردبیل	به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی و مؤلفه های هویت شخصی مدرن (توسعه فردی، توسعه نظام ارتباطات بین فردی، توسعه انتخاب ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد، تغییر در پیوندها، دلبستگی های فردی و حوزه خصوصی زندگی و دسترسی فوری یا فرهنگ فوری) همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. بیشترین همبستگی مربوط به توسعه فردی و کمترین همبستگی نیز مربوط به توسعه ارتباطات بین فردی است. نتایج پژوهش نشان داد که گسترش استفاده از شبکه های مبتنی بر تلفن همراه به فردیت و فردی شدن می انجامد.
کوچکزانی و همکاران (1397)	بررسی سلبریتی سازی در رسانه و بحران هویت نوجوان در جامعه	به این نتیجه رسیدند که امروزه رسانه به جای ساخت واقعیت هایی مانند سلبریتی ها که جای ارزش های حقیقی مانند کارآفرینان خدمتگذار جامعه و نخبگان را گرفته اند باید به انعکاس این شخصیت ها در قالب هایی با جذابیت های بصری، هیجانی و سرگرم کننده برای نوجوانان و جوانان پردازند.
چوگوگودزا	تجربه فراملیتی و هویتی مهاجران آفریقایی	شبکه های اجتماعی نقش مهمی در تقویت هویت فراملیتی کارگران مهاجر زیمبابوه که در

انگلستان شاغل هستند ایفا می کنند و مفاهیمی چون «خانه و تعلق» برای این مهاجران اهمیت بسیاری دارد	در شبکه های اجتماعی: مورد مطالعه کارگران مهاجر زیمباوه در انگلستان	(2022)
نتایج نشان دهنده ارتباط بین داشتن روابط اجتماعی نزدیک و متنوع از نظر قومی فرهنگی و هویت برتر است	تنوع قومی فرهنگی شبکه های اجتماعی شخصی مهاجران، ادغام هویت دو فرهنگی و هویت جهانی	باب وبک و همکاران (2022)
نتایج این پژوهش نشان داد که فیسبوک بستر مناسبی برای به اشتراک گذاری تجربیات جوانان و ایجاد تعامل و ارتباط با دیگران است	همه افراد تمام زندگی را در فیسبوک قرار می دهند، مدیریت شبکه های اجتماعی و هویت جوانان	مک کانل و همکاران (2018)
در مطالعات خود دریافت که تعامل در شبکه های اجتماعی می تواند به تکرار و حفظ دوستی ها کمک کند اما دختران بیش از پسران به نظرهای دریافت شده و اینکه از سوی چه کسی ارسال شده است، توجه می کنند.	تاثیر جنسیت در شبکه های اجتماعی	لارسن (2009)

مطالعات پیشین هرکدام بعد خاصی از بحران هویت را در ارتباط با شبکه های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار داده اند. اکثر مطالعات صورت گرفته به روش کمی و پیمایش بوده اند. ذکر این نکته حائز اهمیت است که پژوهش حاضر نیز به لحاظ روشی با اکثر مطالعات پیشین یکسان است، هرچند که سعی دارد با بهره گیری از مولفه های شناختی به نتایج دقیق تری دست یابد. در مطالعات پیشین به طور عمده، ابعاد بحران هویت مورد بررسی قرار نگرفته و از ابعاد دیگر به ویژه مولفه های شناختی غفلت شده است، اما در پژوهش حاضر، سعی بر آن شده تا ابعاد بیشتری در ارتباط با بحران هویت جوانان مورد بررسی قرار گیرد. می توان گفت که نوآوری اساسی این پژوهش، بررسی بحران هویت افراد در بعدی گسترده تر (مولفه های شناختی: رفتار، تفکر، ادراکات، باورها و تصورات) است، به طوریکه ابعاد جدیدی از شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت را مورد بررسی قرار می دهد

مبانی نظری

شبکه های اجتماعی

پیشرفت در فناوری اطلاعات راه و روش انسان را در ثبت و ضبط تاریخ تغییر داده است. این تغییر بر نحوه تعامل افراد با یکدیگر نیز تاثیرگذار بوده است. شبکه های اجتماعی به عنوان یکی از مهم ترین این ابزارها، با قابلیت ها و امکانات خود نه تنها تاثیر عمیقی بر جنبه های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذاشته اند، بلکه در زمینه های مختلف از قبیل آموزش و پرورش، پزشکی، تجارت و قانون نیز کاربرد فراوان دارند (حریری و عنبری، 1390: 2).

سایت های شبکه های اجتماعی مبتنی بر وب هستند که با اتصال مردم یا گروه ها به یکدیگر سبب به اشتراک گذاری اطلاعات از طریق اینترنت می شوند. الیسون و بوید² معتقدند شبکه های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می دهند افراد بتوانند: 1. در چهارچوب یک سیستم مشخص، پروفایل های عمومی و نیمه خصوصی بسازند 2. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و 3. لیست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده می کنند (الیسون و بوید، 2007: 211). به طور کلی در تعریف شبکه های اجتماعی مجازی می توان گفت سایت هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک گذاری را به کاربران خود ارائه می دهند. شبکه های اجتماعی محل گردهمایی

² Ellison & Boyd

صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می پردازند (سلطانی فر، 1389: 53).

بحران هویت

بی تردید یکی از مسائل عمده ای که در سال‌های بعد از انقلاب به ویژه در سال‌های اخیر مسئولان مطرح کرده اند مسئله بحران هویت است. زمانی که فرد یا جامعه از عناصر هویت ساز خویش مانند دین، زبان، نژاد، قومیت و فرهنگ آگاهی نداشته باشد و یا عناصر هویتی جایگاه خود را به عنوان شاخص‌های شناخت یک جامعه از دست بدهد و عناصر دیگر نیز به جای آنها شناخته نشده باشد، فرد یا جامعه با بحران هویتی مواجه می‌شود. با این اوصاف فرد برای خروج از این بحران بایستی به یافتن ارزش‌های مثبت و پایدار در فرهنگ، مذهب یا ایدئولوژی خود بگردد تا از در هم ریختگی و اختلال هویت که دائماً در رنج و عذاب است، رهانیده شود و هویت اصیل خویش را باز یابد.

به هر ترتیب، جوامع امروزی در فرایند گذار خود از بحران‌های متعددی، از جمله مشارکت، مشروعیت، توزیع، نفوذ و هویت عبور می‌کنند. نکته حائز اهمیت، پیچیدگی این بحران در دوره پساصنعتی است این دوران با خصوصیات خاص خود که ناشی از فرایندهای ارتباطی نوین است، نوع جدیدی از بحران هویت را پیش روی جوامع (مانند ایران) قرار داده است. بحران هویت وقتی رخ می‌دهد که یک جامعه دریابد که آن چه تاکنون به طور درست و بی چون و چرا به عنوان تعاریفی فیزیکی و روانشناسانه « خود جمعی» اش پذیرفته است، تحت شرایط تاریخی جدید، دیگر قابل پذیرش نیست. از طرف دیگر، نیروهای تدریجی و غیر مهیجی، مانند گسترش ارتباطات جهانی، می‌توان بنیان هویت یک جامعه سابقاً منزوی را از طریق آگاه سازی مردم آن جامعه از یک دنیای کاملاً نوین از لحاظ بخش سیاسی، متزلزل سازد. امروزه، در عرصه جامعه شناسی بحران هویت مسئله ای اجتماعی تلقی می‌شود.

بعد شناختی و مسئله هویت یابی

"شناخت"³ به فرایندهای درون ذهنی یا شیوه پردازش اطلاعات اطلاق می‌شود. شناخت روشی است که به وسیله آن، اطلاعات را مد نظر قرارداد، تشخیص می‌دهیم، به رمز در می‌آوریم، در حافظه ذخیره ساخته و هنگام نیاز، آنها را از حافظه بازیابی کرده و مورد استفاده قرار می‌دهیم (فلنگن، 1996؛ فرانزوی، 1381: 62). اطلاعات همخوان و مشابه از خود، که ناشی از ادراک مشابه خود در موقعیت‌های تکراری است، به صورت مجموعه صفات و اطلاعات کدگذاری شده در حافظه ذخیره می‌شود. به بیان دیگر، خود را می‌توان ساختاری از حافظه دانست که توسعه و گسترش یافته و وقتی در برابر محرکی فعال می‌شود، میان آن محرک و شناخت‌های قبلی از خود در برابر آن محرک، پیوند معنایی برقرار می‌کند (محسنی، 1375: 69).

فضای مجازی و بحران هویت در ایران

بنابریک تقسیم بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، از جمله مسائل هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند. فارغ از شکاف‌های به وجود آمده ناشی از فرایند رسانه‌های نوین، شکاف نسلی موجود ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی جامعه ایران باعث شده است انتقال ارزش‌ها و آموزه‌ها در قالب سنت از نسلی به نسل دیگر با اختلال رو به رو شود. این پدیده از یک سو، به روند انتقال فرهنگ آسیب می‌رساند و از سوی دیگر، حافظه تاریخی را مختل می‌سازد و بدین ترتیب، انتقال تجربیات سیاسی و فرهنگی دوره‌های

³ Cognation

پیشین به زمان حاضر با دشواری انجام می شود (ربیعی، 1387: 165-166). یکی از ویژگی ها و نیازهای ضروری جامعه جوان ایرانی، کسب هویت اجتماعی (دینی و ملی) است و هویت اجتماعی جوانان، در صورتی کسب می شود که نظام اجتماعی از طریق نهادهای واسطه خانواده، مدرسه، رسانه های جمعی و دولت، زمینه های لازم را برای کسب هویت اجتماعی آنان فراهم کند. در این صورت، آحاد جامعه نسبت به نظام اجتماعی خود احساس هویت اجتماعی خواهند کرد و به طور طبیعی، گرایش های آنان که به سطح ایستادی (شناختی و ارزشی)، کنشی (هنجاری و رفتاری) و نمادی (ظاهری) تقسیم می شود بر اساس الگوها و هنجارهای نظام اجتماعی شکل خواهد گرفت (اوت و شومیکر، 1376). حال اگر نظام اجتماعی، ... زمینه سازی کسب هویت اجتماعی آحاد خود به خودی عمل نکند و نتواند الگوها و هنجارهای نظام اجتماعی را برای آنان ساخته و درونی کند، افراد نسبت به نظام اجتماعی خود احساس بی هویتی خواهند کرد و در نتیجه برای جبران هویت اجتماعی از دست رفته، به منابع دیگری که در فضای زندگی پیرامون آنها در دسترس است رجوع خواهند کرد. در این صورت گرایش های ایستادی، کنشی و نمادی آن ها نیز متناسب با الگوهای فرهنگ غربی شکل خواهد گرفت. در واقع، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان ها به ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته اند، هویت مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده است و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل های به حدی است که در برخی موارد چالش ها و بحران های هویتی را پدید آورده است و بر خلاف گذشته، فرایند انتقال هویت بیش از آن که در زمینه ارزش ها، باورها و رفتارها و خلاصه هویت شان از والدین خویش متاثر باشند از رسانه ها، صفت فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر که چه بسا از دیگر کشورها باشند، تاثیر می پذیرند.

رویکرد جامعه شناختی

به عقیده مانوئل کاستلز یکی از نتایج مهم گسترش فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در عصر حاضر، دگرگونی فرهنگ هاست، از این رو، بر اثر ایجاد و گسترش شاهراه های ارتباطی، فرهنگ تازه ای در حال پیدایش است که تمامی حوزه های زیسته انسان از جمله هویت را تحت تاثیر قرار می دهد. وی می گوید در شرایطی که کارکرد و معنا دچار دگرگونی ساختاری هستند، الگوهای ارتباطی نسبت به گذشته دچار تنش می شوند و ارتباط به معنای تعاملات مفهومی روبه زوال می گذارد. زمانی که هیچگونه ارتباطی به وجود نیاید، گروه های اجتماعی و افراد نسبت به هم غریبه می شوند و به یکدیگر به عنوان خطر نگاه می کنند؛ در نهایت، بر اثر این روند هویت ها ویژه تر و مشارکت در آنها دشوارتر است (کفاشی و فلاحی، 1393: 16). به عقیده کاستلز ظهور فناوری های نوین ارتباطی و شبکه های اجتماعی مجازی، تغییراتی اساسی در کنش و ارتباط افراد جامعه با یکدیگر به وجود آورده است. وی یادآور می شود که انتقال و جریان فرهنگ و هویت از مجرای اطلاعات صورت می گیرد، حوزه فرهنگ که عقاید و رفتارها را در برمی گیرد، با ظهور فناوری های نوین دچار تحولات اساسی می شود (چاوشیان، 1385: 90).

به نظر کاستلز (1380: 27)، سیاست های مربوط به هویت را باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد. یکی از عوامل مهم در تاریخ و جغرافیا، مولفه فضای مجازی و قدرت آن است که نیروی قوام بخش هویت و بسیاری دیگر از پدیده ها و فرآورده های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی است. جهانی شدن نیز روندی تاریخی و دگرگونی ای مفهومی است که تغییرات و تحولاتی را در برداشت ها، باورها، اندیشه ها و سلیقه های ملت ها به همراه دارد و دامنه آن هویت فرهنگی را نیز فراگرفته است. جهانی شدن و فضای مجازی به طور مداوم و گسترده با شیوه ها و داده های مختلف به نوعی دائما در حال ایجاد تغییر در باورها، انگاره ها، عقاید، ارزش ها، چشم داشت ها و حتی نیازها هستند.

برداشت اروینگ گافمن از خود(هویت) برداشتی نمایشی است (ریترز 1388:391). او خود را وضعیتی نمایشی در رابطه بین خود و حضار به تصویر می کشد. بنابراین خود تولید شده، محصولی از کنش متقابل نمادین است (گافمن، به نقل از ریترز، 1959: 2.53). متناسب با شرایط توصیف شده فرد می کوشد آن جنبه از شخصیت خود را به نمایش بگذارد که مورد اقبال دیگران واقع شود. از دیگاه گافمن افراد بشری در هاله ای از نقاب های اجتماعی می زیند تا متناسب با محیط و موقعیتی که در آن قرار می گیرند نقاب مربوط به کنش خاص محیطی را بپوشند(ایمان و مرادی، 1390: 65). یعنی فرد در واکنش به موقعیت و محیطی که در آن قرار می گیرد خود را به نمایش می گذارد. محیط به صحنه ای اطلاق می شود که معمولاً باید آماده باشد تا کنشگران (افراد) اجرای نقش کنند (ریترز، 1390:292). می توان گفت فضای مجازی مهیاکننده چنین محیطی است.

به اعتقاد گافمن فشارهای ساختار حاکم و شرایط و بسترهای غیر منعطف اجتماعی باعث می شود تا فرد حامل این نقاب های اجتماعی باشد (ایمان و مرادی، 1390:65). این نقاب های اجتماعی هویت سازند بنابراین هویت مسئله ای است که گافمن آن را برساخته امنش فردی می داند و مقوله ای تثبیت شده که بر فرد تحمیل شود نیست، بلکه برساخته اجتماعی است. فرد می کوشد در قالب نقش هایی که بازی می کند هویتش را تثبیت و دیگران را وادار به پذیرش چارچوب هویت خود کند(ایمانی و مرادی، 1390: 66).

رویکرد روان شناختی

روان شناسان، نظریه های متعددی در خصوص هویت و رشد فرایند شناختی ارائه داده اند؛ اما در میان آنها، نظریه پردازان مکتب گشتالت و مکتب روانشناسی رشد، دیدگاه روشن تری در این خصوص دارند. مکتب گشتالت براساس نظر "ورتهایمر"⁴، براین فرض متکی است که یک وحدت اساسی در طبیعت وجود دارد و هر پدیده یک کلیت است که صرفاً از مجموعه اجزا تشکیل نمی شود؛ این کلیت چیزی است که "گشتالت" نامیده می شود(محموظی، 1378:242) این نظریه، در راستای درک کنش متقابل انسان و محیط، به بررسی "طرح های ادراکی"⁵ می پردازد و معتقد است که شخصیت انسان بر اثر تبادل با محیط، به سازمان یافتگی روانی و تمامیتی در تقابل با پس زمینه می رسد. این مکتب، طرح های ادراکی را به مثابه "میدان های روانشناختی"، که "ادراک خود" در مرکز آن قرار دارد، مورد تحلیل قرار می دهد و معتقد است که فرد، در میدان های گشتالت به یکپارچه سازی ادراکی از خود و تمایز خود از محیط پیرامون می پردازد. این فرایند منجر به "کسب هویت" می گردد. محور "مکتب روانشناسی رشد" در نظریه "اریکسون"، بر این اصل است که رشد و تکوین هر فرد، یک رشته مراحل مشخص جهان شمول دارد که تمام افراد بشر آن را تجربه می کنند. "اصل حاکم بر این جریان، "اپی ژنیتیک"⁶ نام دارد؛ یعنی شخصیت انسان بر اساس مراحل از پیش تعیین شده و استعدادهایش رشد می کند و شرایط فرهنگی به گونه ای است که بتواند استعدادها را شکوفا و محافظت کند و شرایط ممکن را برای به وجود آمدن مراحل رشد سرعت بخشد (سیف، 1376:126)

اریکسون تکوین و رشد انسان را در هشت مرحله بیان می کند که عبارتند از: مرحله اول، اعتماد در مقابل عدم اعتماد؛ مرحله دوم، تکیه کردن در مقابل شرم و تردید⁷؛ مرحله سوم، ابتکار در مقابل احساس گناه⁸؛ مرحله چهارم، کارایی در

⁴ Hiemer.Wetr

⁵ Perceptive Schema

⁶ Development

⁷ Epigenetic

⁸ Autonomy - shame & doub

⁹ Autonomy - shame a doubt

مقابل حقارت^{۱۰} مرحله پنجم، احساس هویت در مقابل آشفتگی نقش^{۱۱}؛ مرحله ششم، صمیمیت در مقابل تنهایی^{۱۲}؛ مرحله هفتم، باروری در مقابل بی حاصلی^{۱۳}؛ مرحله هشتم، کمال در مقابل سرخوردگی. بنا به نظریه اریکسون، بحران هویت در مرحله پنجم رشد رخ می دهد که مقارن با دوران نوجوانی است. اما مفهوم بحران در نظریه او، هم دارای اثرات منفی و هم اثرات مثبت است؛ چرا که او "بحران" را جزء لاینفک هویت یابی می داند. وی بحران هویت را به عنوان رویداد بهنجار زندگی، اینگونه تعریف می کند: «یک مرحله تغییر، یک لحظه قطعی در هنگامی که رشد بایستی در طریقی پیش برود که منجر به یکپارچه کردن منابع رشدی و بهبودی گردد» (شیخ روحانی، 1378:5).

در بحث اریکسون از هویت، دو فرایند "جستجو"^{۱۴} و "تعهد"^{۱۵}، سازنده هویت فرد هستند. در جریان "جستجو"، فرد بر تمایز خود از محیط تأکید دارد و در جریان "تعهد"، فرد بر یکپارچه سازی و پایبندی خود به محیط تأکید می ورزد. "بحران" وقتی به وجود می آید که فرد پس از مرحله جستجو و تمایزبخشی نتواند به یکپارچه سازی خود و ایجاد تعهدات دست یابد" (شیخ روحانی، 1378:52).

چارچوب نظری

چارچوب نظری این پژوهش، به صورت انتخابی بر مبنای نظریات ارائه شده تدوین شده است. می توان گفت هویت برخلاف گذشته که به عنوان امری ثابت در نظر گرفته می شد، امروزه به عنوان یک فرایند پویا و سیال عمل می کند، هویت امروزی در بسترهای مختلفی شکل می گیرد و عوامل بسیاری همچون روابط فرامرزی و جهانی شدن، کنش های روزمره، شرایط خاص اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و عوامل دیگری مانند ظهور فناوری های نوین می تواند هویت را دستخوش تغییر و تحول کند، به عقیده اندیشمندان چون گیدنز و رابرتسون هویت، مقوله ای است که به واسطه جهانی شدن می تواند دچار دگرگونی شود؛ در عصر جهانی شدن ما شاهد برخورد هویت های مختلفی هستیم که با یکدیگر تعارضی ندارند، برای رابرتسون بعد فرهنگی هویت در کنار بعد جهانی آن مهم تلقی می شود، اما برای گیدنز در کنار بعد جهانی، بعد سیاسی نیز مهم است، از سوی دیگر، اندیشمندان چون برگر و جنکینز هویت را به مثابه پدیده های می بیند که در جریان زندگی روزمره و در کنش ها و گفتگوها ساخته می شود و به نوعی، بر هویت اجتماعی - فرهنگی تأکید دارد. از سوی دیگر جنکینز بر بعد زمانی و مکان نیز توجه می کند، در نهایت اندیشمندان پست مدرنی چون لیوتار فرهنگ غربی را مورد انتقاد قرار داده اند و معتقدند که غرب با ایجاد نظام سلسه مراتبی و دو فضایی بین غرب و سایر مناطق جهان، نوعی سلطه ایجاد کرده تا هویت غربی را بر سایر مناطق جهان مسلط کند، در حالی که به اظهار اندیشمندان پست مدرن، انسان ها و گروه های به حاشیه رانده شده نیز این حق را دارند که از هویت و فرهنگ خاص خود دفاع کنند، از سوی دیگر با ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید، اندیشمندان چون بوید و الیسون بر بعد شناختی شبکه های اجتماعی مجازی تأکید دارند و در واقع معتقدند که شبکه های اجتماعی به واسطه خصوصیتی که دارند و ابزار و امکاناتی که در اختیار کاربران خود ارائه می دهند، نوعی ابزار شناخت نیز هستند،

¹⁰ Accomplishment - inferiority

¹¹ Epigenetic ۱۰ - Ego Identity - Role confusion

¹² Intimacy – isolation

¹³ Generativity – stagnation

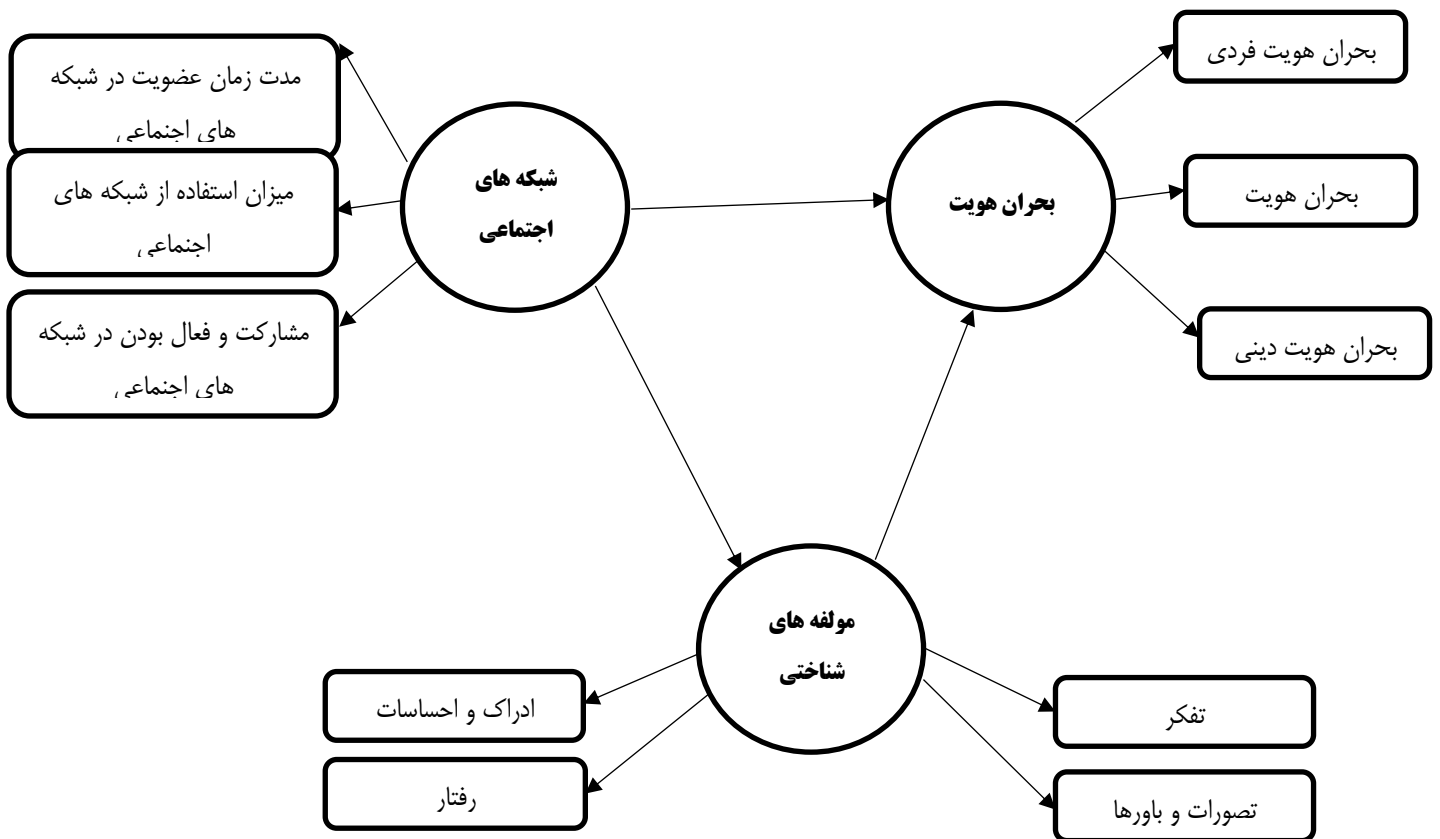
¹⁴ Search

¹⁵ Commitment

همچنان که بر اساس نظریه مانوئل کاستلز می توان گفت کنش های ارتباطی انسانها از محیط فیزیکی به فضای مجازی انتقال یافته و شیوه ارتباط افراد در بستر فناوری های نوظهور دگرگون شده است.

مدل نظری تحقیق

بر اساس آنچه در چارچوب نظری پژوهش آمده، فرضیه ها را می توان به شرح زیر ارائه کرد:



نمودار (1) مدل مفهومی پژوهش

فرضیه های پژوهش

- بین شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت در بین افراد رابطه معناداری وجود دارد.
- بین مولفه های شناختی و ابعاد آن و بحران هویت رابطه معناداری وجود دارد.
- شبکه های اجتماعی مجازی از طریق تاثیرگذاری بر مولفه های شناختی بر بحران هویت اثر می گذارند.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش شیوه پیمایشی^{۱۶} است و اطلاعات آن براساس پرسشنامه جمع آوری گردیده است. ابتدا پرسشنامه اولیه تنظیم و پس از آزمون آن (pre-test)، پرسشنامه نهایی تدوین شد. سپس با بکارگیری پرسشگران مجرب از طریق مراجعه به شهروندان واقع در جمعیت نمونه، پرسشنامه های مربوطه با تکنیک مصاحبه حضوری، تکمیل شده و اطلاعات بدست آمده با استفاده از برنامه نرم افزارهای Spss در قالب جداول توصیفی بررسی شده اند. لذا از طریق روش گردآوری اطلاعات از دو روش اسنادی (کتابخانه ای) و روش میدانی (پیمایشی و مصاحبه) سود برده خواهد شد. در روش اسنادی جهت تدوین جامع چارچوب نظری تحقیق، پیشینه و مطالعات انجام گرفته قبلی و نظریه های جامعه شناسی و روان شناسی جهت تحلیل موضوع بررسی خواهد شد. و پس از ارزیابی تحقیقات پیشین و نظریه های مرتبط با موضوع و شناخت وضعیت فعلی جامعه، تدوین شاخصها و متغیرهای تحقیق انجام خواهد گرفت. و در نهایت با استفاده از گویه سازی پرسشنامه تحقیق ساخته می شود.

با توجه به ماهیت موضوع پژوهش و اهداف مورد نظر، جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مجموعه جوانان گروه سنی 18-42 سال می باشند که در دانشگاه نظامی حضور داشتند که بر طبق فرمول کوکران حجم نمونه 393 نفر می باشد. لذا با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است. در عین حال، برای تأیید اعتبار از دو روش اعتبار صوری (تصحیح شکلی گویه ها و متناسب سازی با مشخصات پاسخگویان) و اعتبار محتوایی (بهره گیری از نظر اساتید و متخصصان در تدوین محتوایی گویه ها) و در جنت تعیین پایایی متغیرها، ضریب هبستگی درونی گویه ها (آلفای کرونباخ) به کار برده شده که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است

جدول (2) ضریب پایایی آلفای کرونباخ مقیاس های تحقیق

ردیف	متغیر	تعداد گویه ها	ضریب پایایی آلفای کرونباخ
------	-------	---------------	---------------------------

1	شبکه های اجتماعی مجازی	8	87
2	بحران هویت	16	83
3	موله های شناختی	26	85

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

یافته های توصیفی

جدول ذیل توزیع پاسخگویان بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی را نشان می‌دهد
جدول (3) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان جمعیت شناختی

متغیر	توزیع جمعیتی
سن	بیشترین تعداد پاسخ گویان با فراوانی 163 نفر (41/5 درصد) در رده سنی بین 23 تا 27 سال قرار دارند و کمترین تعداد با فراوانی 14 نفر (3/6 درصد) در رده سنی 38 تا 42 سال قرار دارند. و میانگین سن پاسخگویان، 25 سال می باشد.
تاهل	37.9 درصد متاهل، 61.6 درصد مجرد، 05 درصد اظهار نشده
تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم، 26 درصد، کاردانی 19.1 درصد، کارشناسی 23.3 درصد، کارشناسی ارشد 16.5 درصد، دکتری 3.3 درصد و 1.8 درصد اظهار نشده

توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری بر حسب میزان بحران هویت

متغیر وابسته پژوهش حاضر بحران هویت دانشجویان است که در سه بعد ، بحران هویت فردی، بحران هویت اجتماعی و بحران هویت دینی ، که سوالات بصورت محقق ساخته می‌باشد طراحی و سوالات هر مولفه بر اساس مقیاس طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته است.

جدول (4) آماره‌های پراکندگی مرتبط با ابعاد و مولفه های بحران هویت

میانگین	بحران هویت						ابعاد بحران هویت
	پایین		متوسط		بالا		
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
2/52	34/6	136	35/4	139	32	118	بعد فردی
2/70	41/5	163	32/8	129	25/7	101	بعد دینی

2/31	31/8	125	34/1	134	34/1	134	بعد اجتماعی
2/51	39/4	155	32/3	127	28/3	111	شاخص بحران هویت

داده های جدول فوق نشان دهنده آن است که میانگین همه ابعاد بحران هویت جوانان در سطح نزدیک به (پایین تر از 3) می باشند. که در این میان، بعد دینی بیشترین میانگین (2/70 از 5) و بعد اجتماعی کمترین میانگین (2/31 از 5) را به خود اختصاص داده اند. در کل میانگین بحران هویت در جامعه مورد مطالعه (2/51 از 5) بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب 1 و 5 می باشد، نشان دهنده این است که بحران هویت در بین جوانان در حد متوسط روبه پایین است.

توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری بر حسب شبکه های اجتماعی

برای سنجش متغیر شبکه های اجتماعی از سه بعد، میزان استفاده، نوع استفاده و میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی، که سوالات بصورت محقق ساخته می باشد، استفاده شده است.

جدول (5) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی
کمتر از 1 ساعت	32	8/1	8/1
1 ساعت تا کمتر از 2 ساعت	89	22/6	30/7
از 2 ساعت تا کمتر از 3 ساعت	178	45/3	76
از 3 ساعت تا بیشتر از 3 ساعت	91	23/2	99/2
اظهار نشده	3	0/8	100
جمع کل	393	100	

همانگونه که در جدول 5 ملاحظه می شود از میان جوانان مورد مطالعه در این پژوهش به ترتیب 8 درصد کمتر از 1 ساعت، 22.6 درصد از 1 ساعت تا کمتر از 2 ساعت، 45.3 درصد از 2 ساعت تا کمتر از 3 ساعت، 23.2 درصد بیشتر از 3 ساعت، عضو شبکه های اجتماعی مجازی بوده اند. 0/8 درصد از پاسخگویان هم از پاسخ به وضعیت میزان استفاده از شبکه های اجتماعی خویش امتناع نموده اند.

توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری بر حسب مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی

جدول (6) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی

مدت زمان عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی	فراوانی	درصد	فراوانی تجمعی
--	---------	------	---------------

19/1	19/1	75	کمتر از 6 ماه
40	20/9	82	از 6 ماه تا کمتر از 1 سال
64/2	24/2	95	از 1 سال تا کمتر از 2 سال
91/6	27/4	108	از 2 سال تا کمتر از 3 سال
98/7	7/1	28	از سه سال تا بیشتر
100	1/3	5	اظهار نشده
	100	393	جمع کل

همانگونه که در جدول 6 ملاحظه می شود از میان جوانان مورد مطالعه در این پژوهش به ترتیب 19 درصد کمتر از 6 ماه، 20.9 درصد از 6 ماه تا کمتر از 1 سال، 24.2 درصد از 1 سال تا کمتر از 2 سال، 27.4 درصد از 2 سال تا کمتر از 3 سال، 7 درصد از سه سال تا بیشتر عضو شبکه های اجتماعی مجازی بوده اند. 1/3 درصد از پاسخگویان هم از پاسخ به وضعیت عضویت در شبکه های اجتماعی خویش امتناع نموده اند.

توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری بر حسب میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی

جدول (7) توزیع پاسخگویان بر حسب مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی

میانگین	میزان استفاده از شبکه های اجتماعی			گویه ها	ابعاد شبکه های اجتماعی
	کم	متوسط	زیاد		
3.51	7.1	22.7	70.2	دیدن پروفایل ها، عکس ها و آلبوم های شخصی دوستان؛	میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی
3.76	12.3	25.4	62.3	فقط خواندن وال ها و موضوعات به بحث گذاشته شده؛	
3.24	13.1	35.3	51.6	اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات به بحث گذاشته شده؛	
3.18	23.8	27.5	48.7	شروع یک بحث تازه در بین گروه های عضو؛	
3.20	14.1	37.7	48.2	دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات سیاسی؛	
2.92	28	38.6	33.4	دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی	
3.30	16.4	31.2	52.4	شاخص استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در کل	

داده های جدول فوق نشان می دهد در بین گویه های مورد نظر مربوط به میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی، بیشترین میانگین مربوط به (فقط خواندن وال ها و موضوعات به بحث گذاشته شده) با میانگین 3.76 و کمترین گویه مربوط به (دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی) با میانگین 2.92 بوده است. نتایج پژوهش همچنین نشان می دهد که در کل میانگین شبکه های اجتماعی در جامعه مورد مطالعه (3.30) بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب 1 و 5 می باشد نشان می دهد که میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در بین جوانان تقریباً در حد متوسط رو به بالا می باشد.

توزیع فراوانی و درصد نمونه آماری بر حسب مولفه های شناختی

برای سنجش متغیر و شاخص مولفه های شناختی از چهار زیرمتغیر یا بعد (ادراک، تفکر، تصورات و باورها، رفتار) استفاده شد. سوالات به صورت محقق ساخته می باشد. پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای طراحی شده است

جدول (8) آماره های پراکندگی مرتبط با ابعاد و مولفه های شناختی

میانگین	مولفه های شناختی						ابعاد و مولفه های شناختی
	پایین		متوسط		بالا		
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
3/52	12/5	49	30/3	119	57/3	225	ادراک
3/42	15	59	31/3	123	53/7	211	تفکر
3/31	15/5	60	31/8	125	52/9	208	تصورات و باورها
3/55	15/5	61	28/5	112	56	220	رفتار
3/45	14	55	30	118	56	220	شاخص مولفه های شناختی

داده های جدول فوق نشان دهنده آن است که میانگین همه مولفه های شناختی در سطح بالایی (بالتر از 3) می باشند. که در این میان، بعد رفتار بیشترین میانگین (3/55 از 5) و بعد تصورات و باورها کمترین میانگین (3/31 از 5) را به خود اختصاص داده اند. و در کل میانگین مولفه های شناختی در جامعه مورد مطالعه (3/45 از 5) بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب 1 و 5 می باشد، نشان دهنده میزان بالای مولفه های شناختی در بین افراد است.

یافته های تحلیلی

تحلیل توزیع نرمال متغیرهای اصلی تحقیق

به منظور ارزیابی وضعیت نرمالیت متغیرهای پژوهش (بحران هویت، شبکه های اجتماعی و مولفه های شناختی) از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده گردیده است. نتایج این آزمون در جدول زیر بیان شده است

جدول (9) تحلیل توزیع نرمال متغیرهای اصلی بر مبنای آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف یک نمونه ای¹⁷

One-sample kolmogorov-smirnov Test

متغیرهای مشاهده شده	بحران هویت	مولفه های شناختی	شبکه های اجتماعی مجازی
نمونه آماری	393	393	393
پارامترهای نرمال	میانگین	3.45	3.30
	انحراف از معیار	695%	5060%
حداکثر حد تفاوت	مطلق	106%	108%
	مثبت	106%	87%
	منفی	102%	108%
kolmogorov-smirnov	1/248	1/291	1/264

¹⁷ One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

82%	99%	89%	سطح معنی دار
نرمال	نرمال	نرمال	نتیجه گیری

تفسیر آزمون کولموگورف – اسمیرنوف یک نمونه ای: در این تحقیق با توجه به مقدار پارامتر ضریب معناداری در ارتباط با داده های عددی مربوط به هر یک از متغیرهای کمی پیوسته، می توان گفت دلیلی برای رد این فرض که نمونه مورد نظر از توزیع نرمال به دست آمده است، وجود ندارد (فرض صفر بیشتر از 05). به عبارت دیگر داده های عددی مربوط به هریک از متغیرها از همقواری و توزیع نرمال برخوردار هستند. از آنجایی که مقدار معنا داری کلیه متغیرها بالاتر از 05٪ می باشد، پس می توان بیان داشت که پراکندگی داده ها نرمال بوده و برای ارزیابی این موضوع از آماره های استنباطی پارامتریک استفاده شده است.

بررسی رابطه بین شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت

جدول (10) آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین شبکه های اجتماعی و بحران هویت

شاخص بحران هویت (کل)	میزان بحران هویت			ضرایب و سطح معناداری	ابعاد	متغیر مستقل
	بعد فردی	بعد اجتماعی	بعد دینی			
0/366	0/421	0/311	0/349	ضریب همبستگی پیرسون	مدت زمان عضویت	شبکه های اجتماعی مجازی
0/000	0/000	0/000	0/000	سطح معناداری		
393	393	393	393	تعداد		
تایید	تایید	تایید	تایید	نتیجه آزمون		
0/443	0/500	0/393	0/372	ضریب همبستگی پیرسون	میزان استفاده	
0/000	0/000	0/000	0/000	سطح معناداری		
393	393	393	393	تعداد		
تایید	تایید	تایید	تایید	نتیجه آزمون		
0/543	0/568	0/378	0/465	ضریب همبستگی پیرسون	میزان مشارکت و فعالیت	
0/000	0/000	0/000	0/000	سطح معناداری		
393	393	393	393	تعداد		
تایید	تایید	تایید	تایید	نتیجه آزمون		
0/675	0/665	0/527	0/489	ضریب همبستگی پیرسون	شبکه های اجتماعی مجازی	
0.000	0.000	0.000	0.000	سطح معناداری		
393	393	393	393	تعداد		
تایید	تایید	تایید	تایید	نتیجه آزمون		

*همبستگی در سطح 0.05 معنادار است.
**همبستگی در سطح 0.01 معنادار است.

یافته های جدول فوق بیانگر این مسئله است که رابطه بین مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و ابعاد مختلف بحران هویت در بین جوانان در سطح 99 درصد معنادار می باشد. رابطه فوق مثبت می باشد. بدین معنا که هرچه مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان افزایش می یابد، میزان بحران هویت نیز افزایش می یابد. بیشترین میزان این رابطه مربوط به بعد فردی بحران هویت (0/421) و کمترین رابطه مربوط به بعد اجتماعی (0/311) می باشد.

همچنین رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و ابعاد مختلف بحران هویت در بین جوانان در سطح 99 درصد معنادار می باشد. بدین معنا که هر چه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان افزایش می یابد، میزان بحران هویت آنان نیز افزایش می یابد. بیشترین میزان رابطه مربوط به بعد فردی بحران هویت (0/500) و کمترین میزان رابطه مربوط به بعد دینی بحران هویت (0/372) می باشد.

یافته های جدول فوق همچنین نشان دهنده آن است که رابطه بین میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی و ابعاد مختلف بحران هویت در بین جوانان در سطح 99 درصد معنادار می باشد. بدین معنا که هر چه میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان افزایش می یابد، میزان بحران هویت آنان نیز افزایش می یابد. بیشترین میزان رابطه مربوط به بعد فردی بحران هویت (0/568) و کمترین میزان رابطه مربوط به بعد اجتماعی

بحران هویت (0/378) می‌باشد. و در کل ضریب همبستگی بین بحران هویت و شبکه های اجتماعی مجازی برابر 0/675 درصد و ضریب تعیین آن 0.46 است بدین معنی که نسبتی از واریانس متغیر بحران هویت که متغیر شبکه های اجتماعی مجازی تبیین کرده است 0.46 درصد است، از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با 0.675 درصد است، به صورت مستقیم می باشد و موید این نکته است که هرچه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی افزایش یابد میزان بحران هویت جوانان نیز افزایش می یابد.

بررسی رابطه بین ابعاد مولفه های شناختی و بحران هویت

جدول (11) آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد مولفه های شناختی و بحران هویت

نتیجه آزمون	Sig	ضریب همبستگی پیرسون R	متغیر وابسته	متغیرهای مستقل
تایید	0.000	-0/477	بحران هویت	ادراک
تایید	0.000	-0/321		تفکر
تایید	0.000	-0/287		تصورات و باورها
تایید	0.000	-0/431		رفتار
تایید	0.000	-0/451		مولفه های شناختی
**همبستگی در سطح 0.05 معنادار است.				
***همبستگی در سطح 0.01 معنادار است.				

داده های جدول فوق نشان می دهد که میان هر چهار بعد مولفه های شناختی و شاخص کل بحران هویت جوانان همبستگی معنادار (در سطح 0.05)، وجود دارد. این رابطه منفی و معکوس می باشد.

این رابطه در مورد بعد ادراک (-477)، بعد تفکر (-321)، بعد تصورات و باورها (-287)، بعد رفتار (-431) می باشد، بنابراین نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل جدول فوق حاکی از آن است که " بین ابعاد مولفه های شناختی جوانان و بحران هویت آنان رابطه معنادار وجود دارد " ($P = 0/000$)، با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان 99 درصدو سطح خطای کوچک تر از 0.05. " بین ابعاد مولفه های شناختی جوانان و بحران هویت آنان رابطه معنادار به صورت منفی و معکوس وجود دارد ".

همچنین داده های جدول فوق بیانگر آن است که ضریب همبستگی بین مولفه های شناختی و بحران هویت جوانان برابر 0/451- درصد است، از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) که برابر با 0.451- درصد است، به صورت منفی و معکوس می باشد و موید این نکته است که هرچه میزان مولفه های شناختی در جوانان افزایش یابد بر همان اساس میزان بحران هویت در جوانان کمتر بوجود می آید و بالعکس.

آزمون فرضیه چند متغیره: آزمون رگرسیون چندگانه

بر مبنای فرضیه چندمتغیره تحقیق می توان با استفاده از آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه، به آزمون فرضیه تحقیق پرداخت. درواقع به عقیده فرد کرلینجر، بر مبنای آزمون رابطه متغیرهای موجود در فرضیه ها، که براساس آن فرضیه ها مردود یا پذیرفته می شوند (کرلینجر و پدهازور، 1366:381)، می توان بر مبنای فرضیه چندمتغیره تحقیق جهت اخذ

همبستگی متغیرها و نیکوئی برازش مدل نظری و همچنین برای تحلیل کنترل آماری متغیرها ، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده نمود (محسنی تبریزی، 1388، 60-61)

جدول (12) خلاصه مدل رگرسیونی عوامل موثر بر متغیر وابسته (بحران هویت)

مدل	آر رگرسیون ^{۲۳}	مجذور آر ^{۲۲}	مجذور آر تعدیل یافته ^{۲۱}	اشتباه استاندارد ^{۲۰}	آماره های تغییر ^{۱۹}			آماره دوربین- واتسون ^{۱۸}
					تغییر مجذور آر ^{۲۶}	تغییر نسبت فیشر ^{۲۵}	تغییر سطح معناداری ^{۲۴}	
1	0/749	0/561	0/401	0/33503	0/016	8/350	0/000	1/864

جدول شماره (13) ضرایب مدل رگرسیونی عوامل موثر بر متغیر وابسته (بحران هویت)

مدل	ضرایب غیر استاندارد ^{۲۲}	ضرایب استاندارد ^{۲۱}	شیب رگرسیون ^{۲۸}	آزمون تی ^{۳۰}	سطح معناداری ^{۲۷}	همبستگی ها ^{۲۸}			آماره های تشخیص های هم خطی ^{۲۷}		
						مرتبه صفر ^{۲۷}	همبستگی تفکیکی ^{۲۶}	نیمه تفکیکی ^{۲۵}	مقدار اغماض ^{۲۴}	عامل تورم واریانس ^{۲۳}	
(Constant)	1/724	0/103		16/741	0/000						
1	مشارکت و فعال بودن	0/554	0/035	0/423	15/774	0/000	0/413	0/332	0/251	0/547	1/827
2	ادراک	0/422	0/058	0/365	7/274	0/000	0/287	0/256	0/190	0/706	1/415
3	میزان استفاده	0/366	0/062	0/331	5/867	0/000	0/259	0/194	0/134	0/725	1/378
4	رفتار	0/295	0/067	0/268	4/376	0/000	0/176	0/123	0/109	0/609	1/641
5	مدت زمان عضویت	0/172	0/040	0/245	4/304	0/000	0/123	0/116	0/104	0/623	1/605
6	تفکر	0/169	0/039	0/186	4/376	0/000	0/176	0/123	0/114	0/876	1/141
7	تصورات و باورها	0/422	0/058	0/325	7/274	0/000	0/237	0/214	0/190	0/706	1/415
8	تحصیلات	0/121	0/057	0/096	2/111	0/035	0/072	0/110	0/087	0/821	1/218
9	وضع تاهل	0/036	0/056	0/029	0/647	0/518	0/088	0/034	0/027	0/832	1/202

¹⁸ Durbin-Watson

¹⁹ Change Statistics

²⁰ SE

²¹ Adj.R²

²² Multiple R²

²³ Multiple R

²⁴ Sig. F Change

²⁵ F Change

²⁶ Multiple R²

²⁷ Collinearity Diagnostics Statistics

²⁸ Correlations

²⁹ Sig.

³⁰ t

³¹ Standardized Coefficients

³² Unstandardized Coefficients

³³ Variance Inflation Factor =VIF

³⁴ Tolerance Value

³⁵ Part Correlations

³⁶ Partial Correlations

³⁷ Zero-Order Correlations

³⁸ Beta= β

³⁹ Std. Error

⁴⁰ B

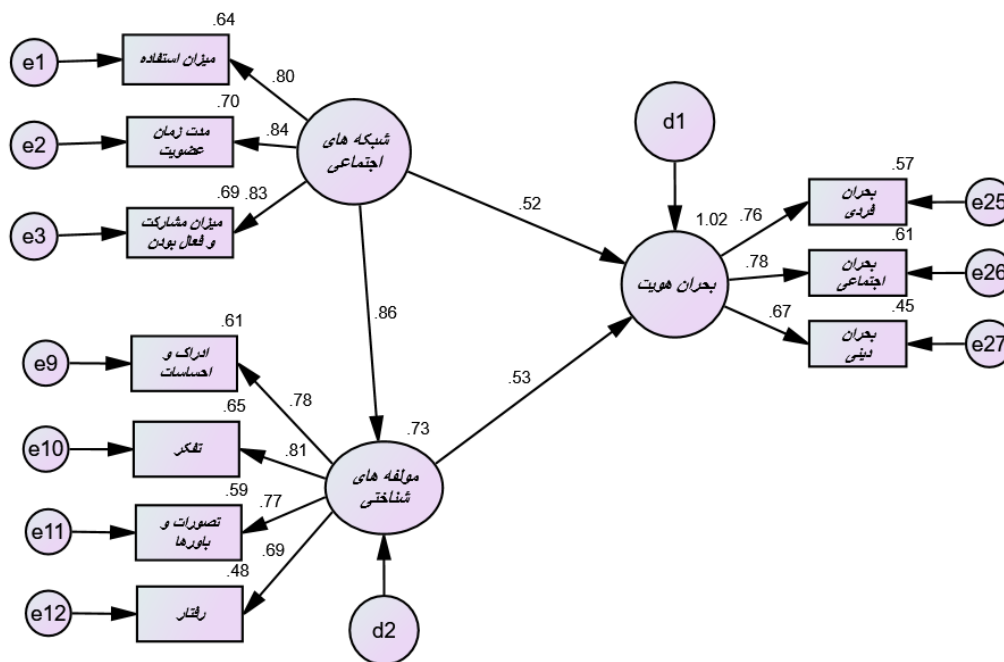
10	سن	0/001	0/003	0/026	0/450	0/653	0/122	0/024	0/018	0/520	1/924
----	----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

بر اساس داده‌های این جدول، بیشترین اثر مستقیم را میزان مشارکت و فعال بودن در شبکه‌های اجتماعی بر بحران هویت جوانان دارد، که 0.423 می‌باشد، پس از آن، متغیر ادراک که حدود 0/365 بر بحران هویت و پس از آن میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میزان 0/331 درصد بر بحران هویت افراد اثر می‌گذارد. متغیری که کمترین اثر را بر میزان بحران هویت جوانان می‌گذارد سن جوانان می‌باشد که 0.069 می‌باشد. همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود مقدار ضریب تعیین برابر است با: $R^2 = 0/561$ به این معنی که متغیرهای موجود در این تحقیق می‌توانند تا 56 درصد میزان بحران هویت افراد را توضیح دهند یا تبیین کنند و 44 درصد نیز به عوامل دیگری وابسته است که در این تحقیق نیامده است.

مدلسازی معادلات ساختاری (کاربرد آموس⁴¹)

مدل‌های معادله ساختاری از جمله روش‌های آماری محسوب می‌شوند که براساس آنها می‌توان به طور همزمان مجموعه‌ای از متغیرهای آشکار و پنهان، درونی و بیرونی، مستقل و وابسته را در ارتباط یکسویه و دو سویه با یکدیگر ملاحظه کرد و مدل‌های تدوین شده بر مبنای چارچوب نظری را آزمود، نقاط ضعف و قوت آنها را یافت، اصلاحشان کرد و با تکرار مطالعات در جهت پایدار کردن مدل‌های نظری و یافته‌های علمی گام برداشت. همچنین این امکان را به پژوهشگر می‌دهد که ساخت ذهنی خود را در ارتباط با یک مساله پژوهشی به آزمون گذارد، ساختی که بر گرفته از نظریه‌های علمی، مطالعات پیشین تجربی و ایده‌ها و باورهای خود در رابطه با یک مساله پژوهشی شکل گرفته و در قالب فرضیه یا فرضیه‌ها بیان شده است. بنابراین می‌توان چنین گفت که مدلسازی معادله ساختاری به منزله روشی برای برآورد پارامترهای تعریف شده در این مدل‌ها، مسیر را برای آزمون، اصلاح و در نهایت باز تدوین آنها هموارتر از گذشته کرده است. در این قسمت به آزمون اعتبار سازه‌ای وسیله‌ی اندازه‌گیری و آزمون نیکویی برازش ساختار مورد نظر با استفاده از نرم افزار آموس با در اختیار داشتن داده‌های مربوط به متغیرهای برگرفته شده از فرضیه‌ها می‌پردازیم. شکل زیر تصویر کلی آزمون مدل نظری تحقیق را نشان می‌دهد. در این شکل یافته‌ها حاکی از آن است که بین ماتریس واریانس نمونه‌ای و مشاهده شده تفاوتی وجود ندارد و شاخص‌های برازش مدل: $\chi^2 - df = 135.564 - 32$ ، $GFI = 0/97$ ، $TLI = 0/93$ ، $CFI = 0/96$ ، $RMSEA$ می‌باشد که برازش نسبتاً خوبی را نشان می‌دهد. شاخص‌های مدل آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده‌های مشاهده شده و اعتبار سازه‌ای وسیله‌ی اندازه‌گیری وسیله مورد بحث را نشان می‌دهد. کلیه‌ی شاخص‌های تطبیقی مدل، نیز مقادیری نزدیک به محدوده‌ی پذیرش را نشان می‌دهند که به معنای توان نسبی مدل برای فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آنها است. با توجه به درجه آزادی مدل، مدل فرا مشخص می‌باشد.

بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر بحران هویت جوانان با تأکید بر مولفه های شناختی



نمودار 4-1 مدل مفهومی تحقیق

نتیجه گیری

در بررسی بحران هویت ناشی از فضای مجازی شبکه های اجتماعی در ایران، نمی توان بحران های هویتی ناشی از دوران گذار جامعه ایران را نادیده گرفت. به اعتقاد نگارنده گان، جامعه ایران با دو گونه بحران هویتی با دو منشأ و علل مختلف روبه رو است. مطالعه گسترده در خصوص بحران های دوران صنعتی شدن در جوامع مختلف نشان می دهد این گونه جوامع در معرض بحران های ناشی از تغییرات ساختاری در عرصه های اقتصادی، فرهنگی، سیاست و اجتماع قرار می گیرند. جامعه امروز ایران در عین حال که بحران های هویت ناشی از یک دوره تاریخی را با خود حمل می کند، در سه دهه اخیر با بحران های دوره تاریخی فراصنعتی بدون آنکه به طور طبیعی وارد این دوره شده باشد نیز رو به رو شده است. با توجه به خاصیت کارکردهای فناوری های نوین ارتباطی به خصوص شبکه های اجتماعی، ورود آثار کنترل ناپذیر و بحران زای این دوره از سوی حاکمیت به سهولت صورت گرفته و عواقب ناشی از آن وارد جامعه امروز شده است. این شرایط در مجموع وضعیتی را پدید آورده است که می توان گفت در حال حاضر، با نوعی از بحران های هویت هم پوشان مواجه هستیم. استفاده از اینترنت و این اواخر مخصوصا شبکه های اجتماعی در میان ایرانی ها به طور غیر قابل توجهی افزایش یافته و بررسی ها نشان می دهد این روند کماکان ادامه دارد. اینترنت، به ویژه در میان جوانان ایران شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل های قدیم تر فاحش می باشد. بنابراین، عجیب نیست که بیشتر تحقیقات انجام شده در مورد اینترنت نشان می دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارد.

بر طبق یافته‌های پژوهش بین بحران هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد و از طرفی این رابطه (ضریب همبستگی پیرسون) برابر با 675. درصد است، و موید این نکته است که هرچه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد میزان بحران هویت افراد نیز افزایش می‌یابد.

همان‌گونه که گافمن اشاره می‌کند نوع سیستم سیاسی و ساختارهای موجود خود مانعی در برابر شفاف سازی تصویر افراد است. با سرعت گرفتن پیشرفت اینترنت و به تبع آن شبکه‌های اجتماعی زمینه به گونه‌ای مهیا شده که افراد در عصر ارتباطات و اطلاعات حضور در این شبکه‌ها و اتاق‌های گفتگو را امری روتین و عادی تلقی می‌کنند که می‌توانند از طریق آن با فرهنگ‌ها و شخصیت‌های متفاوت آشنا شوند و از همدیگر تاثیر بپذیرند. بنابراین چون افراد به صورت مستقیم در تماس با هم قرار ندارند تصویر آرمانی از خود ارائه می‌کنند. از طرفی شناسایی این شخصیت‌ها بسیار مشکل است. زیرا افراد در یک محیط واقعی قرار ندارند که زیر ذره بین دیگران قرار گیرند و کنش و واکنش‌های آن‌ها کنترل شود. شاید بتوان گفت که مسئله اساسی که در فضای مجازی به شدت مورد توجه قرار می‌گیرد مسئله دوست‌یابی آن‌ها هم از نوع جنس مخالف است که همه ریشه در بحران‌های جنسی یک جامعه دارند. اساساً چون اغلب مخاطبین فضای مجازی نوجوانان و جوانان هستند بیشتر به دنبال آنند که حس آرمانخواهی درونی خود را به عالم واقعیت تسری دهند یعنی خودشان را به گونه‌ای که حامل یک سری خصوصیات و خلقیات جذاب که مورد پذیرش همگان است به تصویر می‌کشند. این مهم در جهت قبولاندن شخصیت خود به دیگران اتفاق می‌افتد و می‌تواند ریشه در بحران‌های شخصیتی افراد و از همه مهمتر جامعه پذیری ناقص یا عدم جامعه پذیری افراد بحران‌های سیاسی- اجتماعی از قبیل نظام‌های سیاسی بسته و ... داشته باشند. به اختصار باید گفت که شکاف حاصله از تصویر آرمانی و تصویر واقعی که فرد از خود به نمایش می‌گذارد یا بدان تظاهر می‌کند می‌تواند او را سرگشته و دچار بحران درونی کند.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و مولفه‌های شناختی و اینکه شبکه‌های اجتماعی از طریق مولفه‌های شناختی بر بحران هویت تاثیر می‌گذارند.

به عقیده کاستلز ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییراتی اساسی در کنش و ارتباط افراد جامعه با یکدیگر به وجود آورده است. وی یادآور می‌شود که انتقال و جریان فرهنگ و هویت از مجرای اطلاعات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که عقاید و رفتارها را در برمی‌گیرد، با ظهور فناوری‌های نوین دچار تحولات اساسی می‌شود. از دیدگاه کاستلز مهم‌ترین عامل هویت ساز «معنا» ست و این معناست که دائماً در عصر اطلاعات در حافظه تاریخی جوامع دستخوش تغییر، هر چند تدریجی، می‌گردد. کاستلز با توجه به اهمیت معنا در عصر اطلاعات و تلاش کنشگران مختلف اجتماعی جهت نیل به معنایی خاص، آن را در تقابل با مفهوم قدیمی «کارکرد» قرار می‌دهد که از سوی نهادهای مسلط اعمال می‌شود این هویت ناشی از هنجارهای اجتماعی است و وابسته به روابط و ترکیب و چینش افراد، نهادها و سازمان‌های جامعه است. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود.

پیشنهاد

بر مبنای نتایج و برآورده‌های صورت گرفته و درگیری ذهنی با موضوع پژوهش، و در راستای بهبود وضعیت آتی کشور، پیشنهادهای زیر در دو بخش کاربردی و پژوهشی ارائه می‌گردد:

- با توجه به اینکه بیشتر استفاده کنندگان از فضای مجازی، نوجوانان و جوانان هستند، فرهنگ سازی برای کاهش پیامدهای آن، ضروری است؛ از این رو اطلاع رسانی و آموزش نحوه ی استفاده ی صحیح از این فنآوری، می تواند مؤثر واقع شود.
- استفاده از ظرفیتهایی همچون رسانه های دیداری و شنیداری، روزنامه ها، مجلات، نشریات و ... برای نهادینه شدن فرهنگ مجازی در خانواده ها
- خانواده ها با توجه به وجود گستردگی و تنوع ارتباطی بالا در شبکه های مجازی و تاثیرات آن، با تخصیص زمان و برنامه ریزی مناسب تلاش نمایند بر میزان ارتباط، ابراز علاقه و صمیمیت با همدیگر افزوده، تا اعضای خانواده این حس را در خانواده تجربه نمایند، نه در فضای مجازی؛ چراکه فضای مجازی در نبود سواد رسانه ای آثار سوپی برای کاربران نیز دارد
- افزایش انگیزه و لزوم اقدام توسط مدیران در شورای عالی فضای مجازی و وزارت ارتباطات در جهت ایجاد زمینه همکاری برای رفع موانع و تکمیل شبکه ملی اطلاعات با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری
- برنامه سازان و تولیدکنندگان محتوا نیاز مخاطبان خود را به طور دقیق شناسایی کرده و ضمن آگاه سازی خانواده ها نسبت به تاثیر سوء محتواهای غیر اخلاقی شبکه های مجازی، اقدام به تولید و نشر محتوای مناسب در این فضا نمایند.
- یکی از کارهای مهمی که می توان انجام داد، این است که روزنامه ها و شبکه های خبری رادیو و تلویزیونی، اپلیکیشن های خبری خود را در فضای مجازی توسعه و گسترش دهند تا از یک سو مردم دسترسی بهتری به اخبار داخلی و خارجی برای مقایسه آنها با شایعات رایج در فضای مجازی داشته باشند .
- تغییرنوع نگاه به محیط شبکه های اجتماعی و فضای مجازی (بجای تهدید آمیز دانستن این محیط ، سعی در تبدیل کردن آن به محیط فرصت باشیم)

فهرست منابع و مآخذ

- اعتمادی، فائزه؛ جعفری هرندی، رضا (1401) تاثیر آموزش هوش معنوی بر بحران هویت دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر قم، مطالعات ملی، شماره 90، تابستان 1401، صفحه 53 تا 72.
- اورت، ام. راجرز و شومیکر، فلویید(1376). رسانش نوآوری ها: رهیافتی میان فرهنگی، ترجمه عزت اله کرمی و ابوطالب فناپی. شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- ایمان ، محمد تقی و مرادی، گلمراد (1390)، روش شناسی نظریه اجتماعی گافمن، فصلنامه جامعه شناسی زنان، سال دوم، شماره دوم
- پای، لوسین و دیگران(1380). بحران ها و توالی ها در توسعه سیاسی. ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تاج بخش، غلامرضا. (1392) بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسل ها در شهرستان شوشتر. توسعه اجتماعی، (2)7، 32-54.

- ربیعی، علی (1387). رسانه‌های نوین و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال نهم. صص 149-176.
- رضوی زاده، نجم الدین (1385) بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ریتزر، جورج (1388)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی
- سیف، سوسن و همکاران (1376)؛ روانشناسی رشد انتشارات سمت.
- شیخ روحانی، سعید (1378)؛ مقایسه میزان اضطراب در پایگاه‌های هویت در دانشجویان رشته‌های علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه مشهد، پایاننامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد
- فرامرزیانی، سعید و علی، جعفری (1400) نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل. مطالعات ملی، 21 (82) 69-88
- فرانزوی، استفن ال (1381)؛ روانشناسی اجتماعی، منصور قنادیان و مهرداد فیروزبخت، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی
- فرج زاده، غلامعلی؛ حبیب زاده، اصحاب؛ سلطانی فر، محمد؛ جعفری، علی (1401) بررسی مقایسه‌ای نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در احساس تعهد به هویت ملی نوجوانان (مورد مطالعه: نوجوانان شهر اردبیل)، مطالعات ملی، شماره 91، پاییز 1401، صفحه 105 تا 124.
- کاستلز مانوئل (1380). اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه احد علی‌قلیان و افشین خاکباز. چاپ دوم. تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کاستلز، مانوئل (1380). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت، جلد دوم. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: انتشارات طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (بی تا). عصر اطلاعات، قدرت هویت. ترجمه محسن چاوشیان. تهران: طرح نو.
- کفاشی، مجید و علی، فلاحی (1393) تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران. دین و ارتباطات، 21(2)، 135-164
- کفاشی، مجید (1389). مدلسازی معادلات ساختاری تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. سال چهارم. شماره سوم. صص 135 تا 154.
- کوچکزائی، مصطفی، فیضیان، مجیدرضا، شاه‌آبادی، محمدحسین. (1397). بررسی سلبریتی‌سازی در رسانه و بحران هویت نوجوان در جامعه. جامعه فرهنگ رسانه، 7(29)، 103-121.
- محفوظی، محمدصادق و جان بزرگی، مسعود (1378) سیر تحول نظام‌های روان‌شناسی، تهران: انتشارات جامعه پژوهشگران
- مقصودی، مجتبی؛ نیک سیرت فر، مژگان؛ گلشاهی، محمد مهدی (1402) الگوی مطلوب بازنمایی هویت ملی در کتب درسی پایه ابتدایی بر اساس الگوی فراشناختی، مطالعات ملی، شماره 93، بهار 1402، صفحه 33 تا 56.
- Bobowik, M.; Martínez, V. & Repke, L. (2022). Ethnocultural Diversity of Immigrants' Personalsocial Networks, Bicultural Identity Integration and Global Identification. *International Journal of Psychology*, 57(4), 491-500
- Boyd, D. M & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: definition, history, and scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, pp. 230-210.

- Chogugudza, C. (2022). African Diaspora Experience of Transnationalism, Social Networks and Identity: The Case of Zimbabwean Social Workers in the United States. *Journal of Black Psychology*, 48(1), 1-19.
- Larsen, M. C (2009); Girls are More Preoccupied With Photo Comments Than Boys, Retrieved from, <http://www.malenel.wordpress.com>.
- Mc Connell, E.; Neray, B.; Hogan, B.; Korpak, A.; Clifford, A. & Birkett, M. (2018). Everybody Puts Their Whole Life on Facebook: Identity Management and the Online Social Networks of LGBTQ Youth. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(3), 1-19.
- Praprotnik, T.(2004). How to Understand Identity in Anonymous, Communication "? Available in : www.hsd.hr/revija/pdf/01/-2-1/2004/praprotnik.pdf.