

هویت‌سازی با تکیه بر رسانه‌های نوین

فاطمه تقوی رضانی^۱ / محمد سلطانی‌فر^۲ / حسن درزیان رستمی^۳ / حمید رضا حسینی‌دانا^۴

تاریخ پذیرش نهایی: تیر ۱۴۰۲

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۱۴۰۲

چکیده

هدف پژوهش تبیین نقش رسانه‌های نوین در هویت‌سازی سیاسی اعضای جامعه شبکه‌ای است ویژگی‌ش، ارائه شاخص بر یکدیگر از تکنیک حداقل مربعات جزئی استفاده شد. ابزارهای تجزیه و تحلیل آماری smart pls نسخه ۳، IBM SPSS Statistics نسخه ۲۶ استفاده شد. جمع‌آوری اطلاعات، تلفیقی از روش‌های اسنادی، میدانی بوده به این ترتیب که از روش اسنادی برای پیشینه پژوهش و از روش میدانی جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده گردید ولی مبنای تجزیه و تحلیل، داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از روش دلفی است و ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه ساختارمند و در قالب طیف لیکرت و پرسش‌نامه آنلاین می‌باشد. جامعه آماری در بخش کیفی متشکل از خبرنگاران، اساتید علوم سیاسی و ارتباطات، با حجم نمونه ۱۵ نفر و در بخش کمی ۶۰ نفر می‌باشد که با روش نمونه‌گیری گلوله برفی مجازی انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد رسانه‌های نوین تأثیر مثبت و معناداری بر هویت‌سازی سیاسی دارند. و این بدان معناست که رسانه‌های نوین مفهوم هویت را تغییر می‌دهند و فضای مجازی با نحت تأثیر قراردادن نحوه تفکر دنیا را متحول و دنیای جدیدی ساخته استپژوه‌های هویت‌ساز رسانه‌های نوین است، رویکرد پژوهش ترکیبی است و از تکنیک دلفی برای شناسایی شاخص‌های رسانه‌های نوین و هویت استفاده گردید و برای آزمون مدل اکتشافی و تحلیل میزان اثرات متقابل این متغیرها.

واژگان کلیدی: رسانه‌های نوین، هویت‌سازی، سیاست، جامعه شبکه‌ای، هویت.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار، گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: msoltanifar@yahoo.com

۳- استادیار، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴- استادیار، گروه مدیریت رسانه، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران

مقدمه

هویت یکی از پیچیده‌ترین اصطلاحاتی است که مطالعات سیاسی و فلسفه و جامعه‌شناسی با آن رودرروست. این مفهوم بینارشته‌ای و متغییر را می‌توان به خلاصه‌ترین شکل ممکن، بدین‌گونه تعریف کرد: «هویت هر آن چیزی است که «من» را یا «ما» را می‌سازد یا به «من بودن» یا «ما بودن» معنا می‌بخشد. (صالح، ۱: ۱۳۹۸)

به عقیده جی دان: «هویت و مضامینی که با آن در عصر حاضر مرتبط هستید به دلیل واقعیتی است که دوران‌گذار یعنی حرکت از جامعه سنتی به مدرنیته نامیده می‌شود، دورانی که تحولات شدید هویتی به واسطه آن رخ داده است» (ربانی و رستگار، ۲: ۱۳۹۲) به باور آنتونی گیدنز، مؤلفه‌های مدرنیته، تأثیر شگرفی بر هویت افراد داشته‌اند، به طوری که هیچ فردی هویت واحدی ندارد و به عبارت دیگر، قابلیت انعطاف هویت در چهارچوب مدرنیته و مؤلفه‌های مربوط به آن به طور چشم‌گیری افزایش یافته است. امری که حکایت از ظهور بستری تازه برای تکوین هدایت دارد. رسانه‌های جمعی خود، از محصولات دوران مدرن و عصر تکنولوژی و ارتباطات به شمار می‌روند و از این جهت ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. در جهان پر هیاهو و آشفتگی مدرن، امکان حضور مستقیم عموم مردم در محل وقوع رویدادهای مختلف عملاً امکان‌پذیر نیست. بنابراین، این رسانه‌ها هستند که به عنوان حلقه وصل‌کننده رویدادها و عموم قرار می‌گیرند و وظیفه اطلاع‌رسانی را انجام می‌دهند (کاویانی، ۴۶: ۱۳۸۷) حضور کمی رسانه‌های 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 رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی بیش از گذشته شده است. (رضوی‌زاده، ۱۰۹: ۱۳۸۵)

طی چند دهه اخیر ظهور صنایع الکترونیک و گستره فضای اطلاعاتی جدید در بسترهایی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی، تشدید دگرگونی‌های فرهنگی و اجتماعی را در پی داشته و نگرش افراد به ویژه نسل جوان را دچار تغییرات عمده‌ای کرده است. مجموعه این تحولات موجب شده است که مسئله مهمی مانند هویت و ابعاد مختلف آن و نیز تأثیر این مفهوم بر کنش و نگرش نسل جوان، اهمیتی دوچندان یابد. چنانچه نسل جوان از نگرش و باور پویا و مستحکم فرهنگی تهی شود و نتواند دنیای درونی و ذهنی خود را با هنجارها و ارزش‌های بادوام تطبیق دهد. دچار انزوا، بی‌انگیزگی و نوعی بدبینی نسبت به جامعه می‌شود و به این ترتیب، شرایط برای بحران هویت در جامعه فراهم می‌آید. در جوامع پیشامدرن، هویت یک امر انتسابی و مشخص است، به همین دلیل نیز هویت افراد بر این اساس هیچ تغییری نمی‌کند اما در جوامع

مدرن، هویت انعطاف‌پذیر است و هویت افراد جامعه هر لحظه، تحت تأثیر عوامل مختلف، دچار دگرگونی می‌شود. (مهدی‌خانی و همکاران، ۹۵: ۱۴۰۱-۷۳)

با توجه به اهمیت هویت و نقش مدرنیته و به خصوص اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در هویت‌سازی، این پژوهش در صدد شناسایی شاخص‌های هویت‌ساز شبکه‌های اجتماعی با هدف تبیین نقش رسانه‌های نوین در هویت‌سازی اعضای جامعه شبکه‌ای است.

پیشینه پژوهش

پژوهش "مدل‌سازی معادله ساختاری تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی" نوشته غلامرضا تاجبخش، فرهاد گودرزی در سال ۱۴۰۱ بیان‌گر آن است که دو بعد شناختی و ارتباطی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی تأثیر داشته و ابعاد هویتی جوانان این استان را تحت تأثیر قرار داده هست، هرچند اثرگذاری این دو بعد در سطح ضعیفی بوده است.

مقاله پژوهشی "مطالعه جامعه‌شناختی نسبت ابعاد چهارگانه هویت (مطالعه موردی: نوجوانان شهر سنندج)" محمود علیگو، مجید موحد و احسان حمیدی‌زاده منتشر شده در سال ۱۴۰۱ به این نتیجه رسیدند که هویت رسمی در بین دیگر ابعاد هویت، محور است و تمام ابعاد هویت با بعد هویت ملی رابطه مستقیم و مثبتی دارند. بعد هویت محلی با دیگر ابعاد هویت ارتباط مستقیمی ندارد و کم‌تر از سایر ابعاد هویتی تأثیر پذیرفته است.

مقاله "بررسی عوامل مؤثر بر روند هویت سیاسی جمهوری اسلامی ایران" نوشته مهدیه نامدار، غلامرضا بهروزی لک در سال ۱۳۹۹ نشان داد، فرصت‌ها و تهدیدات زیادی پیش‌روی آینده هویت سیاسی ایران است. با استفاده از فرصت‌ها و به کارگیری صحیح ابزارهای ارتباطی نوین، می‌توان افزایش قابل ملاحظه‌ای در سطح مشارکت مردم، گسترش فضای اعتماد در جامعه و به دنبال آن حس تعلق و وابستگی افراد در داخل از یک سو و مرزبندی شفاف و واقعی همراه با اقتدار با خارج از نظام را از سوی دیگر داشت.

مقاله "پست مدرنیسم و هویت سیاسی" نوشته علی اشرف نظری در سال ۱۳۸۵ ضمن بررسی وضعیت پست مدرن، هویت سیاسی پست مدرن، و نحوه تحلیل هویت سیاسی از سوی پست مدرن‌های ایجابی، این فرضیه را مورد مذاقه و بررسی قرار می‌دهد که پست مدرن‌ها با درانداختن نوعی نظام مفهوم، چارچوب‌ها و به دلیل‌های متفاوت، چشم‌اندازهای جدیدی را برای تحلیل هویت و کنش سیاسی فراهم می‌آورد.

مکان جغرافیایی یا موقعیت محلی، نژاد، قومیت و ... که افراد را می‌توان به منظور اهداف سیاسی در طیفی از ویژگی‌های تعیین‌کننده گروه‌بندی کرد. گونه نخست حاکی از هویت فردی در بستر سیاسی بوده و دیگری هویت سوژه سیاسی است که به عنوان واحد تحلیل سیاسی، شهروند عضو یک گروه یا ملت اخذ شده است. فرد به خاطر تعلق به داشتن ویژگی‌های یک تشکل سیاسی و یا تشکل دارای. بعد سیاسی شناسایی شده و به هویتی منتسب می‌شود. (بهروز تک و شکوری، ۴۶: ۱۳۸۵)

کاستلز هویت را فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت دارد. به نظر کاستلز "در جامعه شبکه‌ای، برای بیش‌تر کنش‌گران اجتماعی، معنا، حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان، قائم به ذات است. اما در اینجا قانون توجه عمدتاً معطوف به هویت جمعی خواهد بود تا به هویت فرد، هر چند که فردگرایی (که با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد. کاستلز بر این نظر است که هویت، امری است که توسط کنش‌گران و به صورتی جمعی ساخته می‌شود. آنتونی گیدنز که شناخته شده‌ترین کوشش را در زمینه‌ی پیوند سطح خرد و کلان انجام داده. (جنکینز، ۶: ۱۳۸۱)

در کتاب "تجدد و تشخص" هویت را تعریف و فرآیند تشکل آن را مطرح می‌کند. به عقیده گیدنز "تمایل به اعتماد، در ارتباط با موقعیت‌های خاص، اشخاص یا نظام‌ها، و حتی در سطح وسیع‌تر، به طور مستقیم مرتبط است با امنیت روانی افراد و گروه‌ها، هرچه اعتماد اجتماعی، خدشه‌دار بشود از آن جایی که به حس امنیت (خواه از لحاظ روحی و یا شغلی، معیشتی، شهروندی و ...) لطمه وارد می‌شود، روحیه بومیت‌گرایی، اعتماد و استفاده از تجارب، کالاهای و خدمات فرهنگی و ... درونی و ملی جامعه دچار آشفتگی و اختلال می‌شود فرایند هویت‌یابی در دوران مدرن تغییر شکل داده، در گذشته مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت افراد کم‌تر با دنیای خارج ارتباط داشتند و ارتباط رودررو با اطراف ایشان در یک محیط ثابت و نیز سنت‌های بومی و محلی، بخش اعظم هویت آن‌ها را شکل می‌داد. به دنبال مدرنیته و بسط تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند اینترنت، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد زیرا رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی قادرند فرد را از مکان خودش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبه‌رو هستند و هویت‌یابی، شکل غیرمحلی و جهانی پیدا می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۰) به عقیده کاستلز ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییراتی اساسی در کنش

مقاله جهان شدن، هویت قومی یا هویت ملی؟ نوشته حمید احمدی در سال ۱۳۸۱ به بحث و بررسی در خصوص تأثیر جهانی شدن بر هویت قومی و ظهور واحدهای ملی جدید در عرصه جهانی می‌پردازد. به نظر نویسنده چنین برداشتی بیش‌تر ساده‌انگارانه است و لزوماً فرایند جهانی شدن به رشد قطعی و گسترده حرکت‌های قومی منجر نمی‌شود. نویسنده با تکیه بر بحث‌های مفهومی و نظری در گستره جهانی شدن و تحولات بین‌المللی، فرضیه طرف‌داران رشد حکومت‌های قومی در اثر جهانی شدن را در ابعاد گوناگون آن به نقد می‌کشد و این احتمال را می‌دهد که با توجه به تحولات گذشته، حال و آینده در سطح نظام جهانی هویت ملی و نه قومی جایگاه مستحکم‌تری پیدا کند.

یافته‌های پژوهش "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)" در سال ۱۳۹۱ نوشته ثریا معمار، صمد عدلی‌پور، فائزه خاکسار نشان می‌دهد که بر اساس یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیش‌ترین کاربران فضای مجازی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی‌اند. فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های فردی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر کرده است. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی، باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده‌اند.

یافته‌ها حاکی از آن است که بیش‌تر پژوهش‌های انجام گرفته به صورت نظری، با تأکید بر سطح کلان ابعاد فرهنگی و اجتماعی و با رویکرد کیفی یا کمی صورت گرفته است و نقش رسانه‌های جدید در هویت‌سازی سیاسی پژوهشی دیده نشد بنابراین این پژوهش با رویکردی ترکیبی و با هدف شناسایی شاخص‌ها و عوامل هویت‌ساز رسانه‌های جدید انجام شد به صورتی که تمام مراحل انجام پژوهش از جمع‌آوری جامعه آماری تا تحلیل و تحقیق در بستر رسانه‌های نوین صورت گرفت.

مبانی نظری پژوهش

هویت معطوف به بازشناسی مرز میان خود و بیگانه است که عمدتاً از طریق مقایسه اجتماعی و تمایز درون گروه از برون گروه ممکن می‌شود. (گل محمدی، ۱۶: ۱۳۸۱)

برخی نظریه‌پردازان معتقدند در کل دو روش برای نظریه‌پردازی در باب هویت سیاسی وجود دارد: نخست، تلقی آن به مثابه آگاهی شخصی از رابطه فرد با نظام سیاسی، و دیگری، کارکرد عضویت در واحدهای سیاسی و ارجاع به ویژگی‌های خاص مانند ملیت،

فردی تا عمومی‌ترین حوزه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد. حاصل دیالکتیک خود و دیگری بوده که در میان طیفی از شبکه معنایی ذهن و ساختارهای اجتماعی و فرهنگی در حرکتی رفت و برگشتی است. بدین سان، "هویت نسبی میان دو سر طیف است، نسبی که ثابت نبوده و هر آن ممکن است تغییر کند، تغییری که نه تنها از خود (شبکه معنایی) بلکه از دیگری (ساختار اجتماعی) نیز ناشی می‌شود. (علیخانی، ۸۵: ۱۳۸۶)

از نظر آنتونی گیدنز هویت شخصی، هم زاینده نهادهای امروزی است و هم به این نهادها شکل می‌دهند از این رو خود مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیر متغیرهای بیرونی باشد (گیدنز، ۱۶: ۱۳۸۷)

به عقیده گیدنز خود و جامعه در محیطی جهانی با یکدیگر تعامل دارند. هویت از نظر گیدنز و امری سیال و غیر قطعی است بنابراین محتوای هویت شخصی که ویژگی‌های زندگی‌نامه شخص از آن‌ها ساخته می‌شود. مانند دیگر عرضه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی معتبر است. (برگر و لاکمن، ۸۵: ۱۳۸۷)

به عقیده برگر، انسان به حکم انسان بودنش ناگزیر از زیستن در یک جهانی واقعی، یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست جهان درصد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است. با توجه به دیدگاه برگر، مرکزیت برنامه‌ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی خویش نسبت می‌دهد و همه به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه مدرن دامن می‌زنند. (گیدنز، ۱۵۸: ۱۳۸۴)

به عقیده، ریچارد جنکینز هویت یک امر ایستا نیست، بلکه یک فرایند پویا به عبارت دیگر، هویت مجموعه‌ای از اطلاعات بنیادین نیست که وجود داشته باشد، بلکه باید به این امر توجه کرد که هویت چگونه عمل می‌کند یا به کار گرفته می‌شود. (جنکینز، ۶: ۱۳۸۱)

جنکینز عقیده دارد که هویت افراد تحت تأثیر عواملی چون زمان و مکان بر ساخته می‌شود، به این معنا که درک ما از این که چه کسی کسی هستیم و دیگران چگونه هستند، یک فرایند سیال است. از این رو، هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق یا نبود توافق است و می‌توان درباره آن به چگونگی و چرا پرداخت. (جنکینز، ۸: ۱۳۸۱)

هویت در گذشته و امروز

تفاوت مسئله هویت در دوران اخیر با مسئله هویت در گذشته آن است که در جوامع سنتی هویت به عنوان یک چالش و مسئله مطرح نبوده است و طبیعت ادمی به عنوان آفریده خداوند امری ثابت و از پیش روشن و استوار بوده است در واقع هویت به تعبیرهای دیگر محصول کارکرد یک نظام مقتدر و از پیش تعیین شده باورهای دینی و آیینی و اسطوره‌های بوده است. شخص در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی

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 بر می‌گیرد، با ظهور فناوری‌های نوین دچار تحولات اساسی می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵: ۱۹۰) شبکه‌های اجتماعی مجازی برای تقویت و بالابردن سطح ارتباطات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند با اطلاعاتی مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و ... که کاربران بر روی پروفایل خود قرار می‌دهند، ایجاد ارتباط با دیگران تسهیل می‌شود و کاربران می‌توانند از طریق برنامه‌های کاربردی در بستر وب با یکدیگر در ارتباط باشند. (رضوی‌زاده، ۱۰۹: ۱۳۸۵)

به عقیده مانوئل کاستلز یکی از نتایج مهم گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در عصر حاضر، دگرگونی فرهنگ هست، از این رو بر اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های ارتباطی، فرهنگ تازه‌ای در حال پیدایش است که تمامی حوزه‌های وابسته انسان از جمله هویت را تحت تأثیر قرار می‌دهد، وی می‌گوید در شرایطی که کارکرد و معنا دچار دگرگونی ساختاری هستند، الگوهای ارتباطی نسبت به گذشته دچار تنش می‌شوند و ارتباط به معنای تعاملات مفهومی رو به زوال می‌گذارد. زمانی که هیچ گونه ارتباطی به وجود نیاید، گروه‌های اجتماعی و افراد نسبت به هم غریبه می‌شوند و به یکدیگر به عنوان خطر نگاه می‌کنند، در نهایت، بر اثر این روند هویت‌ها ویژه تر و مشارکت در آن‌ها دشوارتر است. (کفاشی و فلاحی، ۱۶: ۱۳۹۳)

از منظر اندیشمندان پست مدرن، با شتاب گرفتن تغییرات در جوامع هویت‌ها نیز تغییرات عظیم و بنیادی را پشت سر می‌گذارد و بر همین اساس، دچار شکنندگی و تغییر می‌شوند لیوناز معتقد است: "در وضعیت پست مدرن، هویت‌های کلان تجویزی، یکپارچه و واحد به تدریج رنگ می‌بازند و در بستر مناسبات کثرت گرایانه، تردید آمیز، نسبی و دائماً در حال تغییر و تحول، قاطعیت و وجه غالب خود را از دست می‌دهند و رو به افول و زوال می‌گذارند و جای خود را به هویت‌های خرد، بومی، محلی، منطقه‌ای، متنوع، متفاوت و هویت‌های طرد و سرکوب شده و به حاشیه رانده شده سابق می‌دهند، هویت‌هایی که تا پیش از این اساساً به چشم نمی‌آمدند و به هویت، بلکه ضد هویت مسوب می‌شدند." (لیوتارد، ۱۳۷: ۱۳۹۵)

همچنین به باور رابرتسون، مفاهیمی چون هویت و فرهنگ برای بیان رابطه بین امر جهانی و امر محلی بسیار حیاتی هستند او می‌گوید: هویت فرهنگی در عین حال که تفاوت‌های یک جامعه را شرح می‌دهد، اما عنصری از جهانی شدن را هم درون خود جای داده است و آن جامعه را به عنوان یک کل پیوند می‌رساند. از دید رابرتسون هویت‌های فردی و اجتماعی در عصر جهانی و با توجه به واقعیات موجود در عرصه جهانی، نسبی شده‌اند. (مقیمی و امینی، ۱۶۷: ۱۳۹۱)

هویت به عنوان پدیده‌ای که دامنه آن از خصوصی‌ترین تجربیات

از پیش تعیین شده و تثبیت شده‌ای به دنیا می‌آید و به ندرت می‌توانست از سرنوشت محتوم خود، یعنی از جایگاه پیشاپیش تعیین شده‌اش بگریزد. (احمدی، ۳۹: ۱۳۸۵)

اما موقعیت مدرنیته روزی هزار بار افراد را ناگزیر می‌کند با وضعیت‌های تازه‌ای روبرو شوند. موقعیت‌هایی که هر کدام هویت‌های تازه‌ای می‌طلبند. (احمدی، ۴۴: ۱۳۸۵) در این شرایط است که هویت فرد و جامعه را در چالش قرار می‌گیرد.

نگاهی به مطالعات هویت، بیان‌گر آن است که عموماً هویت‌ها در یک سلسله مراتب ارزشی و در ارتباط با یکدیگر، پازل هویتی جامعه را تعریف می‌کنند. از همین روی، هویت را باید در مقام یک کلیت منسجم از لحاظ معناشناخت ترسیم نمود. همچنین باید دانست که شکل‌گیری هویت فرد در فرایندهای اجتماعی شدن ریشه دارند. فهم پسا پیازه‌ای اخیر از یادگیری در دوران نوزادی و کودکی مجال می‌دهد که پیشرفت شناخت و تحول هویت دوش به دوش یکدیگر در اجتماعی شدن اولیه جای داده شوند. این مطلب مبین آن است که هویت‌ها که چنین در اول حیات تثبیت می‌شوند مانند: خویشی، انسانی بودن، جنسیت و در برخی شرایط خویشاوندی و قومیت را در مراحل بعدی زندگی از هویت‌های دیگر مستحکم‌تر کند بر این اساس، در فرایند هویت‌یابی، دوره نوجوانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و دشواری هویت‌یابی برای نوجوانان و جوانان و اثرگذاری فضای مجازی در تحولات هویتی (تاجیک اسماعیلی و میمنت‌آبادی، ۱۸۳: ۱۴۰۰) در بسیاری از کشورها تبدیل به مسئله‌ای جدی شده است. کاستلز برخلاف اکثر نظریه‌های اجتماعی کلاسیک که فرض را بر تسلط زمان بر مکان می‌گذارند، این فرضیه را مطرح می‌کند که مکان، زمان را در جامعه شبکه‌ای سازمان می‌دهد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۴۰) به موجب این نظریه، تحت تأثیر "پارادایم فناوری اطلاعات، شکل‌ها و فرایندهای اجتماعی منائر از آن "فضای جریان‌ها" شکل می‌گیرد که منطق جدیدی دارد "فضای جریان‌ها سازمان‌دهی مادی عملکردهای اجتماعی است که دارای اشتراک زمانی هستند و از طریق جریان‌ها عمل می‌کنند. (کاستلز، ۴۷۷: ۱۳۸۰)

از نظر کاستلز جامعه پیرامون "جریان‌ها" شکل می‌گیرد و جریان‌ها سازنده فرایندهای حاکم بر زندگی سیاسی و اجتماعی هستند کاستلز سه لایه از تکیه‌گاه‌های مادی فضای جریان‌ها را چنین تشریح می‌کند: لایه نخست توسط مداری از محرک‌های الکترونیکی مثل میکروالکترونیک، مخابرات، پردازش کامپیوتری، سیستم‌های رادیو تلویزیونی و حمل و نقل سریع متکی بر IT^۱ ایجاد می‌شود. این زیرساخت تکنولوژیک همچون شهر صورتی از فضا و تکیه‌گاهی

مادی برای عملکردهای اجتماعی همزمان است. در این شبکه، هیچ مکانی به خودی خود وجود ندارد، چون جایگاه‌ها به وسیله جریان‌ها تعریف می‌شوند، بنابراین شبکه ارتباطی سازمان‌دهنده فضا است. مکان‌ها از میان نمی‌روند، بلکه منطق و معنای آن‌ها در شبکه جذب می‌شود. (کاستلز، ۴۷۸: ۱۳۸۰)

لایه دوم؛ از گره‌ها، بازوها و محورهای آن‌ها تشکیل می‌شود. گره‌ها و محورهای ارتباطی عواملی هستند که نقش هماهنگ‌کننده را در مقابل میان اجزای شبکه ایفا می‌کنند و بر اساس اهمیتی که در شبکه دارند به گونه‌ای سلسله مراتبی سازمان یافته‌اند. ویژگی‌های گره‌ها به نوع کارکردهای هر شبکه بستگی ندارد. ساده‌ترین نوع شبکه‌ای و گره‌های آن شبکه‌های مرتبط با اقتصاد جهانی و شکل‌گیری شهر جهانی به عنوان یک فرایند و نه مکان است که اساس آن تولید اقتصاد اطلاعاتی جهانی است. جهت‌گیری مکان محور فضای جریان‌ها محدود به جریان‌های سرمایه نیست، مهم‌ترین فرایندهای مسلط جامعه در شبکه‌هایی تحقق یافته‌اند که مکان‌های مختلف را به یکدیگر پیوند می‌دهند و در سلسله مراتب تولید ثروت، پردازش اطلاعات و ایجاد قدرت نقش و ارزش ویژه‌ای را به هریک محول می‌کنند. (کاستلز، ۴۸۰: ۱۳۸۰)

لایه سوم به سازماندهی مکانی نخبگان مدیریتی مسلط و نه طبقات اشاره دارد.

هویت زاینده تفاوت‌ها و شباهت‌های ما با دیگری است و یک امر سیال و فرار و فراجغرافیایی است. اما یک ساختار سیاسی همواره سعی می‌کند آن را یک شکل نشان دهد. حکومت مرکزی برای این که بتواند بین مردم در جغرافیای خودش با کسانی که در آن طرف مرز هستند تمایز ایجاد کند، شاخص‌های مشترک مثل مذهب، جغرافیا، زبان، لهجه و تاریخ را برای ایجاد وحدت و حس همبستگی بین مردم برجسته می‌کند. تاریخ نوشته می‌شود، تحریف می‌شود، افسانه به آن اضافه می‌شود و چنان در یک مسئله ساده مبالغه می‌شود که در افراد حس غرور و افتخار ایجاد کند. حافظه‌ی تاریخی ایجاد می‌شود، باور می‌شود، عناصر فرهنگی به آن اضافه می‌شود، و در نهایت باعث می‌شود نه تنها ما عاشق خودمان بشویم، بلکه از دیگران نیز متنفر بشویم. این تنفر و این عشق لازمه‌ی هویت سیاسی است. (علم، ۱: ۱۳۹۸)

روش پژوهش

با توجه به عنوان، این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و می‌توان در زمره تحقیقات علی و غیر آزمایشی به حساب آورد و از نظر ارتباط بین متغیرها در زمره تحقیقات توصیفی و بر اساس

۱. Technology information

که پس از جمع‌آوری داده‌ها، امتیاز هر شاخص یا نشان‌گر از مجموع ارزش عددی وزن هر گزینه سؤال مربوط به نشان‌گر ضربدر فراوانی مربوط به آن تقسیم بر تعداد کل پاسخ‌دهندگان به سؤال مورد نظر به دست می‌آید. (فیضی کوشکی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱) در مطالعات دلفی معیارهایی که متوسط رتبه ۳/۵ یا بالاتر را کسب کنند پذیرفته می‌شوند. وقتی امتیاز هر شاخص به دست آمد با مراجعه به طیف قضاوت پنج قسمتی (کاملاً نامطلوب، نامطلوب، نسبتاً مطلوب، مطلوب، کاملاً مطلوب) سطح مطلوبیت آن مشخص شد. امتیاز داده شده به عوامل از سوی خبرگان و نخبگان حاکی از این است که ۲۵ معیار آزمون شده دارای ارزش بسیار مطلوب و مطلوب هستند و ارزشی با ارزش نامطلوب و کمی نامطلوب و یا کمی مطلوب گزارش نشد. و در نهایت با تکیه بر مبانی نظری و با شیوه اکتشافی مدل مفهومی زیر پیشنهاد می‌گردد لازم به توضیح است مدل اکتشافی برگرفته از مبانی نظری است و پژوهش‌گر از دانش خود در زمینه تئوری و پژوهش تجربی در جهت فرضیه‌بندی الگوی روابط بین متغیرهای پنهان و متغیرهای آشکار استفاده کرده و درصدد است که میزان تأثیر هر کدام از متغیرهای مستقل بر روی وابسته و در نهایت برانزنگی مدل خود را ارزیابی و سپس با استفاده از تحلیل‌های آماری آن‌ها را آزمون کند. هر کدام از متغیرها را با تعدادی گویه در قالب پرسش‌نامه سنجیده شده و هیچ یک از متغیرها به طور مستقیم از پاسخ‌گو سؤال نشده است. (جدول ۲)

در این مدل متغیر رسانه‌های نوین متغیر مستقل و متغیر هویت‌سازی متغیر وابسته مفروض می‌گردد. (شکل ۱) با توجه به مدل مفهومی، می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد. فرضیه اصلی: رسانه‌های نوین بر هویت‌سازی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

طراحی مدل حداقل مربعات جزئی

برای تحلیل مدل‌ها در روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی، ابتدا باید به بررسی برازش مدل و سپس آزمون فرضیه پژوهش پرداخت. بررسی برازش مدل در دو بخش برازش مدل‌های اندازه‌گیری و برازش مدل ساختاری انجام می‌شود در این پژوهش برازش مدل در سه بخش، برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی انجام می‌شود به این ترتیب که ابتدا با استفاده از معیارهای پایایی و روایی از صحت روابط موجود در مدل اطمینان حاصل کرده و پس از بررسی و تفسیر روابط موجود در بخش ساختاری برازش کلی مدل پژوهش انجام می‌گیرد. و در نهایت به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، از سه معیار پایایی، روایی هم‌گرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. پایایی از طریق سه آزمون آلفای

ماهیت و روش یک پژوهش توصیفی-پیمایشی می‌باشد. و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات از نوع میدانی (پیمایشی) می‌باشد. رویکرد این پژوهش ترکیبی (کمی و کیفی) است. داده‌های کیفی این تحقیق با استفاده از قضاوت خبرگان و بر مبنای تکنیک دلفی استخراج می‌شود بدین صورت که ابتدا با مصاحبه عمیق به استخراج متغیرهای، رسانه‌های نوین و هویت‌سازی پرداخته شد و سپس با روش کمی (تکنیک حداقل مربعات جزئی) میزان اثرات متقابل این متغیرها بر یکدیگر استخراج و با ابزارهای تحلیل آماری تجزیه و تحلیل شد. جمع‌آوری اطلاعات بر اساس تلفیقی از روش‌های اسنادی و میدانی می‌باشد. به این صورت که در خصوص ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش‌های اسنادی (مقاله‌های علمی و پایان‌نامه‌ها) و جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش میدانی (مصاحبه با خبرگان) استفاده گردید ولی منبع و مبنای اصلی داده‌های تجزیه و تحلیل، نظرات کارشناسان و متخصصین می‌باشد که با استفاده از روش دلفی به عنوان نوعی نظرخواهی تخصصی، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شده است. ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه ساختارمند (پرسش‌نامه با سؤالات بسته و در قالب طیف لیکرت) است که با توجه به اقتضای شرایط و همه‌گیری بیماری کوید ۱۹ به صورت آنلاین و در قالب ارسال لینک پرسش‌نامه در شبکه‌های اجتماعی واتساب، تلگرام، اینستاگرام و ایمیل در بین اعضای پنل دلفی توزیع و جمع‌آوری شده است. و از دو نوع پرسش‌نامه دلفی و حداقل مربعات جزئی استفاده شده است، پرسش‌نامه‌ها نظرات پاسخ‌دهندگان و متخصصان را به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری نموده است. در این شیوه، از پاسخ‌دهندگان درخواست شده با استفاده از مجموعه‌ای استاندارد از پرسش‌ها، میزان موافقت یا مخالفت خود را با یک عامل بیان دارند. اعضای پانل دلفی از ۱۵ کارشناس با تجربه، اساتید، خبرگان و دیپلمات‌ها به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی و ترکیبی از روش‌های هدفمند گلوله برفی مجازی تشکیل شده‌اند به اجماع و اشباع نظری رسیده شد. جهت بررسی روایی پرسش‌نامه از نظرات اساتید محترم راهنما، مشاور و متخصصان استفاده شده است؛ به این منظور پرسش‌نامه ابتدا در اختیار اساتید راهنما و مشاور قرار گرفت و از آنان در مورد هر سؤال و ارزیابی هدف مربوط، نظر خواهی شد و اصلاحات پرسش‌نامه مورد تأیید قرار گرفت و بدین ترتیب روایی پرسش‌نامه به تأیید رسید. پایایی به دقت، اعتمادپذیری، ثبات یا تکرارپذیری نتایج آزمون اشاره دارد. جهت سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده روش آلفای کرونباخ که از مهم‌ترین و رایج‌ترین روش‌ها می‌باشد استفاده شده است. (جدول ۱)

در فاز اول، تکنیک دلفی در ۴ راند و در قالب دو بعد رسانه‌های نوین، هویت‌سازی با ۲۵ شاخص به اجماع نظری رسیده شد. بدین ترتیب

خروجی Q_2 مدل مقادیر مثبت را نشان می‌دهد که حاکی از این است که سازه قابلیت پیش بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را دارد و روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده و سازه‌ها قادر خواهند بود تا تأثیر کافی بر شاخص‌های یکدیگر بگذارند. با توجه به یافته‌ها سازه هویت‌سازی توانایی پیش‌بینی متوسط دارد. شاخص GOF مربوط به برازش بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار می‌توان پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. فرمول آن طبق وتزلس و همکاران (۳۵) عبارت است از

رابطه ۱:

$$GOF = \sqrt{\text{average (AVE)} \times \text{average (R2)}}$$

آن‌ها سه مقدار برای ارزیابی شاخص GOF در نظر گرفته‌اند: ضعیف: اگر بین ۰,۱ تا ۰,۲۵ باشد، متوسط اگر بین ۰,۲۵ تا ۰,۳۶ باشد و قوی اگر از ۰,۳۶ بیش‌تر باشد. (جدول ۵)

مقدار GOF برآورد شده (۰/۵۳۳) کیفیت مدل را قوی ارزیابی می‌کند. بر اساس نمودار شاخص F_2 کوهن (۳۶) اگر شاخص اندازه اثر بین ۰/۰۲ تا ۰/۱۵ باشد، قدرت پیش‌بینی پایینی دارد. اگر مقدار شاخص بین ۰/۱۵ تا ۰/۳۵ باشد، قدرت پیش‌بینی متوسطی دارد. در نهایت اگر شاخص اندازه اثر بیش از ۰/۳۵ باشد، قدرت پیش‌بینی بالا دارد. با توجه به مقادیر گزارش شده اثر رسانه‌های نوین بر هویت‌سازی بسیار قوی (۱/۲۷۹)، برآورد شده است. نتیجه اینکه سازه، قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را دارد و روابط بین سازه‌ها به درستی تعریف شده و سازه‌ها قادر هستند تا تأثیر کافی بر شاخص‌های یکدیگر بگذارند. مقدار بارعاملی بین سؤالات پرسش‌نامه و متغیرهای مکنون بیش‌تر از (۰/۴) نشان‌دهنده این است که سؤالی که برای آن سازه به کار برده‌ایم به خوبی متغیر مکنون مورد نظر را سنجیده است. معناداری ضرایب مسیر فقط صحت رابطه‌ها را نشان می‌دهد نه شدت رابطه بین سازه‌ها. پس با این نتیجه ضرایب مسیر (بارهای عاملی) گزارش شده در جدول ذیل نشان از صحت رابطه‌ها در سطح اطمینان ۰/۹۹ است. ضریب تعیین نشان از تأثیری متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا است این معیار قابلیت کاهش خطاها در مدل اندازه‌گیری و افزایش واریانس بین سازه و شاخص‌ها را دارد که صرفاً در PLS کنترل می‌شود. (چین، ۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۳۳، ۰/۱۹، ۰/۶۷ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شدت رابطه معرفی می‌کند که مقدار ضریب تعیین متغیرهای درون‌زا در حد قابل قبولی هستند. جمع‌بندی نتایج به شرح ذیل می‌باشد. (جدول ۶)

کرونباخ، پایایی ترکیبی و قابلیت اطمینان شاخص (بارهای عاملی) و روایی از طریق روایی هم‌گرا و روایی واگرا سنجیده می‌شود. (احمدی و همکاران، ۹۷: ۱۳۹۷)

برای بررسی برازش مدل ساختاری از ضریب تعیین R_2 ، شاخص Q_2 و F_2 در نهایت برای بررسی برازش کل مدل از شاخص نکویی برازش GOF ، استفاده شد. بار عاملی، معرف همبستگی متغیر آشکار با عامل است، در نتیجه مانند هرگونه همبستگی دیگر تفسیر می‌شود. وجود بارهای منفی نشان می‌دهد برخی از متغیرها بیان‌گر عکس چیزی هستند که به وسیله آن عامل مشخص می‌شود. همچنین، اهمیت نسبی متغیرها به وسیله مقدار مجذور بارهای عاملی نشان داده می‌شود. در این پژوهش متغیری با مقدار منفی گزارش نشد. (شکل ۲، ۳ و جدول ۳)

پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در همه متغیرها بالاتر از ۰,۷ است و مقادیر بارهای عاملی همه متغیرها بالاتر از ۰,۵ است که نشان‌گر سطح معناداری قوی و همبستگی زیاد بین متغیرهای مشاهده شده و عامل می‌باشد در نتیجه مدل از پایایی خوبی برخوردار است. و مقدار AVE از ۰,۵ بیش‌تر و همچنین CR از مقادیر AVE و ۰,۷ بزرگ‌تر است در نتیجه شروط روایی هم‌گرا وجود دارد. اعداد موجود در ماتریس شاخص $HTML$ از ۰,۹ کم‌تر است و شرط روایی واگرا برقرار است و بیان‌گر این است که روایی واگرایی مدل مناسب است در مجموع می‌توان گفت مدل برازش اندازه‌گیری مناسبی دارد و سازه خوب تعریف شده است. (جدول ۴)

ضریب تعیین $RSquare$ معیاری است که بیان‌گر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. مقدار $RSquare$ تنها برای متغیرهای درون‌زای مدل (وابسته) ارائه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار آن برابر صفر است مقادیر گزارش شده ضریب تعیین R_2 نشان می‌دهد که (۰/۵۶۱) از متغیر هویت‌سازی توسط متغیر مستقل رسانه‌های نوین تبیین می‌شود و مقادیر بالاتر از ۰/۳۳ نشان از قوت رابطه بین آن سازه و سازه‌های درون‌زا است. چون با افزایش متغیرهای مستقل میزان R_2 به میزان کاذب افزایش یابد از ضریب R_2 تعدیل شده استفاده می‌گردد R_2 تعدیل شده میزان R_2 را با توجه به متغیرهای مستقل اضافه شده به خط رگرسیون و با توجه به عرض از مبداهای جدید، تعدیل و اصلاح می‌کند. وجه برتری R_2 تعدیل شده به R_2 این است که درصد نشان داده شده توسط ضریب تعیین تعدیل شده فقط حاصل از تأثیر واقعی متغیرهای مستقل مدل بر وابسته است و نه همه متغیرهای مستقل تفاوت اندک میان $RSquare$ و R تعدیل شده نشان می‌دهد متغیرهای مستقلی که به مدل اضافه شده‌اند به درستی انتخاب شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

فرضیه اصلی: رسانه‌های نوین بر هویت‌سازی تأثیر مثبت و معناداری دارد. (شکل ۴)

مقدار آماره تی در واقع ملاک اصلی تأیید یا رد فرضیات است. اگر این مقدار آماره به ترتیب از ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ بیش‌تر باشد نتیجه می‌گیریم که آن فرضیه در سطوح ۹۰، ۹۵ و ۹۹ درصد تأیید می‌شود. با توجه به یافته‌ها اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته با مقدار آماره تی ۱۵/۱۱۱ در سطح ۹۹ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد که نشان از رابطه معنا دار و بسیار قوی مسیر مستقیم متغیر مستقل (رسانه نوین) بر وابسته (هویت‌سازی) است و با افزایش متغیر مستقل شاهد افزایش در متغیر وابسته خواهیم بود و فرضیه اصلی مورد تأیید قرار می‌گیرد به عبارتی رسانه نوین نقش بسیار قوی و مؤثر در هویت‌سازی دارد.

رسانه‌های نوین با قابلیت ارتباط بر خط میان کاربران ارتباط‌سازی و در نهایت شبکه‌سازی می‌کنند و با کنش‌گری، تصویرسازی، عملیات روانی، روایت مطلوب خود را تولید و با جهت‌دهی و جریان‌سازی موجب تقویت هم‌گرایی کاربران می‌گردد از طرفی رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی با بهره‌گیری از نقش کلیدی خود که همان آموزش و افزایش آگاهی است فرهنگ‌سازی کرده و با ایجاد شناخت و تأثیر بر احساس و ادراک که منجر به احساس تعلق می‌شود موجب افزایش مشارکت عمومی، گفت‌وگو و انسجام‌سازی گردیده و موجب افزایش اعتماد و باورمندی مردم و در بعد کلان مشروعیت می‌گردد از طرفی با اعتمادسازی موجب اعتباردهی، مزیت‌سازی و ظرفیت‌سازی شده و با تصمیم‌سازی مؤثر، در نهایت بر هویت تأثیر می‌گذارد. نتیجه کلی این تحقیق با نتایج تحقیق (نامدار و بهروزی لک، ۱۳۹۹) مطابقت دارد یافته‌های تحقیق آن‌ها نشان داد با به کارگیری صحیح ابزارهای ارتباطی نوین، می‌توان افزایش قابل ملاحظه‌ای در سطح مشارکت مردم، گسترش فضای اعتماد در جامعه و به دنبال آن حس تعلق و وابستگی افراد در داخل و از سوی دیگر مرزبندی شفاف و واقعی همراه با اقتدار با خارج از نظام داشت.

به اعتقاد مارشال مک لوهان، وجه ممیزی دوره‌های تاریخی در هر جامعه، وسایل پیام‌رسانی آن‌ها است، که خود تعیین‌کننده الگوهای فرهنگی و قدرت سیاسی می‌باشد. (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۳۱۰-۳۱۱) به اعتقاد کاستلز، از آن‌جا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه‌ی فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته‌ی تاریخ می‌باشد. با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردند. (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۸۳)

خود دانست که در نهایت در شکل‌گیری هویت، نقش به‌سزایی دارد. رسانه‌های نوین با قابلیت ارتباط بر خط میان کاربران ارتباط‌سازی و در نهایت شبکه‌سازی می‌کنند و با کنش‌گری، تصویرسازی، عملیات روانی، روایت مطلوب خود را تولید و با جهت‌دهی و جریان‌سازی موجب تقویت هم‌گرایی کاربران شده و در نهایت با ایجاد حس تعلق موجب هویت‌سازی و ظرفیت‌سازی می‌شوند زمانی یک جامعه در سطح مطلوبی از هم‌گرایی اجتماعی قرار داشته باشد، نظام سیاسی توان تبدیل همبستگی اجتماعی به انسجام ساختاری را خواهد داشت.

رسانه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر معنای هویت دارند و مفهوم هویت را تغییر می‌دهد و این بدین معناست که رسانه دنیا را متحول و دنیای جدیدی ساخته است، همان‌گونه که بارتل خاطر نشان می‌کند: «هویت، حاصل تفکر است که در قالب‌های گوناگون (در عمل یا در قالب لغات) ظهور می‌کند» و با توسعه عرصه مجازی، نحوه تفکر او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در مقابل گستره وسیعی را فراهم می‌آورد که کاربر هویت خود را در آن براساس ترجیحات خود ابراز می‌کند و به منصفه ظهور می‌رساند. به عبارت دیگر، فضای مجازی امروز تنها آینه منعکس‌کننده کاربر مقابل خود نیست، بلکه تا حد زیادی چگونگی کیفیت کاربر خود را نیز تعریف می‌کند. (گرامی و گاموری، ۳: ۱۳۹۶)

داده‌های مبادله شده بین کاربران در رسانه‌های جدید و در فضای اینترنت هویت کاربران را می‌سازد که از نظر پاستر این هویت‌سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می‌گیرد به طور مشابه "گیدنز" خاطر نشان می‌کند که جهان مدرن متأخر به شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی، شالوده‌ی هویت فردی را می‌سازد. (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲)

این امر اهمیت رسانه‌های ارتباطی (از جمله اینترنت) را در دنیای معاصر دوچندان می‌کند وسایل ارتباطی دیجیتالی اجازه می‌دهد که شما بتوانید ذخیره اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهید و با آن به زندگی‌تان نظم دهید. افزایش توانایی فرد در استفاده از اطلاعات به طور مستقیم امکان کنترل را کاهش داده است، کما اینکه به عقیده "گیدنز" با توجه به وابستگی و اتکای روزافزون دنیای امروز به نظم اطلاعاتی بازتابی، کنترل اطلاعات به نحو برگشت‌ناپذیری غیرممکن شده است. (گیدنز، ۱۱۸: ۱۳۷۹)

کاهش نقش عوامل کنترلی و افزایش قدرت فرد در به نمایش گذاردن هویت خویش در اینترنت، روند مزبور را تقویت می‌کند. در نتیجه، منابع شکل‌دهنده به هویت و قدرت انتخاب فرد، به نحو چشم‌گیری رشد می‌کند. آزادی عمل فرد در برخورد با هویت‌های دیگر در روی شبکه باز هم این روند را تقویت می‌کند. به هر حال، اینترنت فردیت جدید را در درون یک ساختار الکترونیکی مجازی

می‌سازد و ظرفیت‌های فرد را برای فعلیت بخشیدن به هویت‌های شخصی خود گسترش می‌دهد. (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲)

هویت سیاسی کارش این است که هویت فردی را به هویت جمعی تبدیل کند و قدرت بسیج کردنش را نیز داشته باشد، تا این مکانیسم من علیه دیگری را (بر اساس اختلاف‌های سلیقه‌ای یا خیالی که ایجاد می‌کند) راه بیندازد. هویت بر اساس برساخته‌های تاریخی - جامعه‌ای ساخته می‌شود و تغییر می‌کند. وقتی هویت ساخته شد، حقیقت پیدا می‌کند و افراد به آن ایمان می‌آورند و آن وقت دیگر آنقدر قوی می‌شود که افراد آن کشور حتی جانشان را برایش می‌دهند. دیگر مهم نیست که درست است یا غلط.

تشابهات بین جوامع خیلی بیش‌تر از تفاوت‌هاست؛ اما چیزی که مردم را بسیج می‌کند، تفاوت‌هاست، نه تشابهات. (احمدی و ایزدی، ۱۳۹۸: ۲۹۵-۳۲۰)

اینترنت و پیامد آن شبکه‌های اجتماعی با ویژگی بارز شبکه‌سازی و فرا زمان و مکان بودن و تاکتیک‌های روانی نقش ویژه‌ای در برجسته‌سازی، مشارکت عمومی و ایجاد تفاوت‌ها و شباهت‌ها و در نهایت هویت‌سازی به خصوص هویت سیاسی بازی می‌کنند.

پیشنهادهای و محدودیت‌های پژوهش

در پایان هر فعالیت تحقیقی، محقق با توجه به آزمون فرضیه‌ها و رد یا قبول فرضیه‌ها باید نتایج کار را ارائه دهد. نتایج حاصل از فرضیه‌ها نیز اساس شکل‌گیری پیشنهادها برای انجام پژوهش هستند. با توجه به فرضیه تحقیق، پیشنهاد پژوهش‌گر برای همراهی با موج تغییر و تحول جهانی، بهره‌مندی هدفمند و برنامه‌ریزی شده از ظرفیت رسانه‌های جدید در مدیریت جریان پیام و تصمیم‌سازی‌ها با هدف هویت‌سازی سیاسی و حفظ منافع ملی است. از آنجا که منافع ملی یک امر ثابت نیست و متغیر است، در پی‌جویی تحقق منافع ملی استفاده از رسانه‌های نوین برای شناخت و پیدا کردن تصویر واقعی افراد مفید است.

در انجام پژوهش‌های علمی گاهی مسائلی ایجاد می‌شود که ممکن است نتایج تحقیق را زیر سؤال ببرد و به پژوهش لطمه وارد کند لیکن در این پژوهش، محدودیتی که لطمه به نتایج تحقیق وارد نماید مشاهده نشد، محقق هیچ محدودیتی اعمال نکرد.

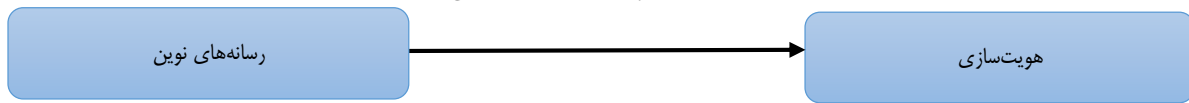
جدول شماره ۱- جامعه آماری

جامعه آماری بخش کیفی	رسته شغلی	فراوانی	دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی
جامعه آماری بخش کمی	اساتید ارتباطات و علوم سیاسی	۱۵	۱۲	۳	۰
	اساتید ارتباطات و علوم سیاسی	۳۰	۲۷	۳	۰
	خبرنگاران	۳۰	۰	۵	۲۵

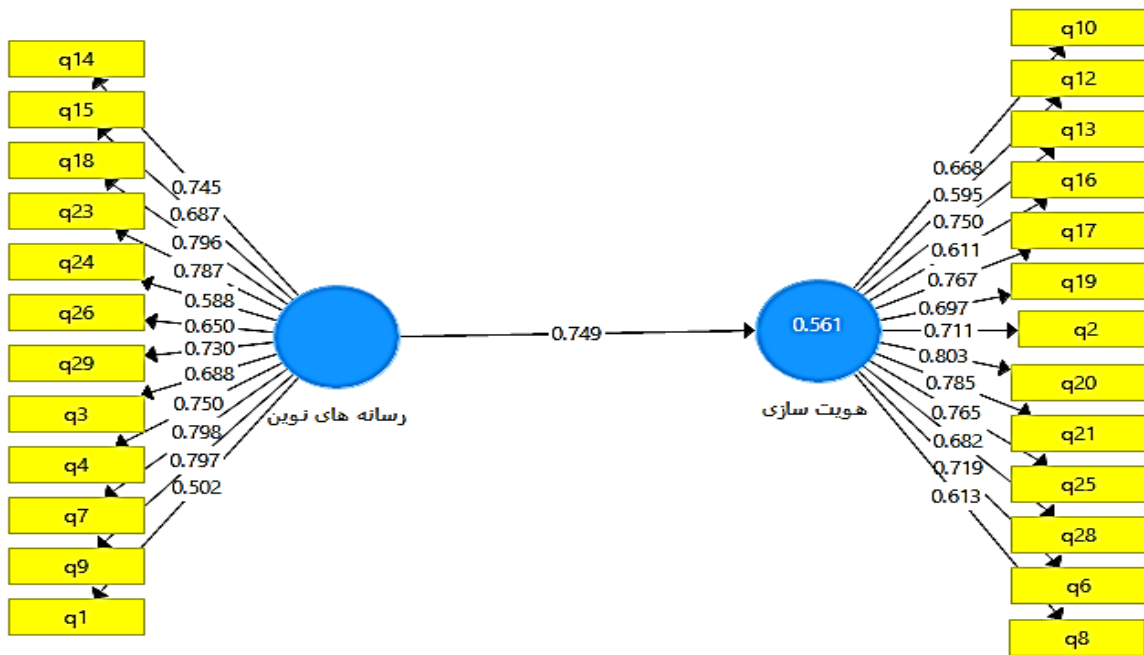
جدول شماره ۲- مفاهیم، بعد و زیر بعدهای خروجی تکنیک دلفی

ردیف	مفهوم	شاخص	ارزش شاخص
۱	رسانه‌های نوین	شبکه‌سازی	بسیار مطلوب
		تقویت هم‌گرایی	بسیار مطلوب
		ارتباط برخط	مطلوب
		عملیات روانی	بسیار مطلوب
		جریان‌سازی	بسیار مطلوب
		رابطه‌سازی	بسیار مطلوب
		جهت‌دهی	بسیار مطلوب
		انگاره‌سازی / تصویرسازی	مطلوب
		روایت‌گری	بسیار مطلوب
۲	هویت‌سازی	کنش‌گری	بسیار مطلوب
		ظرفیت‌سازی	بسیار مطلوب
		مزیت‌سازی	بسیار مطلوب
		احساس تعلق	بسیار مطلوب
		تصمیم‌سازی	بسیار مطلوب
		آموزش	بسیار مطلوب
		اعتماد	بسیار مطلوب
		شناخت	بسیار مطلوب
		فرهنگ	بسیار مطلوب
		اعتباربخشی / اعتباربخشی	مطلوب
		انسجام‌سازی سیاسی	مطلوب
		برندسازی	بسیار مطلوب
		مشروعیت	بسیار مطلوب
		مشارکت عمومی	بسیار مطلوب
		گفتمان‌سازی	مطلوب
اقتصاد / کسب و کار	مطلوب		

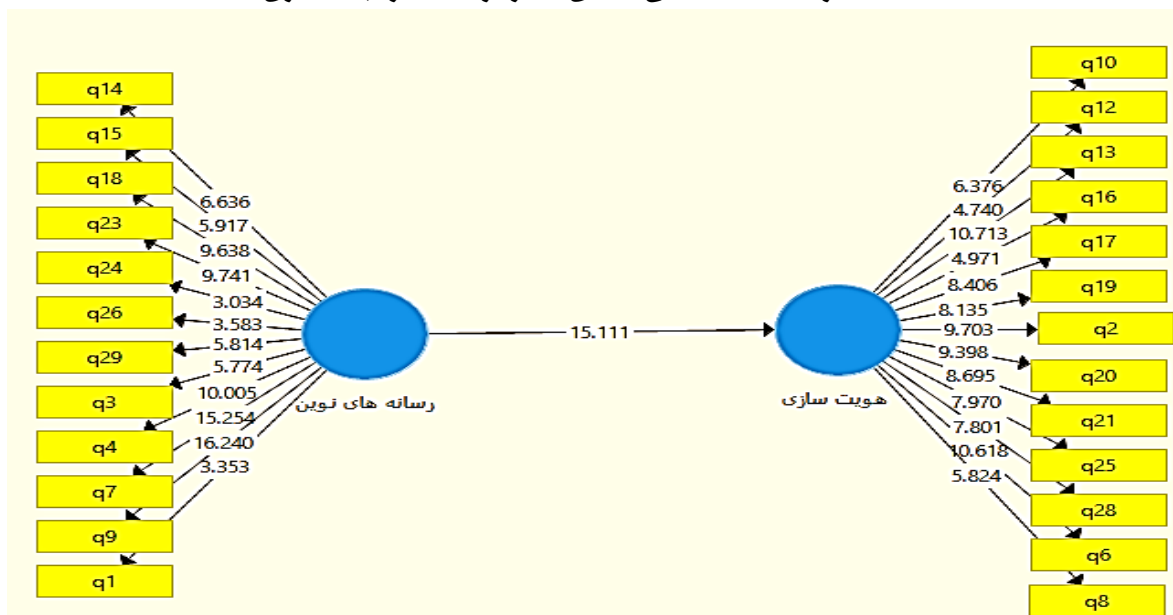
شکل شماره ۱- مدل اکتشافی



شکل شماره ۲- مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد / ضرایب بارهای عاملی



شکل شماره ۳- تحلیل عاملی تأییدی مسیر در حالت ضریب معناداری



جدول شماره ۳- برازش مدل اندازه‌گیری

آزمون		رسانه‌های نوین		هویت‌سازی
پایایی	ضریب آلفا کرونباخ	۰/۹۱۲		۰/۹۱۷
	Cr پایایی ترکیبی	۰/۹۲۵		۰/۹۲۸
روایی هم‌گرا	AVE	۰/۵۱۲		۰/۵۰۲
روایی واگرا (HTMT)	رسانه‌های نوین			
	هویت‌سازی	۰/۷۵۸		

جدول شماره ۴- برازش مدل ساختاری

برازش مدل ساختاری	آزمون		رسانه‌های نوین		هویت‌سازی
	R2 ضریب تعیین	RSquare	.		۰/۵۶۱
RSquare Adjusted				۰/۵۵۴	
f Square	رسانه‌های نوین			۱/۲۷۹	
	هویت‌سازی				
شاخص Q2		SSO	SSE	Q2 (=1-SSE/SSO)	
	رسانه‌های نوین	۱۳۱/۷۹۴	۱۳۱/۷۹۴		
	هویت‌سازی	۱۱۳/۹۵۳	۸۱/۱۱۶	۰/۲۸۸	

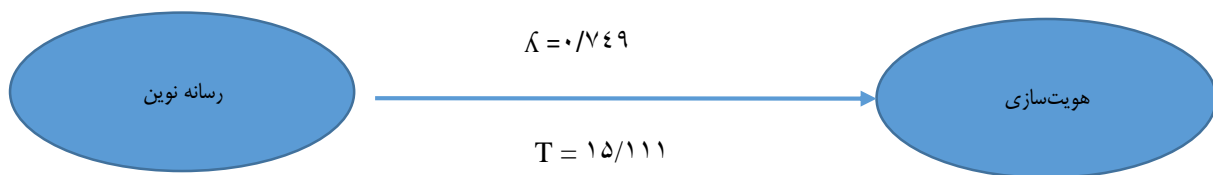
جدول شماره ۵- برازش مدل کلی

Average (AVE)	Average (R2)	GOF
۰/۵۰۷	۰/۵۶۱	۰/۵۳۳

جدول شماره ۶- نتیجه‌گیری

شاخص کیفیت		آزمون مسیر			متغیرها		
نیکویی برازش	پیش‌بینی مدل	ضریب تعیین	بارعاملی	معناداری T	شماره گویه	مفهوم	بعد
۰/۵۳۳	۰/۲۸۸	۰/۵۶۱	۰/۶۶۸	۶/۳۷۶	Q10	آموزش	هویت سازی
			۰/۵۹۵	۴/۷۴۰	Q12	اعتماد	
			۰/۷۵۰	۱۰/۷۱۳	Q13	شناخت	
			۰/۶۱۱	۴/۹۷۱	Q16	فرهنگ	
			۰/۷۶۷	۸/۴۰۶	Q17	اعتباردهی	
			۰/۶۹۷	۸/۱۳۵	Q19	انسجام‌سازی	
			۰/۸۰۳	۹/۳۹۸	Q20	برندسازی	
			۰/۷۸۵	۸/۶۹۵	Q21	مشروعیت	
			۰/۷۶۵	۷/۹۷۰	Q25	مشارکت عمومی	
			۰/۶۸۲	۷/۸۰۱	Q28	گفتمان‌سازی	
			۰/۷۴۵	۶/۶۳۶	Q14	احساس تعلق	
			۰/۷۱۱	۹/۷۰۳	Q2	مزیت‌سازی	
	۰/۷۳۰	۵/۸۱۴	Q29	ظرفیت‌سازی			
	۰/۷۱۹	۱۰/۶۱۸	Q6	تصمیم‌سازی			
	۰/۶۱۳	۵/۸۲۴	Q ۸	اقتصاد / کسب‌وکار			
	۰/۶۸۷	۵/۹۱۷	Q15	ارتباط‌سازی	رسانه‌های نوین		
	۰/۷۹۶	۹/۶۳۸	Q18	جهت‌دهی			
	۰/۷۸۷	۹/۷۴۱	Q23	انگاره‌سازی			
	۰/۵۸۸	۳/۰۳۴	Q24	روایت‌گری			
	۰/۶۵۰	۳/۵۸۳	Q26	کنش‌گری			
۰/۶۸۸	۵/۷۷۴	Q3	تقویت هم‌گرایی				
۰/۷۵۰	۱۰/۰۰۵	Q4	ارتباط برخط				
۰/۷۹۸	۱۵/۲۵۴	Q7	عملیات روانی				
۰/۷۹۷	۱۶/۲۴۰	Q9	جریان‌سازی				
۰/۵۰۲	۳/۳۵۳	Q1	شبکه‌سازی				

شکل شماره ۴ - تأثیر مثبت و معنادار رسانه نوین بر هویت‌سازی



فهرست منابع

- احمدی، بابک. (۱۳۸۵). "معمای مدرنیته"، تهران: نشر مرکز.
- اشرف نظری، علی. (۱۳۸۵). "پست مدرنیسم و هویت سیاسی"، فصلنامه مطالعات ملی، ۳۷(۳).
- احمدی، حمید. (۱۳۸۱). "مقاله جهان شدن، هویت قومی یا هویت ملی؟"، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۱.
- احمدی، روح‌اله. و ایزدی، جهانخوش. (۱۳۹۸). "هویت‌سازی گروه‌ها و عرفان‌های نوظهور در فضای سایبری"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی، ۹(۳۴).
- بهرزولک، غلامرضا. و شکوری، ابوالفضل. (۱۳۸۵). "هویت سیاسی در نظریه‌های منتقد مدرنیسم"، نامه فلسفی، ۱.
- برگر، پیتر. و توماس، لاکمن. (۱۳۸۷). "ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریبرز مجیدی"، چاپ دوم، تهران: نشر علمی و فرهنگی.
- تاجیک اسماعیلی، سمیه. و میمنت‌آبادی، قباد. (۱۴۰۰). "رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تحول هویت زبانی و فرهنگی در استان کردستان"، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۲۲(۵۴).
- تاملینسون، جان. (۱۳۸۱). "جهانی شدن و فرهنگ"، ترجمه محسن حکیمی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی مرکز بین‌المللی گفت‌وگوی تمدن‌ها.
- تاجبخش، غلامرضا. و گودرزی، فرشاد. (۱۴۰۱). "مدل‌سازی معادله ساختاری تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان استان آذربایجان غربی"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۹(۲).
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). "هویت اجتماعی"، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). "هویت اجتماعی"، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه، چاپ اول.
- رسولی و همکاران. (۱۳۹۷). "تحلیل آماری (رشته آمار)"، تهران: نشر دانشگاه پیام نور، چاپ اول.
- رضوی‌زاده، نجم‌الدین. (۱۳۸۵). "بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران"، تهران: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ربانی، علی.، رستگار، یاسر. (۱۳۹۲). "تحلیلی بر وضعیت هویت ملی و ابعاد ششگانه آن در بین شهروندان شهر اصفهان"، ۲۴(۲).
- صالح، علم، ۱۴۰۱/۱۱/۱۲، هویت سیاسی، <https://www.gerishna.com>، ۱۴۰۱/۱۱/۲۸.
- علیگو، محمد، موحد، مجید. و حمیدی، احسان. (۱۴۰۱). "مطالعه جامعه‌شناختی نسبت ابعاد چهارگانه هویت (مطالعه موردی: نوجوانان شهر سنجند)"، فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۴(۲).
- علیخانی، علی‌اکبر. (۱۳۸۶). "مبانی نظری هویت و بحران هویت"، تهران: نشر سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- فیضی کوشکی، فاطمه.، اکبری، مرتضی.، معاریان، هادی. و اعظمی‌راد، محمد. (۱۳۹۷). "ارائه برنامه‌های راهبردی جهت مدیریت بحران بیابانزایی با استفاده از علم آینده پژوهی"، مجله دانش پیشگیری و مدیریت بحران، ۸(۴).
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۵). "عصر اطلاعات، قدرت و هویت"، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر طرح نو.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). "عصر اطلاعات، قدرت و هویت"، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر طرح نو.
- کفاشی، مجید. و فلاحی، علی. (۱۳۹۳). "تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران"، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۱(۲).
- کاوپانی، علیرضا. (۱۳۸۷). "رسانه، پیام، مخاطب و انحصار"، مجله راهبرد فرهنگ، ۴.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱). "جهانی شدن، فرهنگ و هویت"، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). "تجدد و تشخیص"، ترجمه ناصر موفقیان، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). "تجدد و تشخیص"، ترجمه ناصر موفقیان، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). "تجدد و تشخیص"، ترجمه ناصر موفقیان، چاپ چهارم، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۹). "جهان رها شده: گفتارهایی درباره یکپارچگی جهان"، ترجمه علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، نشر علم و ادب، تهران.
- گرامی، محسن. و گاموری، حمیدرضا. (۱۳۹۶). "فضای مجازی و تأثیرات آن و مسئله هویت افراد"، ماهنامه علمی تخصصی پژوهش‌های نوین علوم مهندسی، ۵ و ۶.
- لیوتار، ژان فرانسوا. (۱۳۹۵). "وضعیت پست‌مدرن: گزارشی درباره دانش"، ترجمه حسینعلی نوذری، تهران: نشر گام نو.
- مقیمی، اعظم. و امینی، مجید. (۱۳۹۱). "بررسی نگرش جوانان یزدی نسبت به مؤلفه‌های هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن"، فصلنامه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۳(۶).
- معمار، ثریا.، عدلی پور، صمد. و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)"، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱(۴).
- نامدار، مهدیه. و بهروزلی، لک، غلامرضا. (۱۳۹۹). "بررسی عوامل مؤثر بر روند هویت سیاسی جمهوری اسلامی ایران"، فصلنامه

علمی پژوهشی سیاست متعالیه، ۸(۲۸).

Carnoy, M. (1999). "Globalization and Educational Reform: What Planners Need to Know", Paris. UNESCO: International Institute for Educational Planning.

Cohen, J.E. (1988). "Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences", Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

George, R. (2000). "The Sociological Theory of the Era in Contemporary", Translator: Mohsen, T., Tehran: Scientific.

Pempek, T., Yermolayeva, Y. & Calvert, S. (2009). "Collegestudents social networking experiences on Facebook", JAppl Dev Psychol. 30(3): 228.

Wetzels, M., Odekkerken-Schroder, G. & Van Oppen, C. (2009). "Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration", MIS Quarterly, 33(1): 177.

Identity building based on New Media

Fateme Taghavi Ramezani, Mohammad Soltanifar, Hassan Darzian Rostami, Hamidreza Hossini Dana

Abstract

The purpose of the research is to explain the role of new media in the identification of the members of the network society, which is the characteristic of the research, presenting the identity indicators of the new media, the research approach is a combination and the Delphi technique is used to identify the indicators of the new media and identity, and the model test. Exploratory and analysis of the mutual rate of these changes was done using the partial least squares technique. The statistical analysis tools smart pls version 3, IBM SPSS Statistics version 26 were used. Data collection was a combination of documentary and field methods in this way that the documentary method was used for the background of the research and the field method was used to collect information, but the basis of analysis And the analysis is the data collected using the Delphi method, and the measuring tool is a structured questionnaire in the form of a Likert scale and an online questionnaire. The statistical population in the qualitative section consists of journalists, professors of political science and communication, with a sample size of 15 people and in the quantitative section 60 people who were selected through virtual snowball sampling. The findings of the research showed that new media have a positive and significant effect on political identification. And this means that new media change the concept of identity and virtual space has changed the way of thinking and created a new world by influencing the way of thinking.

Keywords: New Media, Identity Building, Politics, Network Society, Identity.