

تعامل در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر هویت قومی (مطالعه موردی: قوم لک)

مهرداد نامداری

دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول)
mehrdadnamdari976@gmail.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: هویت قومی یکی از انواع هویت جمعی بوده و به مجموعه مشخصات و ویژگی‌هایی اطلاق می‌شود که یک قوم را از اقوام دیگر متمایز می‌کند و بین اعضای قوم احساس تعلق ایجاد کرده و آنها را منسجم می‌گرداند. هویت قومی مانند سایر ابعاد هویت جمعی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی است. تحقیق حاضر در همین راستا و با هدف بررسی و شناخت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت قومی لک‌ها انجام شده است.

روش پژوهش: این پژوهش، به روش پیمایشی و از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهر نورآباد دلفان تشکیل داده و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شده است. روایی تحقیق براساس روایی صوری تعیین شد و برای سنجش پایایی از الفای کرونباخ استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارند و هر دو بعد هویت قومی یعنی تفاخر قومی و ارتباطات قومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. همچنین این یافته‌ها نشان می‌دهد که این شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مثبت و مستقیم بر هویت قومی دارند، یعنی این که هر چه میزان استفاده از این شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شود، هویت قومی این افراد هم قوی‌تر می‌شود و میزان تعهد و تعلق به هویت قومی هم افزایش پیدا می‌کند. نتیجه‌گیری: در مجموع براساس یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که لک‌ها با عضویت در این شبکه‌ها و تأکید بر تولید محتوای مدنظر در این شبکه‌های اجتماعی مجازی و مصرف محصولات فرهنگی محلی، مقاومت فرهنگی خویش را نشان دهند.

واژگان کلیدی: ارتباطات قومی، تفاخر قومی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت قومی.

مقدمه

نگرش فرهنگ محور ناظر به متغیرهای فرهنگی‌ای چون زبان، دین، فرهنگ، ادبیات، هنر، آداب و رسوم و اعتقادات یک ملت بوده و زاینده دورانی طولانی (تاریخ) است، حال آنکه نگرش دولت محور زمینه طرح متغیرهای سیاسی را فراهم می‌سازد. از این لحاظ، هویت امری است که تا حد زیادی ساخته می‌شود و

هویت مؤلفه‌ای کلیدی در حفظ امنیت هستی‌شناختی، حفظ ثبات سیاسی و تحقق اهداف کلان فرهنگی و اجتماعی بوده و از ملزومات توسعه اقتصادی اجتماعی است. بر اکثر مطالعات هویت در کشور، رویکرد فرهنگی یا سیاسی حاکم بوده است،

دولت در تولید و بازتولید هویت و ارائه تفسیرهای مختلف از آن، نقش مهمی ایفا می‌کند (زهیری، ۱۳۸۹: ۱۴).

هویت قومی یکی از انواع هویت جمعی بوده و به مجموعه مشخصات و ویژگی‌هایی اطلاق می‌شود که یک قوم را از اقوام دیگر متمایز می‌کند و بین اعضای قوم احساس تعلق ایجاد کرده و آنها را منسجم می‌گرداند. هویت قومی در سطحی پایین‌تر از هویت ملی یا جامعه‌ای قرار دارد و با مفاهیم هم خانواده‌اش هم‌چون «گروه قومی» و «قومیت» در هم تنیده شده است، به طوری که بدون تعریف و شناسایی آنها، فهمیدن هویت قومی نیز سخت می‌شود. یک قوم عبارت است از مجموعه افراد گروه‌های محلی که تصور می‌کنند یا ادعا دارند که زاییده یا متولد از یک نژاد و سلاله هستند (گلدنر^۱، ۲۰۱۰: ۲۴-۲۳). وینریش^۲ هویت قومی را چنین تعریف می‌کند: «بخشی از کلیت خود شکل دهنده و به وجود آمده از ابعادی که تداوم بین گذشته و آینده (مطلوب) را در ارتباط با قومیت فرد به وجود می‌آورد». او هویت یابی عاطفی قومی را با نوع خواهی به مثابه هدف بزرگی که موجب تقویت ایده‌های مقدس برای جماعت قومی می‌شود، همبسته می‌داند (ملاسویچ و هاگارد^۳، ۲۰۰۲: ۲۰۶).

در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی، از راه اطلاعاتی که روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد؛ مانند تصویر کاربر، اطلاعات شخصی و علایق برقراری ارتباط آسان می‌رود. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های مختلف، مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک^۴ و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸). افراد در جهان مجازی نه تنها قادرند هویت و یا خود متفاوتی داشته باشند؛ بلکه قادرند در یک لحظه دارای چندین هویت باشند و نیز چندین فرد (مثلاً یک گروه)

می‌توانند با استفاده از یک هویت یکسان در جهان مجازی به تعامل بپردازند (نظری، قلی‌پور، ۱۳۹۵: ۱۴). فضای مجازی، تقویت کننده هویت‌های ملی و محلی و تضعیف کننده آنها و مروج هویت‌های جهانی و فرامحلی است، این دوگانگی‌های متناقض، از خصوصیات ذاتی و اصلی جهان مجازی است (تایلور و اسپانسر^۵، ۲۰۰۴: ۲۰۴). پس در عصر جهانی شدن^۶ به واسطه وجود و حضور رسانه‌ها، قلمرو روابط اجتماعی انسان‌ها بسیار گسترش یافته و هر فرد در شبکه‌های ارتباطی با اجتماعات گروه‌های متعدد پیوند یافته و همین روابط گسترده و تعلق‌های گروهی پرشمار برای تولید و بازتولید هویت‌های متکثر و ترکیبی گردیده است (تبریزی و مروت، ۱۳۹۱: ۹۶).

از سوی دیگر، کشور ایران جامعه‌ای چند فرهنگی و چند قومی است که گسترش روزافزون فن‌آوری‌های ارتباطی به ویژه تکنولوژی‌های حوزه فضای مجازی می‌تواند موجبات همگرایی یا واگرایی را فراهم نماید. چنین به نظر می‌رسد که ایران به رغم داشتن اقوام مختلف و یک واحد جغرفیایی مشترک، هنوز نتوانسته پس از گذر از تحولات مخرب تاریخی به چنین تکاملی دست یابد (مظفری، ۱۳۸۲: ۱۳۸). با توجه به انقلاب ارتباطات و گسترش فن‌آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، جامعه و فرهنگ ایران نیز در حال تجربه کردن نوعی گذار است که دارای ویژگی‌های خاص خود بوده و پیامدهای متعددی نیز برای فرهنگ و هویت ایرانی‌ها به دنبال دارد.

نگاهی کلی به نحوه حضور و کنش گروه‌های قومی در فضای مجازی نشان دهنده آن است که شاخص‌ها و نماگرهای قومی در اینترنت نه تنها رو به زوال نهاده‌اند؛ بلکه به اشکال گوناگون در سراسر فضای مجازی حاضرند. این حضور را در عناوین انتخاب شده برای پایگاه‌های اینترنتی، در نمادها، عکس‌ها و نوشته‌هایی که بر هویت قومی نگارنده خود

اجتماعی مجازی به وجود آمده است؛ طوری که از متولیان فرهنگی کشور گرفته تا مسئولان امنیتی و حتی بسیاری از خانواده‌ها، از تبعات منفی احتمالی مستتر در به کارگیری شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران داخلی که عمدتاً قشر جوان و نوجوان هستند، ابراز نگرانی کرده‌اند و معتقدند که این شبکه‌های باعث تغییراتی زیادی در نگرش، سبک زندگی و ابعاد مختلف هویتی شده تحقیق حاضر در همین راستا با هدف شناخت تاثیر شبکه‌های مجازی بر هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان انجام شده است، از این رو محقق به دنبال پاسخ‌گویی به این سوال است که شبکه‌های مجازی چه تاثیری بر هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان دارند؟

پیشینه تحقیق

شفیعی (۱۳۹۲) در پژوهشی که با عنوان پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه مورد هویت قومی و ملی کردها انجام داده است، به این نتیجه رسید که تحلیل موضوع فوق در جامعه کردستان ایران نشان از آن دارد که در سال‌های اخیر کردها از شبکه‌های مجازی به عنوان ابزاری برای رشد خاص‌گرایی هویتی بهره برده‌اند و از این منظر، رشد شبکه‌های مجازی در این مناطق به نظر به تضعیف هویت ملی و رشد هویت‌خواهی قومی منجر می‌شود.

کیانپور و همکاران (۱۳۹۲) تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران را انجام دادند، یافته‌های پژوهش حاکی از آن‌اند که بین مدت زمان عضویت، میزان مشارکت و فعال بودن، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده و اهداف و انگیزه کاربران ترک در استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با هویت قومی آنها رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. همچنین، کاربران ترک سعی می‌کنند از تمامی امکانات فیس‌بوک برای معرفی

گواهی می‌دهند، اسامی و آدرس‌های انتخاب شده برای وبلاگ‌ها، آدرس‌های ایمیل و گروه‌های اینترنتی، راه‌اندازی اتاق‌های گفت و گو، گروه‌ها و یا صفحات شبکه‌های اجتماعی مربوط به یک قوم خاص، ترجیح در استفاده از زبان‌های قومی و محلی در نگارش برخی متون و نیز ارتباطات درون قومی رایج در چتروم‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی و بسیاری موارد دیگر به وضوح می‌توان مشاهده نمود. پس می‌توان گفت که گروه‌های قومی معمولاً از این حوزه عمومی فراهم آمده پیرامون شبکه‌های ارتباطی اینترنتی به منظور طرح چالش‌ها و محرومیت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و مشکلات اجتماعی خود، طرح انتظارات خود به عنوان بخشی از شهروندان جامعه ملی، انتقاد از سیاست‌ها و عملکردهای جاری و مواردی از این قبیل استفاده می‌کنند (اشرف نظری و قلی‌پور، ۱۳۹۵: ۱۹).

از این منظر، رسانه‌های نوین ارتباطی و به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطوح مختلف موجب رشد آگاهی‌های فرهنگی خرده‌گروه‌ها می‌شوند و باعث به وجود آمدن تغییرات زیادی بر انواع سطح هویتی شده است و اقوام مختلف را به جوامع مجازی در دل کشورهای متبوع خود تبدیل نموده است. هم‌چنین می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی که باعث دگرگونی‌های زیادی در حوزه ارتباطات و تعاملات انسانی شده‌اند و زمینه ارتباط افراد را با دیگران به راحتی فراهم کرده‌اند و این قابلیت را به وجود آورده‌اند که افراد به راحتی با افراد دیگر از هر کشور یا فرهنگ و هویتی در ارتباط باشند که این موضوع باعث شده است در هویت کاربران تغییراتی زیادی به وجود بیاید و حتی نوعی هویت مجازی شکل گیرد که با هویت واقعی فاصله زیادی دارد و از سوی دیگر با رشد استفاده از این ابزارهای ارتباط جمعی در داخل کشور، نگرانی‌هایی در مورد فضای نسبتاً باز حاکم بر آنها و تأثیرات زیاد شبکه‌های

فرهنگی و به ویژه نظریات استوارت هال پرداخته است. او نتیجه می‌گیرد که قوم لک از حاشیه بودن خود، آگاه هستند به همین دلیل با مصرف محصولات فرهنگی دست به مقاومت می‌زنند.

در تحقیقی که تیلر^۷ (۲۰۱۲) با عنوان شبکه‌های اجتماعی و جهانی شدن انجام داد به این نتیجه رسید که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه روبه‌رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند

پژوهش رودریکوئز^۸ و همکاران (۲۰۱۰) وجود پیوند و ارتباط منطقی میان سه بعد فردی، قومی و ملی را تأیید کرده و اذعان می‌کنند که این رابطه، باعث می‌شود که فرد ادراکی مناسب از جهان پیرامون خود به دست آورده و در کاهش یا حل تعارضات و چالش‌های هویتی خود موفق گردد. برمن^۹ و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق خود بر روی دانش‌آموزان دبیرستانی، ضمن اشاره به مشکلات هویتی تعدادی از آنها تأیید می‌کنند که این مشکلات، پیش‌بینی‌کننده مناسبی برای تشخیص مسائل و بحران‌های روان‌شناختی دانش‌آموزان در مراحل بعدی رشد می‌باشد.

کلی^{۱۰} (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان ساخت هویت در فیس‌بوک انجام داده است. نتایج این پژوهش حاکی از این است که اگر چه افراد هویت‌های خود را در همه بخش‌های زندگی بر می‌سازند اما برساخت هویت

خود به‌سان یک هویت قومی، مطرح ساختن دیدگاه‌های خود در راستای حفظ هویت و تداوم فرهنگ خویش و بیان مطالبات اجتماعی - سیاسی خود استفاده کنند.

علی ساعی، سعید معیدفر، محمدعلی خلیلی اردکانی (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت قومی و ملی مطالعه کرده‌های سندج به دنبال پاسخ به این سؤال بودند که آیا نسبتی میان روند جهانی شدن با هویت ملی و هویت قومی در میان کرده‌های ایران وجود دارد یا خیر؟ برای پاسخ به این سؤال از نظریه رول‌اند رابرتسون استفاده شده است. در این پژوهش فرضیه اصلی ارتباط میان مصرف رسانه‌های جمعی جهانی شده (فضای مجازی) و نوع هویت قومی است که یافته‌های تحقیق دلالت بر آن دارد که افزایش مصرف رسانه‌های جهانی شده به تضعیف هویت ملی و هویت دولت ساز منجر شده است.

توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۶) پژوهشی با عنوان جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک انجام داده‌اند. نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که: لک‌ها علیرغم تفاوت‌های فرهنگی که در میان خویشان دارند، برخی خصیصه‌های فرهنگی مشترک دارند که مشخصاً بیانگر هویت قومی آنهاست؛ آنها بخش دیگری از هویت فرهنگی خود را به شیوه‌ای عام‌گرایانه بازسازی می‌کنند. یعنی با پذیرفتن عناصر مدرن و جهانی در کنار عناصر محلی و قدیمی، ترکیب ظریفی از امر محلی و جهانی را به وجود آورده‌اند؛ تمام عناصر فرهنگی در میان این قوم از قدرت هویت‌سازی همسانی برخوردار نیستند عناصری که در درون فرایندهای قدرت، تفاوت و مقاومت قرار می‌گیرند توان هویت‌سازی بالاتری دارند.

سیاوش قلی‌پور (۱۳۸۴)، در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد خود به مطالعه رابطه بین جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک بر مبنای پارادایم مطالعات

کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی به خصوص فیس‌بوک مشهودتر است. لانگ^{۱۱} و همکاران (۲۰۰۷)، پژوهشی با عنوان تأثیر اینترنت بر رشد هویت خواهی جوانان انجام داده‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که کاربرد اینترنت نه تنها بر چهار بعد از رشد هویت تأثیر گذاشته است، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است. در این بررسی نشان داده شد که استفاده از اینترنت به مثابه روشی جهت دریافت تجربیات در محیط سایبرنتیک فهم شده و رشد هویت نیز به عنوان میزان تعهد به یک مفهوم معین از خود، درک می‌گردد.

مبانی نظری تحقیق

قوم لک

از آنجا که در مملکتی زندگی می‌کنیم که با وجود تنوع هویت‌های قومی، زبانی و مذهبی یک ارتباط ارگانیکی بین همه اقوام تحت عنوان یک هویت ملی وجود دارد و از طرفی به هویت مستقل اقوام احترام گذاشته می‌شود، بر آن شدیم تا با عنوان نمودن نام آن در کنار سایر اقوام به عنوان یکی از اقوام مستقل ایرانی، پرده از واقعیت این قوم برداشته و با مطرح نمودن آن زمینه توجه بیشتر مسئولین در جهت رشد و توسعه آن فراهم گردد (زرگر و آریان‌فر، ۱۳۸۹؛ ۱۶). قوم لک یکی از سه شاخه اصلی و مستقل اقوام آریایی به نام مادها هستند که نخستین حکومت و تمدن مدرن را در غرب ایران زمین بنیان نهادند. زبان آنها یعنی زبان لکی با دستور زبان و ادبیاتی قوی که دارای حدود سی هزار لغت است، بازمانده زبان‌های اصیل اوستایی و پهلوی است و به دلیل شرایط خاص جغرافیایی این مناطق، کمتر دچار تغییر و تحول شده است (نظریان و قدمی، ۱۳۹۳؛ ۹۵). سکونت‌گاه اصلی مردم لک زبان در مرز مشترک بین چهار استان در جنوب استان کرمانشاه، شرق استان ایلام و جنوب غرب استان همدان و شمال

غربی و غرب لرستان است. لک‌ها بیشتر در شهرهای دلفان، کوه‌دشت، سلسله، هرسین، صحنه، کنگاور، سنقرودینور، شیروان، چرداول، دره‌شهر، آبدانان، تویسرکان، نهاوند، کرمانشاه و خرم‌آباد ساکن‌اند (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۱۶).

مردم لک در پی مهاجرت‌ها در بیرون از منطقه لکنشین زاگرس نیز زندگی می‌کنند. برای نمونه روستای لکستان در آذربایجان شرقی و عده‌ای از ساکنان میانکاله و روستای زاغ مرز توابع بهشهر، روستای کجور، کلاردشت، تیت دره، مکارود در شمال و گروهایی نیز به استان‌های فارس، قزوین، شمال خراسان و ورامین در استان تهران تبعید شده‌اند (رضایی نورآبادی، ۱۳۸۷؛ ۳۴). به دلیل نزدیکی زبانی و فرهنگی، لک‌ها عموماً شاخه‌ای از کردها یا لرها در نظر گرفته می‌شوند. برخی معتقدند واژه لک از ترکیب دو واژه لر و کرد تشکیل شده است. و لک‌های باستانی ایرانی را هر کدام به خودشان منتسب می‌کنند. درحالی‌که لک‌ها از لحاظ فرهنگی، احساسی و مذهبی و بسیاری از مؤلفه‌های قومی خصوصاً پوشش خود را مستقل از قوم کرد و لر می‌دانند و قوی‌ترین نظریه که بیشتر باستان‌شناسان و زبان‌شناسان بدان معتقدند این است که زبان لکی بازمانده فارسی باستان و پهلوی است. (پارسی باستان زبانی است که در زمان هخامنشیان مستعمل بوده و ریشه زبان فارسی امروزی است) (توسلی و قلی‌پور، ۱۳۸۶؛ ۸۱).

با این وجود، قومی با جمعیتی قریب به یک میلیون نفر و با زبانی مستقل که به گواه تاریخ تمامی مؤلفه‌های یک قوم بزرگ را دارا می‌باشد، متأسفانه به فراموشی سپرده شده و دچار یک نوع مظلومیت تاریخی شده است و حتی در رسانه‌های ملی به عنوان یک قوم مستقل یا اصلاً مطرح نشده و یا کمتر مورد توجه قرار گرفته است و نام و آوازه‌اش هنوز با وجود پیشینه تاریخی قوی، زیاد گسترش نیافته و در سایه

گروه‌ها و هم عامل جدایی‌شان از گروه‌های دیگر می‌شوند. این مرزها باید مبتنی بر یک زبان، میراث نژادی، یا مذهب مشترک، مناسک، ارزش‌های مشترک یا یک وطن مشترک باشند (وارمز، ۱۹۹۸: ۲۰۵). بنابراین، هویت قومی، مجموعه خاصی از عوامل عینی، ذهنی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و نفسانی است که در یک گروه انسانی متجلی می‌شود و آن را نسبت به دیگر گروه‌ها متمایز می‌سازد (الطایی، ۱۳۸۲: ۱۵۸).

شبکه‌های اجتماعی مجازی

از جمله مهم‌ترین رسانه جمعی که امروزه در جهان رایج هست و از طرفداران بی‌شماری برخوردار است، شبکه‌های اجتماعی مجازی^{۱۴} می‌باشند و در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم‌نظیر جهانی روبه‌رو شده‌اند به طوری که میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا در این شبکه‌ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی حرفه‌ای و بسیاری امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بستر این شبکه‌ها ایجاد یا دنبال می‌کنند؛ بنابراین به لحاظ گستره کاربری می‌توان گفت که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی چیزی بیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد. برخی معتقدند که یک بافت اجتماعی جدید در حال ساخته شدن است و نیاز دارد که ما فناوری را به منظور کارکردی کردن خدمات تحت وب به رسمیت بشناسیم (آندرسون^{۱۵}، ۲۰۰۶: ۲). شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایت‌هایی هستند که در آن کاربران می‌توانند خواست‌ها، دل‌بستگی‌ها، اندیشه‌ها و کارهایشان را با دیگران در میان بگذارند. در این سال‌ها شبکه‌های اجتماعی با سرعتی بی‌سابقه گسترش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی هم‌چون فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب، فلیکر و ... بستری تازه برای پدید آمدن شبکه‌های مجازی میان افراد هستند در اندک زمانی گسترش چشم‌گیر یافته‌اند (کاروانی،

اقوام دیگر قرار گرفته است. از این رو مردم ایران با این قوم آشنایی چندانی ندارند. لک نام یکی از اقوام ایرانی است که محل سکونت آنان در مناطق غربی ایران و اکثراً در استان‌های کرمانشاه و لرستان زندگی می‌کنند. زبان مادری آنها لکی، مذهب اکثریت آنها شیعه دوازده امامی و برخی نیز پیرو آیین یارسان یا اهل حق هستند (محسنی، ۱۳۸۶: ۸۵).

هویت قومی

هویت قومی یکی از مهم‌ترین هویت‌های جمعی افراد به شمار می‌رود. این هویت به عضویت افراد در گروه‌های قومی برمی‌گردد. قوم که به قومیت^{۱۲} و اجتماع قومی نیز مشهور است، بنا به تعریف آنتونی اسمیت عبارت است از «یک جمعیت انسانی مشخص با یک افسانه اجدادی مشترک، خاطرات مشترک، عناصر فرهنگی، پیوند با یک سرزمین تاریخی یا وطن و میزانی از حس منافع و مسئولیت» گیدنز (۱۹۹۳: ۴۹)، این تعریف را خلاصه‌تر کرده و با تأکید بر عناصر فرهنگی قومیت عنوان می‌کند که «قومیت به دیدگاه‌ها و شیوه عمل فرهنگی که اجتماع معینی از مردم را متمایز می‌کند اطلاق می‌شود» (۱۳۷۶: ۲۶۰). بنابراین هویت قومی، هویتی است مبتنی بر عضویت در یک گروه قومی و شراکت در ویژگی‌های مشترک آن و احساس تعلق و وفاداری نسبت به اعضای آن. به قول فکوهی این سطح از هویت، احساس تعلقی قدیمی به محیط بلافصل را منعکس می‌کنند که گویای کهن‌ترین و رایج‌ترین تعلق‌ها در گذشته بوده است (فکوهی، ۱۳۸۱: ۱۴۱). وارمز و ناندا^{۱۳} گروه‌های قومی را دسته‌هایی از مردم می‌دانند که خودشان را از گروه‌های دیگر جامعه یا از جامعه‌ای بزرگ‌تر به عنوان یک کل متمایز می‌کنند. یک گروه قومی میان خود گروه‌های دیگر در جامعه به ترسیم مرزهای قومی می‌پردازند که چنین مرزبندی‌هایی هم سبب تقویت همبستگی درون

آتش‌افروز، ۱۳۹۴: ۶۴).

مهم‌ترین عواملی که در عصر حاضر بر هویت (فردی، جمعی، ملی) اثرگذار است تحولات ناشی از فن‌آوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی می‌باشد. او معتقد است که فرایند شکل‌گیری و انتشار اینترنت و شبکه‌های ارتباط کامپیوتری وابسته به آن در ربع قرن گذشته ساختار رسانه‌ای جدیدی را در معماری شبکه، فرهنگ کاربران شبکه و الگوهای واقعی ارتباطات برای همیشه شکل داده است (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۱۳).

کاستلز معتقد است که هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. برداشت کاستلز از اصطلاح هویت، در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد، عبارت است از فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه بهم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع دیگر اولویت داده می‌شود، برای هر فرد خاص یا برای کنشگر جمعی ممکن است که چندین هویت وجود داشته باشد، اما این اکثریت برای خود بازنمایی و کنش اجتماعی سرچشمه تنش و تناقض است و دلیل این امر آن است که باید هویت را از آنچه جامعه‌شناسان به طور سنتی نقش و مجموعه نقش‌ها نامیده‌اند متمایز ساخت. برای ساختن هویت از موادی نظیر تاریخ، جغرافیا، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره جمعی، دین و ... استفاده می‌شود. اما افراد و گروه‌های اجتماعی و جوامع این مواد خام را می‌پروراند و معنای آنها را مطابق با الزامات اجتماعی و فرهنگی که ریشه در ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی - مکانی دارد از نو تنظیم می‌کنند. از آنجا که ساختن هویت همواره در بستر روابط قدرت انجام می‌گیرد، باید بین سه صورت و منشأ ساختن هویت تمایز قائل شد که این سه صورت عبارت‌اند از: هویت مشروعیت بخش، هویت مقاومت و هویت برنامه دارد (منگشتی جونی، ۱۳۹۴: ۶۱).

هویت مشروعیت بخش به معنای هویتی است که توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آنها

شبکه‌های اجتماعی وب، نسل جدیدی از امکانات وب هستند که امروزه در کانون توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند. این‌گونه شبکه‌ها در واقع نوعی رسانه اجتماعی هستند که شیوه جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک اطلاعات را در اینترنت امکان‌پذیر کرده‌اند. صدها میلیون نفر از کاربران اینترنت عضو صدها شبکه اجتماعی مختلف هستند و بخشی از فعالیت بر خط روزانه‌شان را در این سایت‌ها می‌گذرد (برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱: ۳۳۳). السون و بوید، معتقدند شبکه‌های اجتماعی، مبتنی بر وب هستند که با اتصال مردم یا گروه‌ها به یکدیگر سبب به اشتراک‌گذاری اطلاعات از طریق اینترنت می‌شوند و هم‌چنین معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می‌دهند افراد بتوانند: ۱. در چارچوب یک سیستم مشخص پروفایل‌های عمومی و نیمه‌خصوصی بسازند، ۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و ۳. لیست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند (السون و بوید^{۱۶}، ۲۰۰۷: ۲۱۱).

چارچوب نظری تحقیق

کاستلز^{۱۷}، معتقد است حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته تاریخ می‌باشد، با ظهور تکنولوژی جدید دست‌خوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد و به دنبال آن ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی نیز شکل جدیدی به خود می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۳۸۳). به اعتقاد او با این که هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن ساخته می‌شود با این حال ممکن است هویت‌ها از نهادهای مسلط نیز ناشی شوند. از نقطه نظر کاستلز یکی از

را بر کنشگران اجتماعی گسترش داده و عقلانی کند. این موضوع هسته اصلی نظریه اقتدار و سلطه سنت است اما با نظریه‌های گوناگون مربوط به ملی‌گرایی نیز هم‌خوانی دارد. هویت مقاومت به هویتی اشاره دارد که به دست کنشگرانی ساخته می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود از همین روی، سنگ‌هایی برای مقاومت و بقا براساس اصول متفاوت و یا متضاد با اصول مورد حمایت نهادهای جامعه ساخته می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۴). منظور از هویت برنامه‌دار نیز هویتی است که هنگامی که کنشگران اجتماعی با استفاده از هر گونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترسی، هویت جدید می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر شکل کل ساخت اجتماعی هستند این نوع هویت تحقق می‌یابد (حاجیانی و فولادی، ۱۳۸۹: ۳۳).

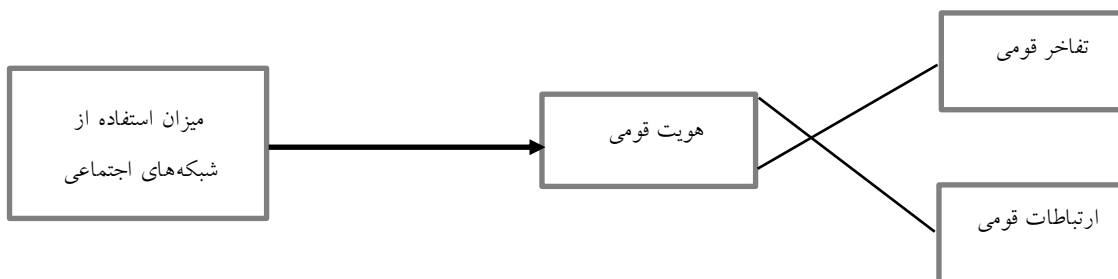
کاستلز در «عصر اطلاعات»، ظهور هویت مقاومت و عوامل و انگیزه‌های آن را به تفصیل توضیح می‌دهد. از نظر وی: وقتی جهان بزرگ‌تر از آن می‌شود که بتوان آن را کنترل کرد کنشگران اجتماعی درصدد برمی‌آیند تا دوباره جهان را به حد و اندازه قابل دسترسی خود تکه تکه کنند. وقتی شبکه‌ها، زمان و مکان را محو می‌کند، مردم خود را به جاهای متصل می‌کنند و حافظه تاریخی خود را به یاری می‌خوانند. از آنجایی که فرایندهای سلطه جدیدی که مردم در برابرشان واکنش نشان می‌دهند، در جریان اطلاعات تجسم می‌یابد، بناسازی خودمختاری به ناچار با اتکا بر جریان‌های معکوس اطلاعات صورت پذیرد. خدا، ملت، خانواده و اجتماع قوانینی به دست می‌دهند که خدشه‌ناپذیر است و براساس آن می‌توان علیه فرهنگ مجاز واقعی اقدام به ضد حمله کرد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۴).

هم‌چنین کاستلز معتقد است که فرایند جهانی شدن و به تبع آن جامعه شبکه‌ای از دو جهت منجر به تضعیف دولت - ملت و هویت ملی مرتبط با آن می‌شود. هر چند در این فرایند دولت‌های ملی سلطه انحصاری خود بر ابزارهای اجبار و هم‌چنین تا حدودی نفوذ خود را حفظ خواهند نمود. اما از طرف دیگر با جهانی شدن اقتصاد و سرمایه، دولت‌ها کنترل خود را بر اقتصاد ملی تا حد زیادی از دست می‌دهند. با گسترش و پیشرفت رسانه‌های جمعی و ارتباطی، فرهنگ از حیطة دست کاری و نفوذ دولت‌ها خارج می‌شود و با شکل‌گیری اجتناب‌ناپذیر شبکه‌ها و سازمان‌های جهانی و اتحادیه‌های منطقه‌ای بسیاری از حیطة‌ها استقرار دولت و زمینه‌ها سیاست‌گذاری داخلی و خارجی از میان می‌رود. از طرف دیگر با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص گرایانه در داخل کشور، همانند هویت‌های قومی و مذهبی، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۹۷-۱۵۷).

چارچوب نظری تحقیق حاضر هم با تاکید بر نظریه کاستلز قرار دارد. بر این اساس و با توجه به نظریه کاستلز می‌توان گفت که هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. از سوی دیگر می‌توان گفت که هویت عبارت است از فرایند معنا سازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه بهم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع دیگر اولویت داده می‌شود. هم‌چنین همان‌گونه که کاستلز معتقد است که فرایند جهانی شدن و به تبع آن جامعه شبکه‌ای از دو جهت منجر به تضعیف دولت - ملت و هویت ملی مرتبط با آن می‌شود. هر چند در این فرایند دولت‌های ملی سلطه انحصاری خود بر ابزارهای اجبار و هم‌چنین تا حدودی نفوذ خود را حفظ خواهند نمود. اما از طرف دیگر با جهانی شدن اقتصاد و سرمایه، دولت‌ها کنترل خود را بر اقتصاد ملی تا حد زیادی از دست

آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده می‌شود. بر این اساس در تحقیق این موضوع را مورد بررسی قرار خواهیم داد که آیا طبق نظر کاستلز، شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوعی هویت قومی مقاومت را به وجود می‌آورند یا نه یا این که همان‌گونه که کاستلز معتقد است که شبکه‌های اجتماعی مجازی، منابع هویت‌ساز را دچار دگرگونی نموده است یا نه.

می‌دهند. با گسترش و پیشرفت رسانه‌های جمعی و ارتباطی، فرهنگ از حیطه دست‌کاری و نفوذ دولت‌ها خارج می‌شود و با شکل‌گیری اجتناب‌ناپذیر شبکه‌ها و سازمان‌های جهانی و اتحادیه‌های منطقه‌ای بسیاری از حیطه‌ها استقرار دولت و زمینه‌ها سیاست‌گذاری داخلی و خارجی از میان می‌رود. از طرف دیگر با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص گرایانه در داخل کشور، همانند هویت‌های قومی و مذهبی، سلطه دولت و نقش



مدل مفهومی تحقیق

کلی تعداد ۵۴۲۹۷ نفر، می‌باشند که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. با توجه به حجم جمعیت و با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شد. منظور از هویت قومی نمره‌ای است که آزمودنی در پرسشنامه هویت قومی (عبدالملک، ۱۳۹۵) شامل ۲۰ گویه و دو شاخصه (تفاخر قومی و ارتباط قومی) است، به دست می‌آورد. داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۱ پردازش، توصیف و تحلیل شده‌اند و به منظور سنجش پایایی پرسشنامه برای تعیین قدرت تبیین‌کنندگی گویه‌ها از الفای کرونباخ استفاده شده است و همه شاخص‌ها از الفای بالای ۰/۸۰ برخوردار هستند.

جدول ۱ - نتایج روایی شاخص‌های متغیرها (n=384)

متغیر	آلفای کرونباخ
هویت قومی	۰/۸۵۱
تفاخر قومی	۰/۸۳۲
ارتباط قومی	۰/۸۷۷

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق از نوع پیمایش مقطعی می‌باشد چون فقط در مقطعی از سال ۱۳۹۵ انجام شده است. پیمایش یکی از روش‌های گردآوری تنظیم و تحلیل داده‌هاست. مشخصه پیمایش، مجموعه نظام‌مند و منظمی از داده‌هاست. از لحاظ نظری می‌توان گفت که پیمایش نقاط قوت بشمارای نسبت به سایر روش‌ها دارد که می‌توان به وسعت جامعه آماری، عدم وجود سوگیری ارزشی در صورت به اجر درآمدن توسط محقق، دقت نتایج، سرعت اجرا، قابلیت اتکای نتایج، امکان پذیری بررسی روایی و پایایی و با توجه به این نقاط قوت که به صورت مختصر اشاره نموده‌ایم، از روش پیمایش استفاده شده است تا به نتایج و یافته‌های موثقت‌تر و قابل اتکا و قابل اعتمادتری دست پیدا شود (دواس، ۱۳۸۹: ۱۹-۱۳). در پژوهش حاضر جمعیت آماری کلیه افراد ۱۸ تا ۴۰ سال شهر نورآباد دلفان می‌باشد که براساس آخرین سرشماری (سرشماری ۱۳۹۵) به طور

یافته‌های تحقیق

استفاده می‌شود. جدول زیر مقادیر همبستگی و ضریب تعیین را نشان می‌دهد.

جدول ۳ - مقادیر همبستگی و ضریب تعیین مدل

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

- ضریب تعیین تعدیل شده: همان ضریب تعیین هست با این تفاوت که خطاهای جزئی که در مدل وجود دارد را از آن کم می‌کند.

- اماره دورین واتسون باید بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد تا متوجه شویم که بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون در خصوص مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

نتایج تحلیل آماری در خصوص اعتبار الگوی رگرسیونی در بخش اول جدول فوق آمده است. ضریب تعیین مدل رگرسیونی ۰/۷۲۵ می‌باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۷۱/۵ درصد از تغییرات هویت قومی را از طریق متغیر مستقل شبکه‌های مجازی تبیین نماید. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که اماره دورین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ بوده و بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون در خصوص مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

یافته‌های توصیفی تحقیق حاضر نشان می‌دهد که از ۳۸۴ نفر پاسخگویان تحقیق حاضر ۶۸ درصد مرد و ۳۲ درصد زنان بوده‌اند. از لحاظ وضعیت تأهل، ۷۶ درصد افراد متأهل و ۳۳ درصد مجرد بوده‌اند. از نظر وضعیت سن می‌توان گفت که ۲۱ درصد بین ۱۸ تا ۲۵ سال، ۴۲ درصد بین ۲۵ تا ۳۱ سال، ۳۵ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال و ۲ درصد بین ۳۵ تا ۴۰ سال سن داشته‌اند. از نظر تحصیلات، ۹ درصد افراد مورد بررسی دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۳۹ درصد فوق دیپلم، ۳۷٫۹ درصد کارشناسی، ۴۷٫۹ درصد کارشناسی ارشد و ۷٫۸ درصد دکتری بوده‌اند.

جدول ۲ - ویژگی‌های توصیفی نمونه

شاخص	متغیر	درصد
جنسیت	مرد	۰/۶۸
	زن	۰/۳۲
وضعیت تأهل	مجرد	۰/۳۳
	متأهل	۰/۷۶
تحصیلات	دیپلم	۰/۹
	فوق دیپلم	۰/۳۷۹
	لیسانس	۰/۳۷/۹
	فوق لیسانسی	۰/۴۷/۹
سن	دکتری	۰/۷/۸
	۱۸ تا ۲۵ سال	۰/۲۱
	۲۵ تا ۳۱ سال	۰/۴۲
	۳۱ تا ۳۵ سال	۰/۳۵
	۳۵ تا ۴۰ سال	۰/۲

آزمون فرضیات

فرضیه ۱: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت قومی تأثیر دارد.
برای بررسی میزان تأثیر متغیر مستقل شبکه‌های مجازی بر متغیر وابسته هویت قومی از رگرسیون خطی

جدول ۴ - نتایج آزمون آنوا

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

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

فرضیه ۲: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بعد تفاخر قومی تأثیر دارد.

یکی از ابعاد هویت قومی مربوط به تفاخر قومی بوده است برای بررسی میزان تأثیر متغیر مستقل شبکه‌های مجازی بر متغیر تفاخر قومی از رگرسیون خطی استفاده نموده‌ایم. جدول زیر مقادیر همبستگی و ضریب تعیین را نشان می‌دهد.

جدول ۶ - مقادیر همبستگی و ضریب تعیین مدل

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد	اماره دورین واتسون
۰/۹۰۹	۰/۸۲۷	۰/۸۲۷	۰/۵۱۶۰	۱/۶۲

نتایج تحلیل آماری در خصوص اعتبار الگوی رگرسیونی در بخش اول جدول فوق آمده است. ضریب تعیین مدل رگرسیونی ۰/۸۲۷ می‌باشد و حاکی از این که این مدل توانسته است ۸۱ درصد از تغییرات

آماره f همان آماره آزمون تحلیل واریانس است که با توجه به آن، سطح معنی‌داری در جدول پیدا می‌شود و نشان می‌دهد که الگو معنی‌دار است یا خیر. نتایج تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)، که براساس آماره F درخصوص آن تصمیم‌گیری می‌شود؛ فرضیه‌های آماری مربوط به تحلیل آماره F به صورت ذیل می‌باشد.

$H_0: \beta_i = 0$ الگوی رگرسیونی معنی‌دار نیست

$H_1: \beta_i \neq 0$ الگوی رگرسیونی معنی‌دار است

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

جدول ۵ - نتیجه نهایی تحلیل رگرسیون

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

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

وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، بعنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون در خصوص مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

تفاخر قومی را از طریق متغیر مستقل شبکه‌های مجازی تبیین نماید. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که آماره دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ بوده و بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی

جدول ۷ - نتایج آزمون آنوا

سطح معناداری	مقدار F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات		
۰/۰۰۰	۱۷۰۷/۳۷	۷۵۳/۳۶۸ ۰/۲۶۶	۱	۴۵۳/۳۶۸	واریانس بین گروهی	هویت قومی
			۳۵۶	۹۴/۸۰۸	واریانس درون گروهی	
			۳۵۷	۵۴۸/۱۷۶	واریانس کل	

مشخص می‌شود و در نهایت با توجه به سطح معنی داری مشخص می‌شود که آیا تأثیر متغیر مستقل بر وابسته معنی دار است یا خیر. اگر سطح معنی داری از ۰/۰۵ کمتر شود، مشخص می‌شود تأثیر معنی دار بوده و فرضیه تأیید می‌شود. با توجه به جدول بالا میزان ضریب استاندارد برای متغیر شبکه‌های مجازی برابر ۰/۹۰۹ به دست آمده است و از انجایی که سطح معنی داری آن کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است نتیجه‌گیری می‌شود که این تأثیر معنی دار است.

آماره f همان آماره آزمون تحلیل واریانس است که با توجه به آن، سطح معنی داری در جدول پیدا می‌شود و نشان می‌دهد که الگو معنی دار است یا خیر. سطح معنی داری آماره F برای مدل کمتر از سطح خطای آزمون ($\alpha=0/05$) است و در نتیجه فرض H1 فوق تأیید می‌شود و رگرسیون برآورد شده به لحاظ آماری معنی دار و روابط بین متغیرهای تحقیق، خطی می‌باشد. نتایج تحلیل آماری برای متغیر شبکه‌های مجازی در جدول زیر ارائه شده است.

فرضیه ۳: استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات قومی تأثیر دارد.

جدول ۸ - نتیجه نهایی تحلیل رگرسیون

ارتباطات قومی هم از جمله یکی دیگر از ابعاد هویت قومی در تحقیق حاضر بوده است. برای بررسی میزان تأثیر متغیر مستقل شبکه‌های مجازی بر متغیر وابسته ارتباطات از رگرسیون خطی استفاده می‌شود. جدول زیر مقادیر همبستگی و ضریب تعیین را نشان می‌دهد.

متغیر مستقل	ضریب B	Beta	SE	T	Sig
استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۰۶۰	۰/۹۰۹	۰/۰۲۶	۴۱/۲۶۰	۰/۰۰۲
مقدار ثابت	-۰/۳۱۴	-	۰/۰۹۹	-۱۸۱/۳	۰/۰۰۰

جدول ۹ - مقادیر همبستگی و ضریب تعیین مدل

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد	اماره دوربین واتسون
۰/۹۲۵	۰/۸۵۵	۰/۸۵۵	۰/۴۷۲۳۱	۱/۶۶۲

ضریب استاندارد میزان تأثیر متغیر مستقل بر وابسته را نشان می‌دهد که هر چقدر این مقدار بیشتر باشد، میزان تأثیر بیشتر می‌شود. آماره t همان آماره آزمون رگرسیون است و با توجه به آن سطح معنی داری

آماره دوربین واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ بوده و بنابراین، بین خطاهای الگوی رگرسیونی خود همبستگی شدیدی وجود ندارد و عدم وجود خود همبستگی بین خطاها، به عنوان یکی از فرض‌های اساسی رگرسیون در خصوص مدل برازش شده، پذیرفته می‌شود.

نتایج تحلیل آماری در خصوص اعتبار الگوی رگرسیونی در بخش اول جدول فوق آمده است. ضریب تعیین مدل رگرسیونی ۰/۸۵۵ می‌باشد و حاکی از این است که این مدل توانسته است ۸۵ درصد از تغییرات هویت قومی را از طریق متغیر مستقل شبکه‌های مجازی تبیین نماید. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که

جدول ۱۰ - نتایج آزمون آنوا

سطح معناداری	مقدار F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات		
۰/۰۰۰	۲۱۰۴/۲۵۶	۴۶۹/۴۰۵ ۰/۲۳۳	۱ ۳۵۶ ۳۵۷	۴۶۹/۴۰۵ ۷۹/۴۱۴ ۵۴۸/۸۱۹	واریانس بین گروهی واریانس درون گروهی واریانس کل	هویت قومی

آماره t همان آماره آزمون رگرسیون است و با توجه به آن سطح معنی‌داری مشخص می‌شود و در نهایت با توجه به سطح معنی‌داری مشخص می‌شود که آیا تأثیر متغیر مستقل بر وابسته معنی‌دار است یا خیر. اگر سطح معنی‌داری از ۰/۰۵ کمتر شود، مشخص می‌شود تأثیر معنی‌دار بوده و فرضیه تأیید می‌شود. با توجه به جدول بالا میزان ضریب استاندارد برای متغیر شبکه‌های مجازی برابر ۰/۹۲۵ به دست آمده است و از آنجایی که سطح معنی‌داری آن کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است نتیجه‌گیری می‌شود که این تأثیر معنی‌دار است.

آماره f همان آماره آزمون تحلیل واریانس است که با توجه به آن، سطح معنی‌داری در جدول پیدا می‌شود و نشان می‌دهد که الگو معنی‌دار است یا خیر. سطح معنی‌داری آماره F برای مدل کمتر از سطح خطای آزمون ($\alpha=0/05$) است و در نتیجه فرض H_1 فوق تأیید می‌شود و رگرسیون برآورد شده به لحاظ آماری معنی‌دار و روابط بین متغیرهای تحقیق، خطی می‌باشد. نتایج تحلیل آماری برای متغیر شبکه‌های مجازی در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱۱ - نتیجه نهایی تحلیل رگرسیون

Sig	T	SE	Beta	ضریب B	متغیر مستقل
۰/۰۰۰	۴۵/۸۷۲	۰/۰۲۴	۰/۹۲۵	۱/۰۷۸	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۰۰	-۴/۴۶۷	۰/۰۹۰	-	-۰/۴۰۴	مقدار ثابت

بحث و نتیجه‌گیری

کاستلز معتقد است که هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. پس به اعتقاد او با این که هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن ساخته می‌شود با این حال ممکن است هویت‌ها از نهادهای مسلط نیز ناشی شوند. از نقطه نظر کاستلز یکی از مهم‌ترین عواملی که در عصر حاضر بر هویت (فردی، جمعی، ملی) اثرگذار است تحولات ناشی از

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

که آیا قوم لک از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری برای مقاومت در برابر هویت ملی استفاده می‌کند و با مصرف محصولات فرهنگی مثل شبکه‌های اجتماعی مجازی و اینترنت دست به مقاومت می‌زنند.

یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارند و هر دو بعد هویت قومی یعنی تفاخر قومی و ارتباطات قومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و باعث تغییر و تحولات زیادی در هویت قومی کاربران و به خصوص هویت قومی کاربران می‌شود. هم‌چنین این یافته‌ها نشان می‌دهد که این شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مثبت و مستقیم بر هویت قومی دارند، یعنی این که هر چه میزان استفاده از این شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شود، هویت قومی این افراد هم قومی‌تر می‌شود و میزان تعهد و تعلق به هویت قومی هم افزایش پیدا می‌کند. بدین صورت و با تاکید به نظریه کاستلز می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی ابزاری برای شناساندن هویت قومی در مقابل هویت ملی هستند و در این شبکه‌ها هویت قومی بیشتر برجسته می‌شود و کاربران بیشتر از مولفه‌های هویت قومی خودشان در این شبکه‌های اجتماعی مجازی بحث می‌کنند و در مورد این مولفه‌ها مطلب به اشتراک می‌گذارند و همه این موارد باعث برجسته‌تر شدن هویت قومی می‌شود. هم‌چنین یافته‌های تحقیقات با تحقیقات توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۶)، شفیعی (۱۳۹۲)، ساعی و همکاران (۱۳۹۱)، سیاوش قلی‌پور (۱۳۸۴)، لانگ و همکاران (۲۰۰۷)، کلی (۲۰۰۷) هم‌راستا می‌باشد.

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که اقوام در ایران با توجه به بافت جامعه و این که اکثر شبکه‌های اجتماعی مجازی فیلتر هستند، با عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی با پذیرفتن عناصر مدرن و جهانی در کنار عناصر محلی و قدیمی، ترکیب ظریفی

فن‌آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی می‌باشد. او معتقد است که فرایند شکل‌گیری و انتشار اینترنت و شبکه‌های ارتباط کامپیوتری وابسته به آن در ربع قرن گذشته ساختار رسانه‌ای جدیدی را در معماری شبکه، فرهنگ کاربران شبکه و الگوهای واقعی ارتباطات برای همیشه شکل داده است. از آنجا که کاستلز معتقد است که ساختن هویت همواره در بستر روابط قدرت انجام می‌گیرد، باید بین سه صورت و منشأ ساختن هویت تمایز قائل شد که این سه صورت عبارت‌اند از: هویت مشروعیت‌بخش، هویت مقاومت و هویت برنامه‌دار و با توجه به موضوع تحقیق حاضر، به توضیح هویت مقاومت بسنده می‌شود.

هویت مقاومت به هویتی اشاره دارد که به دست کنشگرانی ساخته می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطبق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود از همین روی، سنگرهایی برای مقاومت و بقا براساس اصول متفاوت و یا متضاد با اصول مورد حمایت نهادهای جامعه ساخته می‌شود. هم‌چنین کاستلز معتقد است که وقتی جهان بزرگ‌تر از آن می‌شود که بتوان آن را کنترل کرد، کنشگران اجتماعی درصدد بر می‌آیند تا دوباره جهان را به حد و اندازه قابل دسترسی خود تکه تکه کنند. وقتی شبکه‌ها، زمان و مکان را محو می‌کنند، مردم خود را به جاهای متصل می‌کنند و حافظه تاریخی خود را به یاری می‌خوانند. از آنجایی که فرایندهای سلطه جدیدی که مردم در برابرشان واکنش نشان می‌دهند، در جریان اطلاعات تجسم می‌یابد، بناسازی خودمختاری به ناچار با اتکا بر جریان‌های معکوس اطلاعات صورت پذیرد. خدا، ملت، خانواده و اجتماع قوانینی به دست می‌دهند که خدشه‌ناپذیر است و براساس آن می‌توان علیه فرهنگ مجاز واقعی اقدام به ضد حمله کرد. پس با توجه به نظریه کاستلز در تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش بوده است

و همان‌گونه که کاستلز معتقد است نوعی هویت مقاومت را در خود به وجود آورده‌اند. بر این اساس و با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شوند.

- هویت قومی در فضای مجازی قابل تسری به زندگی واقعی افراد است، که این مسأله به نوبه خود جنبه‌های گوناگون زندگی افراد را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و سبب ضرر و زیان فراوان به کشور می‌شود. از سویی دیگر تقویت هویت قومی شهروندان در زندگی واقعی سبب تسری این هویت انسجام یافته به فضای مجازی می‌شود که کمتر تحت تأثیر این شبکه‌های مجازی قرار می‌گیرند. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که برنامه‌هایی جهت تقویت هویت قومی شهروندان اندیشیده شود.

- مسئولان و مدیران ملی و قومی می‌بایست از حضور افراد در شبکه‌های ارتباطی متنوع و مختلف استقبال کنند و زمینه‌های مشارکت و حضور اقشار جوان به خصوص دانشجویان را در این عرصه‌ها بیشتر نمایند، ایجاد روحیه تساهل و مدارای مجازی در جامعه‌ای که به لحاظ تنوعات ملی و قومی مستعد چندپارگی و گسست است؛ می‌تواند باعث همسازی بین هویت‌ها شود.

- برنامه‌ریزی دقیق در رابطه با برنامه‌های هویتی جوانان، به منظور آگاهی از وضعیت جدید و رشد و پویایی ابعاد مختلف هویتی آنها صورت گیرد.

- مکانیسم‌های هویت‌ساز نهادهای اجتماعی باید به کمک ابزارهایی که در اختیار دارند نظیر: خانواده، آموزش و پرورش دانشگاه‌ها و رسانه‌های داخلی به انتقال صحیح میراث ملی و قومی به افراد جامعه و به ویژه نسل جوان بپردازند این امر با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح میسر می‌شود.

از امر محلی و جهانی را به وجود می‌آورند و از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان ابزاری برای رشد خاص‌گرایی هویتی و به نوعی همان‌گونه که کاستلز معتقد است از هویت مقاومت بهره می‌برند، یعنی این که به نوعی در کنار هویت ملی و گرایش به هویت ملی، گرایش به هویت قومی را افزایش می‌دهند تا به نوعی واکنشی در برابر هویت مسلط انجام دهند و از این منظر، رشد شبکه‌های مجازی در این مناطق به نظر به تضعیف هویت ملی و رشد هویت خواهی قومی منجر خواهد شد و با عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و مصرف محصولات فرهنگی دست به مقاومت می‌زنند. قوم لک هم از این قاعده مستثنی نمی‌باشد و از سوی دیگر، قوم لک، به خصوص مهاجران، که حاشیه‌ای بودن مضاعف را تجربه می‌کنند، کمتر مفری برای گریز از فقر یافته‌اند و بی‌توجهی‌های پی در پی آنها را به ستوه آورده است. از سوی دیگر در بحث رسانه‌های جمعی و به خصوص رسانه ملی و شبکه‌های استانی، عدم توجه رسانه‌های ملی و شبکه‌های تلویزیونی زاگرس و افلاک به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی قوم لک‌ها یا توجه به نوع خاصی از ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی قوم لک سبب شده است لک‌ها از طریق عدم توجه به تولیدات این رسانه‌ها و مصرف محصولات فرهنگی محلی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مقاومت فرهنگی خویش را نشان دهند. پس با توجه به مطالب فوق و همچنین نظریه کاستلز می‌توان گفت که قوم لک از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان ابزاری برای مقاومت استفاده می‌کنند و به نوعی با تولیدات رسانه‌های ملی و استانی واکنش نشان می‌دهند و از طریق عدم توجه به تولیدات این رسانه‌ها و عضویت در این شبکه‌ها و تاکید بر تولید محتوای مدنظر در این شبکه‌های اجتماعی مجازی و مصرف محصولات فرهنگی محلی، مقاومت فرهنگی خویش را نشان دهند

منابع

- قلی‌پور، سیاوش (۱۳۸۴). جهانی شدن و هویت قومی (مطالعه تجربی: قوم لک در ایران)، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
- کاروانی، عبدالطیف و آتش‌افروز، سمیرا (۱۳۹۴). بررسی و شناخت رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و اوقات فراغت، فصلنامه مدیریت فرهنگی، سال نهم، شماره ۲۹.
- کاستلز، ایمانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات، قدرت و هویت، ترجمه: حسن چاوشیان، جلد ۲، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کیان‌پور، مسعود و همکاران (۱۳۹۲). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره ۴.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- معیدفر، سعید، خلیلی اردکانی، محمدعلی و ساعی، علی (۱۳۹۰). جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت قومی و ملی، مطالعه کردهای سنندج، فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، تابستان ۹۲.
- منگشتی جونی، یوسف (۱۳۹۴). بازی، بازی، هویت؛ چگونه بازی‌های بومی و محلی می‌توانند هویت ملی و فرهنگ قومی را حفظ کنند؟، مجله رشد آموزش تربیت بدنی، شماره ۵۷.
- نظری، اشرف و قلی‌پور، مجتبی (۱۳۹۵). کنش‌ها و تعاملات قومی در فضای مجازی: فرصت‌ها و چالش‌ها، فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی، شماره ۲۷.
- Anderson, C (2006). The long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand, Random House Business Books: London, UK.
- اکبری‌تبار، علی‌اکبر (۱۳۹۰). مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه موردی شبکه‌های دوره ویو ۲۴، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- الطایی، علی (۱۳۸۲). بحران هویت قومی در ایران، تهران: چاپ شادگان.
- برات دستجردی، نگین و صیادی، سمیه (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور شهر اصفهان، مجله تحقیقات علوم رفتاری.
- توسلی، غلامعباس، قلی‌پور، سیاوش (۱۳۸۶). جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۳۱.
- دواس، دی. ای (۱۳۸۹). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- زهیری، عیضا (۱۳۸۹). جمهوری اسلامی و مسئله هویت ملی، قم: باقری.
- شفیعی، عباس (۱۳۹۲). پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه موردی هویت ملی و قومی کردها، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، دوره سوم، شماره ۱۱.
- شهابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱). اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال سیزدهم، شماره ۲۰.
- ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸). جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره ۲.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی، مجله جامعه‌شناسی ایران، شماره ۲.

Ellison, N. B and D.M. Boyd (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication, 13(1), article(11).

Godelier, Maurice (2010). Tribes in the History and Facing the States, Paris: CNRS.

Kelley, F.L (2007). Face - Time: The Construction of Identity on Facebook. London: Wadsworth.

Long, J & et al (2007). Impact of internet on adolescent self-identity development, China media Research, 3(1).

Malešević, Siniša and Mark Haugaard (2002). Making Sense of Collectivity: Ethnicity, Nationalism and Globalisation, Pluto Pr.

Pempek, T and etal (2009). college students social networking experiences on facebook, Journal of Applied Developmental Psychology 30:227.

Taylor, G & Spencer, S (2004). Social Identities, London: Routledge.

Tyler, T (2012). Social networking and Globalization, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6, July 2013

Warmrs, Richard and Serena Nanda (1998). Cultura Anthropology United States of America, Ward worth publshing company.

یادداشت‌ها

- ¹ - Godelier
- ² - Weinreich
- ³ - Malešević and Haugaard
- ⁴ - Pempek
- ⁵ - Taylor & Spencer
- ⁶ - Globalization
- ⁷ - Tyler
- ⁸ - Rodriguez
- ⁹ - Berman
- ¹⁰ - Kelley
- ¹¹ - Long
- ¹² - ethnicity
- ¹³ - Warmrs and Nanda
- ¹⁴ - Virtual social networks
- ¹⁵ - Anderson
- ¹⁶ - Ellison and boyd
- ¹⁷ - Castells