

## بررسی تاثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

اکرم زارع ابراهیم آباد

کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند، ایران

*n\_zare85@yahoo.com* (مسئول مکاتبات)

بی بی سادات میراسماعیلی

عضو هیات علمی علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند، ایران

### چکیده

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم آمده اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق شبکه‌های اجتماعی با هم ارتباط برقرار می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگی در دنیای امروز دارند و نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت. این سایت‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین الملل تاثیرگذارند و به همین دلیل در حال گسترش هستند و در آینده نقش به مراتب بیشتر و مهم‌تری را در زندگی بازی خواهند کرد. هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی تاثیر شبکه اجتماعی فیس بوک به عنوان پرمخاطب‌ترین شبکه اجتماعی امروز و نقش آن در تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی می‌باشد. پژوهش مذکور توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانشجویان در رشته‌های مختلف دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات در سال ۹۲ می‌باشد. روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای است، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد افراد نمونه ۲۶۵ نفر محاسبه شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد و آزمون آماری مورد استفاده خی دو و فریدمن می‌باشد.

واژگان کلیدی: هویت فرهنگی، هویت اجتماعی، بحران هویت، فضای مجازی، اینترنت

هایی شخصی برای خودشان بسازند که شامل مشخصات، تصاویر، علاقه مندیها و سایر موارد این چنینی است. همچنین کاربران می‌توانند با جستجو در پروفایل‌های کاربران و مشاهده مشخصات آنها با افراد جدیدی آشنا شوند و فهرست دوستان خود را گسترده تر کنند. اینها از ابتدایی‌ترین امکانات شبکه‌های اجتماعی هستند؛ این وب سایتها در سال‌های اخیر تلاش کرده اند تا گزینه‌های بیشتری در اختیار کاربران خود ارائه دهند. امکاناتی شبیه به وبلاگها و میکروبلگها برای نوشتن مطالب کوتاه و یادداشتهای روزانه و فضایی شبیه به سایت‌های عکس برای قرار دادن تصاویر شخصی، ایجاد فضایی شبیه به چت برای گفتگوهای فوری میان کاربران، قابلیت ساختن اتاق‌ها ی گفتگو و صفحات هواداری شبیه به فروم‌های اینترنتی، از جمله ساده‌ترین این امکانات است. شبکه‌های اجتماعی متناسب با نوع یا موضوع فعالیت‌شان، امکانات دیگری از قبیل خبرخوانهای اینترنتی، بازیهای آنلاین قابلیت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینه هایشان دارند. به این ترتیب می‌بینیم که کاربران اینترنتی، اغلب امکاناتی را که پیش از این از طریق مراجعه به چندین وب سایت کسب میکردند، یک جا از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند. پس بی دلیل نیست که کاربران، بخش قابل توجهی از زمانی را که در اینترنت به سر می‌برند، در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. (سلطانی فر؛ بخشی؛ فرامرزیانی؛ ۱۳۹۲، ص ۱۷۸) یکی از مهمترین شبکه‌های اجتماعی آنلاین امروز سایت اینترنتی فیسبوک می‌باشد. این سایت از چهارم فوریه‌ی ۲۰۰۴ میلادی آغاز به کار کرد و طبق اعلام خودش توانست تنها ظرف مدت هفت سال، بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر را به عضویت خود در بیاورد. ۵۰ درصد این تعداد، یعنی ۴۰۰ میلیون کاربر، روزانه به فیس بوک وصل

اینترنت یکی از ابزارهای ارتباطی مهمی است که توانسته است زندگی روزمره‌ی افراد را متحول کند و در خلق هویت و فرهنگ نوین نقش بسزایی ایفا کند. اینترنت مردم سراسر جهان را با فرهنگ‌ها، هویت‌ها و سبک‌های گوناگون زندگی، به یک جامعه عظیم جهانی که در آن دیواری وجود ندارد پیوند می‌دهد. اینترنت یک ابزار ارتباطی و اطلاعاتی است که به واسطه آن افراد متخصص و غیر متخصص در حوزه‌های گوناگون حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای به مبادله با همدیگر می‌پردازند. تمایل بشر به اجتماعی بودن و اجتماعی زندگی کردن، وی را بر آن داشته است تا محیط اینترنت را به یک جامعه مجازی تبدیل کند. این مهم اکنون با توسعه محیط مجازی در قالب وب معناگرا و ایجاد رابطه تعاملی، در ساختار شبکه‌های اجتماعی مجازی ظهور نموده است. (بینام، ۱۳۹۲، ص ۴۹۱). شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در اینترنت پیدا کرده اند و به رده پربیننده ترین‌های فضای مجازی راه یافته اند. گرایش به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا همچنان رو به رشد است. شبکه‌های اجتماعی با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پررنگی داشته اند و بسیاری از کاربران روزانه حداقل یک بار به صفحه شخصی خود در شبکه‌ای که عضو هستند سر می‌زنند. شبکه‌های اجتماعی کاربری‌های متفاوت دارند، شبکه‌های اجتماعی خاص کاربران محدودتری دارند ولی شبکه‌های اجتماعی عمومی کاربران بسیاری زیادی دارند و کاربری‌های متنوعی را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهند و این موجب جذب مخاطب و استفاده زیاد او از سایت می‌شود. استقبال از شبکه‌های اجتماعی از آنروست که کاربران اینترنتی می‌توانند برای اغلب نیازهای آنلاین خود در این وب سایت‌ها پاسخ مناسب بیابند. در شبکه‌های اجتماعی کاربران میتوانند پروفایل

اجتماعی آنها با ارتباط رودرو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنتهای بومی و محلی بخش اعظم از هویت آنها را شکل می‌داد. اما به دنبال مدرنیته و ظهور فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی، نقش مکان در شکل دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت یابی متکثری رو به رو هستند و هویت یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است. با این حال امروزه، ظهور اشکال جدید ارتباط این امکان را فراهم آورده است که ارائه اطلاعات در بیان خود به شیوه انتخابی‌تری صورت گیرد. بر این اساس می‌توانیم با تکیه بر وسایل ارتباطی جدید هویت، ویژگی‌های شخصیتی و دیگر عناصر مهم در ارتباطات و تعاملات اجتماعی را آنگونه که می‌خواهیم، نه آنگونه که هستیم، ارائه دهیم. برای مثال در شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرد این امکان را می‌یابد که هویت کاملاً جدید و گاه متعارضی از خود به نمایش گذارد و جنس، سن، علایق، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، محل سکونت، زبان و حتی تصویر ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست ارائه کند. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به مثابه یکی از بدیع‌ترین تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی ایجاد شده در قرن بیست و یکم، آن هم نه در کشورهای نیمه مدرن بلکه در کشورهای کاملاً صنعتی و مدرن در حال تجربه زیستن در انتهای عصر مدرن یا ابتدای عصر فرا مدرن، دارای خصوصیات است که با فرهنگ و سبک زندگی مدرن کاملاً قرابت و همخوانی داشته و با آن عجین است. شاید با اندکی اغماض بتوان حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی را برای ساکنین جوامع در حال گذار یا بهتر بگوییم، در هر حال تجربه ناقص مدرنیته، همراه با تجربه سایر رویکردهای موجود

می‌شوند و هر کاربر در آن به طور متوسط حدود ۱۳۰ دوست دارد. بیش از ۹۰۰ میلیون موضوع (صفحه، گروه، رویداد، و انجمن) در فیس بوک موجود است و هر کاربر (به طور میانگین به ۸۰ صفحه‌ی ارتباطی، گروه و رویداد متصل است. فیس بوک، در ایران نیز، علیرغم محدودیت، کاربران فراوانی دارد. با گشتی ساده در این شبکه‌ی اجتماعی، به نام‌ها، انجمن‌ها و صفحه‌های آشنا و گاه بزرگ فراوانی برمی‌خوریم. از جنبش‌های اجتماعی و سیاسی فراوانی که در دو سه سال اخیر از این شبکه‌ی اجتماعی برای اطلاع رسانی و تبلیغ استفاده کرده اند که بگذریم، شاید نمونه‌های کوچکی مثل کتاب‌های جیبی پ ن پ یا برنامه‌های رادیویی با همین نام، به خوبی نشان گر عمق نفوذ این شبکه‌ی اجتماعی در کاربران ایرانی و حتی تأثیری باشد که بر فرهنگ کلامی و رفتاری می‌گذارد. همین امر سبب می‌شود از خود بپرسم ساختار ارتباطی این شبکه چه ویژگیهایی دارد و چه امکانات و محدودیت‌هایی برای کاربرانش فراهم می‌کند؟ جریان اطلاعات در شبکه‌ی اجتماعی آنلاین فیس بوک چگونه است؟ از کجا می‌آید و چگونه در این شبکه پخش می‌شود؟ (آقاجانی چوبر؛ بیران؛ میرمحمدصادقی، ۱۳۹۰، ص ۲۷)

#### بیان مساله

یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی- ارتباطی جامعه اطلاعاتی تاثیر می‌پذیرد، هویت است. منابع شکل دهنده هویت در جوامع گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت و این امر باعث می‌شد که افراد یک جامعه از لحاظ امر هویت یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی واقع نشوند. در گذشته مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چون که افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت

هاروارد راه اندازی کرد. طبق آماري که توسط موسسه "کام اسکور" منتشر شده است، هم اکنون سایت فیس بوک پر مخاطب‌ترین وب سایت اجتماعی جهان است. اگر فیسبوک به جای دنیای مجازی در دنیای فیزیکی حضور داشت این تعداد جمعیت آنرا به یکی از چند کشور پرجمعیت دنیا تبدیل می‌کرد. به جز فیسبوک چندین شبکه‌ی اجتماعی دیگر نیز کاربران چند صد میلیون نفری دارند. در رده بندی برترین وب سایتهای دنیا براساس آمار الکسا، فیسبوک در رده دوم قرار دارد و در لیست ۱۰۰ وب‌سایت برتر نام چندین شبکه‌ی اجتماعی دیگر نیز به چشم می‌خورد. فیسبوک در بسیاری از کشورها پرریننده‌ترین وب سایت محسوب می‌شود و در بیش از صد کشور محبوب‌ترین شبکه‌ی اجتماعی است.

در حال حاضر فیس بوک یک شبکه اجتماعی رایگان و محبوب در اینترنت است و عضویت در آن آزاد است. کاربران در آن میتوانند با یکدیگر بطور کاملاً چند رسانه‌ای در ارتباط باشند، دوستان را به لیست خود اضافه کنند، با دیگران آشنا شوند و برای خود یک صفحه شخصی درست کنند تا دیگران به آن مراجعه و اطلاعات آن را مشاهده کنند و در صورت علاقه نظر خود را اعلام کنند. وبگاه فیسبوک هم اکنون بیش از ۴۰۰ میلیون کاربرد دارد و به ۴۰ زبان از جمله فارسی، قابل دسترس بوده و ۷۰ درصد از کاربران آن در خارج از ایالات متحده هستند. محیط فیس بوک مجلسی از دوستان و آشنایان یک کاربر به شمار می‌آید. فیس بوک با ارائه امکان عضوگیری در تعداد بالا، به کاربران اجازه می‌دهد تا در هر لحظه دوستان جدیدی را به مجموعه خود اضافه کنند. کاربران در فیسبوک دارای یک صفحه شخصی هستند. آنها میتوانند گروه تاسیس کنند و یا در گروههای دیگر عضو شوند، میتوانند برای خود آلبوم عکس بسازند و دوستانشان را انتخاب کنند و به لیست دوستان اضافه

سنتی، دینی و... در حکم جوازی هرچند کم اعتبار برای ورود مشروط به دنیای مدرن دانست. شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به علت کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری بیشتر فضایی با رنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. کاربران ایرانی خصوصاً جوانان به علت موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و در راستای فرار از فشارهای الزام آور هنجارهای اجتماعی موجود در گسترش تعاملات اجتماعی با دیگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار نادر یا پرهزینه (از لحاظ اجتماعی، سیاسی یا حتی اقتصادی) می‌باشد، و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت و کم‌رنگ بودن گستره مشارکت اجتماعی در دنیای واقعی، و برای دستیابی و تامین نیازهای باقیمانده خود در دنیای واقعی، و همچنین به دنبال کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر به فضای مجازی روی می‌آورند و زیستن در این فضا را بطور فعال یا نیمه فعال تجربه می‌کنند؛ این تجارب بسته به میزان عمق و وسعتشان موجب بازاندیشی و هویت شخصی جوانان ایرانی و متزلزل شدن اذهان آنان شده و دستیابی به هویتی جهانی را علیرغم شرایط موجود در زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد و حتی در برخی موارد نیز با کشیده شدن هر روزه جوانان به این فضا تبعات زیستن و تعامل و سبک زندگی آنان نیز به طور ملموس و در سطحی انضمامی تغییر می‌کند (عدلی پور؛ خاکسار؛ سپهری؛ ۱۳۹۲، صص ۵۷۰-۵۶۹).

شبکه اجتماعی فیس بوک

«مارک زاکبرگ<sup>۱</sup>» به همراه تعدادی از دوستانش وب سایت فیس بوک را از اتاق خود در دانشگاه هاروارد طراحی کرد و در فوریه سال ۲۰۰۴ آن را به عنوان یک وب سایت اجتماعی ویژه دانشجویان

حاضر نیستید در ارتباطات چهره به چهره به شما بگویند را بشنوید.

۵- جایگاه‌های مساوی شده: با کمی چشم پوشی می‌توانیم مدعی شویم که جایگاه طرفین گفتگو در ارتباطات مجازی برابر است، برخی از متخصصان به این ویژگی فضای مجازی دموکراسی شبکه می‌گویند.

۶- فرا مکانی: نقش جغرافیا در تعیین ارتباطات مجازی بسیار کمتر از نقش آن در ارتباطات واقعی است. به عنوان مثال یک مرد تاجر در آلمان می‌تواند از طریق یک پایگاه ارائه دهنده خدمات اینترنتی در استرالیا با یک متخصص امور تبلیغاتی در ایران ارتباط برقرار کند.

۷- انعطاف پذیری موقت: افراد در فضای مجازی می‌توانند بازنمایی‌های موقتی و غیردائمی از خود ارائه دهند.

۸- گوناگونی اجتماعی: در اتاق‌های گفتگو، افراد مختلف با جایگاه‌های اجتماعی متفاوت در مورد یک یا چند موضوع خاص به گفتگو می‌نشینند و نظرات خود را بیان می‌کنند.

۹- قابلیت ذخیره سازی: یکی از خصوصیات برجسته ارتباطات مجازی، قابلیت ذخیره سازی محتوای آن است.

۱۰- واپاشی رسانه‌ای: وقتی کامپیوتر ما دچار مشکل می‌شود یا ارتباط اینترنتی ما مختل می‌شود به ناگاه به عمق ارتباط خود با فضای مجازی پی می‌بریم. وابستگی شدید ما به فضای مجازی باعث می‌شود که بخش‌های مهمی از فعالیت روزمره خود را در این فضا انجام دهیم و مختل شدن کارکرد یکی از این فناوری‌ها می‌تواند پدیده‌ی چاله سیاه را به وجود آورد. این پدیده زمانی اتفاق می‌افتد که به دلایل فنی یا غیر فنی دسترسی خود را به یکی از ابزارهای مؤثر شبکه

کنند همچنین می‌توانند برای یک هنرمند یا یک وبگاه، یا وبلاگ شخصی خود و شاید هم برای کالایی که تولید می‌کنند صفحه جداگانه طراحی کنند تا دیگران هم در آن صفحات عضو شوند و پیشنهاد و انتقاد ارائه بدهند. فیسبوک نرم افزارها، ابزارهای جانبی خاص و بازیهایی آنلاین گوناگونی دارد که کاربر می‌تواند با توجه به نیاز خود از آنها استفاده کند. <http://www.medianews.ir>

#### تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر مخاطبان

رسانه‌های نوین تأثیرات بسیار مهمی بر مخاطبان دارند و می‌توانند، زمینه و بستر مناسبی را برای استفاده و سوء استفاده ایجاد کنند. به اعتقاد هانسن، شنایدرمن و اسمیت (۲۰۱۱) در زمینه آسیب‌های روانی وارد بر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- کاهش احساسات: در شبکه‌های اجتماعی به دلیل اینکه ارتباطات به صورت نوشتاری می‌باشد، اغلب فاقد احساس است. افراد با وجود امکانات ارتباطی در فضای مجازی دیگر اهمیتی به کیفیت روابط نمی‌دهند و این مسئله به کاهش بیشتر احساسات منجر می‌شود.

۲- متن گرایی: علی‌رغم امکانات چند رسانه‌ای موجود در فضای مجازی هنوز هم قسمت عمده ارتباطات در این فضا را ارتباطات متنی در قالب ایمیل و چت تشکیل می‌دهد. ارتباطات متنی می‌تواند شکل جدیدی از هویت مجازی را تشکیل دهد.

۳- انعطاف پذیری هویتی: افراد در فضای مجازی می‌توانند بازنمایی‌های متفاوتی از خود ارائه دهند.

۴- دریافت‌های جایگزین: در ارتباطات مجازی شما می‌توانید دیوارها را بشکنید و به حوزه خصوصی دیگران وارد شوید و حرف‌هایی که دیگران

- از دست می‌دهیم. (منظر قائم، شاه قاسمی، ۱۳۸۸، ص ۷۸)
- از دیگر مزایای فیس بوک می‌توان به ترویج فرهنگ کشورها اشاره کرد. البته به شرطی که از آن درست استفاده شود! ساختن گردهمایی‌ها که در آنها می‌توان به ترویج فرهنگ هرکشور پرداخت در این سایت امکان پذیر است. مثلا قبل از تحویل سال گروهی از ایرانیان با تشکیل یک گردهمایی به معرفی نوروژ به سایر کشورهای دنیا می‌پردازند که حرکت بسیار پسندیده و زیبایی است.
- ساختن برنامه‌های تحت وب و تشویق دیگران به نصب آنها در صفحه خود یکی دیگر از امکانات فیس بوک است که باعث می‌شود کاربران از فیس بوک به عنوان رایانه شخصی خود نی‌ز استفاده کنند و در آن به خلاقیت بپردازند.
- از مهم‌ترین مزایای فیس بوک تقویت زبان انگلیسی است. با ورود به فیس بوک شما وارد دنیای جدیدی می‌شوید که زبان مشترک همه اعضای آن انگلیسی است. به همین خاطر شما مجبور می‌شوید تا برای ارتباط با آنها از زبان انگلیسی استفاده کنید.
- شهرت فیس بوک در میان مردم دنیا بسیار زیاد است به طوری که در پایان هر مقاله در اکثر وبلاگ‌ها یا خبرها در روزنامه‌های خارجی به فیس بوک لینک داده شده است.
- در ذهن شما چه می‌گذرد یا هم اکنون در حال انجام چه کاری هستید؟! این قابلیت است که فیس بوک به تقلید از سایت تویتر در سایت خود قرار داده است. این قابلیت به شما این امکان را می‌دهد تا هرچه در ذهنتان می‌گذرد از جمله ایده‌های مختلفی که دارید را بنویسید تا هم احتمال تحقق آنها بیشتر شود و هم دیگران نظر خود را در این مورد اعلام کنند.
- اما در آن واحد فیس بوک معایبی هم دارد که ضروری است کاربران به معایب آن نیز توجه داشته
- مزایا و معایب استفاده از فیس بوک
- فیس بوک یک وب سایت اجتماعی و محصول دنیای ارتباطات و فناوری اطلاعات است. این وب سایت که در حال حاضر به طور رایگان در اختیار مردم جهان قرار دارد، مخاطبان زیادی در جهان از جمله ایران را به خود جلب کرده است. از جمله مزایای این وب سایت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- فیس بوک به موفقیت کاری کاربران خود کمک می‌کند. مثلا اگر چه بسیاری از کارفرمایان به کارمندان خود اجازه دسترسی به فیس بوک را نمی‌دهند، ولی تحقیقات نشان می‌دهد که خلاقیت کسانی که در محل کار خود از فیس بوک استفاده می‌کنند، ۹ درصد بیشتر از کسانی است که از فیس بوک استفاده نمی‌کنند.
- فیس بوک می‌تواند اعتماد به نفس کاربران خود را افزایش دهد چرا که کاربران با خواندن صفحه فیس بوک خودشان که حاوی بهترین اطلاعات و خصوصیات آنهاست، اعتماد به نفس و عزت نفسشان افزایش می‌یابد.
- پیدا کردن دوستان قدیمی دوران دبیرستان و راهنمایی که سالهاست آنها را ندیده اید و می‌خواهید دوباره با آنها در ارتباط باشید و همچنین پیدا کردن دوستان مختلف از سراسر دنیا که به نوعی در یک موضوع خاص با آنها اشتراک دارید، مانند رشته تحصیلی یا عقاید و... از جمله مزایای دوستی در فیس بوک است.
- تشکیل گروه‌های مختلف از جمله گروه‌های خانوادگی و دانشجویی که باعث نزدیکی بیشتر آنها به یکدیگر می‌شود از جمله مزایای دیگر وب سایت فیس بوک است.

می‌کنند، نقاط ضعف ظاهر خود را بزرگتر از آنچه که هست می‌بینند و حتی بعضی‌ها از عکس گرفتن و جلوی دوربین ایستادن با دیگران خودداری می‌کنند.

• فیس بوک به کاربران خود استرس وارد می‌کند. هدف اصلی فیس بوک برقراری ارتباط و دوستی با دیگر کاربران است ولی گاهی درخواست‌های افراد از یکدیگر آنها را دچار استرس می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد ۶۳ درصد افراد پاسخ به درخواست دوستان را به تاخیر می‌اندازند. از هر ۱۰ نفر ۳ نفر با رد کردن درخواست دوستان دچار عذاب وجدان می‌شوند و ۱۲ درصد اصلاً دوست ندارند درخواستی دریافت کنند. مطالعه دیگری نشان می‌دهد کسانی که درخواستشان در فیس بوک رد می‌شود، همانقدر ناراحت و آزرده می‌شوند که رد شدن در زندگی واقعی آنها را ناراحت می‌کند.

• افسرده شدن تنها ضرر بزرگ فیس بوک نیست، بلکه این شبکه اجتماعی می‌تواند موجب اختلالات روانی در نوجوانان و جوانان شود. طبق تحقیقات دکتر "لری روسن" استاد روانشناسی دانشگاه کالیفرنیا، نوجوانان و جوانانی که با فیس بوک کار می‌کنند بیش از بقیه در معرض بروز اختلالات روانی همچون هیجان زیاد، پارانویا، رفتار پر خاشاگرانه و جامعه ستیزی قرار دارند.

• ترس از افشای رازهای زندگی و همچنین عکس‌ها و ویدئوهای شخصی بزرگترین دغدغه خاطر کاربران از جمله کاربران ایرانی است و این ترس با حذف یکی از بندهای قانون عضویت در فیس بوک که مربوط به حفظ اطلاعات شخصی افراد می‌شود، بیشتر شده است.

<http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=26552>

باشند، از جمله این معایب می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

• فیس بوک می‌تواند اعتیادآور باشد. اگر عضو فیس بوک هستید، آیا می‌توانید برای مدت ۲۴ ساعت صفحه خود را چک نکنید؟ طبق آمار ۸۰ درصد کاربران به این سوال جواب منفی داده اند. تحقیقات نشان می‌دهد اعتیاد به فیس بوک از اعتیاد به الکل یا سیگار بدتر است و حتی بعضی روانکاوان این نوع اعتیاد را نوعی اختلال روانی می‌دانند.

• فیس بوک ممکن است موجب حسادت در کاربر شود. آمار نشان می‌دهد که بسیاری از افراد از طریق فیس بوک و سایر رسانه‌های اجتماعی کردار و گفتار نامزدشان را زیر نظر می‌گیرند. ۳۵ درصد از کاربران فیس بوک معتقدند که فیس بوک مستقیماً در روابط رمانتیک آنها احساس رقابت و حسادت ایجاد کرده است. حتی در آمریکا از هر ۵ طلاق یکی و در انگلستان از هر ۳ طلاق یکی به فیس بوک مربوط بوده است.

• فیس بوک کاربر را دچار احساس غم و افسردگی می‌کند. اکثر افراد از شبکه‌های اجتماعی برای بیان جنبه‌های خوب و مثبت زندگی استفاده می‌کنند و این باعث می‌شود واقعیت‌های زندگی آنها که شاید چندان خوب و شیرین نباشد، از چشم دیگران پنهان بماند. از آنجایی که افراد در فیس بوک همیشه در حال دیدن قسمت‌های خوب و شاد زندگی دیگران هستند، با دیدن مشکلات زندگی خود دچار غم و ناامیدی می‌شوند و حتی در موارد شدید احتمال آن وجود دارد که کاربران فیس بوک دچار افسردگی شوند.

• فیس بوک باعث می‌شود برخی از کاربران از ظاهر خود راضی نباشند. به نظرمی رسد وقتی افراد عکس‌های خود را در پست‌های دیگران مشاهده

تأثیر فضای مجازی بر تغییر هویت فردی

هر فرد آدمی مایل است به اینکه هویت خاصی داشته باشد، از این رو می‌کوشد که خویشتن را دریابد و بشناسد. در عین حال می‌خواهد فردی باشد ممتاز و برای رسیدن به این مقام خود را به شخص یا گروهی از اشخاص نسبتاً مبرز و ممتاز، مرتبط می‌کند یا به اصطلاح، خویشتن را با آنها همانند می‌سازد تا به واسطه امتیاز و تشخیصی که آن فرد با گروه‌ها دارد تا حدی صاحب تشخیص و امتیاز گردد. هویت، به شخص احساس عمیق، ارزشمند و قابل قبول می‌بخشد که در صورت تنها بودن نیز، احساس تنهایی و بی‌کسی نمی‌کند.

یکی از نیازهای روانی مهمی که در دوره‌ی جوانی شکوفا می‌شود نیاز به برخورداری از هویت است. نیاز به داشتن هویت آن چنان بر روان و اندیشه جوانان سایه می‌افکند که آنها را به تکاپوی خستگی ناپذیر در راه کسب آن وا می‌دارد. بسیاری از ویژگی‌های نوجوانی همانند: آرمان‌گرایی، عشق و محبت، تشخیص طلبی، رقابت، هنرنمایی، استقلال طلبی و بسیاری دیگر از شاخص‌های مهم این حرکت هستند. (رضوی نهاد، ۱۳۹۰) از آنجا که در فضای مجازی افراد در زیر نقابی ناشناس به حیات خود ادامه می‌دهند، بسیاری از رفتارهای آنها با رفتارهای دنیای واقعی متفاوت است و این هویت ناشناس و مجازی عموماً به ارتکاب برخی اعمال منجر می‌شود. در اینترنت هویت انسان‌ها به صورت ناشناخته و غیر قابل رویت است به گونه‌ای که هر فرد می‌تواند نقش‌های مورد پسند خودش را بازی کند، نقش‌هایی که شاید در زندگی روزمره خود هیچ سنخیتی با آنها ندارد. در مکالمات چت روم‌های اینترنتی دو ویژگی کاملاً مشهود است. نخست آنکه افراد می‌کوشند در پس نام‌های مستعار انتخاب شده و در مکالمه با دیگران خود را به ایده آل‌های مورد علاقه شان نزدیک کنند به همین سبب آنها غالباً خود را از

نظر ظاهری بسیار خوش تیپ، دارای تحصیلات بالا و مسلط به انواع هنرها توصیف می‌کنند. ویژگی دیگر این است که فرد می‌خواهد با قرار دادن خود به جای دیگران، نحوه ارتباط آنها را با فرد دیگر ارزیابی کند. این اتفاق بیشتر زمانی رخ می‌دهد که فردی که از نظر جنسیت مرد است، خود را به جای یک زن و یا بالعکس یک زن خود را به جای یک مرد معرفی می‌کند. از این رو در این فضا با نوعی تقلب هویت یا هویت تقلبی و جعلی رو به رو هستیم. آنچه که نماد و نشان دهنده هویت فرد است آن چیزی است که او درباره خودش بیان می‌کند؛ درباره سن، شغل، مکان زندگی و... بسیار اتفاق افتاده است که فرد پس از مدتی و طی ملاقات با فردی که با او ارتباط یافته، مشاهده نموده است که اطلاعاتی که به او داده شده نادرست است. دسته اول از آدم‌ها، با اولین حضور در این محیط همه قیده‌های تامين حریم شخصی را غیرفعال می‌کنند، مثلاً اجازه می‌دهند که تصاویر، اطلاعات، اسامی دوستان و ارتباطاتشان برای همگان قابل رویت باشد؛ اینان کسانی هستند که در برقراری ارتباط با دیگران کمترین محدودیتی برای خود قائل نیستند. اما دسته دوم، از همان ابتدا با احتیاط کامل همه ابزارهای در دسترس برای محدود کردن دسترسی عامه به اطلاعات خود را به کار می‌گیرند. این‌ها همان کسانی هستند که نمی‌خواهند به فضای مجازی فرصت ضربه زدن به خود را بدهند؛ و این دقیقاً نشان دهنده تربیت صحیح آنهاست. یعنی این اشخاص، مراقب هستند که تمام زوایای زندگی‌شان را بروز ندهند و اجازه نمی‌دهند تا همگان به زندگی شخصی و حریمشان وارد شوند.

ابتدایی‌ترین تأثیر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر کاربران این است که هویت فعلی کاربران را به چالش می‌کشد و کاربر را از خود واقعی تهی می‌کند و سپس به او فرصت می‌دهند خود ایده‌آلش را بروز دهد، در



زیادی چگونگی کیفیت کاربر خود را نیز تعریف می‌کند. (دیباجی، ۱۳۹۱)

تاثیر فضای مجازی بر تغییر هویت فرهنگی وقتی مفهومی چون رایانه و به تبع آن فضای مجازی وارد یک جامعه می‌شود آثار فرهنگی را نیز با خود به آن جامعه می‌آورد و این آثار صدمات متعددی را بر جامعه تحمیل می‌کند. این مشخصه مخصوص همه مظاهر تکنیک است، از مترو و رسانه گرفته تا تلفن همراه و نظایر آن‌ها و از اسم آن گرفته تا خیلی چیزهای دیگری که به تبع آن وارد جامعه می‌شوند. از طرفی به دلیل آن که مبدع بسیاری از این تکنیک‌ها ما نبوده ایم نمی‌توانیم کنترل کاملی بر آثار اعمال کنیم، ابتدا از این تکنولوژی‌ها به عنوان وسایلی برای زندگی بهتر استفاده می‌کنیم اما در بسیاری از موارد گویی این وسایل آرامش از ما جلومی‌افتند و گاه وابستگی ما به آن‌ها آن قدر زیاد می‌شود که ما را به دنبال خود می‌کشند، اما وقتی سرسلسله تکنولوژی‌هایی همچون فضای مجازی در دست عده دیگری است قطعاً قوانین و اصول آن نیز منطبق با فرهنگ آن عده خواهد بود و به همین دلیل حتماً برای آن‌ها آسیب زنده و مضر نیست اما ناهمگونی بارزی که بین فرهنگ آن‌ها به طرف ما می‌آید با خود مسائلی را وارد می‌کند که مقبول ما نیست. فضای مجازی به دلیل جذابیت فوق العاده‌ای که دارد در اولین قدم موجب انفکاک افراد در زندگی حقیقی‌شان می‌شود. در گذشته که خبری از رایانه در محیط زندگی یا کار نبود، افراد در هنگام فراغت از امور کاری عمدتاً زمان خود را با یکدیگر می‌گذراندند اما امروزه افراد از هر فرصتی برای مراجعه به رایانه شخصی یا تبلت خود استفاده می‌کنند و به جای حضور در بین اعضای خانواده یا همکاران زمان فراغت خود را نیز در تنهایی سپری می‌کنند. حجم این آسیب از همه آسیب‌های دیگر بیشتر است. امروزه می‌توان برای

حالی که به‌طور ناخودآگاه، این خود جدید در فضای گفتمانی شبکه‌های اجتماعی بر ساخته شده است. شبکه‌های اجتماعی صحنه‌ای فراهم می‌آورند که کاربران می‌توانند از هر جنسیت، سن، طبقه اجتماعی، نژاد و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند. در این سطح، شبکه‌های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویتی فردمدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می‌دهند. در واقع با شبکه‌های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می‌شود تا خود را هر گونه که می‌خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند. بنابراین، با قبول این فرض که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده‌اند، خود منشأ بازتولید مکرر چنین جامعه‌ای می‌شوند.

ریچارد بارتل این‌گونه استدلال می‌کند که دنیای مجازی برای مردم آینه‌ای را فراهم می‌آورند که هر چه فرد تصویر خود را در آن مآنوس‌تر با خود واقعی یا ایده‌آلش بباید، بیشتر با آن ارتباط برقرار می‌کند. در واقع، راز موفقیت و جذب کاربر برای وبسایت‌های عمده این است که کاربر خود را در آینه جهان مجازی پیش رویش ببیند. بدین ترتیب، در باب هویت در دنیای مجازی، مسئله این است که کاربر چه میزان انعکاس تصویر خود را در این آینه می‌پسندد.

زمانی این تلقی وجود داشت که هویت افراد در فضای مجازی، هویتی ناشناخته و چندگانه است، اما اکنون کاربران ادامه هویت تعریف‌شده خود در فضای مجازی را به‌صورت آفلاین پیگیری می‌کنند و یا در فعالیت‌های آفلاین در بسیاری از مواقع برای خود نام و نشان تعریف می‌کنند و با آن همزادپنداری زیادی دارند. به عبارت دیگر، فضای مجازی امروز تنها آینه منعکس‌کننده کاربر مقابل خود نیست، بلکه تا حد

خود از دنیای مجازی می‌پذیرند، در نتیجه اگر یک روز ما به هم برسیم دیگر این فرهنگ خیلی برایمان بیگانه نخواهد بود و آن جاست که می‌بینیم کاملاً بی مقدمه و بی هیچ زحمتی به ناگاه این فرهنگ مهاجم در میان ما رشد کرده و یک گفتمان جدید را شکل داده است یعنی ابتدا ما را از محیط، فرهنگ، خانواده و همکاران مان جدا کرده و سپس در این انزوا ماموریت خود را به انجام رسانده است. (فراست کیش، ۱۳۹۲، صص ۴۰-۳۹)

#### فضای مجازی شاهراه تهاجم فرهنگی

اینترنت یکی از رسانه‌های تصویری است که جذابیت آن به مراتب بیش از دیگر رسانه هاست. این رسانه از همان روزهای نخست تولد به جاذبه‌ای ویژه برای کودکان، جوانان و نوجوانان و حتی بزرگسالان تبدیل شد، جاذبه‌ای که به نسبت کاربری بالا، خطرات فراوانی را نیز در پی داشت. متأسفانه این وسیله مدرن در کشور ما ضمن آنکه فوایدی داشته و نمی‌توان منکر آن شد اما باید گفت ابزار تهاجم فرهنگی نیز هست و آثار و عوارض آن مشهود است. گسترش روز افزون فناوری جدید ارتباطات در سال‌های اخیر، تمام جنبه‌های فرهنگ و حیات اجتماعی را با چالش روبرو کرده است. در این میان تحولات اجتماعی و گروه‌های انسانی نیز از این امر مستثنی نشده و گروه‌های مجازی با مرزهای مختلف، جایگزین گروه‌های دارای مرزهای سخت شدند و به همین دلیل امکان مبادله هر چه بیشتر اطلاعات و پیام‌ها، منجر به کاهش و دیوارهای حذف فاصله میان گروه‌های مختلف شده است. با نفوذ فزاینده اینترنت، امکان اشتراک در گروه‌های مختلف ایجاد شده و از منظر سخت‌افزار ارتباطی، تعداد سایت‌ها و فناوری‌های وابسته به آنها نیز گسترش یافته و این مسئله رد پای خود را در تمام حوزه‌های زندگی بشر برجا گذاشته است.

فضای مجازی یک شخصیت مستقل حقیقی قائل بود یعنی این فضا را به صورت یک شخص حقیقی تصور نمود؛ وقتی این شخص حقیقی به محیط ما وارد می‌شود عملاً اجازه نمی‌دهد که بادیگران هم صحبت شویم و این مهم‌ترین و حجیم‌ترین لطمه‌ای است که فضا به ما وارد می‌کند، آسیب دوم آنست که در استفاده از فضای مجازی فقط بخش "ورودها" یعنی اطلاعات و مواردی که وارد این فضا می‌کنیم تحت اختیار ماست اما "خروجی‌ها" کاملاً خارج از اراده ماست ما از آن‌ها بدون اختیار خود تاثیر می‌پذیریم. ما کاملاً آزاد هستیم که خود را در فضای مجازی هر طور که مایلیم معرفی کنیم. اطلاعاتمان را گزینش کنیم و موارد گزینش شده را در فضای مجازی قرار دهیم اما تصاویر و اصوات و اطلاعاتی که ما از این فضا می‌گیریم تحت اختیار ما نیست و مواردی را در این فضا می‌بینیم یا می‌شنویم که برای ما مضر است و منطبق با فرهنگ دینی و ملی ما نیست. پس به مرور از جمع خانواده و همکاران منزوی شده و در معرض تشعشعات پدیده‌ای قرار گرفته ایم که کمتر سنخیتی با فرهنگ ما دارد. شاید قبلاً وقتی در خانواده‌ها پدر، مادر، برادر و یا خواهر می‌خواستند صحبت کنند الفاظ، کلمات و ضماری استفاده می‌کرد که کاملاً حساب شده بود یا در محیط کار ما عادت داشتیم که همدیگر را با نام خانوادگی صدا کنیم اما فرهنگ بیگانه و کسانی که این فضا را ایجاد کرده اند این گونه نیست و برایشان مهم نیست که این کلمات به شکل دیگری بیان شوند آن‌ها عادت دارند همدیگر را با نام کوچک خطاب کنند و صدا کردن با اسم خانوادگی خیلی مرسوم نیست. این‌ها مصداق‌های کوچکی هستند که با همه کوچکی رفته رفته زندگی افراد را هدف قرار می‌دهند و خواسته یا ناخواسته وقتی که مجالست با این پدیده صورت گرفت از آن تاثیر می‌پذیریم و وقتی سطح این اتفاق گسترش پیدا کرد برادر، دوست و همکار نیز همین تاثیر را در خلوت

آنگونه باشد، که طرف مقابل می‌پسندد و یا آنگونه که در رویاهایش آرزو داشته است. در این فضا، تحصیلات، شغل، جنسیت و غیره آن چیزی است که ادعا می‌کند، نه آنچه در حقیقت وجود دارد. حتی یک خانم ۵۰ ساله می‌تواند نقش یک دختر ۱۸ ساله را بازی کند و ساعتی از فکر چین و چروک صورتش بیرون بیاید. کارکرد منحصر به فرد اینترنت در انتقال فرهنگ یا همان تهاجم فرهنگی به گونه‌ای است که می‌تواند از سینما و تلویزیون موفق تر باشد.

این روزها هر فردی می‌تواند یک ایمیل یا یک سایت یا حداقل یک وبلاگ داشته باشد و حتی شرایط شغلی بعضی ایجاب می‌کند که مدام با اینترنت سرو کار داشته باشند. از حجم گسترده اطلاعات در اینترنت، به عنوان یکی از مزایای آن نام برده می‌شود. شما از اخبار سیاست جهانی تا زندگی خصوصی یک هنرپیشه و عکسهای عروسی فلان ورزشکار تا بحثهای تخصصی و کارشناسی با دیدگاه‌های مختلف را با چند کلیک می‌توانید بر روی صفحه مانیتور ببینید. اما هجوم اطلاعات فراوانی که ممکن است راست یا دروغ باشد، از توانایی تمرکز انسان بر روی مسائل فکری کم می‌کند. اندیشه‌ای که با بمباران اخبار و تصاویر مواجه است نمی‌تواند خود را سازمان دهد. در حقیقت حجم زیاد دیده‌ها و شنیده‌ها همیشه با ما همراه هستند. روابط دختران و پسران در دنیای اینترنت به یک رابطه عادی تبدیل شده است. عده‌ای تصور می‌کنند چون ارتباط چهره به چهره در این نوع ارتباطات نیست نمی‌توان آن را ارتباطی غیر مجاز دانست، اما این ارتباط نقطه شروع خطرات است.

اینترنت در دنیای امروز، خود را به عنوان یک وسیله رشد علمی، معرفی کرده است. هر چند همه کم و بیش با آسیب‌های آن آشنایی دارند، اما مخالفت با آن برچسب تحجر و عقب ماندگی را به همراه دارد. همه اقشار جامعه از سطوح مختلف اعتقادی، تحصیلی،

هر فرد یا جماعتی می‌تواند بخشی از این فضا را در اختیار گرفته و به نشر آرا و عقاید خود بپردازد، اما این امکان همان‌گونه که مزایای فوق‌العاده‌ای دارد معایب زیادی نیز دارد و می‌تواند همچون دیگر وسایل ارتباطی نوین، خود چالشی برای جوامع و حاکمیت‌ها باشد. غربی‌ها با تغییر لایه‌های بنیادین فرهنگ و سبک زندگی، تغییر هویت جنسی و شخصیتی جوانان و نوجوانان و اینکه آنان باید به سرعت عاشق شوند پیامدهای فرهنگی، روانی، و فکری را رصد می‌کنند. امروزه وجود مدل‌های تخیلی، شروع ارتباط با همسال غیر همجنس، نبود الگوهای درست خانواده و جامعه و عدم توجه به مهارت‌های اعتماد به نفس، جوانان را به سمت آدم‌های فردگرایی سوق می‌دهد که بازاریابان غربی برایشان خوب طراحی می‌کنند. استفاده از رسانه‌های بیگانه دیداری و شنیداری بخصوص اینترنت و ماهواره از سوی نوجوانان، جوانان و خانواده‌ها، کارشناسان مسائل تربیتی را نگران ساخته است. از مهمترین دغدغه‌های متخصصان تعلیم و تربیت، استفاده نادرست و آثار مخرب وسایل ارتباط جمعی بخصوص اینترنت و ماهواره بر روح و روان خانواده و شخصیت افراد است. به عقیده کارشناسان، خطر کنونی فضای مجازی یا اینترنت از خطراتی که در بیرون از خانه جوانان را تهدید می‌کند بیشتر است. اینترنت فقط یک سرگرمی نیست، بلکه به ما این امکان را می‌دهد که با دوستان و خانواده در تماس باشیم و اطلاعات بی‌شماری را به دست بیاوریم. سایت‌های آموزشی بسیاری وجود دارد که می‌توانیم در آنها سرگرمی‌ها، موسیقی، ورزش و خیلی چیزهای دیگر مورد علاقه خود را بیابیم. جذابیت استفاده از اینترنت و کامپیوتر، نه به خاطر نو بودن آن بلکه به دلیل غرق شدن در دریایی از ارتباطات و اطلاعات است. دریایی رویایی که تنها با فشردن چند دکمه به آرامی به آن قدم می‌گذاریم. در دنیای روابط اینترنتی هر فرد می‌تواند

۴. به نظر می‌رسد بین تعلقات دینی و اخلاقی کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک و تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

۵. به نظر می‌رسد بین میزان مشارکت و تعامل کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

۶. به نظر می‌رسد بین ویژگی‌های قومی کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

#### روش شناسی تحقیق

اصولا با توجه به ماهیت تحقیق و متناسب با موضوع مورد بررسی، روش‌های مختلفی وجود دارد. استفاده از هر یک از روش‌های تحقیق به ماهیت و زمینه تحقیق، فعالیت‌های لازم به نتیجه گیری و میزان مسئولیت محقق در مقابل نتایج و اهداف تحقیق بستگی دارد. پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای است، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شد و آزمون آماری مورد استفاده خی دو و فریدمن می‌باشد.

آزمون‌های فریدمن و خی دو آزمون‌هایی ناپارامتری هستند که برای ارزیابی همقواری متغیرهای اسمی به کار می‌رود. آزمون کوکران همانند آزمون مک‌نمار در مورد دو نمونه وابسته، یک محدودیت دارد و آن این است که باید متغیر مورد نظر دو سطحی باشد. یعنی باید عملکرد دو سطح داشته باشد.

#### جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری هدف مورد مطالعه در این تحقیق دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

فرهنگی اقتصادی تلاش می‌کنند جایی در فضای اینترنتی داشته باشند. برای هرگونه استفاده از اینترنت باید بدانیم در چه محیطی هستیم، اینترنت و خطراتش را بشناسیم، و به موازات حضور آگاهانه و هدفدار، نسبت به آن چه می‌بینیم و می‌نویسیم، حساس باشیم. در این بین کودکان، نوجوانان و جوانان بیش از هر رده سنی دیگری شیفته جستجو و برقراری ارتباط با دنیای جدید هستند و تردیدی نیست که ذهن پویای آنها مستعد گرایش به سوی ناشناخته هاست، ناشناخته هایی که گاه شناخت آنها به بهای نابودی و تباهی آنها است. البته استفاده صحیح از رسانه‌ها، می‌تواند تأثیرات مثبتی در راستای افزایش معلومات داشته باشد و این در حالی است که استفاده نادرست از آن می‌تواند بسیار مخرب باشد، لذا برخورد جدی با برنامه‌های مخرب رسانه‌ها، دریچه‌ای برای پیشرفت فرهنگ‌سازی دینی و مذهبی است. <http://pendarch2.ir/?p=71>

#### چارچوب نظری تحقیق

در این پژوهش از رویکردهای نظری جامعه اطلاعاتی، جامعه شبکه ای، استفاده و رضامندی و وابستگی مخاطبان استفاده شده است که نظریات اصلی وابستگی مخاطبان و جامعه شبکه‌ای می‌باشد.

#### فرضیه‌های تحقیق

۱. به نظر می‌رسد بین ویژگی‌های فردی، اجتماعی کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک و تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد بین نوع استفاده کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد بین مدت زمان استفاده کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک و تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول (۱) فراوانی مربوط به ویژگی‌های فردی و

اجتماعی			
	باقی مانده‌ها		فرآوانی مورد مشاهده
	انتظار	شده	
خیلی کم	۶۶٫۳	۳	-۶۳٫۳
کم	۶۶٫۳	۱۱۳	۴۶٫۸
تا حدودی	۶۶٫۳	۱۴۱	۷۴٫۸
زیاد	۶۶٫۳	۸	-۵۸٫۳
مجموع		۲۶۵	

$X^2 = 228.93$      $df = 3$      $sig = 0.000$

نتایج آزمون خی دو نشان می‌دهد میزان خی دو (۲۲۸٫۹۳) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۳ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود که ویژگی‌های فردی و اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی به میزان کم و تا حدودی تاثیر گذار بوده اند.

جدول (۱-۱) آزمون فریدمن

سوالات مربوط به تاثیر ویژگی‌های فردی - اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی	
۲٫۱۷	افراد متاهل کمتر تحت تاثیر قرار می‌گیرند
۲٫۹۱	به موازات افزایش تحصیلات، تمایل کاربران افزایش می‌یابد
۱٫۹۵	نقش پایگاه اجتماعی
۲٫۹۷	نقش علاقمندی افراد به شبکه‌های اجتماعی با توجه به سن و سال

$X^2 = 162.29$      $df = 3$      $sig = 0.000$

تحقیقات تهران هستند که تعداد آنها ۲۶۵ نفر است. بر این اساس، حجم نمونه از تعداد نفرات مورد نیاز با سطح اطمینان بالا از روش نمونه گیری طبقه‌ای و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده است.

$N =$  حجم جامعه آماری در این تحقیق ۲۶۵ نفر

بوده اند.

$T =$  ضریب اطمینان ۹۵٪ = ۱/۹۶

$P =$  درصد توزیع صفت در جامعه که برابر با ۵٪ در

نظر گرفته می‌شود.

$q =$  درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه

هستند که برابر با ۵٪ در نظر گرفته می‌شود.

$d =$  تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه که برابر

با ۵٪ در نظر گرفته می‌شود. (همان منبع، ۱۳۹۲، --)

لذا با قرار دادن اعداد فوق در این فرمول برآورد

حجم نمونه به شرح ذیل صورت می‌گیرد.

$$N = \frac{۸۵۲ \times (۱/۹۶)^2 \times (۰/۵ \times ۰/۵)}{۸۵۲ \times (۰/۵)^2 + (۱/۹۶)^2 (۰/۵ \times ۰/۵)} = ۲۶۵$$

یافته‌های پژوهش

برای آزمون همه فرضیه‌ها ابتدا از آزمون خی دو

تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون

فریدمن استفاده شد.

در فرضیه پژوهشی اول: به نظر می‌رسد که به نظر

می‌رسد ویژگی‌های فردی - اجتماعی کاربران

## جدول (۲-۲) آزمون فریدمن

میانگین رتبه ای	سوالات مربوط به میزان تاثیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی
۲,۹۶	افراد برای دوست یابی جدید و ارتباط با دوستان
۳,۵۸	برای کسب اطلاعات و اخبار
۲,۹۳	به دلیل تنوع محتوی و امکانات مختلف اجتماعی
۲,۵۸	به دلیل بهره گیری از امکانات مختلف شبکه‌های اجتماعی
۲,۹۶	بهره گیری از محتوی تفریحی و سرگرمی منجر به آسیب هویتی می‌شود

$X^2 = 70.86$        $df = 4$        $sig = 0.000$

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۱۳۲/۲۲) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۲ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی تا حدودی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده اند.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۷۰,۸۶) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین میزان تاثیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: برای کسب اطلاعات و اخبار دارای بالاترین رتبه و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل بهره گیری از امکانات مختلف شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

فرضیه پژوهشی سوم: به نظر می‌رسد مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خبی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۱۶۲,۲۹) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین میزان تاثیر ویژگی‌های فردی - اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: نقش علاقمندی افراد به شبکه‌های اجتماعی با توجه به سن و سال دارای بالاترین رتبه است و نقش پایگاه اجتماعی در استفاده از شبکه اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

فرضیه پژوهشی دوم: به نظر می‌رسد نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خبی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

## جدول (۲) فراوانی مربوط به نوع استفاده

باقی مانده‌ها	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مشاهده شده
-۵۳,۳	۸۸,۳	۳۵ کم
۸۷,۷	۸۸,۳	۱۷۶ تا حدودی
-۳۴,۳	۸۸,۳	۵۴ زیاد
		۲۶۵ مجموع

$X^2 = 132.55$        $df = 2$        $sig = 0.000$

جدول (۳-۳) آزمون فریدمن

میانگین رتبه ای	سوال	مربوط به تاثیر مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی
۳،۰۲	نقش مهمی در جهانی شده حوزه‌های گوناگون زندگی دارد	
۳،۲۷	تضعیف روابط خانوادگی	
۲،۵۲	تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی کاربران	
۲،۴۸	افزایش مصرف محصولات فرهنگی	
۳،۷۲	اعتیاد اینترنتی	
		$X^2 = 157.68$ $df = 4$ $sig = 0.000$

فرضیه پژوهشی چهارم: به نظر می‌رسد تعلقات دینی و اخلاقی کاربران بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

جدول (۴) فراوانی مربوط به تعلقات دینی

باقی مانده‌ها	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مشاهده شده	باقی مانده‌ها
-۵۱،۰	۵۳،۰	۲	خیلی کم
-۲۵،۰	۵۳،۰	۲۸	کم
۷۹،۰	۵۳،۰	۱۳۲	تا حدودی
۴۳،۰	۵۳،۰	۹۶	زیاد
-۴۶،۰	۵۳،۰	۷	خیلی زیاد
		۲۶۵	مجموع
		$X^2 = 253.43$ $df = 4$ $sig = 0.000$	

نتایج آزمون خی دو نشان می‌دهد میزان خی دو (۲۵۳،۴۳) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود که تعلقات دینی و اخلاقی کاربران تا حدود بر تغییر هویت فرهنگی اجتماعی تاثیر گذار بوده اند.

جدول (۳) فراوانی مربوط به مدت زمان استفاده

باقی مانده‌ها	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مشاهده شده	باقی مانده‌ها
-۵۲،۳	۶۶،۳	۱۴	کم
۴۲،۸	۶۶،۳	۱۰۹	تا حدودی
۶۷،۸	۶۶،۳	۱۳۸	زیاد
-۵۸،۳	۶۶،۳	۸	خیلی زیاد
		۲۶۵	مجموع
		$X^2 = 189.29$ $df = 3$ $sig = 0.000$	

نتایج آزمون خی دو نشان می‌دهد میزان خی دو (۱۸۹/۲۹) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۳ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود که مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده اند.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خی دو (۱۵۷،۶۸) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین تاثیر مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: اعتیاد اینترنتی به دلیل استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی دارای بالاترین رتبه است و افزایش مصرف محصولات فرهنگی دارای کمترین رتبه است.

جدول (۴-۴) آزمون فریدمن

سوالیات مربوط به تاثیر تعلقات دینی و اخلاقی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی میانگین رتبه ای	
به عنوان مروج فرهنگ مادی نگر، لذت جو و فردگرایانه غربی	۲,۳۶
کاهش تعلقات دینی و اخلاقی و هویتی	۲,۷۰
تاثیر بر سبک دینداری و هویت فرهنگی و اجتماعی کاربران	۳,۰۱
تضعیف روابط خانوادگی	۳,۳۰
میزان اثرگذاری شبکه‌های به عواملی نظیر سن، جنسیت... بستگی دارد	۳,۶۴
	$X^2 = 153.53$
	df = 4
	sig = ۰,۰۰۰

جدول (۵) فراوانی مربوط به مشارکت در تعامل

باقی مانده‌ها	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مشاهده شده	
-۵۸,۰	۶۶,۳	۸	کم
۴۶,۸	۶۶,۳	۱۳۱	تا حدودی
۵۲,۸	۶۶,۳	۱۱۹	زیاد
-۵۹,۳	۶۶,۳	۷	خیلی زیاد
		۲۶۵	مجموع
	sig = ۰,۰۰۰	df = 3	
		$X^2 = 209.49$	

نتایج آزمون خی دو نشان می‌دهد میزان خی دو

(۲۵۳,۴۳) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود که میزان مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده است.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خی دو (۱۵۳,۵۳) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین تاثیر تعلقات دینی و اخلاقی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: اثرگذاری شبکه‌های با توجه به سن، جنسیت... دارای بالاترین رتبه و کاهش تعلقات دینی و اخلاقی و هویتی به دلیل استفاده از برنامه‌های مخرب شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد میزان مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

جدول (۵-۵) آزمون فریدمن

سوالیات مربوط به میزان تاثیر مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی میانگین رتبه ای	
انتقال دهنده دانش و تجربیات، از جوامع صنعتی، به توسعه نیافته	۲,۹۰
در راستای ارتقای دانش خود، برقراری ارتباطات فرهنگی	۲,۹۲
نقش فرهنگ شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای انتقال دانش	۳,۶۵
تاثیر بر وابستگی‌ها و وفاداری به فرهنگ و تعلقات آن	۳,۰۹
باعث ادغام شدن هویت افراد در یک فرهنگ جهانی با یکسان سازی هویتی	۲,۴۵
	$X^2 = 110.59$
	df = 4
	sig = ۰,۰۰۰



جدول (۶-۶) آزمون فریدمن

میانگین رتبه ای	سوال‌ات مربوط به تاثیر ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی
۲،۲۰	استفاده از زبان فارسی باعث همبستگی، وحدت ملی ایرانیان است
۲،۷۶	لذت از معرفی خود از اینکه خود را به عنوان یک ایرانی
۲،۵۳	بیان قومیت در شبکه‌های اجتماعی
۲،۵۱	باعث حفظ عناصر فرهنگی، بومی، محلی و ملی

$$X^2 = 41.26$$

$$df = 3$$

$$sig = 0.000$$

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۲۳۷،۱۷) در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد می‌شود که ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده است.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۴۱،۲۶) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین تاثیر ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: لذت از معرفی خود از اینکه خود را به عنوان یک ایرانی دارای بالاترین رتبه و بیان قومیت در شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد میزان خبی دو (۱۱۰،۵۹) با درجه آزادی ۵ در سطح آلفای ۵٪ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود به عبارتی بین تاثیر مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تفاوت معناداری مشاهده می‌شود. و با توجه به میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های اینگونه رتبه بندی می‌شوند: نقش فرهنگ شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای انتقال دانش دارای بالاترین رتبه و نقش آن در ادغام شدن هویت افراد در یک فرهنگ جهانی با یکسان سازی هویتی دارای کمترین رتبه است.

فرضیه ششم: به نظر می‌رسد ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است. برای آزمون فرضیه فوق ابتدا از آزمون خبی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

#### بحث و نتیجه گیری

بیگمان فرهنگ را باید مهمترین و غنی‌ترین منبع هویت دانست. رسانه‌های نوین تأثیرات بسیار مهمی بر مخاطبان دارند و می‌توانند، زمینه و بستر مناسبی را برای استفاده‌ها و سو استفاده‌ها ایجاد کنند، از مهمترین دغدغه‌های متخصصان تعلیم و تربیت، استفاده نادرست و آثار مخرب وسایل ارتباط جمعی بخصوص اینترنت و ماهواره بر روح و روان خانواده و شخصیت افراد است. به عقیده کارشناسان، خطر کنونی فضای مجازی یا

جدول (۶) فراوانی مربوط به ویژگی قومی

باقی مانده‌ها	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مشاهده شده
-۵۱،۰	۵۳،۰	۲ خیلی کم
-۳۰،۰	۵۳،۰	۲۳ کم
۷۶،۰	۵۳،۰	۱۲۹ تا حدودی
۲۳۰	۵۳،۰	۹۶ خیلی زیاد
-۳۸،۰	۵۳،۰	۱۵ زیاد
		۲۶۵ مجموع

$$X^2 = 237.17$$

$$df = 4$$

$$sig = 0.000$$

شبکه‌های اجتماعی تا حدودی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده اند.

نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات و اخبار دارای بالاترین رتبه و استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل بهره گیری از امکانات مختلف شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

فرضیه فوق با توجه به نظریه نیازجویی یا استفاده و رضامندی اینگونه استنباط می‌شود مخاطب به نیاز خود آگاه است و برای تامین نیازهای معرفتی خود آگاهانه رسانه مورد نظر را انتخاب می‌کنند و بنابراین رویکرد، مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن و گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی استفاده می‌کنند.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است.

نتایج آزمون خی دو نشان می‌دهد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۳ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد شد که مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده اند.

نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد اعتیاد اینترنتی به دلیل استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی دارای بالاترین رتبه است و افزایش مصرف محصولات فرهنگی دارای کمترین رتبه است.

این فرضیه با توجه به نظریه وابستگی مخاطبان، روابط بین رسانه‌ها، جامعه و مخاطبان را مورد توجه قرار می‌دهد و با اشاره به نیازهای مخاطب از جمله داشتن اطلاعات از رویدادهای پیرامون از یک سو و نیز ندانستن و گریز از واقعیات از سوی دیگر، او را عنصری منفعل و وابسته به رسانه‌ها فرض می‌کند.

اینترنت از خطراتی که در بیرون از خانه جوانان را تهدید می‌کند بیشتر است. همچنین در شبکه‌های اجتماعی، با وجود امکاناتی برای حفظ حریم خصوصی افراد، اشخاص با هویت‌های ساختگی می‌توانند به اطلاعات فردی کاربران دسترسی یابند و اقدام به نشر آن در فضای مجازی کنند. در پژوهش حاضر برای آزمون همه فرضیه‌ها ابتدا از آزمون خی دو تک متغیره و سپس برای رتبه بندی هر سوال از آزمون فریدمن استفاده شد.

فرضیه اول: به نظر می‌رسد ویژگی‌های فردی - اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است.

نتایج آزمون خی دو نشان داد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۳ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد گردید که کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی به میزان کم و تا حدودی تاثیر گذار بوده اند. نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد نقش علاقمندی افراد به شبکه‌های اجتماعی با توجه به سن و سال دارای بالاترین رتبه است و نقش پایگاه اجتماعی در استفاده از شبکه اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

از پژوهش‌های همسو می‌توان به پژوهش صادقی لواسانی اشاره کرد، نتایج پژوهش ایشان نشان داد ارتباطات و تعامل‌های بین فردی نقش گسترده‌ای در فرهنگ سازی ایفا می‌کنند.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است.

نتایج آزمون خی دو نشان داد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۲ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد گردید نوع استفاده از

شدن هویت افراد در یک فرهنگ جهانی با یکسان سازی هویتی دارای کمترین رتبه است.

در شبکه‌های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم و غیر مستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص ایجاد شده‌اند.

فرضیه ششم: به نظر می‌رسد ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی آنها موثر است. نتایج آزمون خی دو نشان داد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد شد که ویژگی‌های قومی کاربران شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده است. نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد لذت از معرفی خود به عنوان یک ایرانی دارای بالاترین رتبه و بیان قومیت در شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است.

#### پیشنهادات

۱- با توجه به تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر کاهش ارتباطات خانوادگی پیشنهاد می‌شود، خانواده‌ها بیشتر به نیازهای کاربران توجه داشته باشند، زیرا یکی از علل گرایش زیاد افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی وجود خلاء هایی است که فرد نتوانسته است به آنها دست یابد.

۲- بسیاری از افراد معتقدند که بهره گیری از امکانات مختلف شبکه‌های اجتماعی باعث بیگانگی با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه می‌شود در این

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد تعلقات دینی و اخلاقی کاربران بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است.

نتایج آزمون خی دو نشان داد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد گردید که تعلقات دینی و اخلاقی کاربران تا حدودی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی تاثیر گذار بوده است.

نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد: اثرگذاری شبکه‌ها با توجه به سن، جنسیت و غیره دارای بالاترین رتبه و کاهش تعلقات دینی و اخلاقی و هویتی به دلیل استفاده از برنامه‌های مخرب شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه است

از جمله پژوهش‌های همسو با پژوهش حاضر می‌توان به پژوهش الماسی (۱۳۸۸) اشاره کرد. ایشان در پژوهش خود نشان داد به همان ترتیب که احتمال دارد اینترنت دینداری افراد را تحت تأثیر قرار دهد، دینداری آنان نیز نوع استفاده شان از اینترنت را جهت می‌دهد.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد میزان مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی موثر است.

نتایج آزمون خی دو نشان داد میزان خی دو مشاهده شده در سطح آلفای ۵ صدم با درجه آزادی ۴ معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به فراوانی‌ها اینگونه برآورد گردید که میزان مشارکت و تعامل کاربران شبکه‌های اجتماعی تا حدود زیادی بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی آنها تاثیر گذار بوده است.

نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز نشان داد نقش فرهنگ شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای انتقال دانش دارای بالاترین رتبه و نقش آن در ادغام

شود که در عین حال که فرد لذت می‌برد به طور غیر مستقیم از تاثیرات مثبت شبکه بهرمنند شود.

۸- با توجه به حضور مستمر در شبکه‌های اجتماعی و ایجاد اعتیاد اینترنتی پیشنهاد می‌شود کاربران برای استفاده از شبکه‌ها برای خود برنامه‌ای طراحی کنند با زمان‌های مشخص شده، که دچار وابستگی به اینترنت نشوند.

#### منابع و ماخذ

بینام، امیرعلی، ۱۳۹۲ « بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گرایش دینی (مورد پژوهی، دانشجویان دانشکده هنرهای زیبا دانشگاه تهران)»، مجموعه مقالات همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی، تهران

سلطاننفر، محمد؛ بخشی، شیرزاد؛ فرامرزیانی، سعید، ۱۳۹۲ « بررسی تاثیرات شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توئیتر بر گرایش اعضاء به این شبکه‌ها»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره ۴ آقاجانی چوبر، نوشین؛ بیران، صدیقه؛ میرمحمد صادقی، میلاد «بررسی چگونگی جریان اطلاعات ادبی در شبکه‌ی اجتماعی آنلاین فیس بوک»، ۱۳۹۰، (ص ۲۷)

عدلی پور، صمد؛ خاکسار، فائزه؛ سپهری، آسیه، «شبکه اجتماعی فیس بوک و هویت جهانی جوانان شهر تبریز»، ۱۳۹۲

منتظر قائم، مهدی؛ شاقاسمی، احسان، ۱۳۸۷ «اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تاکید بر جوانان»، مجله جامعه شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴

رضوی نهاد، نگار، ۱۳۹۰ « جایگاه هویت فردی دانشجویان و طلاب علوم دینی در مسیر نیل به الگوی اسلامی ایرانی»

خصوص پیشنهاد می‌شود خانواده‌ها ارزشهای جامعه را از همان دوران کودکی برای فرزندان نشان نهاده کنند که در برابر آسیب‌ها مقاوم باشد.

۳- با توجه به نتایج بدست آمده بهره‌گیری از محتوی تفریحی و سرگرمی، شبکه‌های اجتماعی، باعث بروز آسیب‌های هویتی در بین جوانان گردیده است در این خصوص پیشنهاد می‌شود برای جوانان تفریحات و سرگرمی‌های طراحی شود که برای پرکردن اوقات فراغت خود کمتر به سمت برنامه‌های تفریحی شبکه‌های اجتماعی بروند.

۴- بیشتر افراد معتقدند در عصر اطلاعات، یکی از ابزارهای انتقال فرهنگ شبکه‌های اجتماعی می‌باشد در نتیجه پیشنهاد می‌شود قشر جوان و نوجوان را نسبت به توطئه‌هایی که در این برنامه‌ها ارائه می‌شود آگاه سازیم.

۵- با توجه به نتایج بدست آمده بیان قومیت کاربران شبکه‌های اجتماعی دارای کمترین رتبه بوده است در این خصوص پیشنهاد می‌شود رسانه‌های گروهی در جامعه مثل رادیو و تلویزیون احترام به قومیت‌های مختلف، و بیان ارزش انسانها را با توجه به حقوق شهروندی آنها ترویج دهند.

۶- با توج به نتایج توصیفی نشان داده شد، کاربران دارای سنین زیر ۳۵ سال نسبت به بالای ۳۵ سال بالاتر می‌باشند، در واقع قشر جوان دارای بیشترین فراوانی را دارند در نتیجه پیشنهاد می‌شود برنامه‌های که جهت ثبات هویت فرهنگی در جامعه طراحی می‌شود بیشتر درخور این سنین باشد.

۷- با توجه به نتایج بدست آمده نشان داده شد شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در جهانی شدن حوزه‌های گوناگون زندگی از جمله هویت و فرهنگ سازی بازی می‌کنند، در این خصوص پیشنهاد می‌شود شبکه‌های اجتماعی اسلامی با برنامه‌های متنوع سرگرم کننده و پر محتوا طراحی

دیباچی، سمیرا، ۱۳۹۱ « توهین در فضای مجازی»،  
مجله ره آورد نور، تابستان ۹۱، سال یازدهم، شماره  
-فراسد کیش؛ علی « هویت مجازی؛ زوال اخلاق و  
آفت زندگی معنوی»، ۱۳۹۲  
اسلامی، مروارید « بررسی شبکه‌های اجتماعی و  
تأثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی»، ۱۳۹۱  
<http://pendarch2.ir/?p=71>  
<http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=286380>  
<http://www.medianews.ir>

یادداشت‌ها

---

<sup>1</sup> Mark Zuckerberg

