

مطالعه و بررسی جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد حقوقی

هویت شهروندی جوانان ایران

(مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره‌ی دوم متوسطه‌ی شهر تبریز، ۱۳۹۴)

علیمراد موسی پور^۱، سیف‌الله سیف‌اللهی^۲

چکیده:

زمینه و هدف: هدف اصلی این تحقیق مطالعه‌ی جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد حقوقی هویت شهروندی جوانانِ کاربر شبکه‌های اجتماعی است. برای این منظور وضعیت بُعد حقوقی هویت شهروندی که دارای چند مؤلفه‌ی مدنی، سیاسی و فرهنگی بود در بین کاربران این شبکه‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

روش: در این تحقیق بنا بر ماهیت موضوع از روش پیمایشی بهره گرفته شد، بنابراین با استفاده از تکنیکهای مصاحبه و پرسشنامه، داده‌های لازم گردآوری شده‌اند، روایی پرسشنامه توسط آلفای کرونباخ ۰/۹۱۲، برآورد گردید؛ نمونه‌ی آماری ۳۷۲ نفری مورد مطالعه، با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی از بین جوانان ۱۶ تا ۱۸ ساله شهر تبریز انتخاب شده‌اند.

یافته‌ها: جوانان کاربر از شبکه‌های اجتماعی نوین بین کمتر از ۱ تا بیش از ۶ ساعت در شبانه‌روز استفاده می‌کردند، بین مردان و زنان کاربر شبکه‌های اجتماعی در میزان و نوع استفاده از شبکه‌ها تفاوت وجود داشت، به علاوه بین کاربران با سطوح تحصیلی متفاوت هم از نظر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین و هم از نظر هویت شهروندی، تفاوت معناداری وجود

1- Mosapuor1350@cfu.ac.ir

syf-1345@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۶/۲/۱۳

۱- استادیار علوم اجتماعی دانشگاه علامه امینی تبریز

۲- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

تاریخ وصول: ۹۵/۱۱/۱۲

داشت. همچنین، وضعیت هویت شهروندی جوانان مورد مطالعه در بُعد حقوقی در حد متوسط ارزیابی شد و بین متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با مؤلفه‌های مدنی و سیاسی بُعد حقوقی هویت شهروندی همبستگی خطی منفی متوسط و با مؤلفه‌ی فرهنگی بُعد حقوقی هویت شهروندی همبستگی مثبت خطی متوسط مشاهده گردید، به علاوه نوع و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین بر بُعد حقوقی هویت شهروندی کاربران مؤثر بوده است.

کلید واژه‌ها: بُعد مدنی شهروندی، بُعد سیاسی شهروندی، بُعد فرهنگی شهروندی، شبکه‌های اجتماعی نوین

مقدمه

یکی از پی‌آمدهای ظهور و گسترش نفوذ شبکه‌های اجتماعی نوین در جامعه، تحول بنیادین در تعاملات انسانی است؛ ساختار منعطف و ارتباط همه جا حاضر این شبکه‌ها، عاملی مؤثر در جذب میلیون‌ها کاربر مشتاق به عضویت در آنها بوده است. کنش ارتباطی که میان کاربران و تولید و توزیع‌کنندگان محتوای شبکه‌های اجتماعی نوین صورت می‌گیرد از جنبه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، نشانه‌ی نوعی فرایند جامعه‌پذیری است، زیرا این خدمات و استفاده از آنها توسط کاربران، آنان را از لحاظ نظام ارزشی و هنجاری تحت تأثیر قرار می‌دهد.

این شبکه‌ها به عنوان محلی برای تعاملات نامحدود بین فرهنگی، انتقال اطلاعات، ارتقای دانش و تضارب آراء، همراه با سرگرمی، فرصت‌های تازه‌ای را برای شکل دهی و تجلی «هویت شهروندی» برای کاربران به وجود آورده‌اند، به طوری که افراد با منابع کثیر هویت‌یابی مواجه شده و فرآیند هویت‌یابی آنان شکلی فرامکانی یافته است (تراچ و هالم^۱، ۲۰۰۴)؛ به علاوه شبکه‌های اجتماعی نوین این امکان را به کاربران داده‌اند که بتوانند به هر صورتی که علاقه‌مند باشند هویت خود را بسازند (بنت^۲، ۲۰۰۶: ۱۳۸)، از آنجا که شبکه‌های اجتماعی نوین زیر مجموعه‌ای نو ظهور از رسانه‌های گروهی ارتباطی

1- Truch & Hulme

2- Bennett

و اطلاعاتی هستند و «رسانه‌های گروهی در شکل دهی روابط اجتماعی شخصی و رسمی که مبتنی بر تفکر و منطق هستند» نقش محوری دارند، بنابراین می‌توان چنین گفت که شبکه‌های اجتماعی نوین، به تبع شکل‌دهی به روابط و مناسبات اجتماعی، نقشی بنیادین را در «هویت شهروندی» کاربران خود ایفا می‌نمایند.

یکی از انواع هویت‌های متنوع و متکثر انسانها، «هویت شهروندی» است که شامل مجموعه‌ای از ارزشها، نگرش‌ها و قوانین بنیادین مشترک است که در بردارنده‌ی احساس تعلق، تعهد و احترام به میراث مشترک، همچنین تشخیص حقوق و تکالیف شهروندی است (محمدی و شیانی، ۱۳۹۲: ۶۸). ترنر، شهروندی را مجموعه‌ای از حقوق و الزامات اجتماعی دانسته که به افراد در یک جامعه‌ی شهری، هویت رسمی و قانونی داده است (رحیمی، ۱۳۸۶: ۱۷۵).

بر اساس آمار مرکز مدیریت توسعه‌ی ملی شبکه‌های اجتماعی نوین - متما در ۱۳۹۴، بیش از ۴۵ میلیون نفر از مردم ایران از امکان حضور در فضای «شبکه‌های اجتماعی نوین» برخوردار بوده‌اند؛ این ظرفیت ارتباطی و اطلاعاتی ایجاد شده توسط شبکه‌های اجتماعی نوین، آثار و تبعاتی را در هویت‌بخشی شهروندی جوانان ایرانی به همراه داشته است و مبنای شکل‌پوشش آغازین پژوهش حاضر است که: شبکه‌های اجتماعی نوین چه نقشی را در هویت‌بخشی شهروندی جوانان ایران ایفا می‌نمایند؟

در کل، مطالعه‌ی نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در شکل‌گیری ابعاد حقوقی هویت شهروندی جوانان ایران هدف اساسی پژوهش حاضر بوده و اهداف جزئی پژوهش عبارتند از:

۱. مطالعه وضعیت هویت شهروندی در ابعاد حقوقی آن در بین جوانان ایران،
۲. مطالعه نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد حقوقی هویت شهروندی جوانان؛
۳. مطالعه پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در هویت شهروندی جوانان؛
۴. ارائه راهکارها و پیشنهادها برای بهینه‌سازی نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت شهروندی جوانان ایران

مروری بر تحقیقات پیشین

عادل پور و همکاران (۱۳۹۳)، مزینانی (۱۳۹۳)، ساروخانی و دیگران (۱۳۹۱)، شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۳)، نوابخش و دیگران (۱۳۹۰)، محمدی و شیانی و روشن فکر (۱۳۸۹)، بیات و آزادواری (۱۳۸۹)، رن و همکاران (۲۰۱۲)، تیلر (۲۰۱۲)، چونگ و لی^۱ (۲۰۱۰)، لی و لی (۲۰۱۰)، لانگ (۲۰۰۷)، در تحقیقاتی که به بررسی رابطه‌ی بین شبکه‌های اجتماعی و هویت پرداخته‌اند، نشان دادند که بین مدت زمان حضور، میزان مشارکت و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت فرهنگی - اجتماعی، هویت سیاسی، هویت تاریخی و قومی، هویت دینی و ملی، و هویت جهانی کاربران ارتباط وجود دارد و جملگی نتایج، ضمن اشاره به بدل شدن شبکه‌های اجتماعی به پدیده‌های اثرگذار در ارتباط و الگوهای تعاملی بین انسانها، شبکه‌های اجتماعی نوین را در تغییر هویت کاربران مؤثر دانسته‌اند. برخی از یافته‌ها به نقش شبکه‌های اجتماعی در برجسته‌سازی تعهد جمعی و هویت اجتماعی و افزایش مشارکت و سازگاری کاربران با منافع مدنی اشاره داشته‌اند؛ برخی به نقش این شبکه‌ها در همگن‌سازی جهان از نظر فرهنگ و عقاید اشاره نموده‌اند و در کل شبکه‌های اجتماعی را عاملی در اجتماعی شدن می‌دانند.

دیدگاه‌های نظری

بر اساس یافته‌های مطالعاتی و نظریه‌های جامعه‌شناسانی چون گیدنز، کاستلز، تامپسون، لال، ترنر و... درباره‌ی رسانه‌های جمعی و هویت شهروندی، چنین استنباط می‌شود که شبکه‌های اجتماعی نوین بر ابعاد مختلف هویت شهروندی جوانان کاربر مؤثر هستند. بنابراین رویکرد نگارنده در این پژوهش چنین است که علاوه بر پذیرش نقش ساختارهای مختلف اجتماعی و نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در هویت‌بخشی به کاربران، به کشش‌ورزی جوانان کاربر شبکه‌های اجتماعی توجه دارد. در این بین نقش شبکه‌های اجتماعی یک‌سویه و تابعی از نهادهای جهان نگر و فرهنگ‌های چیره نیست،

چرا که کاربران این شبکه‌ها، کنشگرانی هستند که هدفمندانه مطالب و اطلاعات اجتماعی و فرهنگی شبکه‌ها را گزینش و تفسیر می‌کنند، به علاوه ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی حاکم بر جامعه که پیوندهای واقعی خرد و کلان در بستر آن شکل می‌گیرد، بر عضویت کاربران در گروه‌های مختلف موجود در شبکه‌ها و فرایند گزینش و برداشت‌های آنان از اطلاعات و محتوای موجود در این شبکه‌ها مؤثر خواهد بود؛ در واقع اگرچه عضویت در شبکه‌های اجتماعی نوین همه‌ی پهنه‌های شخصی و عمومی فعالیت جوانان کاربر را متأثر می‌سازد، اما این جوانان کاربر به عنوان کنشگران اجتماعی دارای اراده و توان کنش‌ورزی بوده و منفعلانه تحت تأثیر فضای مجازی شبکه‌ها قرار نمی‌گیرند، بلکه این اثرگذاری و اثرپذیری متعاملانه و اندیشمندانه بوده و جوانان کاربر با توجه به ساختارهای مختلف اجتماعی، کنش‌های خود را سامان می‌دهند.

مفهوم‌شناسی «هویت شهروندی»

واژه‌ی شهروند معادل واژگان انگلیسی سیتیزن^۱ از مشتقات سیتی^۲ است و ریشه‌ی آن واژه‌ی لاتین سیویتیز^۳ است. این کلمه در زبان لاتین معادل کلمه‌ی پلیس^۴ در زبان یونانی به معنای شهر است. واژه‌ی شهروند در دایره‌المعارف و یکی‌پیدا چنین تعریف شده است: شخصی که به صورت قانونی مقیم یک شهر، دولت یا کشور شناخته می‌شود» و در فرهنگ واژه‌ها، شهروند، فردی است که در رابطه با دولت در نظر گرفته می‌شود که از سوی برخوردار از حقوق مدنی است و از سویی مکلف به تکالیفی از سوی دولت است. به تعبیر آنتونی گیدنز «شهروند، عضو یک اجتماع سیاسی است که دارای حقوق و وظایفی در ارتباط با این عضویت است» (گیدنز، ۱۳۷۴: ۷۹۲).

شهروند بودن به صورت «معمول»، به معنای برخوردار از حق رأی و تصدی منصب سیاسی، بهره‌مندی از برابری در برابر قانون و استحقاق بهره‌برداری از مزایا و خدمات مختلف حکومتی بوده است. به علاوه، شهروند بودن مستلزم داشتن تعهداتی مانند پیروی

1- citizen
2- city
3- ciuetiz
4- police

از قانون، پرداخت مالیات و دفاع از کشور در شرایط حاد است (کاستلز و آلیستر، ۱۳۸۲: ۳۶). از دیدگاه جامعه‌شناسی شهروندی دارای اصل بهره‌مندی از مجموعه حقوق مدنی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است که به واسطه‌ی نهادها و ساختارهای شایسته توسعه می‌یابد (مارشال، ۱۹۵۰، به نقل از فالکس، ۱۳۹۰: ۱۴۲). از نظر آیزین و ترنر (۲۰۰۲: ۴) در تعریف جامعه‌شناختی شهروندی، کمتر بر قواعد حقوقی و بیشتر بر هنجارها، کردارها، معانی و هویت‌ها تأکید می‌شود. صاحب‌نظران اجتماعی با توجه به نوع نگاه خود برای شهروندی، مؤلفه‌هایی را بر شمرده‌اند؛ مهرمحمدی پایه‌های مفهوم شهروندی را عبارت از: اندیشه‌ورزی و ژرف‌اندیشی، سعی صدر و تحمل اندیشه‌های مخالف، قانون‌گرایی و قانون‌پذیری، احساس خودارزشمندی و عزت و اعتماد به نفس، تمایل به رقابت سازنده، عدم تمکین به روابط مبتنی بر قدرت مستبدانه، تقویت روحیه‌ی پرسشگری و کنجکاوی، تمایل به تفکر خلاق و واگرا در حل مسائل مبتلا به محیط پیرامون، توانایی و جرأت در ابراز اندیشه، دانسته است (مهرمحمدی، ۱۳۷۷). به گمان آلن سیرز و وان هبرت ابعاد شهروندی عبارتند از: ۱) بُعد مدنی شهروندی، ۲) بُعد سیاسی شهروندی، ۳) بُعد اجتماعی - اقتصادی شهروندی، ۴) بُعد فرهنگی شهروندی. با توجه به تعاریف متعدد از هویت شهروندی می‌توان گفت که هویت شهروندی دارای دو بُعد اساسی حقوق شهروندی و تکلیف شهروندی است که هر کدام از این ابعاد دارای مؤلفه‌هایی هستند. بُعد حقوقی هویت شهروندی دارای مؤلفه‌های مدنی، فرهنگی و سیاسی است که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

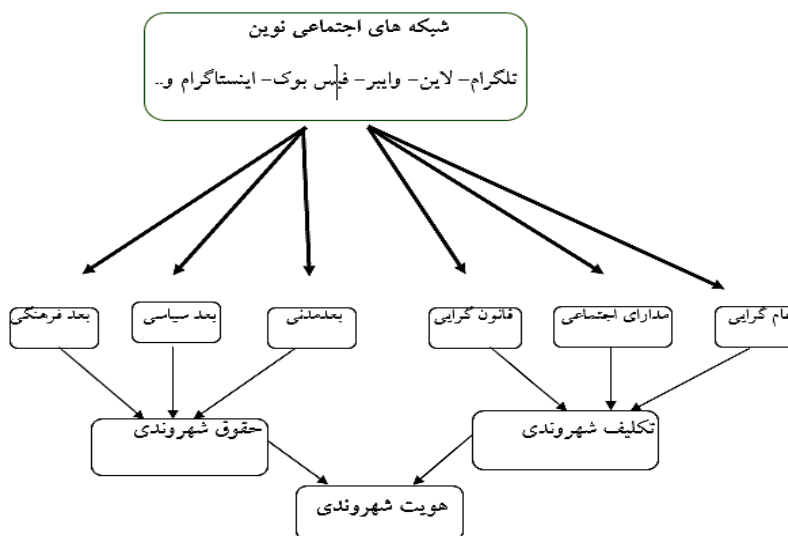
فرضیه‌های این پژوهش عبارتند از

۱. شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد مدنی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش دارد.
۲. شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد سیاسی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش دارد.
۳. شبکه‌های اجتماعی نوین در بُعد فرهنگی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد

حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش دارد.

الگوی نظری و تحلیلی پژوهش

نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت شهروندی جوانان



ابزار و روش

با توجه به ماهیت پژوهش مناسب‌ترین روش، روش ترکیبی یا سبک چند روشی است. در مرحله‌ی اول از طریق تکنیک یادداشت‌برداری از متون و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده‌ی پیشینه و بنیاد نظری پژوهش آماده شد. به علاوه به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز در راستای اهداف پژوهش از تکنیک مصاحبه استفاده گردید؛ این مصاحبه با جوانان کاربر شبکه‌های اجتماعی در محیط آرام، به طور هدفمند و بر اساس سؤالات از پیش تدوین شده صورت پذیرفت. همچنین در این پژوهش از تکنیک پرسشنامه‌ی کتبی برای گردآوری داده‌های میدانی استفاده شد، این پرسشنامه بر اساس بنیان نظری و یافته‌های پژوهشی تحقیقات موجود برای بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در هویت شهروندی جوانان، در قالب ۵۶ سؤال تنظیم و تدوین گشت که روایی این پرسشنامه توسط آلفای کرونباخ ۰/۹۱۲، درصد برآورد گردید. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل کلیه‌ی جوانان ۱۶ تا ۱۸ ساله شهر تبریز با فراوانی ۵۱۲۱۰ که در دوره‌ی دوم

متوسطه شهر تبریز در نواحی ۵ گانه‌ی آموزش و پرورش مشغول به تحصیل بوده‌اند؛ است که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تعداد ۳۷۲ نفر از جوانان ۱۶ تا ۱۸ ساله شهر تبریز با دقت احتمالی مطلوب ۰/۱ و ضریب اطمینان ۹۹ که یک نمونه‌ی ناتور از جمعیت مذکور هستند انتخاب شدند. علاوه بر پرکردن پرسشنامه توسط ۳۷۲ پاسخگو، ۱۰ درصد نمونه‌ی آماری یعنی ۳۷ جوان کاربر شبکه‌های اجتماعی مورد مصاحبه قرار گرفتند. داده‌های به دست آمده پس از ویرایش توسط نرم‌افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها

۱. توزیع جوانان مورد مطالعه از نظر جنسیت

نمونه‌ی آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۳۷۲ نفر می‌شد؛ ۱۸۸ نفر از آنان را مردان و ۱۸۴ نفر را زنان تشکیل داده‌اند یعنی مردان ۵۰.۵ درصد و زنان ۴۹.۵ درصد نمونه‌ی آماری را تشکیل داده‌اند.

۲. توزیع جوانان مورد مطالعه از نظر سن

توزیع سنی جوانان مورد مطالعه نشانگر دامنه‌ی سنی ۱۶ سال تا ۱۸ سال بوده است. فراوانی مربوط به گروه سنی ۱۶ سال شامل ۱۱۴ نفر یعنی ۳۳.۲ درصد، نمونه‌ی آماری و گروه سنی ۱۷ ساله‌ها با فراوانی ۱۱۵ نفر ۳۳.۵ درصد، نمونه‌ی آماری و گروه سنی ۱۸ ساله با فراوانی ۱۱۴ نفر ۳۳.۲ درصد نمونه‌ی مورد مطالعه را شامل می‌شود.

۳. میزان استفاده جوانان مورد مطالعه از شبکه‌های اجتماعی نوین به ساعت در شبانه روز

بر اساس اطلاعات ۲۲.۶ درصد از جوانان به میزان کمتر از ۱ ساعت، ۳۷.۴ درصد بین ۱ الی ۲ ساعت؛ ۲۴.۵ بین ۳ تا ۴ ساعت؛ ۸.۹ بین ۵ تا ۶ و ۶.۷ درصد بیش از ۶ ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده نموده‌اند.

جدول (۱): توزیع فراوانی میزان استفاده جوانان از شبکه‌های اجتماعی نوین

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
کمتر از ۱ ساعت	۸۴	۲۲.۶
۱ تا ۲ ساعت	۱۳۹	۳۷.۴
۳ تا ۴ ساعت	۹۱	۲۴.۵
۵ تا ۶ ساعت	۳۳	۸.۹
بیش از ۶ ساعت	۲۵	۶.۷
جمع	۳۷۲	۱۰۰

۴. توزیع فراوانی نوع استفاده جوانان مورد مطالعه از شبکه‌های اجتماعی نوین

۲۷.۸ جوانان از شبکه‌های اجتماعی برای تبادل اطلاعات و افکار، ۲۲.۲ درصد برای سرگرمی و تفریح، ۱۹.۷ برای چت با دوستان و احول گرفتن از آشنایان، ۱۳.۱ برای وقت‌گذرانی و فرار از تنهایی، ۸.۴ درصد برای دستیابی به اخبار جامعه، ۴.۳ درصد برای برای مسائل درسی و آموزشی، ۳.۳ درصد برای دریافت و ارسال عکس و فیلم و ۱.۳ درصد برای دسترسی به خبرهایی که تلویزیون درست اعلان نمی‌کند، استفاده نموده‌اند.

جدول (۲): توزیع فراوانی نوع استفاده جوانان مورد مطالعه از شبکه‌های اجتماعی نوین

گزینه‌های نوع استفاده	فراوانی	درصد
تبادل اطلاعات و افکار	۱۷۶	۲۷.۸
برای سرگرمی و تفریح	۱۴۱	۲۲.۲
چت با دوستان و احول گرفتن از آشنایان	۱۲۵	۱۹.۷
وقت‌گذرانی و فرار از تنهایی	۸۳	۱۳.۱
گرفتن اخبار مهم جامعه	۵۳	۸.۴
برای مسائل درسی و آموزشی	۲۷	۴.۳
تبادل عکس و فیلم	۲۱	۳.۳

۱.۳	۸	دسترسی به خبرهایی که تلویزیون درست اعلام نمی‌کند
۱۰۰		

فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی نوین بر بُعد مدنی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش داشته باشند.

بر اساس داده‌ها، بین متغیرهای مؤلفه‌ی مدنی هویت شهروندی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین همبستگی منفی خطی نسبتاً متوسطی وجود داشته است.

جدول (۳): ضریب همبستگی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین و مؤلفه‌ی مدنی هویت

شهروندی

متغیرها	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین
مؤلفه‌ی مدنی هویت شهروندی	ضریب همبستگی - / ۴۲۵ **
	سطح معناداری ۰ / ۰۰۴
	فراوانی مشاهدات ۳۷۲

۲. به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی نوین بر بُعد سیاسی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش داشته باشند .

بر اساس داده‌های جدول (۴) بین متغیرهای مؤلفه‌ی سیاسی هویت شهروندی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین همبستگی منفی و خطی نسبتاً متوسطی وجود دارد.

جدول (۴): ضریب همبستگی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین و مؤلفه‌ی سیاسی هویت

شهروندی

متغیرها	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین
مؤلفه‌ی سیاسی هویت شهروندی	ضریب همبستگی - / ۴۳۸ **
	سطح معناداری ۰ / ۰۰۴
	فراوانی مشاهدات ۳۷۲

۳. به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی نوین بر بُعد فرهنگی هویت شهروندی (به عنوان یکی از ابعاد حقوقی هویت شهروندی) جوانان کاربر نقش داشته باشند.

بر اساس داده‌های جدول (۵) بین مؤلفه‌ی فرهنگی هویت شهروندی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین همبستگی مثبت خطی نسبتاً متوسطی وجود دارد. جدول (۵): ضریب همبستگی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین و مؤلفه فرهنگی هویت

شهروندی

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین		متغیرها
** / ۲۹۷	ضریب همبستگی	مؤلفه‌ی فرهنگی هویت شهروندی
۰ / ۰۰۳	سطح معناداری	
۳۷۲	فراوانی مشاهدات	

۴. به نظر می‌رسد با راهکارهایی می‌توان نقش شبکه‌های اجتماعی نوین را در بین جوانان به سمت نقشهای کاربردی تر (نقش آگاهی دهنده و آموزشی) سوق داد. با توجه به مجموع نظرات و دیدگاههای جوانان کاربر شبکه‌های نوین اجتماعی می‌توان راهکارهایی را برای بهبود به نقش شبکه در بین جوانان توصیه نمود.

جدول (۶) راهکارهای کاربردی کردن نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در بین جوانان

ردیف	گزینه
۱	ایجاد گروههای سازمان یافته که به تولید و توزیع محتوای‌های مورد نیاز و مفید برای جوانان با توجه به روحیات و سنشان پردازند.
۲	تبلیغات آگاهی دهنده و فرهنگ‌سازی نسبت به فواید و مضرات عضویت در شبکه‌های اجتماعی نوین
۳	ایجاد بستری برای بهبود ارتباط والدین و معلمان با نوجوانان و جوانان
۴	انعطاف رفتاری و نگرشی در جامعه نسبت به جوانان و نوجوانان و نیازهای عاطفی آنان
۵	تغییر وضعیت مدارس از زندانهای باز به فضای بازیهای گروهی و دروس عملیاتی به جای تئوری خوانی
۶	ایجاد محیط‌هایی برای بازهای گروهی و فیزیکی نظیر فوتبال، والیبال و دور هم‌نشینی

ردیف	گزینه
	در محله‌ها
۷	ایجاد زمینه‌ی گذران اوقات مشترک بیشتر والدین با فرزندان
۸	حمایت از ساخت، خرید و پخش فیلم‌های جوان‌پسند از رسانه ملی
۹	انتخاب سیاست صداقت و شفافیت در انتشار اخبار و سخن‌پراکنی در رسانه‌ی ملی
۱۰	ایجاد زمینه‌ی هماهنگی در بین نهادهای اجتماعی و فرهنگی خانواده، مدارس و رسانه‌ها از نظر نحوه‌ی نظارت و آموزش
۱۱	فرهنگ‌سازی در جامعه از نظر رژیم مصرفی رسانه‌ای
۱۲	راه‌اندازی شبکه‌های بومی و ملی بر اساس ارزشها و هنجارهای ملی

۵. استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین به تفکیک جنسیت

بر اساس آماره‌ی آزمون تفاوت میانگین‌ها ($t: 2.99$ و $\text{Sig}: 0/003$)، می‌توان گفت که بین مردان و زنان کاربر شبکه‌های اجتماعی تفاوت معناداری در میزان استفاده از این شبکه‌ها وجود دارد.

جدول (۷) آزمون تی تست برای مقایسه‌ی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین در بین زنان

نسبت به مردان

جوانان	تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	کمیت t	درجه آزادی	سطح معنادار بودن
مردان	۱۸۸	۲.۵۷	۱.۱۹۲۹۰	۲.۹۹	۳۶۴.۷۳	۰/۰۰۳
زنان	۱۸۴	۲.۲۲	۱.۰۳۴۵۵			

۶. نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در هویت شهروندی به تفکیک جنسیت

بر اساس آماره‌های آزمون تفاوت میانگین‌ها بین مردان و زنان کاربر شبکه‌های اجتماعی نوین در مؤلفه‌های مدنی، سیاسی و فرهنگی بُعد حقوقی تفاوت معناداری مشاهده شده است.

جدول (۸) آزمون تی تست. مقایسه وضعیت مؤلفه‌های هویت شهروندی در بین زنان نسبت به

مردان

سطح معنادار بودن	درجه‌ی آزادی	کمیت t	انحراف معیار	میانگین	شاخصها و مؤلفه‌ها	تعداد مشاهدات	جوانان
۰۰۰	۳۷۰	-۷.۵۳	۰.۶۲۵	۲.۹۳	مؤلفه‌ی مدنی	۱۸۸	مردان
			۰.۷۳۱	۳.۴۶۷			زنان
.۰۰۰۲	۳۷۰	-۳.۱۸۸	۰.۹۴۷	۴.۰۱	مؤلفه‌ی سیاسی	۱۸۸	مردان
			۰.۸۳۷	۴.۴۰			زنان
۰۰۰	۳۷۰	-۱۰.۱۷	۰.۷۵۱	۴.۰۷	مؤلفه‌ی فرهنگی	۱۸۸	مردان
			۰.۷۱۲	۳.۳۰			زنان

۷. مقایسه‌ی وضعیت هویت شهروندی در بین جوانان با توجه به سطح تحصیلات

آنان

بر اساس داده‌های برآمده از آنالیز واریانس یک طرفه با $F = ۰.۴۸.۳$ و $Sig = 000$ ، چنین می‌توان گفت که بین کاربران با سطوح تحصیلی متفاوت از نظر هویت شهروندی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول (۹) آزمون آنالیز واریانس مقایسه‌ی وضعیت هویت شهروندی جوانان با توجه به سطح

تحصیلات آنان

سطح معنادار بودن	کمیت F	میانگین مربعات	درجه‌ی آزادی	مجموع مربعات	منبع تغییرات
۰۰۰۰	۴۸.۳۰	۱۷۶.۳۳۸	۲	۳۵۲.۶۷	بین گروهها
		۳.۶۵۱	۳۶۷	۱۳۳۰.۸۵	درون گروهها
			۳۶۹	۱۶۹۲.۵۳	کل

۸. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره‌ی پژوهش

برآزش مدل رگرسیونی تبیین‌کننده‌ی تأثیر متغیرهای سن، تحصیلات، جنسیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین بر هویت شهروندی جوانان

در این مدل متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سن و سطح تحصیلات با سطح اندازه‌گیری فاصله‌ای است و نوع استفاده از شبکه‌ها و جنسیت که به شکل مجازی (۰-۱) اندازه‌گیری شده‌اند، وارد معادله شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای میزان استفاده و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی و جنسیت ۸۶۲٪ درصد واریانس متغیر هویت شهروندی را تبیین نموده‌اند. نتایج حاصل از تحلیل در مدل زیر

$$\hat{Y} = B_1 + B_2 * Z1i + B_3 * Z2i + \varepsilon_i + Z3i$$

آمده است: میزان استفاده از شبکه‌ها (۰/۱۴۴) + نوع استفاده از شبکه‌ها (۱/۲۶۳) + جنسیت (۰/۶۸۹).

جدول (۱۰): آماره‌های تحلیل رگرسیون چند متغیره‌ی «هویت شهروندی»

ضریب همبستگی چندگانه (Multiple R)	۰/۸۶۲
ضریب تبیین (R Square)	۰/۷۴۳
ضریب تبیین تصحیح شده (Adjusted R Square)	۰/۷۱۱
اشتباه معیار (Standard Error)	۱/۹۳۴
دوربین واتسن Durbin-Watson	۱/۸۲۳

جدول (۱۱): تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیره‌ی «هویت شهروندی»

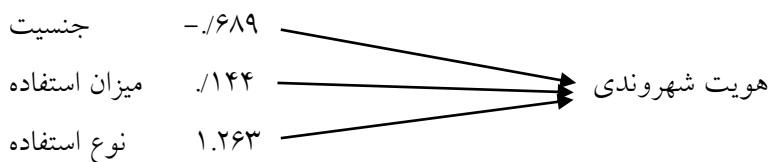
منبع تغییرات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	کمیت F	سطح معناداری
رگرسیون	۲	۲۴۷/۵۵	۱۲۳/۷۷۵	۵۳۵/۴۴	۰/۰۰۰
باقیمانده	۳۷۰	۸۵/۵۳۱	۰/۲۳۱۱۶۵		
کل	۳۷۲	۳۳۳/۰۸۱			

جدول (۱۲): آماره‌های مربوط به متغیرهای مستقل مدل رگرسیونی

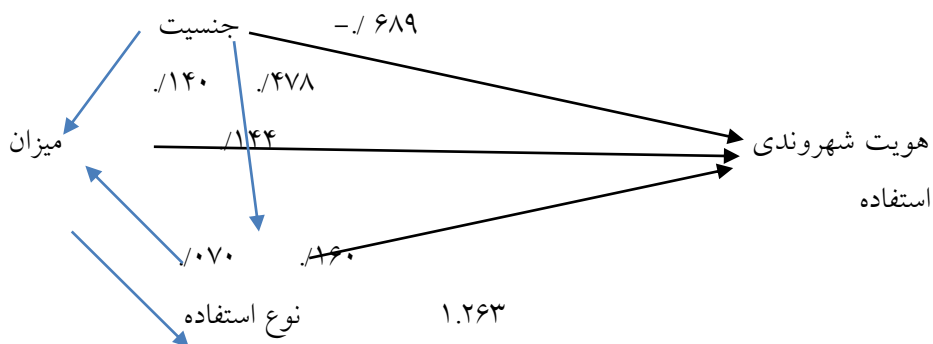
متغیرهای موجود در مدل					
Sig T	T	Beta	SE B	B	نام متغیر

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	-/۵۴۹	/۸۱۹	/۱۴۴	۲.۵۷۰	/۰۱۵
نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی	-/۵۲۹	/۰۹۹	۱.۲۶۳	۹.۵۰۸	۰۰۰
جنسیت	-۴.۳۲۹	/۸۱۹	-/۶۸۹	-/۵.۲۸۴	۰۰۰
عرض از مبدأ	۲۱.۰۰۴	۲.۰۸۹	-	-۴.۱۷۰	۰۰۰

دیاگرام (۱) اثرات مستقیم متغیرها بر هویت شهروندی



دیاگرام (۲) تحلیل مسیر



جدول (۱۳): اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر هویت شهروندی

مجموع اثرات	اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	متغیرهای مستقل
-/۰۵۲۷	$+(۱.۲۶۳ * /۰۷۰ * /۱۴۰)$	-/۶۸۹	جنسیت
/۲۳	$(۱.۲۶۳ * /۴۷۸) + (/۱۴۴ * /۱۴۰)$	۱.۲۶۳	نوع استفاده
/۲۳۲	$(/۱۴۴ * /۱۶۰)$ $(۱.۲۶۳ * /۰۷۰)$	/۱۴۴	میزان استفاده
۰ / ۴۰۹	۰ / ۷۴۳	۰ / ۷۱۸	کل اثر

بیشترین اثر در تغییر متغیر هویت شهروندی در وهله‌ی اول توسط متغیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی و در مرحله‌ی دوم توسط متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

نویین و در مرحله سوم توسط جنسیت بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

اندیشمندانی اجتماعی بر این عقیده هستند که هویت در جریان کنش متقابل اجتماعی و در تعامل بین فرد با جامعه شکل می‌گیرد. وجود ارزشها، هنجارها به عنوان واقعیت‌های تاریخی و اجتماعی که پیش از فرد وجود داشته‌اند و بر فرد تحمیل می‌شوند، نقش اساسی در شکل‌گیری هویت فرد دارند، در واقع فرد با خزانه‌ای از مفاهیم، اندوخته‌ها و سرمایه‌ی فرهنگی خویش به فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی وارد شده و ضمن تعامل با دیگر کاربران، محتوای فضای مجازی را تفسیر و بازتولید می‌نماید.

کاستلز در این باره عقیده دارد که در دنیای شبکه‌ای که اینترنت نقش محوری را در شکل دادن به آن دارد، انسانها در معرض انواع هویتها، فرهنگها و گفتمانهای فکری قرار می‌گیرند، انسانها در برابر آنها دارای توانایی مقاومت هستند و هیچ گفتمانی از جمله گفتمانهای هویتی و فرهنگی قادر به اعمال سیطره و نفوذ تمام‌عیار بر دیگران نیست. از آنجا که جوانان عضو شبکه‌های اجتماعی نوین به طور آگاهانه و با اراده عضو این شبکه‌ها شده‌اند و محتوای موجود در شبکه‌ها را به طور گزینشی و هدفمندانه مطالعه، تفسیر و باز تولید می‌کنند، پس نه با یک دیدگاه ساختارگرایانه یا پست‌مدرن، بلکه با دیدگاه تفسیری می‌توان تعامل جوانان را در این فضا مورد مطالعه قرار داد. بر این اساس امکان هیچ‌گونه تفسیر تمامیت‌بخش یا روایت کلان از محتوای شبکه‌های اجتماعی وجود نخواهد داشت.

با این وصف می‌توان نقشی دو گانه را برای شبکه‌های اجتماعی نوین در ارتباط با موضوع هویت شهروندی برشمرد؛ بدین معنا که شبکه‌های اجتماعی هم می‌توانند نقشی مؤثر در تقویت و تحکیم هویت شهروندی کاربران ایفا نمایند و هم می‌توانند با سرازیر کردن عقاید، باورهای جدید و عناصر نوآورانه فرهنگی و اجتماعی، نقشی مخرب را در شکل‌گیری هویت شهروندی جوانان داشته باشند. ایفای هر کدام از این نقشها توسط شبکه‌های اجتماعی نوین منوط به عملکرد ساختارهای اجتماعی جامعه است، از آنجا که

در فضای مجازی شبکه‌ها خودآگاهی و بارتاب‌پذیری از ساختارهای جامعه و توان کنش‌ورزی کنشگران وجود دارد، بنابراین هویت ساخته شده در این فضا یک هویت ترکیبی است، هویتی که در این فضا تکوین می‌یابد، از پیش ساخته شده نیست؛ بلکه هویت کاربران در این فضا هم ساخته می‌شود و هم در ساخت هویت دیگران مشارکت دارد، بنابراین هرچه نقش ساختارهای مختلف جامعه قوی‌تر و هدایتگرانه‌تر باشد، نقش شبکه در همان راستا جهت خواهد یافت، و هر چه ساختارهای اجتماعی منفعلانه‌تر عمل نمایند محتوای شبکه‌ها بی‌جهت و در راستای خواست کنشگران و صحنه‌گردانان خاص جهت می‌یابد.

- پیشنهادها و راهکارهای کاربردی

بنابراین با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، راهکارهایی برای ارتقای هویت شهروندی نوجوانان و جوانان جامعه و بهره‌گیری کاربردی از شبکه‌های اجتماعی نوین در این زمینه ارائه می‌گردد.

۱. شرایط مدیریتی و فرهنگی جامعه، در فرایند گزینش و نوع برداشت‌های کاربران از محتوای شبکه‌های اجتماعی نوین به طور مستقیم و غیر مستقیم مؤثر هستند، ساختارهای مدیریتی و فرهنگی جامعه به طور غیر مستقیم کاربران را به استفاده از این شبکه‌ها تهیج می‌نمایند، چرا این شبکه‌ها از نظر هزینه‌های ارتباطی و مخابراتی نسبت به سیستم مخابراتی بسیار کم هزینه و دارای کارکردهای بیشتری هستند، به علاوه این شبکه‌ها یک نوع حس آزادی را به کاربران خود القا می‌نمایند. بنابراین جهت‌گیری ساختار مدیریتی جامعه باید در راستای تأمین و صیانت از حقوق شهروندی مردم جامعه باشد، یکی از انواع این حقوق، دسترسی آزادانه مردم به اطلاعات و اخبار است که به گمان جوانان کاربر شبکه‌های اجتماعی نوین از طریق این شبکه‌ها تحقق یافته است، نوع دیگر از این حقوق گردش نخبگان فکری در سطوح مختلف حاکمیت و تصدی مناصب و موقعیتهای شغلی مختلف بر اساس شایستگی است، اجرای این حق زمینه‌ساز تحرک در تمامی ساختارهای جامعه بویژه ساختار فرهنگی جامعه خواهد بود. در واقع هم محتوا و هم

سمت و سوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین با هدایت نخبگان فکری و حمایت ساختارهای جامعه شهروندمحور (نه رعیت‌محور) از غنای علمی و فرهنگی بهره‌مند شده که علاوه بر پویایی و بالندگی فرهنگ جامعه، عاملی مؤثر در غنای فرایند جامعه‌پذیری و هویت‌پذیری شهروندی از طریق محتوای این شبکه‌ها خواهد شد.

۲. در پژوهش حاضر، وضعیت هویت شهروندی جوانان و نوجوانان کاربر شبکه‌ها در حد متوسط به پایین ارزیابی شده است بنابراین می‌طلبند تا دولت‌مردان با اجرایی نمودن اصول قانون اساسی و ضمانت‌های اجرایی لازم برای اجرای اصول آن، زمینه‌ی ارتقا هویت شهروندی در ابعاد حقوقی آن را فراهم سازند.

۳. علاوه بر اجرایی نمودن اصول قانون اساسی توسط دولت، باید زمینه‌ی تعهد و مسئولیت‌پذیری شهروندان نسبت به ابعاد تکلیفی هویت شهروندی (عام‌گرایی، قانون‌گرایی و مدارای اجتماعی) در جامعه فراهم شود. در زیر چند راهکار جهت ارتقای مسئولیت‌پذیری و تعهد به بُعد تکلیفی هویت شهروندی در جامعه ارائه شده است.

الف) در برنامه‌ی درسی و محتوای کتب درسی مدارس و برنامه‌های رسانه‌ای به اصول هویت شهروندی و نمادهای هویت بخش توجه و ارجح داده شود.

د) حمایت از سازمانهای مردم‌نهاد در تمامی زمینه‌های سیاسی، مدنی و فرهنگی به منظور گسترش فرهنگ همدلی و مشارکت مردمی در اداره‌ی امور جامعه.

منابع

- بیات، بهرام و علی اکبر آزادواری. (۱۳۸۹). تأثیر جهانی‌سازی بر هویت ملی و هویت جهانی با تأکید بر رسانه‌های ارتباطی نوین، مجله: **مطالعات امنیت اجتماعی** «تابستان» شماره ۲۲.
- تامپسون، جان، ب. (۱۳۷۹). **رسانه‌ها و نوگرایی**، ترجمه‌ی علی ایثاری کسمائی، تهران: انتشارات مؤسسه‌ی ایران.
- رحیمی، محبوبه. (۱۳۸۶). بررسی میزان درک از شهروندی در بین دانشجویان دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، دانشکده‌ی ادبیات علوم انسانی، مشهد.
- ساروخانی، باقر و بابایی فرد، اسدالله. (۱۳۹۱). **اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی جوان در ایران**، تهران: نشر دیدار.
- شهرام نیا، سید امیر مسعود؛ راضیه مهرابی کوشکی و مهدیه پور، رنجبر. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی دانشجویان دانشگاه اصفهان، **فصلنامه‌ی پژوهش‌های راهبردی سیاست**، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۹.
- فالکس، کیث. (۱۳۹۰). **شهروندی**، ترجمه‌ی محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات کویر.
- عادل پور، صمد؛ قاسمی، وحید و سیداحمد میرمحمدتبار. (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان، **فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره‌ی هفتم، شماره‌ی ۱.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۱). **دو جهانی شدن‌ها و دو فضایی شدن‌ها**، تهران: انتشارات سمت.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). «**عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ**»، ترجمه‌ی احد علیخانی؛ افشین خاکباز و حسن چاوشیان، تهران: طرح نو (مجلد سه).
- کاستلز، استفان و الیستر دیویدسون. (۱۳۸۲). **شهروندی و مهاجرت: جهانی شدن و سیاست تعلق**، ترجمه‌ی فرامرز تقی‌لو، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۴). **جامعه‌شناسی**، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- لال، جیمز. (۱۳۷۹). **رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ؛ رهیافتی جهانی**، ترجمه‌ی مجید نکودست، تهران: نشر ایران.
- مزینانی، کاظم. (۱۳۹۳). بررسی رابطه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی

- کاربران در بین دانشجویان شهر تهران، **فصلنامه‌ی ره آورد نو**، شماره‌ی ۶۴.
- محمدی، محمدعلی؛ ملیحه شیانی و پیام روشن فکر. (۱۳۸۹). عوامل مرتبط با هویت شهروندی در شهر تهران، **فصلنامه‌ی رفاه اجتماعی**، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی ۳۸.
- محمدی، محمدعلی و شیانی، ملیحه. (۱۳۹۲). **هویت شهروندی در ایران**، تهران: انتشارات نورعلم.
- مهرمحمدی، محمود. (۱۳۷۷). آموزش و پرورش و جامعه‌ی مدنی، **مجله‌ی پژوهش تربیتی**، جلد ششم.
- نوابخش، مهرداد؛ فاطمه هاشم نژاد و وحیدزادشم پور. (۱۳۹۰). بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی نوین و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان مازندران، **نشریه-ی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان**، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۱.

- Bennett, Andym (2006) **Culture and Everyday Life**. London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE publications.
- Castells, Manuel (2008), **The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance**, **The Annals of the American Academy of Political Science**, No. 616, pp. 78-93.
- Chou, A & Lim, B. (2010) A framework for measuring happiness in online social network. Illinois state university.
- Cheung, C. M. K., and Lee, M. K. O (2010) A theoretical model of intentional social action in online. **Decision Support Systems**, 49, 24-30
- Lee, J & Lee, H, (2010), The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital. **New Media & Society**. 12 (5). 711- 727.
- Long, J. & et al. (2007), Impact of internet on adolescent self-identity. http://digitalcommons.uri.edu/com_facpubs
- Isin EF & Turner BS. (2002). **Handbook Citizenship studies: an introduction**. (eds) Sage: London.
- Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2012), Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities, **Organization Studies**: <http://nms.sagepub.com>
- Tyler, T. (2012). Social networking and Globalization, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, Vol. 4, No. 6, July 2013
- Truch, Anna / Hulme, Michael (2004), Exploring the implications for social identity of the new Sociology of the mobile phone. Zurich, http://socio.ch/mobile/index_mobile.htm
- Turner BS. (2001). The erosion of citizenship. **British Journal of Sociology**, 52, 2, 189-209