

## تعامل در فیس‌بوک و تاثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان

مسعود کیانپور، استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان، [m.kianpour@ltr.ui.ac.ir](mailto:m.kianpour@ltr.ui.ac.ir)  
صمد عدلی‌پور (نویسنده مسئول)، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز، [samadadlipour@gmail.com](mailto:samadadlipour@gmail.com)  
حکیمه ملک‌احمدی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج، [hakime\\_malekahmadi@yahoo.com](mailto:hakime_malekahmadi@yahoo.com)

**چکیده:** این مقاله بخشی از یک پژوهش است که در آن رابطه علی بین دو متغیر حضور و تعامل در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، از یکسو و تغییرات هویت مدرن جوانان شهر اصفهان، از سوی دیگر، مورد مطالعه و بحث قرار می‌گیرد. پرسشی که این مقاله به آن پاسخ می‌دهد این است که استفاده از فیس‌بوک چه تاثیری بر هویت مدرن کاربران جوان اصفهانی دارد؟ به لحاظ نظری از نظریه‌های هویت در فضای مجازی برای تبیین رابطه دو متغیر بالا استفاده شده و این مطالعه به لحاظ روش شناسی، به صورت ترکیبی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را کاربران جوان فیس‌بوک در شهر اصفهان تشکیل می‌دهند. برخی از یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از سوی کاربران و هویت مدرن رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. همچنین فیس‌بوک از طریق بروز خود واقعی و تخلیه عاطفی، کسب توانمندی‌های روز و احساس جهان‌وطنی در بین کاربران خود باعث تقویت هویت مدرن آن‌ها می‌شود.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک، هویت مدرن.

## مقدمه و طرح مسئله

آنچه در این اینجا مفروض می‌گیریم این است که، با گسترش همه گیر شدن کاربری اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، افراد با مراجع مختلف و متنوعی برخورد دارند که هر کدام ارزش‌های خاص و سبک زندگی ویژه‌ای را ترویج می‌کنند. از سوی دیگر، تمامی مرزهای هویتی مانند خانواده، محله، قومیت و ملیت به شدت نفوذپذیر شده‌اند. علاوه بر این، گسترش فضای اجتماعی، عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم تنیدگی جهان، موجب شده است که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت‌های منسجم و یگانه با مشکل و بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد. از این رو، آنچه به چشم می‌خورد، فرایند آرام و پیوسته انتقال هویت از نسلی به نسل دیگر نیست، بلکه در دنیای کنونی، بیشتر شاهد بحران‌های هویتی و به همان نسبت بازسازی‌های هویتی هستیم که بخشی از آن را در شهر اصفهان به شکل تجربی مشاهده کرده ایم. با این حال، 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. می‌توان گفت پیشرفت رسانه‌ها به‌ویژه اینترنت، سازمان بازتاب‌دهنده خود را عمیق و برجسته می‌کند و افراد را به‌طور مداوم با امکانات و موقعیت‌های جدیدی مواجه می‌کند که در نهایت منجر به تغییر در افق زندگی آنها شده و دامنه و محدوده تعاملات اجتماعی آنها را دگرگون می‌کند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵/الف، ص. ۱۶۸).

شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به علت کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری آن، فضایی بیشتر با رنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی‌اند. کاربران ایرانی خصوصاً جوانان شهر اصفهان به علت موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و در راستای فرار از فشارهای الزام‌آور هنجارهای اجتماعی موجود و جهت گسترش تعاملات اجتماعی با دیگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار نادر یا پرهزینه (چه از لحاظ اجتماعی، سیاسی یا حتی اقتصادی) است، و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت و کم‌رنگ بودن گسترده مشارکت اجتماعی برای آنان در دنیای واقعی، و برای دستیابی و تأمین نیازهای مغفول‌مانده 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 به طور نیمه فعال یا فعال تجربه می‌کنند؛ این تجارب بسته به میزان عمق و وسعت‌شان موجب بازاندیشی در هویت شخصی جوان ایرانی و متزلزل شدن جدی فراروایت‌های موجود در اذهان آنان شده و دستیابی به هویتی مدرن را علی‌رغم شرایط موجود در زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد و در برخی موارد نیز با کشیده شدن دنباله و تبعات زیستن و تعامل در این فضا به دنیای واقعی هر روزه جوانان، سبک زندگی آنان نیز به‌طور ملموس و در سطحی انضمامی نیز تغییر می‌کند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵/ب، صص. ۱۱۶-۱۱۵). همین فرآیند را نیز به طور تجربی در شهر اصفهان مشاهده کرده ایم.

در این راستا پژوهش‌های داخل و خارج کشور، بر خصلت هویت‌ساز رسانه‌های نوین انگشت نهاده‌اند. اما نوع هویت‌سازی رسانه‌های جدید همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌نحو جامع و شامل، چندان محل بحث و

مطالعه نبوده است که از آن طرق بتوان خط سیر کلی پیشرفت و تحولات جوامع را در حوزه هویت و ارتباطات مطالعه کرد. در اینجا به اقتضای پژوهش حاضر به چند مورد از آنها اشاره می‌شود. یافته‌های پژوهش دادگران و همکاران (۱۳۹۰)، ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵/ب)، شالچی (۱۳۸۴) نشان می‌دهد که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن و بازاندیشانه در بین کاربران ایرانی، خصوصاً کاربران جوان می‌شود. همچنین نتایج پژوهش‌های والکن‌برگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۵)، کلی<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، گراسموک<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، مارتین<sup>۴</sup> و همکارانش (۲۰۰۸) حاکی از آن است که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون «کاهش نشانه‌های دیداری»، «ناشناختگی» و «شکل‌دهی ارتباطات در اجتماعات بریده از واقعیت»، فرصت‌های شگرفی را برای تجربه هویت در اختیار کاربران قرار می‌دهند. همچنین آگاهی که کنشگران از حضور در فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک زیست‌جهان کسب می‌کنند، هویت جهانی افراد را شکل می‌دهد.

از آن‌جا که نتایج فردی و اجتماعی گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی هم‌چون فیس‌بوک<sup>۵</sup> در بین جوانان ایرانی و بخصوص جوانان اصفهانی با وجود اهمیت آن، چندان مورد مطالعه و تحقیق صاحب‌نظران، کارشناسان و پژوهشگران علوم انسانی، به‌ویژه جامعه‌شناسی و علم ارتباطات قرار نگرفته است، پژوهش حاضر در نظر دارد به رابطه بین حضور و استفاده از فیس‌بوک و هویت مدرن در شهر اصفهان که این تغییرات را تجربه می‌کند، بپردازد.

### ملاحظات نظری: تبیین رابطه معرفتی بین فضای مجازی و شکل‌گیری هویت

در ابتدا لازم است اشاره کنیم که افراد به‌واسطه تعامل با اینترنت ممکن است "خودهای" جدیدی را در دنیاهای جدید اینترنتی بسازند. این تحولات ممکن است در دنیای مادی صورت نگیرد. در عین حال امکانات فضای مجازی، استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، این فضا به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته تغییرات دیگری نیز در حوزه هویت پذیری و یا هویت بخشی ممکن است صورت بپذیرد. برای مثال، تصویر ارائه‌شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر می‌شود (اسلوین، ۱۳۸۰، ص. ۱۵۶). همین‌طور، این امکان وجود دارد که فرد خود را در سایت‌های مختلف به صورت‌های گوناگون تعریف کند.

بر این اساس، اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکرار هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند، اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به‌تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد. همچنین اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات و تصورات و پندارهای فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت‌های سیاسی بر هویت‌سازی‌های فردی تمام می‌شود و می‌تواند به شکل‌گیری منابع جدید هویتی بیانجامد (معینی‌علمداری، ۱۳۸۴، صص. ۱۱۶-۱۱۵).

علاوه بر اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی هم‌چون فیس‌بوک، به دنبال ایجاد جوامع مجازی هستند. این جوامع مجازی بر اساس ساختار و تعاریف خود به‌طبع ارزش‌های مختلف فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را بازتاب می‌دهند. جوامع مجازی توانسته‌اند مفاهیمی چون «دوست»، «ارتباط»، «خانواده»، «هویت» و حتی مسائلی جزئی مانند نحوه احوال‌پرسی کردن را بازتعریف کنند. اگرچه کاربران، خود در شکل‌دهی این جوامع نقش چشمگیری ایفا می‌کنند اما قوانین این جوامع مجازی و گفتمان حاکم بر آنان در تأثیرگذاری و شکل‌دهی هویت اعضای خود نقش مهمی ایفا می‌کنند.

ابتدایی‌ترین تأثیر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر کاربران این است که هویت فعلی او را به چالش می‌کشند؛ ابتدا کاربر را از خود واقعی تهی می‌کنند و سپس به او فرصت می‌دهند خود ایده‌آلش را بروز دهد، در 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<sup>۶</sup> 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 (عاملی، ۱۳۸۹، ص. ۲۵۰).

رشد سریع فیس‌بوک به‌عنوان شبکه ارتباط اجتماعی اینترنتی، باعث شد فیس‌بوک مانند سایر وبسایت‌ها تبدیل به مکانی شود که افراد می‌توانند هویت خود را در معرض دید سایرین قرار دهند، با این تفاوت که در فیس‌بوک مشخصات فردی کاربران مشخص است و به‌اصطلاح ناشناس نیستند. وبسایت‌هایی مانند فیس‌بوک به‌شکلی طراحی شده‌اند که اطلاعات شخصی افراد، نظیر خصوصیات ظاهری، جنسیت، سن و شغل آن‌ها در اختیار سایرین قرار می‌دهد. به‌همین دلیل چنین فرض می‌شود که «خود واقعی» افراد در این مکان‌ها فرق چندانی با «خود ایده‌آل» آن‌ها ندارد. با این حال، فرضیاتی نیز وجود دارد که بر اساس آن‌ها، هویتی که افراد از خود در فیس‌بوک به نمایش می‌گذارند، هویت به اصطلاح ایده‌آل آن‌هاست، نه هویت حقیقی‌شان. به این معنا که کاربران فیس‌بوک روی مجموعه‌ای از خصوصیات مثبت خود که از لحاظ اجتماعی بیشتر پذیرفته شده است یا بین دوستان آن‌ها پذیرش بیشتری دارد، بیش از اندازه تأکید می‌کنند. همچنین به‌نظر می‌رسد که افراد آن دسته از خصوصیات را که از لحاظ اجتماعی یا در میان گروه‌های دوستان آن‌ها پذیرفته شده نیست، پنهان می‌کنند. طبق این فرضیه، فیس‌بوک می‌تواند اهرم جدیدی باشد که از طریق آن، فرد به ارائه‌گزینه‌ی هویت و ویژگی‌هایش بپردازد.

یکی دیگر از ویژگی‌های فیس‌بوک که آن‌را از سایر فضاهای مجازی هم‌چون چت‌روم متمایز می‌کند، این است که کاربران در آن، علاوه بر ایجاد رابطه با افراد جدید، می‌توانند با دوستان خود که با آن‌ها در فضای غیرمجازی نیز در تماس هستند، ارتباط برقرار کنند. در حقیقت، یکی از کارکردهای اصلی فیس‌بوک همین ایجاد ارتباط با دوستانی است که افراد از پیش با آن‌ها آشنا بوده‌اند. به‌خاطر این کارکرد دوگانه فیس‌بوک (ارتباط با افرادی که فرد از پیش با آن‌ها آشنا است و ایجاد رابطه تازه با افراد ناآشنا)، وبسایت به کاربران خود این امکان را می‌دهد

تا افراد بتوانند اطلاعات خود را به شکل طبقه‌بندی شده در اختیار مخاطبین قرار دهند. با این کار، افراد این امکان را دارند تا خود را به شیوه متفاوتی به سایرین معرفی کنند. آن‌ها می‌توانند مجموعه‌ای از اطلاعات خاص را از چشم برخی از مخاطبین خود بپوشانند و همان اطلاعات را در اختیار گروه دیگری از مخاطبان خود قرار دهند. بر این اساس، کاربر می‌تواند حریم خصوصی خود را بنا بر ترجیحات و الویت‌های شخصی خود تغییر دهد. پدیده دیگری که در این وبسایت به چشم می‌خورد، «اظهار هویت<sup>۷</sup>» است که این کار معمولاً در فضای غیرمجازی صورت نمی‌گیرد. اظهار هویت، اعلام عمومی فرد در مورد هویت خود است که می‌تواند به شکل مستقیم یا غیرمستقیم بیان شود. شکل مستقیم اظهار هویت بیشتر شکل زندگی‌نامه را به خود می‌گیرد که توسط کاربران مطرح می‌شود. اظهار هویت غیرمستقیم، از تاثیراتی است که کاربران از خود نشان می‌دهند (عدلی‌پور، ۱۳۹۱، ص. ۱۰۰). برای مثال، با ارائه فهرستی گزینشی از ارتباط با گروه‌های خاص، فعالیت یا سرگرمی‌ها مشخص می‌شود. این هویت تولید شده که در معرض دید افراد قرار می‌گیرد، به کاربران این امکان را می‌دهد تا خصوصیات را در معرض دید قرار دهند که در واقع ویژگی‌های مورد علاقه‌شان است. مستقیم‌ترین روش برای اظهار هویت به شکل مستقیم، شیوه دیداری است که از طریق بارگذاری (آپلود) عکس کاربر یا عکس‌های دوستان وی صورت می‌گیرد. همچنین تصاویری که فرد روی وال (دیوار) خود قرار می‌دهد و دیگران می‌توانند در مورد آن اظهار نظر (کامنت) کنند. نکته قابل توجه این است که عکسی که در معرض دید عموم قرار دارد، معمولاً عکس پروفایل کاربران است و سایر عکس‌ها معمولاً توسط دوستان یا دوست دوستان قابل رویت است، مگر این‌که خود کاربر بخواهد آن‌ها را در معرض دید همگان قرار دهد. در این وبسایت‌ها برخلاف فضاهایی نظیر چت‌روم که ماهیتی ناشناس دارند یا حتی ارتباط رو در رو، نحوه بازنمایی افراد از هویت و ظاهرشان متفاوت است. برای مثال، در این وبسایت، کاربران عکس‌هایی از خود را در معرض دید سایرین قرار می‌دهند که قسمت‌هایی از بدن‌شان را که مثلاً، اضافه وزن آن‌ها را آشکار می‌کند، می‌پوشاند.

همان‌طور که در بالا گفته شد، کاربران فیس‌بوک هویت خود را به صورت مستقیم نیز بیان می‌کنند. آن‌ها این کار را از طریق بیان آشکار ترجیحات و سلیق خود انجام می‌دهند. برای مثال، کاربران در بخشی که مربوط به توصیف علایق و سرگرمی‌های شخصی‌شان است، می‌توانند فعالیت‌ها، نقل‌قول، فیلم، موسیقی، کتاب، و سریال‌های مورد علاقه‌شان را بنویسند. یکی دیگر از روش‌های اظهار هویت به شکل مستقیم، بخش «درباره من» است که کاربر در آن مستقیماً خود را برای مخاطبانش معرفی می‌کند. این توصیف فرد از خود به شکل کتبی، به کسانی که خجالتی هستند، این امکان را می‌دهد تا استرس خود را در مواجهه با افراد پنهان کنند. همچنین، این ارتباطات به کاربران این امکان را می‌دهد تا شخصیت جذابی از خود به نمایش بگذارند.

در مجموع می‌توان گفت که پیشرفت رسانه‌ها و شکل‌گیری و توسعه رسانه‌های جدیدی مثل شبکه‌های اجتماعی مجازی با گسترش منابع نمادین موجود برای فرایند خودسازی، سازمان بازتاب‌دهنده خود را عمیق‌تر و برجسته‌تر کرده، افق‌های زندگی افراد را مدام تغییر داده و آنان را به سوی کشف شکل‌های دیگر زندگی رهنمون می‌سازند. فراوانی و کثرت مطالب و مواد رسانه‌ای شده در این وضعیت، در مجموع می‌تواند امکان نگاهی دیگر را برای افراد فراهم کرده و آنان را قادر سازد که به‌طور انقلابی درباره همه چیز، خودشان، سایرین، شرایط

زندگی‌شان، اندیشه‌هایشان سبک‌های زندگی موجود و غیره بیندیشند. اما نباید از نظر دور داشت که برجسته کردن و تشدید طرح بازتابی خود از سویی فرد را پیش از پیش به سیستم‌های رسانه‌ای که فراتر از کنترل فرد قرار دارند، وابسته می‌سازد و از سویی دیگر با افزایش دائمی مطالب نمادین رسانه‌ای شده و گسترش تعاملات رسانه‌ای نیز، افراد با روایات بی‌شماری از خود، دیدگاه‌های فراوانی نسبت به دنیا و انواع پایان‌ناپذیری از اطلاعات و ارتباطات مواجه هستند که قادر به جذب تمامی آن‌ها به نحوی مؤثر، منسجم و همگون با یکدیگر نیستند. در کل رسانه‌ها خصوصاً رسانه‌های نوین افراد را قادر می‌سازند که به راحتی و بدون تغییر محیط‌های زمانی و مکانی زندگی‌شان به قلمروهای جدید و کاملاً متفاوتی از تجربه حرکت کنند. این وضعیت به انضمام گشودگی‌ها و امکاناتی که برای فرد مدرن به همراه دارد، می‌تواند برای فرد مدرن موقعیتی بسیار تشویش‌زا ایجاد کند، چرا که دقیقاً این تجارت در محیطی صورت می‌گیرد که ممکن است از حیث مکان یا زمان و از حیث شرایط اجتماعی و مادی زندگی کاملاً با محیط کنش روزمره فرد متفاوت و حتی در تضاد با آن باشد (تامپسون، ۱۳۷۹، صص. ۳۲۸-۲۹۶).

بر اساس همین مباحث نظری در خصوص نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی به فرایند هویت است که فرضیه زیر طرح می‌شود:

کاربری در فیس‌بوک در بین جوانان اصفهان به تغییرات هویتی آنها می‌انجامد.

بری آزمون این فرضیه آن را به روابط علی زیر عملیاتی کرده ایم:

- ۱- هرچه مدت زمان عضویت کاربران در فیس‌بوک بیشتر باشد، هویت مدرن آن‌ها نیز بیشتر تغییر می‌کند.
- ۲- میزان استفاده کاربران از فیس‌بوک به تغییرات هویت مدرن آن‌ها می‌انجامد.
- ۳- میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک، هویت مدرن آن‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد.
- ۴- هر کاربر اصفهانی، محتوای فیس‌بوک را بیشتر واقعی تلقی می‌کنند، هویت مدرن آن‌ها بیشتر محقق می‌شود.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر، با استفاده از روش کمی و کیفی به صورت روش ترکیبی<sup>۱</sup> از نوع تشریحی انجام شده است. طرح‌های تحقیق به روش ترکیبی از نوع تشریحی طرح‌هایی هستند که در آن‌ها پژوهشگر در آغاز مطالعه از پارادایم کمی استفاده می‌کند و سپس طرح تحقیق مبتنی بر پارادایم کیفی را به کار می‌برد. در واقع، در این نوع طرح‌های پژوهش، پژوهشگر به منظور تشریح یک پدیده، وزن اصلی را به داده‌های کمی اختصاص می‌دهد، اما از داده‌های کیفی برای تشریح ابعاد مختلف پدیده استفاده می‌کند (بازرگان، ۱۳۸۷، صص. ۱۶۴-۱۶۵).

در پژوهش حاضر، روش کار در بخش کمی بدین صورت است که با توجه به این که دسترسی به کاربران متنوع و متفاوت شبکه اجتماعی فیس‌بوک عملاً در دنیای واقعی به علت پراکندگی جغرافیایی آنان امکان‌پذیر نمی‌باشد، و اصولاً مطالعه یک کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک در فضای کاربری مناسب‌تر و پربازده‌تر است، از

تکنیک پرسشنامه اینترنتی استفاده شده است. جمعیت آماری این پیمایش نیز شامل جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک شهر اصفهان است. در پیمایش فوق به علت موجود و در دسترس نبودن هیچ‌گونه چارچوب نمونه‌گیری مشخص و پراکندگی جمعیت آماری مورد نظر، از نمونه‌گیری غیر احتمالی با استفاده از نمونه‌های در دسترس و داوطلبانه استفاده شده است. در واقع پرسشنامه این پژوهش در ابتدا برای نزدیک به پنج‌هزار نفر از جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک شهر اصفهان فرستاده شد و در مرحله بعد، از پرسشنامه‌های بازگشته و تکمیل شده توسط کاربران، با توجه به تعریف جمعیت آماری پژوهش و پس از حذف پرسشنامه‌های مشکل‌دار در نهایت ۴۲۴ پرسشنامه مورد ارزیابی و بهره‌برداری نهایی قرار گرفت.

در بخش دوم نیز برای مطالعه نقش و تاثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک در کسب هویت مدرن کاربران از روش کیفی و تکنیک مصاحبه نیمه ساختاریافته بهره گرفته شده است. مدت زمان مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه بود ضمن این‌که به مصاحبه‌شوندگان اجازه داده شد تا زمان و مکان مصاحبه را به دلخواه خود تعیین کنند. تعداد مصاحبه‌ها با ۱۳ نفر به اشباع اطلاعاتی رسید. کلیه مکالمات ضبط و سپس مکتوب شد. کاربران اصفهانی ۱۸ تا ۳۰ سال کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک که حداقل دو سال تجربه حضور در این شبکه را داشتند، به‌عنوان جمعیت آماری انتخاب شده‌اند. این کاربران براساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند.

### تعریف مفاهیم

**شبکه اجتماعی فیس‌بوک:** از پرکارترین شبکه‌های اجتماعی می‌توان به فیس‌بوک اشاره کرد. در این پایگاه اینترنتی می‌توان با دوستانی که دارای حساب کاربری هستند، عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک گذاشت. محیط فیس‌بوک در واقع محفلی از دوستان و آشنایان یک کاربر به‌شمار می‌آید. این پایگاه 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 شبکه اجتماعی فیس‌بوک به عنوان یک عضو، می‌توانند عکس‌های خود را به اشتراک بگذارند، پیغام بفرستند، عکس‌ها را برای خود و دیگران علامت‌گذاری کنند، روی وال‌های خود و دیگران مطالبی بنویسند، عضو گروه‌ها شوند، گروه جدیدی ایجاد کنند، ایده‌های خود را در بحث‌های گروهی به اشتراک بگذارند، انواع درخواست‌ها را بدهند و بپذیرند و در فیس‌بوک بازی کنند (گوزین مازمن و کوچاک یوزلول<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰، ص. ۴۴۵). در پژوهش حاضر، تعامل در شبکه اجتماعی فیس‌بوک با ابعاد زیر سنجیده شده است:

**مدت زمان عضویت در فیس‌بوک:** عبارت است از مدت زمانی که فرد به عضویت فیس‌بوک در آمده است. در پژوهش حاضر؛ مدت زمان عضویت کاربران در فیس‌بوک در پنج طبقه: ۱- کمتر از شش ماه، ۲- از شش ماه تا کمتر از یک سال، ۳- از یک سال تا کمتر از دو سال، ۴- از دو سال تا کمتر از سه سال، ۵- از سه سال تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

**میزان استفاده از فیس‌بوک:** عبارت است از مدت زمانی از شبانه روز که فرد از فیس‌بوک استفاده می‌کند. در پژوهش حاضر؛ میزان دسترسی کاربران به فیس‌بوک در شش طبقه: ۱- کمتر از پانزده دقیقه، ۲- بین پانزده

دقیقه تا نیم ساعت، ۳- بیشتر از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت، ۴- از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، ۵- از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و ۶- از سه ساعت تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

**مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک:** مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک به میزان درگیری تعامل کاربران در فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک از شاخص‌های ذیل استفاده شده است:

(۱) دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان؛ (۲) فقط خواندن وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده؛ (۳) اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات به بحث گذاشته شده؛ (۴) شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو؛ (۵) دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات سیاسی و (۶) دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی.

**واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از دید کاربران:** واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از دید کاربران به میزان شناخت و اعتقاد کاربران نسبت به صحت محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک از معرف‌های زیر استفاده می‌شود:

(۱) اعتقاد کاربران نسبت به صحت و درستی اخبار و اطلاعات فیس‌بوک؛ (۲) میزان اعتماد و خوش‌بینی کاربران نسبت به محتوای مطالب فیس‌بوک در مقایسه با رسانه‌های داخلی و (۳) اعتبار و مقبولیت پیام‌رسانان فیس‌بوک از دید کاربران.

**هویت مدرن:** هویت مدرن شامل دو وجه است: هویت جهانی و هویت فراملی‌گرایانه<sup>۱۱</sup>. شکل‌گیری هویت جهانی به معنی نوعی خودفهمی انسان در چارچوب جهانی است و به معنی شکل‌گیری احساس تعلق فرد به نظام جهانی و تعهد وی به مسائل جهانی می‌باشد که در نتیجه آن فرد خود را به‌عنوان عضوی از جامعه جهانی تعریف و تصور می‌نماید. برای تدقیق بیشتر، می‌توان گفت هویت جهانی به معنی اعتقاد به اهمیت فرهنگ و اجتماع واحد جهانی و احساس تعلق فرد به آن است (قریشی، ۱۳۸۱، ص. ۴۷). وجه دیگر هویت مدرن را می‌توان هویت فراملی‌گرایانه یا جهان وطن‌گرایی دانست که به معنی گرایش به تعدد و همزیستی فرهنگ‌ها در درون تجربه فردی از یک‌سو و اهمیت قائل شدن برای ارزش‌های جهانی و نهادهای بین‌المللی از سوی دیگر است. در واقع، اعتقاد به زیست‌بوم کره زمین، جهانی فکر کردن، اشتیاق به همزیستی و تعامل با سایر ملل، پذیرش اقتدار و مقررات و نهادهای بین‌المللی، تاکید بر توافقات جهانی و اعتقاد به وجود مشکلات جهانی، از مختصات هویت بین‌المللی‌گرایانه است (حاجیان، ۱۳۸۸، ص. ۴۷۵). گویه‌های متغیر هویت مدرن به تفکیک هر یک از ابعاد در جدول شماره ۱ ارائه شده است.



جدول ۱. گویه‌های سنجش هویت مدرن به تفکیک ابعاد آن

| متغیر     | بعد  | گویه   | آلفای کرونباخ |
|-----------|--|--|---------------|
| هویت مدرن | گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی | به نظر من همه عقاید و باورهای موجود در جامعه قابل نقد است. برای اداره جامعه با وجود عقل‌نیازی به دین نیست. هر کسی آزاد است هر اندیشه یا باوری داشته باشد، حتی اگر خلاف باورهای دینی، اخلاقی و علمی دیگران باشد. هر کس باید شیوه زندگی‌اش را خودش انتخاب کند، حتی اگر دیگران شیوه زندگی او را نپسندند. هر کس باید بتواند به‌طور آزادانه کشور محل زندگی خود را انتخاب کند.               | ۰/۷۴          |
|           | گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی                | دختران باید این حق را داشته باشند که بدون اجازه پدر هم ازدواج کنند. زنان باید وظایف مادری‌شان را بر هر چیز دیگری اولویت دهند. شیوه پوشش (لباس پوشیدن و حجاب) هر کسی مربوط به خودش هست. آموزش عالی برای پسران لازم‌تر و ضروری‌تر از دختران است.   | ۰/۷۳          |
|           | گرایش به جوامع غربی                                  | خشونت در کشورهای غربی خیلی رواج دارد. دروغ و تزویر در کشورهای غربی کمتر رواج دارد. در کشورهای غربی، عدل، انصاف و رعایت حقوق یکدیگر بیشتر مراعات می‌شود. در کشورهای غربی به علم و دانش بیشتر توجه می‌شود. دوست ندارم در حکومتی شبیه حکومت‌های غربی زندگی کنم. زندگی به شیوه غربی‌ها راحت‌تر است.  | ۰/۷۹          |
|           | جهانی‌شدن (خود را جهانی تصور کردن)                   | معتقدم بچه‌های مان باید با افراد سایر کشورها نیز معاشرت و ارتباط داشته باشند. برایم مهم است که عضوی از جامعه جهانی باشم تا عضوی از کشور ایران. معتقدم کشورمان باید در همه نهادهای بین‌المللی مشارکت و عضویت داشته باشد. ایران باید درهای خود را بدون هیچ‌گونه محدودیتی برای ارتباط با دیگر کشورها باز کند. مسائل و مشکلات کشورهای دیگر به اندازه مسائل و مشکلات کشورمان برایم مهم است. | ۰/۷۶          |

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش حاکی از آن است که در مجموع ۴۱/۵ درصد از پاسخگویان را مردان و ۵۸/۵ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی ۲۵-۲۲ سال و کمترین تعداد در گروه سنی ۲۱-۱۸ سال قرار دارند. ۸۱ درصد پاسخگویان مجرد و ۱۹ درصد نیز متأهل بوده‌اند. همچنین از کاربران مورد مطالعه در پژوهش حاضر به ترتیب ۲۲ درصد دارای تحصیلات زیردیپلم و دیپلم، ۸ درصد کاردانی، ۳۸ درصد کارشناسی، ۳۲ درصد کارشناسی‌ارشد و دکتری بوده‌اند. علاوه بر این از نظر وضعیت شغلی به ترتیب ۱۵ درصد دانش‌آموز، ۵۴ درصد دانشجو، ۱۱ درصد شاغل، ۱۷ درصد بیکار و ۳ درصد نیز خانه‌دار بوده‌اند.

جدول ۲. میزان هویت مدرن افراد و شاخص‌های آن بر حسب فراوانی و درصد

| هویت مدرن | جهانی شدن | گرایش به جوامع غربی | بعد اجتماعی ارزش‌های مدرنیته | بعد معرفتی ارزش‌های مدرنیته |         |       |
|-----------|-----------|---------------------|------------------------------|-----------------------------|---------|-------|
| ۲۰        | ۲۴        | ۳۰                  | ۷۴                           | ۲۵                          | فراوانی | پایین |
| ۴/۷۱      | ۵/۶۶      | ۷/۰۸                | ۱۷/۴۵                        | ۵/۹۰                        | درصد    |       |
| ۱۰۰       | ۱۲۵       | ۱۴۵                 | ۱۴۵                          | ۹۴                          | فراوانی | متوسط |
| ۲۳/۵۸     | ۲۹/۴۹     | ۳۴/۲۰               | ۳۴/۲۰                        | ۲۲/۱۷                       | درصد    |       |
| ۳۰۹       | ۲۷۵       | ۲۴۹                 | ۲۰۵                          | ۳۰۵                         | فراوانی | بالا  |
| ۷۲/۸۸     | ۶۴/۸۵     | ۵۸/۷۲               | ۴۸/۳۴                        | ۷۱/۹۳                       | درصد    |       |
| ۴۲۴       | ۴۲۴       | ۴۲۴                 | ۴۲۴                          | ۴۲۴                         | فراوانی | کل    |
| ۱۰۰       | ۱۰۰       | ۱۰۰                 | ۱۰۰                          | ۱۰۰                         | درصد    |       |

در جدول ۲ میزان هویت مدرن افراد و شاخص‌های آن، قابل مشاهده است. بر اساس اطلاعات این جدول مشاهده می‌شود که در متغیر هویت مدرن، ۲۳/۵۸ درصد پاسخگویان میزان هویت مدرن‌شان در حد متوسط، ۴/۷۱ درصد پایین و حدود ۷۲/۸۸ درصد نیز بالا است.

همان‌طور که قبلاً هم گفته شد، پژوهش حاضر دارای ۴ فرضیه بود که به منظور مطالعه صحت و سقم این فرضیات از همبستگی پیرسون استفاده شده که در این قسمت، به آن‌ها پرداخته می‌شود.

جدول ۳. آزمون فرضیه‌های پژوهش

| متغیر                                       | مقدار | سطح معناداری | آزمون فرضیه |
|---|-------|--------------|-------------|
| مدت زمان عضویت در فیس‌بوک و هویت مدرن       | ۰/۳۹  | ۰/۰۰         | تایید فرضیه |
| میزان استفاده از فیس‌بوک و هویت مدرن        | ۰/۳۵  | ۰/۰۳         | تایید فرضیه |
| میزان فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت مدرن | ۰/۴۰  | ۰/۰۲         | تایید فرضیه |
| واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و هویت مدرن  | ۰/۴۳  | ۰/۰۲         | تایید فرضیه |

اطلاعات جدول ۳ نشان‌دهنده آن است که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان فعالیت و مشارکت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه‌شده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت مدرن کاربران رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد یعنی با افزایش متغیرهای یاد شده، هویت مدرن کاربران تقویت می‌شود. بنابراین تمام فرضیه‌های پژوهش تایید می‌شود.

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول ۴ مدل رگرسیونی چند متغیره هویت مدرن کاربران را نشان می‌دهد.

جدول ۴. مدل رگرسیونی چند متغیره هویت مدرن کاربران

| سطح معناداری | مقدار t | ضرایب غیراستاندارد |                | متغیرها                    |
|--------------|---------|--------------------|----------------|----------------------------|
|              |         | Beta               | خطای استاندارد |                            |
| ۰/۰۰۰        | ۳/۹۸    | ۰/۳۱               | ۰/۰۳۱          | مدت زمان عضویت             |
| ۰/۰۰۰        | ۲/۸۰    | ۰/۲۵               | ۰/۰۲۹          | میزان استفاده از فیس‌بوک   |
| ۰/۰۰۰        | ۴/۷۰    | ۰/۳۶               | ۰/۰۳۳          | واقعی تلقی کردن محتوا      |
| ۰/۰۰۴        | ۲/۳۸    | ۰/۲۱               | ۰/۰۲۷          | مشارکت و فعال بودن کاربران |

آماره‌های موجود در جدول ۴ نشان می‌دهند که متغیر واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی با بتای ۳۶ درصد بیشتر از سایر متغیرهای مستقل دیگر بر هویت مدرن کاربران تاثیر می‌گذارد. جهت تأثیر این متغیر نیز مثبت است و این مطلب را نشان می‌دهد که با افزایش میزان واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی کاربران، میزان هویت مدرن آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این، متغیرهای مدت زمان عضویت در فیس‌بوک با بتای ۳۱ درصد، میزان استفاده از فیس‌بوک با بتای ۲۵ درصد و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک با بتای ۲۱ صدم بعد از متغیر واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از سوی کاربران، بیشترین تاثیرگذاری را بر هویت مدرن کاربران دارند. برای مشخص شدن این‌که متغیرهای مستقل تا چه حد توانسته‌اند واریانس متغیر وابسته پژوهش را تبیین کنند شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی هویت مدرن کاربران در جدول ۵ نشان داده شده است.

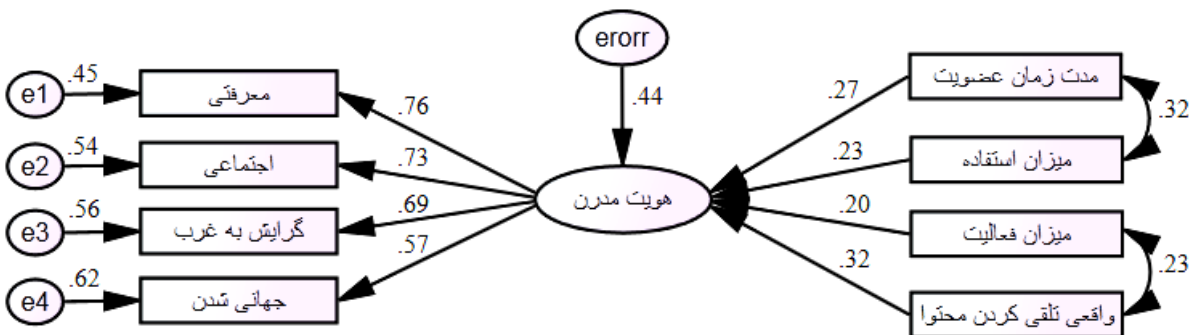
جدول ۵. شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی هویت مدرن کاربران

| ضریب تعیین | ضریب تعیین تصحیح شده | سطح معناداری |
|------------|----------------------|--------------|
| ۰/۲۲       | ۰/۱۴                 | ۰/۰۰         |

همان‌گونه در جدول فوق ملاحظه می‌شود، ضریب تعیین برابر با ۰/۲۲ است و این مطلب را بیان می‌کند که ۲۲ درصد از واریانس و تغییرات هویت مدرن کاربران را متغیرهای موجود در معادله تبیین می‌کنند. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان به این نکته پی برد که متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته یعنی هویت مدرن تاثیر داشته‌اند.

در ادامه، مدل معادله ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم افزار آموس رسم گردیده و ملاحظه می‌شود که متغیر پنهان وابسته یعنی هویت مدرن از چهار بُعد (گرایش به ارزش‌های مدرن در

بعد معرفتی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهانی‌شدن) تشکیل شده است. در این مدل، چهار ضریب همبستگی مشاهده می‌شود که تاثیر متغیر مستقل یعنی شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت مدرن کاربران را نشان می‌دهد. متغیر مدت زمان عضویت ۰/۲۷، میزان استفاده ۰/۲۳، میزان فعالیت کاربران ۰/۲۰ و واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک ۰/۳۲ بر هویت مدرن کاربران تاثیر دارند.



شکل ۱. مدل معادله ساختاری

در جدول ۶ تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش مدل آمده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که تمامی شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌تواند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

| شاخص‌های برازش مطلق |      | شاخص‌های برازش تطبیقی |      |      | شاخص‌های برازش مقتصد |      |       |         |
|---------------------|------|-----------------------|------|------|----------------------|------|-------|---------|
| GFI                 | AGFI | CFI                   | NFI  | TLI  | PCFI                 | PNFI | RMSEA | CMIN/DF |
| ۰/۹۳                | ۰/۹۲ | ۰/۹۲                  | ۰/۹۵ | ۰/۹۴ | ۰/۵۳                 | ۰/۵۶ | ۰/۰۵  | ۲/۳۸    |

در واقع، اطلاعات مدل (تاثیر مثبت فیس‌بوک بر هویت مدرن) هم راستا با نظریه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک باعث تقویت هویت مدرن کاربران می‌شود و این شبکه اینترنتی، فرصت مناسبی را برای نمایاندن مطلوب هویت و شناخت بهتر خود و دیگری در جریان تعاملات مجازی در اختیار ما قرار داده است. همچنین یافته‌های مستخرج از مصاحبه‌های کاربران فیس‌بوک هم راستا با نتایج فوق، حاکی از آنند که فیس‌بوک از طریق بروز خود واقعی و تخلیه عاطفی، کسب توانمندی‌های روز و احساس جهان‌وطنی نقش مهمی در کسب هویت مدرن در بین کاربران خود دارد. در ادامه به منظور توضیح بیشتر نقش و تاثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک در کسب هویت مدرن برای کاربران خود، یافته‌های مستخرج از مصاحبه‌های آنان مطالعه می‌شود.

### خود افشاگری و تخلیه عاطفی و هیجانی

قابلیت‌ها و امکانات فیس‌بوک (همچون برخورداری از محیطی آزاد و رها از موانع زندگی روزمره)، امکان مشارکت داوطلبانه، گمنامی و ناشناس بودن را برای کاربران خود فراهم ساخته است. همچنین فضای این شبکه

اجتماعی امکان شکل دادن به هویت به همراه نیاز به ابراز وجود و خود، مورد تأیید و توجه دیگران قرار گرفتن را برای اعضا ممکن می‌سازد. در واقع اکثر پاسخگویان در پژوهش حاضر، از فیس‌بوک برای «ابراز خود»، «خلق خود ایده‌آل» و «تخلیه هیجان» استفاده می‌کنند. مشارکت‌کنندگان محیط مجازی را فضای مناسبی برای نشان دادن خود و ابراز وجود می‌دانند. این هدف به اشکال مختلفی نظیر گذاشتن پست و عکس و در واقع درمیان گذاشتن خود واقعی، علایق، دغدغه و نگرانی‌ها، احساسات و حتی امور عادی زندگی با دیگر دوستان‌شان تحقق می‌یابد. البته کاربران علاوه بر ابراز خود، در مواردی به خلق خود ایده‌آل نیز می‌پردازند و این زمانی رخ می‌دهد که آنها از چیزی که در وضعیت کنونی هستند راضی نبوده و آرزوی موقعیت یا شرایط دیگری را دارند. در واقع محیط مجازی فیس‌بوک فرصتی را برای آنها فراهم می‌سازد تا حتی به طور نمادین، شخصیتی را که دوست دارند خلق کنند. چنین امری به نوعی با تخلیه هیجان و عواطف نیز مرتبط می‌گردد. مشارکت‌کنندگان به شکل‌های مختلف از فیس‌بوک برای تخلیه عواطف و احساسات بهره می‌برند.

«به نظر من خیلی‌ها تو جامعه ما خودشان را آن طور که هستند نشون نمی‌دهند و هزار جور نقش بازی می‌کنند مثل چندتا از دوستای من. ولی فیس‌بوک باعث شده آن چیزی که هستند را نشان بدهند و آدما به نظرم در فیس‌بوک ماسک ندارند و راحت‌تر هستند. من خودم تو فیس‌بوک راحت‌تر می‌تونم حرف‌هام و نظراتم را با دوستانم در میان بگذارم» (دختر ۲۶ ساله، دانشجو).

«از طریق فیس‌بوک می‌تونم احساسات و حرف‌های دلم را راحت‌تر بیان کنم و وقتی این کار را می‌کنم انگاری یه جورایی تخلیه میشم» (دختر ۲۳ ساله، منشی).

### کسب توانمندی‌های روز؛ پنجره‌ای سوی فضای جهانی

تحولات و پیشرفت‌ها خیره‌کننده فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث شده‌اند که کاربران آن‌ها با فراگیری مهارت‌های مورد نیاز برای کار با این رسانه‌ها نوین، از محدودیت‌های جامعه سنتی دور شده و خواسته‌ها و تمایلات ذهنی خود از جمله تولیدکننده و تاثیرگذار بودن را در فضای مجازی تحقق یافته بدانند. همچنین محیط تعاملی شبکه‌های مجازی باعث شده‌اند که میزان ارتباطات جوانان فراتر از مرزهای ملی برود و کاربران جوان با افراد و شهروندان جامعه جهانی نیز به‌طور مستقیم و آنی در تعامل باشند. این احساس توانمندی و وجود با توسل به قابلیت‌های فیس‌بوک و تولید محتوا و مطالب صوتی و تصویری و توزیع آن‌ها در شبکه، روز به روز تقویت می‌شود و لذت و رضایت همراهی با دستاوردهای جامعه جهانی این قشر را ترغیب به پویایی بیشتر می‌نماید. مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش معتقدند که:

«وقتی به فیس‌بوک کانکت می‌شم، حس می‌کنم کل دنیا زیر پاهام هست و می‌تونم صدام را به گوش تمام دنیا برسانم. فیس‌بوک دنیا را دقیقاً مثل یک روستای کوچک کرده که راحت می‌توانی از مسائل روز آگاه شوی و خیلی راحت می‌توانی با کل دنیا حرف بزنی» (پسر ۲۱ ساله، دانشجو).

«فیس‌بوک به من این امکان را داده که با کل دنیا در ارتباط باشم و بتونم در مورد مسائل مهم دنیا در خیلی از گروه‌های اجتماعی و فرهنگی که عضو هستم، اظهار نظر کنم. فیس‌بوک مرزهای جغرافیایی و طبیعی را از بین برداشته و باعث شناخت بیشتر ملت‌ها و قومیت‌ها از همدیگر شده است» (پسر ۲۷ ساله، دانشجو).

«از وقتی که وارد فیس‌بوک شدم خودم را در قبال مسائل روز دنیا موظف و متعهد می‌دانم. از طریق فیس‌بوک من با خیلی از آداب و رسوم و فرهنگ ملیت‌های دیگر آشنا شدم. در واقع می‌خواهم این را بگم که من دوست دارم جهانی فکر کنم و تعاملاتم با افراد و دختران سایر کشورها بیشتر شود. به نظرم فیس‌بوک از این نظر خیلی کمک کرده است» (دختر ۲۶ ساله، روزنامه‌نگار).

در جدول ۷ به طور خلاصه یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های کیفی در مورد نقش و تاثیر فیس‌بوک در کسب و تقویت هویت مدرن هم راستا با یافته‌های پژوهش شهابی و بیات (۱۳۹۱) برای کاربران آمده است.

**جدول ۷. نقش و تاثیر فیس‌بوک در کسب هویت مدرن**

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <p>محیط تعاملی فیس‌بوک، تجربیات عاطفی منع شده از سوی اشکال رسمی و رایج جامعه را ممکن و کم هزینه می‌سازد. کاربران معتقدند با گفتگو، تبادل احساسات و عواطف در فیس‌بوک بیش از آن که مورد قضاوت واقع شوند مورد توجه قرار می‌گیرند. کاربران بیشتر به دنبال تعریف خود و کسب تائید، پذیرش و پرستیژ اجتماعی هستند.</p>   | <p><b>افشاگری یا بروز خود</b></p>  |
| <p>کاربران با حضور در فیس‌بوک، فضایی خاص و ویژه برای خود تدارک می‌بینند. تخلیه عاطفی جوانان به دور از الزامها و مقررات خانوادگی و اجتماعی، گفتمان مسلط را به چالش می‌کشد. امکان فعالیت در عین گمنامی، فرصت بازاندیشی شخصی را برای اعضا فراهم می‌آورد. کم‌رنگ شدن عواملی مانند جنسیت، قومیت، نژاد و غیره بر اعتماد به نفس، استقلال و آزادی عمل کاربران در فضای فیس‌بوک می‌افزاید. جوانان با ایجاد صفحه‌ای به نام خود احساس قدرت، فرصت و بروز خود را می‌یابند.</p> | <p><b>کسب توانمندی‌های روز</b></p> |
| <p>ارتباط با افرادی از فرهنگ‌های و جوامع دیگر برای جوانان خوشایند است. کاربران الزامی به رعیت باورها و اعتقادات ملی و مذهبی در فیس‌بوک نمی‌بینند. کاربران با فعالیت در فیس‌بوک فاصله کمتری میان خود و جامعه جهانی احساس می‌کنند. کاربران فعالیت در فیس‌بوک را دارای بعد جهانی می‌دانند. جوانان با فعالیت در فیس‌بوک مقاومت و مانعی در گرایش به آداب غیربومی و محلی نمی‌بینند.</p>  | <p><b>احساس جهان‌وطنی</b></p>      |

### بحث و نتیجه‌گیری

رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان شده‌اند و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده‌اند. بدین معنی که امروزه با استفاده از اینترنت و با حضور در این بزرگراه، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است. ظهور این پدیده اگر چه خود معلول تحولاتی چند بوده اما پس از ظهور، خود منشاء تحولات زیادی گردیده است. یکی از این تحولات تحول در معنا و مفهوم هویت از یک‌سو و هویت اجتماعی و مدرن افراد به‌ویژه جوانان از سوی دیگر است. در واقع، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به‌وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و به‌ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، هویت مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده است و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های هویتی را پدید آورده است و

برخلاف گذشته، فرآیند انتقال هویت بیش از آن که در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها و خلاصه هویت‌شان از والدین خویش متاثر باشند از رسانه‌ها، صنعت فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر که چه بسا از دیگر کشورها باشند، تأثیر می‌پذیرند.

در زمینه تاثیر و پیامدهای فیس‌بوک روی هویت مدرن کاربران می‌توان گفت که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای این سایت از سوی کاربران و هویت مدرن رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. یعنی هر چه میزان این متغیرها افزایش پیدا می‌کند هویت مدرن کاربران هم تقویت می‌شود.

در مجموع با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر که هم‌راستا با یافته‌های تحقیق ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵) است، می‌توان گفت تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی با توجه به قابلیت‌ها و امکانات خاص این فضا همچون گمنامی و ناشناس ماندن، تعامل هم‌زمان و غیرهم‌زمان با کاربران دیگر، بروز خود واقعی و در پی آن بازاندیشی خود در ارتباط با سایرین، تعامل با شهروندان جوامع جهانی، دسترسی سریع به طیف وسیعی از اطلاعات اعم از محلی، جهانی، تخصصی، عمومی و غیره، تعامل و ارتباط مبتنی بر نوشتار و تصویر با سایرین و غیره، کاربران جوان ایرانی حاضر در این شبکه‌های اجتماعی مجازی را با توجه به ساختارهای عینی و ذهنی جامعه نیمه‌مدرن خودشان، قادر می‌سازد برخی تجارب خرد و کلان ویژه زندگی در جوامع مدرن را تجربه کرده و تحت تاثیر آن قرار گیرند.

ترکیب این تجربه‌های مشترک بین فضای مجازی فیس‌بوک و دنیای مدرن همراه با پیامدهای دیگر استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، نخست افزایش دامنه تعاملات اجتماعی فرد کاربر در فیس‌بوک و دوم دستیابی کاربران این شبکه به دامنه وسیعی از اطلاعات گوناگون و در پی آن افزایش قدرت نمادین فرد، به تدریج تلقی کاربر جوان ایرانی از هویت خود، دیگران و جامعه جهانی را چار تغییر و تحول کرده و در نهایت باعث شکل‌گیری هویتی بازاندیشانه و جهانی در وی می‌شود؛ هویتی که با توجه به ویژگی‌های آن می‌توان آن را هویت مدرن نامید. در کل نگرش‌های کاربران درباره تغییرات هویتی خودشان از زمان کاربری فیس‌بوک تاکنون در این پژوهش، بیانگر دستیابی آنان به برخی از خصوصیات هویت مدرن در پرتو حضور در فیس‌بوک است.

### پیشنهادات

- پذیرفتن شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی از جانب مسئولین و مدیران عالی‌رتبه نظام.
- به جای اقدامات قهری باید برنامه‌ای برای ارتقاء فرهنگی داشت. آموزش‌های لازم به نوجوانان از طریق رسانه‌ها، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش سازنده‌ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب‌های ناشی از این فناوری‌های ارتباطی را در برخواهد داشت.
- برنامه‌ریزی دقیق در رابطه با برنامه‌های هویتی جوانان، به منظور آگاهی از وضعیت جدید و رشد و پویایی ابعاد مختلف هویتی آن‌ها.
- افزایش سواد رسانه‌ای نوجوانان و جوانان در برخورد با محتوا و مطالب شبکه‌های اجتماعی مجازی.

- مکانیسم‌های هویت‌ساز نهادهای اجتماعی باید به کمک ابزارهایی که در اختیار دارد (نظیر: خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و رسانه‌های داخلی) به انتقال صحیح میراث فرهنگی، تاریخی و اجتماعی به افراد جامعه و به‌ویژه نسل جوان پردازد؛ این امر با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح میسر می‌شود.

- سرانجام این‌که اگر با این پدیده نوظهور به شکل منطقی برخورد شود و درک درستی از امکانات و ابزارهای نهفته در آن حاصل شود، می‌توان گفت علی‌رغم این‌که این پدیده، یک‌سری پیامدهای منفی را در بعضی از ابعاد به همراه دارد، منتهی در بیشتر زمینه‌ها می‌تواند به عاملی مهم برای رشد و تعالی ابعاد مختلف هویتی جوانان تبدیل گردد که پایه و اساس مهمی برای تقویت و پویایی هویت اجتماعی و شخصی آنان خواهد بود. از این طریق می‌توان بنیان‌های پیشرفت و توسعه جامعه را پایه‌گذاری کرد.



## پی‌نوشت‌ها

- 
1. Valkenberurg
  2. Kelley
  3. Grasmuck
  4. Martin
  5. Facebook
  6. Individualized
  7. Identity Statement
  8. Mixed method
  9. Wall
  10. Mazman & Kocak Usluel
  11. Super Nationalism

## منابع

## منابع فارسی

- اسلوین، ج. (۱۳۸۰). *اینترنت و جامعه*. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.
- بازرگان، ع. (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته*. تهران: دیدار.
- تامپسون، ج. ب. (۱۳۷۹). *رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*، ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات موسسه ایران.
- حاجیان، ا. (۱۳۸۸). *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- دادگران، م.، ببران، ص. و علی‌پورتبیزی‌نژاد، ز. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر اینترنت بر شکل‌گیری و رشد هویت بازاندیشانه. *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*، ۳ (۳)، صص. ۱۸-۱.
- ذکایی، م. و خطیبی، ف. (۱۳۸۵/الف). اینترنت و تغییرات هویتی: پژوهشی در میان کاربران جوان حرفه‌ای. *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲ (۷)، صص. ۲۰۳-۱۶۵.
- ذکایی، م. و خطیبی، ف. (۱۳۸۵/ب). رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن؛ پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۳۳، صص. ۱۱-۱۵۳.
- شالچی، س. (۱۳۸۴). *هویت بازاندیشانه و رسانه‌ها: بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با رسانه‌ها*، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران: دانشکده علوم اجتماعی.
- شهبابی، م. و بیات، ق. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان؛ از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان‌وطنی. *فصلنامه مجلس و راهبرد*، ۱۹ (۶۹)، صص. ۱۸۰-۱۵۱.
- عاملی، س. (۱۳۸۹). *مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا*، تهران: امیرکبیر.
- عدلی‌پور، ص. (۱۳۹۱). *تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان*، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان: دانشکده ادبیات علوم و انسانی.
- قریشی، ف. (۱۳۸۱). جهانی شدن و تحول تصور ما از خویشتن. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۱، صص. ۵۸-۳۷.
- معینی‌علمداری، ج. (۱۳۸۴). هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنتی، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۶ (۴)، صص. ۱۲۴-۱۰۷.

## منابع لاتین

- Grasmuck, S. (2009). Ethno-Racial Identity Displays on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15 (1). Pp. 188-158.
- Guzin Mazman, S. & Usluel, K. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55 (3). Pp. 444-453.
- Kelley, F. (2007). *Face-Time: The Construction of Identity on Facebook*. London: Wadsworth.
- Martin, J., Zhao, S. & Grasmuck, S. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24 (3). Pp. 1816-1836.
- Valkenburg, P., Schouten, A. & Jochen, P. (2005). Adolescent's Identity Experiments on the Internet. *Journal of new media & society*, 7 (3). Pp. 383-402.