

ارائه الگو به منظور استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با تأکید بر هویت فرهنگی دانشجویان (صفحات ۷۹ تا ۹۸)

فرزانه توکلی^۱ * فائزه تقی پور^۲ * علی رشیدپور^۳

پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با تأکید بر هویت فرهنگی دانشجویان به منظور ارائه الگو است. این تحقیق از لحاظ نتیجه، جزء تحقیقات توسعه‌ای، از لحاظ هدف اکتشافی و بر مبنای استراتژی تحقیق از نوع می‌دانی است. روش‌شناسی پژوهش از نوع پژوهش کیفی است. جامعه آماری شامل استادان دانشگاهی حوزه فرهنگ و رسانه بود به منظور مصاحبه ابتدا از نمونه‌گیری نظری و در ادامه از تکنیک گلوله برفی استفاده شد. در این پژوهش از روش کدگذاری داده‌ها از نوع باز، محوری و انتخابی استفاده شد و در مرحله کدگذاری اولیه تعداد ۳۰۰ کد و سپس از بین کدهای اولیه در مرحله دوم کدگذاری باز تعداد ۱۹۸ کد شناسایی و در مرحله کدگذاری محوری ۳۷ کد در قالب ۵ مقوله (شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، استراتژی و پیامدها) دسته‌بندی شدند و در نهایت در کدگذاری گزینشی منجر به ارائه یک مدل شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آن‌ها به اطلاعات قابل استفاده در مدل از روش نظریه زمینه‌ای یا مبنایی و نرم‌افزار MAXQDA بهره گرفته شد. بر مبنای یافته‌های این پژوهش لازم است بستر مناسب برای آشنایی و تحکیم بنیان‌های هویت‌سازی در میان جوانان، به ویژه دانشجویان ایجاد شود.

واژگان کلیدی: هویت، هویت فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه، داده بنیاد.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان/ خوراسگان، ایران. farzan_200617@yahoo.com
۲. دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان/ خوراسگان، ایران (نویسنده مسئول). f.taghipour@khuif.ac.ir
۳. دانشیار گروه مدیریت فرهنگی و عضو هیئت‌علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان/ خوراسگان، ایران. alirashidpoor94@gmail.com

۱- بیان مسئله

فضای مجازی یک حیطه سیاسی اجتماعی و فناوری با ویژگی‌های منحصر به فرد است که از مرزهای سرزمینی و قانونی کشورها فراتر رفته است. طی دو دهه گذشته فضای مجازی به حوزه جدیدی برای تعامل انسان تبدیل شده است و ارتباطات و تبادل اطلاعاتی که ارائه می‌دهد عملاً از اندازه جهان کاسته است. تقریباً یک سوم جمعیت جهان به اینترنت دسترسی دارند و عنصر مهمی در انتقال و انتشار اطلاعات محسوب می‌شود (Ebert & Maurer, 2013). با ورود به عصر ارتباطات و جامعه شبکه‌ای، شاهد تحولات گوناگونی هستیم. از جمله پدیده‌های جدید که بر اثر ادغام فناوری‌های مختلف ارتباطی در سال‌های اخیر شکل گرفته شبکه‌های اجتماعی^۱ مجازی می‌باشد. (مصطفوی کهنگی و انار مرزی، ۱۳۹۸). شبکه‌های اجتماعی از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آن‌ها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است (آلویز، ۱۳۹۲). به‌طور کلی در تعریف شبکه‌های مجازی می‌توان گفت سایت‌های هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که به تبادل اطلاعات می‌پردازند (سلطانی فر، ۱۳۸۹). چنین فضایی قلمرویی وسیع است که برای ساکنان خود امکانات، آزادی، فرصت‌ها و آسیب‌هایی را به همراه دارد و در جنبه‌های مختلف زندگی افراد تأثیرگذار است. یکی از جنبه‌های مهمی که از این فضا تأثیر می‌پذیرد، هویت افراد به‌ویژه هویت فرهنگی است (برات دستجردی، ۱۳۹۲). هویت فرهنگی احساس تعلق و همبستگی به جامعه و فرهنگ آن است و آن درایتی از خویشتن است که مشتق از عضویت در یک گروه اجتماعی بر مبنای انتقال و پرورش دانش، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سنت‌ها و شیوه‌های زندگی معین مشترکی میان اعضاست؛ به‌گونه‌ای که بر رفتار اعضا تأثیر می‌گذارد و افراد در امور مختلف مشارکت جویند (قبادی و مهری، ۱۳۹۲). در میان شبکه‌های مجازی گسترش تلفن‌های همراه دگرگونی‌هایی را در ویژگی‌های فردی و تعاملات اجتماعی افراد جامعه ایجاد کرده است. تلفن همراه با ظرفیت‌های انتخابی که فراهم کرده

^۱ Social Networks

است، به ابزار جدیدی برای انعکاس «خود» و «دیگری» و شکل‌گیری هویتی تبدیل شده است (احمدی، ۱۳۹۱). هویت افراد در فضاها‌ی سایبری هویتی دیجیتال است و سرزمین، زبان بومی و ملی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد هویت افراد را تعیین نمی‌کند لذا در چنین اجتماعات مجازی هویت فرهنگی و ملی افراد به شدت تهدید شده و همچنین موجبات ازهم‌پاشیدگی شبکه‌های سنتی روابط شده و هویت‌های جدا از جهان واقعی برای افراد ایجاد می‌کند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۴). مفهوم هویت با پرسش «من چه کسی هستم» از نخستین دوره‌های حیات انسانی همواره مطرح بوده و در هر دوره‌ای پاسخی به خود گرفته است. (ذاکری و چمن نژاد، ۱۴۰۰) **هویت** عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی اجتماعی، روانی، فرهنگی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسان که به رسایی و روایی بر ماهیت یا ذات گروه، به معنای یگانگی یا همانندی اعضای آن با یکدیگر دلالت کند و آن‌ها را در یک ظرف مکانی و زمانی معین به طور مشخص و قابل قبول و آگاهانه از سایر گروه‌ها و افراد متعلق به آن‌ها متمایز سازد. (الطایی، ۱۳۹۶) با توجه به مفهوم هویت، پیوند میان هویت و فرهنگ چنان عمیق است که اغلب هویت را پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و برای فرهنگ جایگاه مستقلی در هویت قرار می‌دهند. از این رو در ترکیب هویت فرهنگی باید به مقوله فرهنگ توجه بیشتری کرد. در یک تعریف لغت‌نامه‌ای و کاربردی فرهنگ هر آن چیزی است که کسب می‌کنیم، می‌آموزیم، می‌توانیم انتقال دهیم و در یک کلام مجموعه حیات اجتماعی است که از سازمان‌های نهادی تا حیات روانی را دربر می‌گیرد (بیرو، ۱۳۷۰). هویت فرهنگی حاکی از موجودیت معنوی جامعه و پویایی آن است و کوشش برای حفظ هویت فرهنگی، سعی در نگهداری و انتقال میراثی است که هر نسل از آن به عنوان سکوی پرش استفاده می‌کند (خیرخواه و همکاران، ۱۳۸۷). هویت فرهنگی احساس تعلق و همبستگی به جامعه و فرهنگ آن است. هویت فرهنگی موجودیت معنوی جامعه و پویایی آن را می‌سازد که شامل عواملی چون میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی و اعتقادات مذهبی، احساس تعلق خاطر به زبان، اساطیر و میراث فرهنگی، لباس و پوشش، رقص و موسیقی می‌شود. (کاستلز، ۱۳۸۰) در پژوهش حاضر هویت فرهنگی به عنوان پدیده‌ای جهان‌شمول در نظر گرفته شده و تحت تأثیر

¹ Bero

فضای مجازی بررسی می‌شود. پژوهش‌های بسیاری در حوزه شبکه‌های اجتماعی انجام شده است اما معمولاً به بررسی کمی این موضوع پرداخته‌اند و تنها یک یا چند متغیر مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج پژوهش پرویزی و اطهری (۱۳۹۵) نشان داد بین مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های مجازی و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. هاشمی (۱۳۹۴) در پژوهشی بیان نمود روند به رو به تغییری در نهادینه شدن تلفن همراه و شکل‌گیری اجتماعی آن در زندگی فردی کاربر در جریان است. در مورد شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز عدلی پور و همکاران (۱۳۹۳) بیان نمودند که هر چه مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند، هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شود.

در تحقیق‌های بیان‌شده بحث‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به صورت تک‌بعدی و مسائل پیرامون آن از جمله جوانان، هویت و دیگر موضوع‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است اما دیدگاه همه‌جانبه نسبت به هویت فرهنگی جوانان ندارد. در پژوهشی (O'Brolcháin et al, 2015) با تمرکز بر مسائل اخلاقی مشخص کردند که همگرایی واقعیت مجازی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مشکلات اخلاقی همچون تهدید حریم خصوصی و تهدید آزادی مخاطبان را به همراه داشته است. Fleuriet et al, (2014) با (مطالعه فیس‌بوک: سبک دل‌بستگی و ویژگی پیام‌های غیر کلامی) بیان نمودند که زنان بیشتر از مردان در پاسخ به این‌گونه اعلان‌ها تأثیرات شخصی منفی تجربه کرده‌اند. (Heinrichs, Lim, & Lim (2009) در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی و روش دسترسی کاربران به رسانه‌های اجتماعی بیان نمودند که شیوه‌های دسترسی به شبکه‌های مجازی می‌تواند بر رفتار کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار باشد. بر اساس نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۵۵ نفر و از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۵۱ نفر عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و در مجموع ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه هستند که تلگرام با ۲۸ میلیون کاربر محبوب‌ترین

می‌باشد (وفایی، ۱۳۹۵). با توجه به مطالب مطرح شده در کشور ایران رشد اینترنت در مقایسه با کشورهای پیشرفته بسیار سریع و تأثیرگذار بوده است؛ اما همراه با رشد اینترنت یکی از مقولاتی که باید مورد توجه قرار گیرد، چالش‌های گسترش آن در جامعه است. افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن افزایش تعداد شبکه‌های اجتماعی مجازی نیازمند واکاوی و بررسی از منظر چالش‌ها و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی است. (کاستلز، ۱۳۸۰)

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیقات آنچه شرایط و شواهد نشان می‌دهد این است که نفوذ این پدیده اجتماعی به قدری سریع اتفاق افتاده که بررسی آن امری ضروری و جای ارائه راهکار و الگوی مناسب با نگاه دقیق به جزئیات جامعه جوان بسیار خالی است؛ بنابراین پژوهش حاضر در صد آن است با بررسی مفهوم هویت فرهنگی و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به ارائه الگو در این زمینه پردازد.

سوالات تحقیق

- ۱- شرایط علی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه کدامند؟
- ۲- شرایط زمینه‌ای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه کدامند؟
- ۳- شرایط مداخله‌ای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه کدامند؟
- ۴- استراتژی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه چگونه است؟
- ۵- پیامدهای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه کدامند؟
- ۶- چه الگویی می‌توان برای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه ارائه داد؟

۲- ادبیات پژوهش

هویت رکن مهم شکل‌گیری شخصیت و رفتار انسان و یکی از مهم‌ترین منابع شناخت بشری است. (میرزایی و نظری، ۱۳۹۳) هویت از نظر اصطلاحی عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسان که به رسایی و روایی بر ماهیت یا ذات گروه، به معنای یگانگی یا همانندی اعضای آن با یکدیگر، دلالت می‌کند و آنان را در یک ظرف زمانی و مکانی معین به

طور مشخص و قابل قبول و آگاهانه از سایر گروه‌ها و افراد متعلق به آن‌ها متمایز می‌سازد (الطایی، ۱۳۸۷). هویت فرهنگی شامل فرهنگ اعم از ارزش‌ها، باورها، آداب و رسوم، دین و ادبیات است. شامل فرهنگ قومی برتر و نیز خرده فرهنگ‌های اقوام مختلف است که در طول تاریخ هم‌جواری حاصل کرده و به همزیستی رسیده‌اند و نیز تأثیر از فرهنگ اقوام یا ملل همسایه و تجاوزها و تهاجم‌های آنان است (اکبری‌ان، ۱۳۸۶). در این میان رابطه هویت و فرهنگ ناشی از ارتباط هر دو مفهوم با کنش اجتماعی است. هویت را می‌توان حاصل نسبتی دیالکتیکی تلقی کرد که فرد بین شبکه معنایی ذهن خود و شبکه روابط اجتماعی برقرار می‌کند. (ایزوتسو^۱، ۱۳۸۱) شبکه‌های اجتماعی از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آن‌ها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است. (آلوی، ۱۳۹۹)

با توجه به مطالب مطرح شده پیرامون هویت و شبکه‌های مجازی پژوهش‌هایی انجام شده است. از جمله نتایج پژوهش صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶) نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر ابعاد مختلف هویت فرهنگی شامل زبان، دیانت، پوشش، رفتار اجتماعی و اخلاق کاربران تأثیر مثبت و معناداری دارد. قلی زاده و زمانی (۱۳۹۶) در پژوهش کیفی و بر اساس مصاحبه نیمه ساختاریافته چالش‌های شبکه اجتماعی تلفن همراه را در زندگی کاربران بررسی کردند. نتایج این مطالعه نشان داد نقض حریم خصوصی افراد، کاهش اعتماد در روابط اجتماعی و استفاده از هویت جعلی مهم‌ترین تأثیرات مخرب این شبکه‌ها در زندگی کاربران بوده است. یافته‌های پژوهش بیران و همکاران (۱۳۹۳). نشان داد بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات هویت فرهنگی کاربران همبستگی معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مؤلفه‌های هویت فرهنگی کاربران از جمله دین، زبان، آداب و رسوم گذشته و سنت‌ها تأثیرگذار می‌باشند. در پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان بررسی شده است. نتایج

¹ Izutsu

نشان داد که هویت دینی کاربران در تعامل با فضای سایبر تضعیف می‌شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی دانشجویان کاسته می‌شود. در خصوص (تجارب جوانان از تلفن همراه در تغییر هنجارهای فرهنگی) نیز خسروی (۱۳۸۹) نشان داد که جوانان در جریان استفاده از تلفن همراه تجارب مثبت و منفی زیادی را کسب کرده که بر هنجارهای فرهنگی، ارتباطی، مذهبی، نمادین و... آن‌ها تأثیر گذار بوده و در مجموع موجب تغییر هنجارهای اجتماعی آنان شده است. سبحانی نژاد و همکاران (۱۳۸۸) تحقیقی با عنوان (چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن) انجام دادند و عمده‌ترین راهکارهای بهره‌گیری مناسب از تلفن همراه را شامل: فرهنگ‌سازی جهت کاهش جرائم، کارکرد تبلیغاتی و رسانه‌ای، ارتقای سواد رسانه‌ای می‌باشد. نتایج پژوهش عباسی قادی (۱۳۸۶) نشان داد رابطه معناداری بین مدت استفاده کاربران از اینترنت، میزان استفاده، انگیزه و هدف کاربران، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از اینترنت، واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌های اینترنتی و ویژگی‌های فردی، اجتماعی کاربران با هویت دینی وجود دارد، ولی بین نوع استفاده کاربران از اینترنت و هویت دینی آن‌ها رابطه معناداری مشاهده نشد. Elsayed (2021) در پژوهشی بیان کرد که انواع تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان در زمینه «موفقیت - به تعویق انداختن - تعطیلی و پراکندگی» است که این امر مستلزم اتخاذ تدابیر جدی از سوی خانواده، مدرسه و سایر نهادها برای مراقبت از خانواده است. Khe و Zemmels (2014) اشتراک‌گذاری رسانه‌های تصویری دیجیتال، نگرانی‌های حریم خصوصی و اعتماد میان جوانان را جهت مقایسه نگرش دانشجویان کالج در رابطه با حفظ حریم خصوصی و اعتماد به دیگران از طریق رسانه‌های مبتنی بر اینترنت در سه شکل فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده است. Long, et al (2007) در پژوهشی به بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر رشد هویت نوجوانان پرداختند. نتایج نشان داد که استفاده از اینترنت بر هر یک از این ابعاد در نوجوانان مورد مطالعه تأثیر می‌گذارد. با مطالعه تحقیقات متعدد انجام شده در این حوزه این نکته حاصل می‌شود که در اکثر این مطالعات، محققین هنگام مطالعه طرح تحقیق خود را بر مبنای مطالعه تنها یک بعد از

این مفاهیم انجام داده‌اند و بر این اساس، سوالات یا فرضیه‌های خود را آزموده‌اند. همچنین بررسی پیشینه تحقیقات نشان داد که به مفهوم شبکه‌های اجتماعی در رابطه با هویت فرهنگی با استفاده از روش کیفی با رویکرد داده بنیاد کمتر پرداخته شده است. بخش اعظمی از تحقیقات موجود این مفهوم را با رویکردی جزئی و خرد مورد توجه قرار داده‌اند؛ بنابراین این تحقیق به دنبال ارائه الگویی جامع برای ارتقا مفهوم هویت فرهنگی در رابطه با شبکه‌های اجتماعی است که تمام ابعاد و جوانب این حوزه را بتواند پوشش دهد.

۳- روش شناسی

این پژوهش از لحاظ نتیجه، جزو تحقیقات توسعه‌ای، از لحاظ هدف اکتشافی و بر مبنای استراتژی تحقیق از نوع میدانی است. روش شناسی تحقیق از پژوهش‌های کیفی است. در این تحقیق از مصاحبه عمیق و مصاحبه نیمه ساختاریافته^۱ به عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آن‌ها به اطلاعات قابل استفاده در مدل از روشی زمینه‌ای یا مبنایی^۲ مبتنی بر روش کدگذاری داده‌ها از نوع باز، محوری و انتخابی (کوربین و استراس، ۱۳۹۰) با کاربرد نرم‌افزار^۳ MAXQDA (2018) بهره گرفته شد. حوزه پژوهش شامل مصاحبه با خبرگان، استادان دانشگاه و افراد آگاه به حوزه رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بود که به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. این اساتید در دانشگاه‌های دولتی، آزاد و در حوزه رسانه و مطبوعات فعال هستند. بیش‌تر مصاحبه‌ها در محل کار افراد ترتیب داده شد. در این مطالعه، جمع‌آوری داده‌ها تا مرحله اشباع نظری مقوله‌ها و به بیان واضح‌تر تا جایی که امکان دستیابی به داده‌های جدیدتر فراهم نباشد، ادامه یافت. به منظور ایجاد تمرکز در مصاحبه‌ها از رویکرد پیشنهادی اسپیکارد^۴ (۲۰۱۰) جهت تعیین چارچوبی مناسب برای مصاحبه‌ها استفاده شد. یکی از وظایف کلیدی در مدیریت مصاحبه‌ها قرار دادن مصاحبه‌شوندگان در شرایطی است که بتوانند آزادانه دانش خود را در اختیار محقق قرار دهند (Spicard, 2010). در

¹ Semi-Structurea

² Grounded Theory

³ - نرم‌افزار مکس کیودا برنامه‌ای کاربردی ویژه تحقیق کیفی است که محیط مناسبی را برای تحلیل محتوای متن فراهم می‌کند.

⁴ Spicard

مصاحبه‌ها، پژوهشگر مقوله‌های اولیه‌ای را از تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت فرهنگی شناسایی نمود. با شناسایی مضامین و شکل‌گیری مقوله‌های اولیه، ادامه مصاحبه‌ها باهدف توسعه این گروه از مقوله‌ها، در این حوزه پیگیری شد. بنابراین مصاحبه ساختاریافته با ۲۰ نفر از متخصصان به مدت ۴۵ دقیقه به صورت رودررو انجام شد. علاوه بر این از کتاب‌ها و مقالات معتبر جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. مشخصات جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش

شرکت‌کننده	جنسیت	سن	وضعیت تاهل	مدرک تحصیلی	تخصص
۱	مرد	۴۴	متاهل	دکتری	علوم ارتباطات
۲	مرد	۴۶	متاهل	دانشجوی دکتری	علوم ارتباطات
۳	زن	۴۷	مجرد	دکتری	مدیریت رسانه
۴	زن	۳۷	متاهل	دکتری	علوم ارتباطات
۵	مرد	۳۲	متاهل	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۶	زن	۴۸	متاهل	دکتری	جامعه‌شناسی
۷	زن	۳۵	مجرد	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۸	مرد	۴۵	متاهل	دکتری	علوم ارتباطات
۹	مرد	۳۶	متاهل	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۱۰	مرد	۴۲	متاهل	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۱۱	زن	۳۵	متاهل	کارشناسی ارشد	جامعه‌شناسی
۱۲	زن	۴۸	متاهل	دکتری	علوم ارتباطات
۱۳	مرد	۵۰	متاهل	دکتری	جامعه‌شناسی
۱۴	زن	۵۰	متاهل	دکتری	مدیریت رسانه
۱۵	مرد	۳۸	متاهل	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۱۶	مرد	۳۷	متاهل	کارشناسی ارشد	روزنامه‌نگار
۱۷	مرد	۴۰	متاهل	کارشناسی ارشد	علوم ارتباطات
۱۸	مرد	۴۲	متاهل	دکتری	مدیریت رسانه
۱۹	مرد	۴۳	متاهل	دانشجوی دکتری	علوم ارتباطات
۲۰	زن	۳۸	متاهل	دکتری	جامعه‌شناسی

مطابق اطلاعات ذکر شده در جدول ۱، شرکت کنندگان در پژوهش ۸ نفر زن و ۱۲ نفر مرد از میان رده سنی ۳۰ تا ۵۰ سال بودند که ۱۰ نفر دارای مدرک تحصیلی دکتری ۲ نفر دانشجوی دکتری و ۸ نفر کارشناسی ارشد و همچنین ۴ نفر مجرد و ۱۶ نفر متأهل بودند.

۴- تحلیل تجربی

الف- کدگذاری باز

در پایان هر مصاحبه، مطالب به دست آمده از مصاحبه روی کاغذ پیاده‌سازی شد. سپس، به سه شیوه به مطالعه متن مصاحبه پرداخته شد: (۱) خواندن تمام مصاحبه؛ (۲) مطالعه جملات و پاراگراف‌های مصاحبه؛ (۳) مطالعه کلمه به کلمه متن مصاحبه. پس از شناسایی مفاهیم اولیه، کدگذاری باز انجام می‌شود. در این پژوهش، مفاهیم دسته‌بندی شدند و به هر تعداد مفهوم با مضامین مشابه یک کد باز اختصاص داده شد. در نهایت تعداد ۳۷ کد باز از میان ۲۶۶ مفهوم شناسایی شد.

ب- کدگذاری محوری

در این مرحله ۳۷ کد باز در قالب ۵ مقوله به شرح زیر دسته‌بندی شدند:

- تشریح «مقولات» به دست آمده

۱- شرایط علی

نتایج روش داده بنیاد نشان داد که شرایط علی واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل دین و مذهب (باورهای دینی، مناسک مذهبی)، زبان (گویش، نوشتار، واژگان بیگانه)، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (انتشار و ترویج انواع موسیقی، تغییر ذائقه موسیقی افراد در شبکه‌های اجتماعی)، تبادل فرهنگ (به اشتراک گذاری هویت ملی یک کشور از طریق شبکه‌های اجتماعی)، عدم قانون (عدم محدودیت قانونی اینترنت در نشر اطلاعات) و ویژگی‌های جامعه (بیان احساسات عمومی جامعه توسط عکس پروفایل) می‌باشند. از مجموع ۱۱۱ مفهوم شناسایی شده در شرایط علی واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۴۴ مفهوم مربوط به دین و مذهب و ۳۸ مفهوم مربوط به موسیقی است.

۲- شرایط زمینه‌ای

نتایج روش داده بنیاد نشان داد که شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی، هویت جعلی، موثق نبودن منبع اطلاعات، محدودیت زنان در انتخاب اجزای هویت، آزادی کاربران در انتخاب اجزای هویت، قابلیت مشاهده اطلاعات شخصی افراد، قضاوت کردن از روی عکس پروفایل، عدم نظارت مسئولین و خانواده و همسالان می‌باشند. از مجموع ۴۵ مفهوم شناسایی شده در شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۹ مفهوم مربوط به آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی و ۹ مفهوم مربوط به هویت جعلی است.

۳- شرایط مداخله‌ای

نتایج روش داده بنیاد نشان داد که شرایط مداخله‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل ایجاد سردرگمی، شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف، استحکام رابطه بین جوانان، تمایل جوانان به جلب توجه، سطحی‌نگری، ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب، از بین رفتن انحصارگرایی رسانه‌های دولتی، نفوذ در هویت فرهنگی، وابستگی جوانان به شبکه‌های اجتماعی و برتری شبکه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های دیگر می‌باشند. از مجموع ۳۹ مفهوم شناسایی شده در شرایط مداخله‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۷ مفهوم مربوط به ایجاد سردرگمی و ۷ مفهوم مربوط به شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف است.

۴- استراتژی‌ها

نتایج روش داده بنیاد نشان داد که استراتژی‌های واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی، اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی، ایجاد فرصت آموزش و تعمق و تفکر، تقویت اعتماد و هویت ملی و فرهنگی، ارسال پیام‌های مناسبی از طرف دولت و ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم می‌باشند. از مجموع ۲۶ مفهوم شناسایی شده در استراتژی‌های واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۱۰ مفهوم مربوط به ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی و ۵ مفهوم مربوط به اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی است.

۵- پیامدها

نتایج روش داده بنیاد نشان داد که پیامدهای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل دین و مذهب (باورهای دینی، مناسک مذهبی)، زبان (گویش، نوشتار، واژگان بیگانه)، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (انتشار و ترویج انواع موسیقی، تغییر ذائقه موسیقی افراد در شبکه‌های اجتماعی)، تبادل فرهنگ (به اشتراک گذاری هویت ملی یک کشورها از طریق شبکه‌های اجتماعی)، عدم قانون (عدم محدودیت قانونی اینترنت در نشر اطلاعات) و ویژگی‌های جامعه (بیان احساسات عمومی جامعه توسط عکس پروفایل) می‌باشند. از مجموع ۳۵ مفهوم شناسایی شده در پیامدهای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۲۰ مفهوم مربوط به آشکار شدن هویت افراد جامعه است.

پ- کدگذاری گزینشی

در این مرحله از روش داده بنیاد، موارد مرتبط با یکدیگر در یک طبقه قرار می‌گیرند که در نهایت منجر به ارائه یک مدل برخواسته از داده‌های تجربی می‌شود. در این مرحله یکبار دیگر از تعدادی از خبرگان مشارکت کننده در این پژوهش خواسته شد که در مورد فرایند تدوین مدل و مدل نهایی نظرات خود را ارائه دهند که بیشتر آنها مدل به دست آمده را تأیید کردند و بعضی از آنها نظرات اصلاحی نیز داشتند که در فرایندی رفت و برگشتی اصلاحات اعمال شد و نظر نهایی خبرگان بر تأیید مدل نیز گرفته شد. شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش را ارائه می‌دهد.



شکل ۱- طرح شماتیک استفاده بهینه از شبکه های اجتماعی تلفن همراه با تأکید بر هویت فرهنگی

۵- بحث و نتیجه گیری

نتایج شرایط علمی مفهوم هویت فرهنگی شبکه های اجتماعی تلفن همراه شامل دین و مذهب (باورهای دینی، مناسک مذهبی)، زبان (گویش، نوشتار، واژگان بیگانه)، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (انتشار و ترویج انواع موسیقی، تغییر ذائقه موسیقی افراد در شبکه های اجتماعی)، تبادل فرهنگ (به اشتراک گذاری هویت ملی یک کشورها از طریق شبکه های اجتماعی)، عدم قانون (عدم محدودیت قانونی اینترنت در

نشر اطلاعات) و ویژگی‌های جامعه (بیان احساسات عمومی جامعه توسط عکس پروفایل) است. همچنین از مجموع ۱۱۱ مفهوم شناسایی شده در شرایط علی واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، ۴۴ مفهوم مربوط به دین و مذهب و ۳۸ مفهوم مربوط به موسیقی هستند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر در برخی از مفاهیم با پژوهش‌های صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶)، بران و همکاران (۱۳۹۳)، عباسی قادی (۱۳۸۶)، خسروی (۱۳۸۹) در زمینه برخی مفاهیم مشخص شده در پژوهش حاضر همخوان است.

همچنین نتایج نشان داد که شرایط زمینه‌ای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی، هویت جعلی، موثق نبودن منبع اطلاعات، محدودیت زنان در انتخاب اجزای هویت، آزادی کاربران در انتخاب اجزای هویت، قابلیت مشاهده اطلاعات شخصی افراد، قضاوت کردن از روی عکس پروفایل، عدم نظارت مسئولین و خانواده و همسالان می‌باشند. همچنین از مجموع ۴۵ مفهوم شناسایی شده در شرایط زمینه‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، بیشترین تأکید را روی «آشکار نکردن هویت به دلایل امنیتی» با مجموع ۹ مفهوم و «هویت جعلی» با مجموع ۹ مفهوم داشته‌اند.

نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر در برخی از مفاهیم با قلی زاده و زمانی (۱۳۹۶)، خزاعی و همکاران (۱۳۹۲)، رفعت جاه و شکوری (۱۳۸۷) در برخی مفاهیم همخوان است. (Elsayed (2021) در زمینه انواع تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان در بیان نمود این امر مستلزم اتخاذ تدابیر جدی از سوی خانواده، مدرسه و سایر نهادها برای مراقبت از خانواده است. همچنین Zemmels & Khey (2014) در زمینه اشتراک گذاری رسانه‌های تصویری دیجیتال بیان نمودند که اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده است.

همچنین نتایج نشان داد که شرایط مداخله‌ای مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل: ایجاد سردرگمی، شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف، استحکام رابطه بین جوانان، تمایل جوانان به جلب توجه، سطحی‌نگری، ناآگاهی کاربران و عدم تفکر در مورد مطالب، از بین رفتن انحصارگرایی

رسانه‌های دولتی، نفوذ در هویت فرهنگی، وابستگی جوانان به شبکه‌های اجتماعی و برتری شبکه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های دیگر می‌باشند. همچنین از مجموع ۳۹ مفهوم شناسایی شده در شرایط مداخله‌ای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، بیشترین تأکید را روی «ایجاد سردرگمی» با مجموع ۷ مفهوم و «شکل‌گیری گروه‌ها، کمپین‌ها و جریان‌های مختلف» با مجموع ۷ مفهوم داشته‌اند. در بررسی ادبیات و پیشینه تحقیقات انجام نشده در زمینه مفاهیم به دست آمده پژوهشی یافت نشد.

همچنین نتایج نشان داد که استراتژی‌های واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی، اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی، ایجاد فرصت آموزش و تعمق و تفکر، تقویت اعتماد و هویت ملی و فرهنگی، ارسال پیام‌های مناسبی از طرف دولت و ایجاد وحدت و یکپارچگی بین مردم می‌باشند. همچنین از مجموع ۲۶ مفهوم شناسایی شده در استراتژی‌های واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، در این مقوله، بیشترین تأکید را روی «ترویج، تبلیغ و اطلاع‌رسانی مراسم‌های ملی و مذهبی» با مجموع ۱۰ مفهوم و «اشتراک‌گذاری مطالب مذهبی، فرهنگی و ادبی» با مجموع ۵ مفهوم داشته‌اند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶)، بیران و همکاران (۱۳۹۳)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) در برخی موارد همخوان است. همچنین نتایج نشان داد که پیامدهای واکاوی مفهوم هویت فرهنگی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه شامل دین و مذهب (باورهای دینی، مناسک مذهبی)، زبان (گویش، نوشتار، واژگان بیگانه)، تاریخ (مراسم و نمادهای ملی)، موسیقی (انتشار و ترویج انواع موسیقی، تغییر ذائقه موسیقی افراد در شبکه‌های اجتماعی)، تبادل فرهنگ (به اشتراک‌گذاری هویت ملی یک کشورها از طریق شبکه‌های اجتماعی)، عدم قانون (عدم محدودیت قانونی اینترنت در نشر اطلاعات) و ویژگی‌های جامعه (بیان احساسات عمومی جامعه توسط عکس پروفایل) می‌باشند. همچنین از مجموع ۳۵ مفهوم شناسایی شده بیشترین تأکید را روی «دین و مذهب» با مجموع ۴۴ مفهوم و «موسیقی» با مجموع ۳۸ مفهوم داشته‌اند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر در برخی از مفاهیم با پژوهش‌های صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶)، بیران و همکاران (۱۳۹۳)، عباسی قادی

(۱۳۸۶)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) و خسروی (۱۳۸۹) در زمینه برخی مفاهیم مشخص شده همخوان است.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت: فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. این فضای مجازی عرصه وسیعی از اطلاعات و نموده‌های مختلف معنایی را ایجاد می‌کند. افراد در مواجهه با این فضا و تکثر منابع در ساخت هویت، دچار تعلیق (به معنی معلق بودن و سردرگمی) می‌شوند. اگر چه شبکه‌های اجتماعی مجازی در فرایند ارتباطات می‌توانند دارای تأثیرات مثبت و منفی باشند، ولی یکی از آثار فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی را در جوامع، به خصوص جوامع در حال گذار، ایجاد بحران هویت است. تعامل در فضای مجازی تأثیر دوگانه‌ای بر هویت جوانان دارد به طوری که با افزایش دسترسی و بهره‌مندی از مجاری نوین اطلاعاتی و ارتباطی و افزایش مدت‌زمان استفاده و نوع مصرف به دلیل تلطیف افق ذهنی و بیش‌تری و ارتقا و گسترش جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و علنی، از یکسو از شدت ابعاد پیامدی و تجربی کاسته می‌شود و از سوی دیگر هویت جوانان در ابعاد شناختی تقویت می‌شود.

پیشنهادات

نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر می‌تواند راهگشای کاهش برخی از مشکلات در این زمینه باشد که نیاز است مورد توجه قرار گیرد. بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود:

- مسئولان و برنامه ریزان فرهنگی کشور در ارائه برنامه‌های منسجم برای معرفی فرهنگ ملی مجازی سعی داشته باشند تا به نوعی بتوان فضای فرهنگ ایرانی را به عنوان یکی از فرهنگ‌های اثرگذار در عرصه جهانی، به کاربران معرفی نمود.
- برنامه‌های رسانه‌های جمعی در جهت شکل‌دهی هویت ملی با تأکید بر سنت و آداب اسلامی و ایرانی گسترش یابد.
- مراسم‌های ملی و مذهبی همواره از طریق شبکه‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی شود تا با دعوت از کاربران برای شرکت در این گونه مراسم‌ها، هویت ملی و فرهنگی در جامعه استحکام یابد.

منابع

- احمدپور، م و قادر زاده، م (۱۳۸۹). تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان)، فصلنامه علمی- تخصصی پژوهش- جوانان- فرهنگی و جامعه، شماره ۵: ۷۵-۷۹.
- احمدی، ز (۱۳۹۱). آسیب‌شناسی ارتباطات اینترنتی، نشریه پگاه حوزه، شماره ۲۹۴: ۲۵ و ۳۰.
- اکبریان، م (۱۳۸۶) اطلاع‌رسانی و تأثیر آن بر هویت فرهنگی، مجله مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، ۶۰.
- ایزوتسو، ت (۱۳۸۱). خدا و انسان در قرآن، ترجمه احمد آرام، تهران: سهامی انتشار.
- آل‌وبین س (۱۳۹۹). تغییر اجتماعی و توسعه، ترجمه محمود حبیبی مظاهری، نشر پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- بیران، صدیقه و پوریجی، آتیه (۱۳۹۳). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران مقاله، علوم خبری، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، شماره ۱۱ و ۱۲: ۱۲۶-۱۰۳.
- برات دستجردی، ن (۱۳۹۳). بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره ۵۴: ۱۷۰-۱۵۹.
- بیرو، آ (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: موسسه کیهان.
- پرویزی، ش و اطهری، ا (۱۳۹۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی لاین و تلگرام بر هویت فرهنگی دانشجویان واحد علوم و تحقیقات تهران، دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، سال ۸، شماره ۱۵.
- خزاعی، ط؛ سعادت جو، ع؛ شبانی، م؛ صنوبری، م و بازبان، م (۱۳۹۲). بررسی شیوع وابستگی به تلفن همراه و ارتباط آن با عزت نفس دانشجویان، فصلنامه دانش و تندرستی، سال ۸، شماره ۴.
- خسروی، ز (۱۳۸۹). تجارب جوانان از تلفن همراه در تغییر هنجارهای فرهنگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).
- خیرخواه، ط؛ کوثری، مسعود و جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۷). تلفن همراه و تأثیر آن بر ارتباطات میان فردی جوان دانشجویان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد از دانشگاه تهران.
- ذاکری مختار، چمن نژاد مرتضی (۱۴۰۰). بررسی مفهوم هویت در آموزش و پرورش با

ارائه الگو به منظور استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی ...

رویکرد پدیدارشناسانه. محل انتشار: همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم.

- رفعت جاه، م و شکوری، ع (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی، مجله جهانی رسانه، شماره ۵.

- سلطانی فر، م (۱۳۸۹). دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک، تهران، سیمای شرق.

- صلواتیان، س؛ دولتخواه، م (۱۳۹۶). تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت فرهنگی دانشجویان، دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، دوره ۷، شماره ۱۳.

- الطایی، علی (۱۳۸۷). بحران هویت، فصلنامه فرهنگ، (۱)۴.

- الطایی، علی (۱۳۹۶). بحران هویت قومی در ایران، تهران: نشر شادگان.

- عباسی قادی، م (۱۳۸۶). بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران، طرح پژوهش دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

- عدلی پور، ص؛ قاسمی و میرمحمدتبار، ا (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱.

- قبادی علیرضا، مهرا زهرا (۱۳۹۲). بررسی وضعیت پایداری به هویت فرهنگی اعضای شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک؛ مطالعه موردی دانشجویان مقطع کارشناسی رشته‌های علوم انسانی دانشگاه تهران. فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره دوم، شماره ۲: ۱۹۸-۱۷۵.

- قلی زاده، آ و زمانی، ع (۱۳۹۶). مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران، فصلنامه رسانه، سال ۲۸، شماره ۱۰۳.

- کاستلز، م (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، ترجمه احمد عقیلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.

- کورین، ولیت ام و استراس، آنسلم (۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- کیا، ع و نوری مرادآبادی، ی (۱۳۹۱). عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره ۱۳، شماره ۴۹: ۱۸۱-۲۱.

- مصطفوی کهنگی، ف و انار مرزی (۱۳۹۸). نقش تحریریه خبری رسانه شنیداری در

- مدیریت خبر، مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، سال دوم، شماره ۶.
- میرزایی، حسین و نظری، بابک (۱۳۹۳). نظام‌های ارزشی و هویت ملی (مطالعه موردی: دانش آموزان پسر متوسطه شهر میان دوآب در سال تحصیلی ۹۱-۹۰)، جامعه‌شناسی کاربردی، زمستان ۱۳۹۳، سال بیست و پنجم، شماره پیاپی (۵۶)، شماره ۴: ۱۲۳-۱۱۳.
- نوابخش، م؛ هاشم زاده، ف و ثم پور و (۱۳۸۴). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان (۱۵-۲۹) ساله استان مازندران، مجله تخصصی جامعه‌شناسی، ش ۱: ۱۴۵-۱۷۰.
- وفايي، ص (۱۳۹۵). ۲۸ میلیون نفر عضو تلگرام هستند، خبرگزاری مهر، شناسه خبر: ۳۷۶۸۱۲۹ قابل دسترس در <http://www.mehrnews.com/news/3768129>
- هاشمی، ش (۱۳۹۴). واکاوی نقش تلفن همراه در تعاملات میان فردی و اجتماعی جوانان، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۱: ۱۱۸-۱۰۳.
- Ebert, H., & Maurer, T. (2013). Contested Cyberspace and Rising Powers. *Third World Quarterly*, 34(6), 1054-1074. <https://doi.org/10.1080/01436597.2013.802502>
- Elsayed, W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. Feb 21;7(2):e06327. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06327. eCollection 2021 Feb.
- Fleuriet, C., Hristina, C., Megan, G., & Laura, K. (2014). Exploring Facebook: Attachment style and nonverbal Message Characteristics as predictors of anticipated Emotional Reactions to Facebook postings, *journal of nonverbal behavior*, december 2014, volume 38, issue4.
- Heinrichs, J. H., Lim, J. S., & Lim, K. S. (2009). Influence of social networking site and user access method on social media evaluation. *Journal of consumer behavior*. Volume 10, issue6, november/december 2011.
- Long, et al. (2007). "Impact of internet on adolescent self-identity development", *china media research*, 3(1), 45-47.
- O'Brolcháin, F., Jacquemard, T., Monaghan, D., Connor, N.O., Novitzky, P., & Gordijn, B. (2015). "The Convergence of Virtual Reality and Social Networks: Threats to Privacy and Autonomy". ISSN: 1353-3452 (Print) 1471-5546 (Online)
- Spickard, P. (2010). The illogic of racial categories. In M. Root (ed.) *Racially Mixed people in America*, Thousand Oaks, CA: Sage: 23-56
- Zemmels, D. R., & Khey, D. N. (2014). Sharing of digital visual media: privacy concerns and trust among young people. *American journal of criminal justice* may 2014 (online). link: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12103-014-9>

