

بازخوانی هویت مجازی جوانان شهر شیراز در سال ۱۴۰۲

فرشید ناهید^۱، معیدرضا کریمی^۲، کورش سرورزاده^۳


دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴، پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۸

Doi: 10.22034/RCC.2024.2018322.1087

چکیده

هویت اجتماعی خصیصه انسان به مثابه موجودی اجتماعی است. هویت اجتماعی بیش از هر گروهی برای نوجوانان و جوانان با توجه به پیشرفت‌های چند دهه اخیر در زمینه فناوری الکترونیک، صنعت کامپیوتر و به خصوص ارتباط مجازی اهمیت دارد. نوجوانان و جوانان ایرانی نیز در معرض این تحول قرار دارند، لیکن در فضای اجتماعی متفاوت از بسیاری از کشورهای دنیا. هویت برای آن‌ها در این محیط از اهمیت خاص برخوردار است. هدف این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر هویت مجازی جوانان شهر شیراز است. روش تحقیق پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و برحسب شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل افرادی که در سن ۱۸ تا ۳۰ سال (در شهر شیراز) شامل می‌شود. با توجه به آمارنامه شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ جمعیت شهر شیراز ۱۶۳۲۰۹۸ نفر است که ۱۷ درصد از این جمعیت گروه جوانان بین این سنین را تشکیل می‌دهد که بعد از محاسبه تعداد جمعیت جوانان شهر شیراز برابر ۲۷۷۴۵۷ نفر است؛ که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران تعداد نمونه ۳۸۴ نفر است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هویت مجازی جوانان شهر شیراز تحت تأثیر جنسیت، سن، پایگاه اجتماعی، گرایش به دین، آگاهی سیاسی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی قرار دارد. نتیجه نهایی پژوهش نشان می‌دهد که بر اساس گسترش استفاده از فضای مجازی، عناصر تأثیرگذار بر هویت جوانان در دنیای معاصر از نسل‌های پیش متفاوت است.

واژگان کلیدی: کلمات کلیدی: هویت، فضای مجازی، جوانان، شبکه‌های اجتماعی، شیراز.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، واحد جهرم، دانشگاه آزاد اسلامی، جهرم، ایران.
Email: Fnahid23@gmail.com  0009-0005-1354-1978

۲. استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد جهرم، دانشگاه آزاد اسلامی، جهرم، ایران (نویسنده مسئول).
Email: Karimimajidreza@gmail.com

۳. استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد جهرم، دانشگاه آزاد اسلامی، جهرم، ایران.
Email: ssarvarzadeh@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

هویت جمعی در روابط متقابل اجتماعی شکل می‌گیرد. این روابط تا قبل از عصر جدید حاصل کنش متقابل و روابط چهره به چهره در قالب سنتی آن بود. پیشرفت فناوری الکترونیک و تأثیر آن در فضاهای مجازی سبب تغییر عوامل تأثیرگذار و به تبع آن تغییر هویت سیاسی - اجتماعی شده است. امروزه جامعه به طور فزاینده توسط شبکه‌های سیاسی - اجتماعی و رسانه‌ای سازمان‌دهی می‌شود، به طوری که شیوه روابط بین انسانی تغییر کرده است. ارتباطات چهره به چهره افراد به ارتباطات مجازی از طریق شبکه رسانه‌های اجتماعی تغییر کرده و فناوری دیجیتال جایگزین ارتباطات فردی شده است. این بدان معناست که شبکه‌های رسانه‌ای و شبکه‌های سیاسی - اجتماعی مجازی، ماهیت و معنای سازمان‌ها و ساختارهای اجتماعی را تغییر داده‌اند (وندایک، ۲۰۱۲: ۲۹). گسترش شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی و رجوع کمتر به رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و رادیو حکایت از شکل جدیدی از ارتباطات دارد که در خلال این روابط جدید ممکن است، بسیاری از باورهای زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد و دچار تغییر نماید. از سوی دیگر، همه این ارتباطات در بستری از امکانات فناوریانه و اینترنتی امکان‌پذیر است که در جامعه شبکه‌ای امکان آن برای عموم جوانان فراهم شده است؛ بنابراین می‌توان گفت که جامعه شبکه‌ای، جامعه‌ای است که در آن شبکه‌های رسانه‌ای و اجتماعی، شکل‌دهنده شیوه‌های مهم سازمان و ساخت مهم اجتماعی‌اند. در جامعه شبکه‌ای ارتباطات رودررو، جای خود را به ارتباطات واسطه‌ای می‌دهد یا به وسیله آن تکمیل می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۲: ۲). کاربران اینترنت برخلاف نسل اول که در فضای واقعی و حقیقی فعالیت می‌کردند، امروزه در فضای مجازی مشغول هستند. بر همین اساس، بسیاری از کارکردهای خانواده در جامعه‌پذیری افراد به وسیله این رسانه‌های تعاملی در محیطی مجازی صورت می‌گیرد (حسین بیگی، ۱۳۸۳: ۵۳)؛ بنابراین اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیای جدید بسازند. بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود، زیرا امکان دارد که تصویر ارائه‌شده از سویی که فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌های غیر از شکل موردنظر وی

تفسیر شود. حتی امکان معرفی خود در وبگاه‌های مختلف به صورت‌های گوناگون وجود دارد؛ به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط‌گیری، هویت «الکترونیک چندگانه» برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. از سویی، فقدان نشانه‌های بافت اجتماعی در ارتباط‌های اینترنتی، تأثیر مهمی بر چگونگی ابراز هویت شخص در فضای مجازی دارد. (کرم‌الهی، ۱۳۹۰: ۱۶۲).

هویت اجتماعی بیش از هر گروهی برای نوجوانان و جوانان به دلیل اینکه این مرحله از زندگی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی است، مسئله‌ساز است. توسعه تکنولوژی و عوامل تکنولوژی باعث تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده و تغییرات هویتی، به‌ویژه برای دانش‌آموزان مقطع دبیرستان ایجاد کرده است؛ بنابراین پژوهشگر درصدد است، تا به این مسئله بپردازد که شبکه‌های مجازی چه تأثیراتی در شکل‌گیری هویت جوانان که بیشترین تأثیر را از حضور و فعالیت در فضای مجازی می‌گیرند، دارد.

ضرورت و اهمیت تحقیق

امنیتی که کاربران در فضای مجازی به دنبال آن هستند و برای تأثیرگذاری در مؤلفه‌های سیاسی - اجتماعی از آن استفاده می‌نمایند، تحت‌الشعاع سیاست‌های کلان در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی قرار می‌گیرد؛ اما این کارکردهای آنان، بدون توجه به پیامدهای احتمالی نادیده گرفته می‌شود، در میان جوانان به دلیل ویژگی‌های سنی و امکان بروز فردیت در این فضاها را به عنوان اولویتی برای مشارکت در نظر می‌گیرند. از این‌رو، تأثیرات روابط متقابل در شکل‌گیری هویت سیاسی - اجتماعی بخصوص در میان جوانان که متأثر از این فضا و ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند، ضرورت انجام این پژوهش را نشان می‌دهد که باهدف این تبیین تغییرات هویت سیاسی - اجتماعی توسط شبکه‌های مجازی انجام شده است. علاوه بر این، از آنجاکه هویت مجازی بخش عمده و مؤثری از هویت سیاسی - اجتماعی را در عصر جدید باوجود شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی تشکیل می‌دهد، ضرورت دارد عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی و دقت نظر قرار گیرد. از طرفی شاید در مورد هویت تحقیقات زیادی انجام شده باشد اما هویت مجازی امری است که اخیراً در دو دهه اخیر به دلیل گسترده‌گی

تلویزیونی بر تقویت هویت ملی، وحدت و انسجام داخلی اختصاص دارد. در این زمینه اشاره به دو پژوهش اهمیت دارد، یکی پژوهشی است که موضوع آن تأثیر برنامه‌های شاد تلویزیونی در ایران بر جذب مخاطبان داخلی، توجه به فرهنگ و هویت ملی و گسترش اعتماد عمومی در جامعه، در تقویت وحدت و انسجام داخلی انجام گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که این‌گونه برنامه‌ها همچنین بر تزریق فضای آرام‌بخش در جامعه، تقویت خرده‌فرهنگ‌ها و هویت ملی و گسترش اعتماد عمومی از اهمیت قابل‌قبولی برخوردار است و در زمینه تقویت وحدت و انسجام داخلی نقش‌آفرینی می‌کنند (طالعی حور؛ دهقانی، ۱۴۰۲: ۱۲۷-۱۴۸). مطالعه مشابه مبنی بر تأثیر برنامه تلویزیونی بر هویت ملی جوانان در جامعه متکثر در افغانستان انجام شده است. نتیجه این پژوهش نشان داد که تلویزیون ملی افغانستان، بازنمایی هویت ملی و قومی در این کشور را بر مبنای سیاست «یکسان‌سازی قومی» مطابق با سیاست ملت‌سازی دولت قبل از به قدرت رسیدن طالبان انجام می‌دهد. سیاست تلویزیون دولتی این است، مؤلفه‌های هویتی یک گروه قومی خاص (پشتون) را به عنوان مؤلفه‌های هویت ملی قابل‌قبول برای همه، بازنمایی می‌کند، یک گروه قومی خاص را بسیار زیاد و دیگر گروه‌های قومی را بسیار کم بازنمایی می‌کند (علیزاده، بهار، ۱۴۰۲: ۱۷۹-۱۹۶).

ما در پژوهش خود به عوامل دیگر تأثیرگذار بر هویت جوانان نیز توجه داشتیم. برخی از پژوهش‌های در این زمینه تأثیر فضای مجازی بر تغییرات فرهنگی و سبک زندگی را بررسی کرده‌اند. این مطالعات نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌ها و باورها و به دنبال آن بر سبک‌های زندگی تأثیر می‌گذارند (لطفی جلال‌آبادی و زروندی، ۱۴۰۲). برخی مطالعات به تأثیر شبکه‌های مجازی بر تبلیغ دینی پرداخته‌اند. یافته‌های این‌گونه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقاط قوت شبکه اجتماعی بومی برای تبلیغ دین احراز هویت بر اساس کد ملی و واقعی بودن هویت کاربر، فراهم کردن زمینه برای انتشار محتوای دینی توسط مبلغان دینی و مهم‌ترین نقاط ضعف عدم شناخت کاربران ایرانی از شبکه‌های بومی مبلغ دین است (خجیر، ۱۴۰۲). مطالعاتی نیز درباره هویت جنسیتی جوانان تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام گرفت است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط انسانی

شبکه‌های اجتماعی بسیار حائز اهمیت شده است. هویت مجازی که بخش زیادی از هویت جوانان را تشکیل می‌دهد کمتر مورد توجه بوده است لذا بررسی هویت مجازی برای برنامه ریزان در حوزه‌های آموزش و پرورش و دیگر حوزه‌های اجتماعی می‌تواند راه گشا باشد. همچنین در این تحقیق برخی مؤلفه‌ها و یا متغیرهای سیاسی و اجتماعی مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. با این دیدگاه که جوانان بیشتر تحت تأثیر سیاست‌های اجتماعی و نفوذ و گسترده‌گی شبکه‌های اجتماعی می‌باشند؛ بنابراین ضرورت انجام تحقیقات این چنین را بیش از پیش می‌نماید.

پیشینه تحقیق

موضوع پژوهش تعیین هویت مجازی جوانان است. ما در این پژوهش تأثیر چند عامل جنسیت، سن، پایگاه اجتماعی اقتصادی، آگاهی سیاسی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بر هویت مجازی جوانان بررسی کردیم. چند متغیر مانند هویت، هویت مجازی و جوانان در این پژوهش از اهمیت خاص برخوردار هستند.

هویت و هویت جوانان موضوع کاوش‌های گوناگون بوده است. در این پژوهش‌ها موضوعاتی از قبیل تأثیر قدرت رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های نوین به کشف، شناخت و یادگیری نوجوانان، چالش‌هایی که آن‌ها در این زمینه با آن درگیر هستند، تلاش مدارس برای گنجاندن آموزش شهروندی دیجیتال به عنوان بخشی از برنامه‌های درسی خود، کوشش مدارس برای آشنایی جوانان با فرهنگ و دانش مثبت پیرامون رسانه و فناوری، آشنایی جوانان با تحقیقات دانشگاهی درباره نگرانی‌های کودکان، معلمان و والدین بررسی شده‌اند (حیدری، ۱۴۰۲: ۲۹-۵۸). به علاوه، تجارب زیسته نوجوانان از نقش رسانه‌های سنتی و نوین در هویت ملی، شکاف بین دانش، نگرش و رفتار نسبت به هویت ملی در رسانه‌های سنتی و نوین، تمایز بین جوانانی که از رسانه‌های سنتی و یا فضای مجازی و رسانه‌های جدید استفاده می‌کنند، هویت فراملی یا جهانی در بین جوانانی که از رسانه‌های مجازی جدید استفاده می‌کنند و همچنین گرایش نوجوانانی که از رسانه‌های نوین استفاده می‌کنند به طرفدار از هویت جهانی یا جهان‌وطنی کاوش شده است (فرج‌زاده؛ جعفری، ۱۴۰۲: ۳۵-۵۴). موضوع برخی پژوهش‌ها درباره تأثیر فضای مجازی بر جوانان و نوجوانان به تأثیر برنامه‌های

در این پژوهش به بررسی مشکلات ویژه دختران نوجوان برای شکل دادن به هویتشان به صورتی محکم و قدرتمند پرداخته شده است. در این راستا تأیید هویتی که از طریق شکل ظاهری تعریف می‌شود، تأثیرات رسانه داخلی و تأیید کم خانواده و اجتماع بر شکل‌گیری هویت، بحث شده است. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در قبال تأثیر زیاد و همه‌گیر الگوهای پست مدرنی که اجتماع و رسانه‌ها برای دختران عرضه می‌کنند، مدرسه و معلم می‌توانند نقش مؤثری در تشویق این دختران نوجوان برای دستیابی به هویتی قوی، محکم، فعال و کارآمد داشته باشد. مک دوگال^۳ و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود با عنوان «تأثیر سایت‌های شبکه اجتماعی در رابطه بین حمایت اجتماعی ادراک شده و افسردگی» به این نتیجه می‌رسند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی اثر تعدیلی درخور توجهی در ارتباط میان حمایت اجتماعی ادراک شده و افسردگی و همچنین نمره افسردگی مثبت با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در طول روز دارد. افزون بر این ساعات و میزان استفاده از این رسانه‌ها نیز با نمره افسردگی و وابستگی کاربران مرتبط است.

جعفر شهری (۱۳۷۶) در اثر پنج‌جلدی خود با عنوان تهران قدیم و حسن بیگی (۱۳۶۶) در اثری با همین نام شرح می‌دهند، چگونه بخش بزرگی از باشندگان مملکت ایران در برابر ابزار و وسایل جدید واکنش منفی نشان می‌دهند. این واکنش را می‌توان در یک دهه گذشته به وضوح در برابر فضای مجازی دید، به طوری که بخش قابل ملاحظه‌ای از منابع موجود در این زمینه نگاهی آسیب‌شناختی به فضای مجازی دارند. همان‌طور که در مواردی قبلی از قبیل دوچرخه، رادیو، تلویزیون، ویدئو و ماهواره مشاهده شد، این وسایل ابزاری اجتناب‌ناپذیر در خدمت انسان مدرن هستند و می‌توان از آن‌ها به شیوه‌های مختلف استفاده کرد.

اهداف تحقیق

۱. کاوش هویت مجازی جوانان در شیراز
۲. بررسی رابطه بین جنسیت و هویت مجازی
۳. بررسی رابطه بین سن و هویت مجازی
۴. بررسی رابطه بین پایگاه اجتماعی اقتصادی و هویت مجازی
۵. بررسی رابطه بین آگاهی سیاسی و هویت مجازی
۶. بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت مجازی

و الگوهای ارتباطی تأثیر دارند، به طوری که رابطه مثبتی بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی گروه زنان وجود دارد در حالی که در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است (امیر بیک، بابانی، ۱۴۰۲: ۷-۱۸) مطالعاتی نیز درباره تولید محتوای فرهنگی برای زنان در فضای مجازی انجام گرفته است. نتایج این‌گونه پژوهش‌ها در ایران نشان می‌دهد که ایرانی و اسلامی بودن، توجه به تنوع قومیت‌ها در ایران، توجه به هویت و فطرت زنانه، توجه به کانون خانواده، توجه به ویژگی‌های زنان الگو در اسلام، ارائه سبک زندگی ایرانی - اسلامی، پاسخگویی متقن به سؤالات و دغدغه‌های زنان و توجه به مهارت‌های زندگی از شاخص‌های اصلی مدل تولید محتوای فرهنگی برای زنان در فضای مجازی است (خطیب زاده، بنی‌هاشمی، ۱۴۰۱). برخی مطالعات به نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان پرداخته‌اند. نتایج این‌گونه تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و مؤلفه‌های هویت شخصی مدرن از قبیل توسعه فردی توسعه نظام ارتباطات بین فردی، توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد، تغییر در پیوندها، دل‌بستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی و دسترسی فوری یا فرهنگ (فوری) همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد بیشترین همبستگی مربوط به توسعه فردی و کمترین همبستگی نیز مربوط به توسعه ارتباطات بین فردی است. نتایج این نوع پژوهش‌ها نشان داد که گسترش استفاده از شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه به فردیت و فردی شدن می‌انجامد (فرامرزیانی و جعفری، ۱۴۰۰: ۶۹-۸۸)

پژوهش‌های خارجی نیز در این زمینه برخی یافته‌های تحقیقات داخلی را تأیید می‌کنند. برای نمونه، هیلمن^۲ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان «ستیز برای خود، قدرت و هویت در دختران نوجوان» با استفاده از روش میدانی و مطالعه کیفی و بر اساس مشاهده عمیق و مستقیم رفتارهای نوجوانان در فضای مدرسه، به بررسی مسائل شکل‌گیری هویت در میان دختران نوجوان دبیرستانی در منطقه‌های فقیرنشین در انگلستان پرداخته است؛ البته رویکرد این پژوهش به مسئله هویت فردی اریکسون و نیز دیدگاه فمینیستی بوده است.

مبانی نظری

هویت

گفته می‌شود که پرچم‌دار نظریهٔ هویت اجتماعی جرج هربرت مید است که فرایند دست‌یابی فرد به احساس و برداشتی کامل از خویش را بررسی می‌کند. از دیدگاه مید، هر فرد هویت یا «خویش» خود را از طریق سازمان‌دهی نگرش‌های فردی دیگران در قالب نگرش‌های سازمان‌یافتهٔ اجتماعی یا گروهی شکل می‌دهد. به بیان دیگر تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند (شوتس‌ایشل، ۱۳۹۱: ۱۲۴-۱۲۶). بعدها تاجفل^۴ با اتکا به این رهیافت، بررسی روشمند خود در خصوص رابطهٔ میان برداشت‌های افراد از خویش و از طبقه‌های اجتماعی که آنان و دیگران به آن‌ها تعلق دارند را ارائه کرد. تاجفل «هویت اجتماعی»^۵ را با «عضویت گروهی»^۶ پیوند می‌زند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی که مراد از آن آگاهی فرد و تعلقش نسبت به یک گروه است؛ عنصر ارزشی که ناظر بر فرض‌هایی دربارهٔ پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی است؛ و عنصر سوم یا عنصر احساسی (احساسات فرد نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند را شامل می‌شود). بدین ترتیب، هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه (گروه‌های) اجتماعی سرچشمه می‌گیرد، است که با اهمیت ارزشی و احساسی پیوند خورده به آن عضویت، همراه است (گل محمدی، ۱۳۸۳: ۲۲۳). با توجه به این اوصاف، می‌توان هویت اجتماعی را نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرایند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. به بیان دیگر فرایند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنشگر اجتماعی فراهم می‌کند که برای پرسش‌های بنیادین معطوف به «کیستی و چیستی» خود پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. در واقع هویت به بازشناسی مرز میان خود و بیگانه که عمدتاً از طریق هم‌جنسی‌های اجتماعی و انفکاک درون گروه از برون گروه‌ها ممکن می‌شود معطوف است. اهمیت تمایزها، تنش و ستیز گروهی، حتی در شرایط نبود تضاد منافع از این جنبهٔ هویت ناشی می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۳: ۲۲۴).

بنابراین، مفهوم هویت ضرورتاً با دو مفهوم متضاد تعریف می‌شود: «همسانی»^۷ و «تفاوت»^۸. این ادعا که چیزی یا فردی هویت ویژه‌ای دارد، بدین معناست که این چیز یا فرد مانند دیگر چیزها و افرادی که دارای آن هویت هستند، است. معنای این حرف این است که این چیز یا فرد متمایز، هویت و خاصیتی مشخص دارد. به بیان روشن‌تر، آن چیز یا فرد پیش‌گفته، در عین هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات و نیز ترکیب و ماهیت، همچنین یکسان بودن در هر زمان و همهٔ شرایط، وجودی یگانه دارد. به هر روی، هویت داشتن یعنی یگانه بودن. با وجود این، این یگانه بودن دارای دو جنبهٔ متفاوت نیز هست. نخست همانند دیگران بودن در طبقهٔ خود؛ و در وهلهٔ دوم همانند خود بودن در گذر زمان. از دیگر صاحب‌نظرانی که مشخصاً به مقولهٔ هویت اجتماعی پرداخته و آن را در چهارچوب نظریه‌های علوم اجتماعی بست داده‌اند ریچارد جنکینز^۹ است. از نگاه وی هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیست‌اند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست. از این رو هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و فقدان توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون‌وچرا پرداخت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷-۸). جنکینز در توضیح رویکرد خود به هویت اجتماعی یادآور می‌شود که نظریه هویت اجتماعی‌اش تحت تأثیر اندیشه‌های کسانی چون هربرت مید، اروینگ گافمن و فردریک بارث مردم‌شناس است. جنکینز شکل‌گیری نظریه خویش را به این صورت خلاصه می‌کند: «اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، برعکس آن نیز صادق است. در توضیح بیشتر می‌توان گفت هویت فردی که در خویشی تجسم‌یافته - جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. هویت فردی بر تفاوت و هویت جمعی بر شباهت تأکید دارد؛ اما هویت فردی و خویشی به‌طور کامل در اجتماع ساخته می‌شوند؛ یعنی در فرایندهای اجتماعی شدن اولیه (مثلاً خانواده، مدرسه، دوستان و مذهب) و متعاقب آن، در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آن‌ها، افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند.

فضای مجازی و هویت

اینترنت دارای قابلیت است که به‌واسطه آن افراد می‌توانند

پست مدرنیستی اینترنت را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند؛ بلکه موجب تکثر بیشتر می‌شود. در عین حال، هم‌زمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان‌بینی‌های افراد واگراتر می‌شود (گیبیز و ریمر، ۱۳۸۸: ۸۷). اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر 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 به تدریج نقش فرایندهای 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 پنداره‌های فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت‌های سیاسی بر هویت‌سازی‌های فردی تمام می‌شود و می‌تواند به شکل‌گیری منابع جدید هویتی بیانجامد (معینی علمداری: ۱۱۵، ۱۳۸۴-۱۱۶) علاوه بر اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیسبوک، به دنبال ایجاد جوامع مجازی هستند. این جوامع مجازی بر اساس ساختار و تعاریف خود به طبع دارای ارزش‌های مختلف فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هستند. به طوری که این 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 می‌کشد؛ ابتدا کاربران را از خود واقعی تهی می‌کنند و سپس به او فرصت می‌دهند خود ایدئال‌ش را بروز دهد، در حالی که به طور 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 فرد مدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می‌دهند. در واقع با شبکه‌های اجتماعی مجازی این

خودهای جدیدی را در دنیا‌های جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه‌شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود (امیر بیگ، بابائی، ۱۴۰۲: ۷-۱۸). حتی امکان معرفی خود در سایت‌های مختلف به صورت‌های گوناگون وجود دارد. به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط‌گیری «هویت الکترونیک چندگانه‌ای» (برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. تلویزیون و سایر رسانه‌ها فاقد این ویژگی خاص فضای مجازی‌اند. در مجموع، هویت اینترنتی یا هویت مجازی با دیدگاه‌های متعارف درباره هویت جور نیست. دیدگاه‌های متعارف درباره هویت به دنبال کلیت‌سازی درباره مفهوم هویت و یکپارچه نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می‌گیرند؛ اما با این اوصاف در فضای مجازی استفاده از چنین تعاریفی برای هویت دشوار می‌شود و با گسترده‌تر شدن مرزهای هویتی، مرزبندی هویت واقعی و تخیلی در اینترنت مخدوش می‌شود. به‌رحال اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی محصول درهم‌شکستگی هستی‌شناختی و پیچیده‌تر شدن فزاینده تفاوت‌های فردی هستند و با آن سنخیت تام دارند. امروزه حتی اعضای خانواده‌ها و همسایگان نیز به‌ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند. این امر تشخیص اصالت‌ها را روز به روز دشوارتر می‌سازد. آلن تورن به خوبی این شرایط به‌ظاهر تناقض‌آمیز انسانی را توصیف کرده است: ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت با تأکید بر بحران هویتی‌مان می‌بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده‌ایم (تورن، ۱۳۸۰: ۱۶۰). از این حیث، هویت مجازی را می‌توان با فرایند اساساً مدرن تشکیل هویت به وسیله خویش‌ن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست. فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و توأم‌اً مهم‌ترین جنبه

گردد. به سخن دیگر تفاوت و تعارض فرهنگ‌های سیاسی نخبگان حکومتی با فرهنگ سیاسی نخبگان غیر حکومتی و توده‌ها، بحران‌های هویت سیاسی را در جامعه ایجاد خواهد کرد و به بروز تنش‌هایی در جامعه منجر خواهد شد که آسیب جدی به ثبات کشور وارد خواهد نمود. در این صورت، جامعه، نخبگان حکومتی را از خود طرد کرده و آن‌ها را حلال مشکلات خود ندانسته و لذا نخبگان حکومتی با بحران اقلان‌سازی افکار عمومی مواجه خواهند شد که این امر موجب ضربه وارد کردن به مشروعیت نظام سیاسی می‌گردد. علاوه بر بحران هویت سیاسی، بحران هویت اجتماعی نیز از جمله مسائلی است که مطالعه آن لازم و ضروری است. بحران هویت اجتماعی، «به هر نوع بروز نابسامانی، بی‌سازمانی و اختلال در جامعه به‌نحوی که تعادل عمومی و روال عادی زندگی اجتماعی را به مخاطره افتد» می‌گویند. شکاف‌های اجتماعی، نابرابری اجتماعی، بحران طبقه متوسط شهری جدید، احساس محرومیت نسبی و چالش جمعیت جوان کشور» از جمله مواردی است که عدم توجه به آن‌ها می‌تواند بحران‌های هویت اجتماعی را حادث شده و هر نوع بی‌تدبیری، آن بحران را به عرصه‌های دیگر تعمیم می‌دهد. بحران هویت فرهنگی که ناشی از اختلال در کارکرد نهادی فرهنگی جامعه و نیروهای متخصص فرهنگی می‌باشند، می‌توانند منجر به تغییر ارزش‌ها و گسست ارزشی شده و جامعه را قطبی و پراکنده نمایند. تغییر گروه‌های مرجع نقش مهمی در ایجاد و شکل‌گیری این بحران دارد (قائدی، ۱۳۸۲). اینترنت، به‌ویژه در میان جوانان ایرانی شیوع زیادی دارد و فاصله آن با سایر نسل‌های قدیم‌تر فاحش است؛ بنابراین، عجیب نیست که بیشتر تحقیقات انجام‌شده در مورد اینترنت نشان می‌دهد اکثریت کاربران اینترنت در ایران به نسل جوان تعلق دارد. بنا بر یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سومی بیش‌ترین کاربران اینترنتی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از اینترنت، از جمله مسائل هویتی و بحران هویتی قرار می‌گیرند. فارغ از شکاف‌های به وجود آمده ناشی از فرایند رسانه‌های نوین، شکاف نسلی موجود ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی جامعه ایران باعث شده است انتقال ارزش‌ها و آموزه‌ها در قالب سنت از نسلی به نسل دیگر با اختلال روبه‌رو شود. این پدیده از یک‌سو، به روند انتقال فرهنگ آسیب می‌رساند و از سوی دیگر، حافظه تاریخی

قابلیت به فرد داده می‌شود تا خود را هرگونه که می‌خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند؛ بنابراین، با قبول این فرض که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده‌اند، خود منشأ بازتولید مکرر چنین جامعه‌ای می‌شوند.

فضای مجازی و بحران هویت در ایران

در بررسی هویت که به نظر می‌رسد بیشتر ناشی از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران است، نمی‌توان بحران‌های هویت ناشی از دوران گذار جامعه ایران را نادیده گرفت (قربان زاده، ۱۳۸۴، بابایی، ۱۳۹۷، غفوری، ۱۳۷۷)، به اعتقاد نگارنده، جامعه ایران امروز با دو گونه بحران هویتی با دو منشأ و علل مختلف رو به است. مطالعات گسترده در خصوص بحران‌های دوران صنعتی شدن در جوامع مختلف نشان می‌دهد این‌گونه جوامع در معرض بحران‌های ناشی از تغییرات ساختاری در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاست و اجتماع قرار می‌گیرند. جامعه امروز ایران در عین حال که بحران‌های هویت ناشی از یک دوره تاریخی را با خود حمل می‌کند، در سه دهه اخیر با بحران‌های دوره تاریخی فرا صنعتی بدون آن‌که به‌طور طبیعی وارد این دوره شده باشد نیز روبه‌رو شده است. با توجه به خاصیت و کارکردهای فناوری‌های نوین ارتباطی به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی، عواقب ناشی از آن وارد جامعه امروز شده است. این شرایط در مجموع وضعیت را پدید آورده است که می‌توان گفت در حال حاضر، با نوعی از بحران‌های هویت هم‌پوشان مواجه هستیم. استفاده از اینترنت و این اواخر مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانی‌ها به‌طور غیرقابل توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد این روند کماکان ادامه دارد (بابایی، ۱۳۹۷).

بحران هویت، در نگاه نخست صبغه‌ای فرهنگی و یا اجتماعی دارد، اما این بحران در عرصه‌ها و حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جاری بوده و اثرات آن را بر عرصه‌های مختلف نمی‌توان انکار کرد. بحران هویت سیاسی در چند قالب قابل‌بررسی است. نخبگان سیاسی یا حکومتی اگر حامل ارزش‌های بومی و نظام سیاسی نبوده، طبعاً حکومت را با آنومی و بحران مواجه خواهند کرد. ناهمگن بودن ساختار نظام سیاسی با ارزش‌های جامعه نیز ممکن است منجر به شکل‌گیری بحران هویت سیاسی

را مختل می‌سازد و بدین ترتیب، انتقال تجربیات سیاسی و فرهنگی دوره‌های پیشین به زمان حاضر با دشواری انجام می‌شود (ریبعی، ۱۳۸۷: ۱۶۵-۱۶۶).

یکی از ویژگی‌ها و نیازهای ضروری جامعه جوان ایرانی، کسب هویت اجتماعی (دینی و ملی) است و هویت اجتماعی جوانان، در صورتی کسب می‌شود که نظام اجتماعی از طریق نهادهای واسط خانواده، مدرسه، رسانه‌های جمعی و دولت، زمینه‌های لازم را برای کسب هویت اجتماعی آنان فراهم کند. در این صورت، آحاد جامعه نسبت به نظام اجتماعی خود، احساس هویت اجتماعی خواهند کرد و به‌طور طبیعی، گرایش‌های آنان که به سه سطح ایستاری (شناختی و ارزشی)، کنشی (هنجاری و رفتاری) و نمادی (ظاهری) تقسیم می‌شود بر اساس الگوها و هنجارهای نظام اجتماعی شکل خواهد گرفت. حال اگر نظام اجتماعی، در فرایند زمینه‌سازی کسب هویت اجتماعی آحاد خود، به‌خوبی عمل نکند و نتواند الگوها و هنجارهای نظام اجتماعی را برای آنان ساخته و درونی کند، افراد نسبت به نظام اجتماعی خود احساس بی‌هویتی خواهند کرد و در نتیجه برای جبران هویت اجتماعی از دست‌رفته، به منابع دیگری که در فضای زندگی پیرامون آن‌ها در دسترس است رجوع خواهند کرد. در این صورت گرایش‌های ایستاری، کنشی و نمادی آن‌ها نیز متناسب با الگوهای فرهنگ غربی شکل خواهد گرفت. در واقع، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و به‌ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، هویت مینا 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، فرایند انتقال هویت بیش از آنکه در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها و خلاصه هویتشان از والدین خویش متأثر باشند از رسانه‌ها، صنعت فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر که چه‌بسا از دیگر کشورها باشند، تأثیر می‌پذیرند. این‌گونه استدلال می‌کند که دنیاهای مجازی برای مردم آیین‌های را فراهم می‌آورند که هر چه فرد تصویر خود را در آن مأنوس‌تر با خود واقعی یا ایدئال‌ش بیابد، بیشتر با آن ارتباط برقرار می‌کند. در واقع، راز موفقیت و جذب کاربر برای وبسایت‌های عمده این است که کاربر خود را در آیین جهان مجازی پیش رویش ببیند.

بدین ترتیب، در باب هویت در دنیای مجازی، مسئله این است که کاربر چه میزان انعکاس تصویر خود را در این آیینه می‌پسندد.

زمانی این تلقی وجود داشت که هویت افراد در فضای مجازی، هویتی ناشناخته و چندگانه است، اما اکنون کاربران ادامه هویت تعریف‌شده خود در فضای مجازی را به‌صورت آفلاین پی می‌گیرند و یا در فعالیت‌های آفلاین در بسیاری از مواقع برای خود نام و نشان تعریف می‌کنند و با آن همزادپنداری زیادی دارند؛ بنابراین، معادلات پیشین هویت دچار تحول شده است. بدین ترتیب، بازتعریف هویت فردی و اجتماعی در فضای مجازی در ابعاد گوناگون قابل بررسی است. در این فضا، همگرایی جامعه مصرفی و تخصص حرف‌های تولیدکنندگان و تجار به بازآفرینی مفاهیم انسانی چون بلوغ، سن و مراحل مختلف زندگی انجامیده است. شاید این تعجب‌برانگیز باشد که مفاهیم انسانی با ابعاد زیست‌شناختی مانند بلوغ نیز در دنیای مجازی تعابیر جدید بیابند، اما ریشه استحاله این مفاهیم ناشی از تأثیرگذاری قوی فضای مجازی بر نوع تفکر کاربران است.

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و برحسب شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل افرادی که در سن ۱۵ تا ۲۵ سال (در شهر شیراز) شامل می‌شود. با توجه به آمارنامه شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ جمعیت شهر شیراز ۱۶۳۲۰۹۸ نفر است که ۱۷ درصد از این جمعیت گروه جوانان تشکیل می‌دهد که بعد از محاسبه تعداد جمعیت جوانان شهر شیراز برابر ۲۷۷۴۵۷ نفر گروه جوانان تشکیل می‌دهد؛ که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران تعداد نمونه ۳۸۴ نفر است. روش گردآوری اطلاعات در پژوهش پیش رو از نوع کتابخانه‌ای و میدانی بود. با توجه به روش پژوهش نشانه شناختی و موضوع موردنظر پژوهشگر، جهت گردآوری اطلاعات و داده‌ها در زمینه مورد نظر از مطالعات کتابخانه‌ای و جمع‌آوری داده‌ها از سال نامه آماری شهر شیراز در سال ۱۳۹۸ استفاده شد. در این پژوهش، ابتدا با استفاده از فیش‌برداری مبانی نظری تهیه گردید و با استفاده از پرسشنامه سبک‌های هویت برزونسکیو پرسشنامه اعتیاد به اینترنت یانگ است، پرسشنامه فضای

جدول ۱. آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر هویت مجازی.

مقدار	شاخص‌های توصیفی
۸۲/۶	میانگین
۳۱/۳۶	واریانس
۵/۶	انحراف استاندارد
۳۷	حداقل
۹۵	حداکثر
۵۸	دامنه تغییرات

در بین جوانان حدود ۱۷ و انحراف معیار آن ۲/۶ محاسبه گردید. میانگین نمره هویت مجازی در بین جوانان شهر شیراز ۸۲/۶ بوده و انحراف معیار ۵/۶ و واریانس آن ۳۱/۳۶ به دست آمده است. حداقل نمره هویت مجازی در بین پاسخگویان ۳۷ و حداکثر ۹۵ بوده است.

متغیر ملاک یا وابسته در تحقیق حاضر متغیر هویت مجازی جوانان است. سطح سنجش این متغیر نیز فاصله‌ای بوده لذا مانند سایر متغیرهای فاصله‌ای برای توصیف آن از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی شامل میانگین، انحراف معیار و واریانس و دامنه تغییرات استفاده می‌شود. برای سنجش متغیر وابسته از ۲۰ گویه با پاسخ‌های ۵ گزینه‌ای طیف لیکرت استفاده شده است. لذا نمره هویت مجازی از ۲۰ تا ۱۰۰ متغیر است. در این قسمت با توجه به اینکه سطح سنجش این متغیر فاصله‌ای در نظر گرفته شده است به توصیف آن پرداخته شده است. میانگین نمره هویت مجازی در بین جوانان شهر شیراز ۸۲/۶ بوده و انحراف معیار ۵/۶ و واریانس آن ۳۱/۳۶ به دست آمده است. حداقل نمره هویت مجازی در بین پاسخگویان ۳۷ و حداکثر ۹۵ بوده است.

همان‌گونه که در «جدول ۲» گزارش شده است همه گویه‌های متغیر هویت مجازی جوانان با فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان محاسبه شده است. مقدار میانگین نمره پاسخگویان بر اساس طیف ۵ نمره‌ای لیکرت که از ۱ تا ۵ نمره‌گذاری شده بیشتر از ۴ بوده است.

برای توصیف بهتر متغیر هویت مجازی با توجه به دامنه تغییرات داده‌ها را در سه دسته کم متوسط و زیاد دسته‌بندی کردیم. نتایج نشان می‌دهد اکثریت جوانان یعنی بیش از ۸۰ درصد، دارای هویت مجازی متوسط و زیاد بوده‌اند.

مجازی توسط لی و همکاران، پرسشنامه هویت ملی و پرسشنامه هویت اجتماعی که از روایی و پایایی قابل قبولی برخوردار هستند، به تهیه پرسشنامه محقق ساخت پرداخته شد. برای آزمون پایایی پرسشنامه ابتدا سؤالات بین ۶۰ نفر از پاسخگویان توزیع گردید و ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰/۸۲۲ به دست آمد که با توجه به محاسبه مجدد این آزمون پس از جمع‌آوری پرسشنامه پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات مناسب به نظر می‌رسید.

در این تحقیق، علاوه بر آمار توصیفی، از آمار استنباطی نیز استفاده شده است که برای انجام پردازش اطلاعات از نرم‌افزار آماری spss استفاده گردیده است. در آمار استنباطی، نیز با توجه به این که سعی بر این شده که سطح سنجش متغیرهای پژوهش فاصله‌ای باشد، از رگرسیون تک متغیره و تحلیل رگرسیون چند متغیره هم‌زمان و تحلیل مسیر استفاده شده است.

برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته و یا پرسشنامه‌هایی که قبلاً روایی آن‌ها در پژوهش‌های قبلی تائید شده است استفاده شده است. تست هویت مجازی یکی از معتبرترین آزمودن‌های مربوط به سنجش هویت اینترنتی است که توسط کیمبرلی یانگ ابداع شده است. این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال بوده و هدف آن سنجش میزان هویت اینترنتی در افراد مختلف است. طیف پاسخ‌دهی آن به صورت لیکرت بوده و دارای پنج درجه است. بنابراین نمره‌های آزمودنی‌ها بین ۲۰ تا ۱۰۰ متغیر است. گرچه تمامی متغیرهای اجتماعی ماهیتاً کیفی است اما برای سنجش دقیق‌تر و بررسی رابطه بین متغیرها از طریق پرسشنامه کمی در نظر می‌گیریم.

نتایج

آمار توصیفی

از ۳۸۵ نفر پاسخگوی نمونه، ۱۸۹ نفر مرد که معادل ۴۹ درصد و ۱۹۶ نفر زن که معادل ۵۱ درصد از کل جمعیت آماری را تشکیل داده‌اند. دامنه سنی در بین پاسخگویان، بین ۱۸ تا ۳۰ سال است. میانگین سنی پاسخگویان ۲۶ سال بود. ۴۸ درصد افراد پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین، ۴۵ درصد متوسط و ۷ درصد بالا دارند. همچنین ۴۰ درصد افراد دین‌داری پایین و ۳۹ درصد دین‌داری متوسط و ۲۱ درصد دین‌داری بالا داشته‌اند. میانگین نمره آگاهی سیاسی

جدول ۲. مربوط به توصیف گویه‌های متغیر وابسته یا هویت مجازی.

میانگین نمره گویه‌ها	هیچ وقت		به ندرت		گاهی اوقات		اغلب		همیشه		گویه‌های هویت مجازی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳٫۵	۱۶	۶۴	۱۵	۵۷	۲۲	۸۳	۲۵	۹۸	۲۱	۷۹	چند وقت یکبار برای زمانی طولانی‌تر از آنچه دوست داشتی، در اینترنت می‌مانی؟
۲٫۸	۲۰	۷۸	۱۴	۵۳	۲۱	۸۰	۲۲	۸۷	۲۲	۸۴	چند وقت یکبار از انجام کارهای خانه صرف نظر می‌کنی تا زمان بیشتری را در اینترنت بمانی؟
۳٫۲	۱۵	۵۷	۱۷	۶۵	۲۷	۱۰۴	۱۹	۷۴	۱۹	۷۶	چند وقت یکبار همچنان نبودن در اینترنت را به گذراندن وقت خود با همسرت (یا هر دوست نزدیک) ترجیح می‌دهی؟
۳٫۸	۱۰	۳۸	۱۵	۶۱	۱۸	۷۱	۲۵	۹۸	۲۹	۱۱۵	چند وقت یکبار به دنبال ایجاد ارتباط جدیدی با کاربران اینترنتی هستی؟
۴٫۴	۷	۲۹	۱۵	۵۸	۱۶	۶۱	۳۲	۱۲۱	۲۸	۱۱۰	چند وقت یکبار افراد خانواده‌ات از مدت زمانی که در اینترنت صرف می‌کنی، ابراز ناراحتی می‌کنند؟
۳٫۷	۱۶	۶۲	۱۵	۵۴	۱۷	۶۴	۲۲	۸۴	۲۹	۱۱۳	چند وقت یکبار مقدار زمانی که در اینترنت صرف می‌کنی، موجب انجام ندادن وظایف یا انجام تکالیف می‌شود؟
۲٫۸	۲۵	۹۹	۳۵	۱۳۵	۱۷	۶۸	۱۲	۵۷	۶	۲۵	چند وقت یکبار قبل از انجام هر کار ضروری، ای میل خود را چک می‌کنی؟
۲٫۹	۳۲	۱۲۳	۱۶	۶۷	۲۵	۹۵	۱۱	۴۲	۱۵	۵۸	چند وقت یکبار پرداختن به اینترنت، موجب ایجاد مشکل در کارت می‌شود؟
۳٫۶	۲۵	۹۵	۲۱	۸۲	۱۶	۶۲	۱۸	۷۱	۱۸	۷۴	چند وقت یکبار، وقتی اطرافیان از شما می‌پرسند در اینترنت چه کار می‌کنی، حالت دفاعی یا پنهان کاری به خود می‌گیری؟
۴٫۳	۵	۱۹	۱۴	۵۱	۲۲	۸۵	۲۷	۱۰۵	۲۹	۱۱۴	چند وقت یکبار سعی می‌کنی خودت را از دست افکار آزاردهنده در زندگی، با مشغول کردن خود در اینترنت خلاص کنی؟
۴٫۵	۵	۲۰	۱۴	۵۱	۱۶	۶۲	۲۹	۱۱۷	۳۵	۱۳۴	چند وقت یکبار، دوباره وارد اینترنت شدن را زودتر از زمانی که قصد داشتی، شروع می‌کنی؟
۲٫۹	۳۲	۱۲۴	۳۵	۱۳۶	۲۰	۷۹	۲۲	۸۶	۱۵	۵۸	چند وقت یکبار می‌ترسی که زندگی‌ات بدون اینترنت ملال آور، پوچ و بدون شادی خواهد بود؟
۳٫۱	۲۲	۸۶	۲۶	۱۰۲	۱۴	۵۳	۲۰	۷۹	۱۷	۶۶	هر چند وقت یکبار زمانی که در اینترنت هستی و کسی مزاحمت شود، ناراحت می‌شوی و به طور ناگهانی فریاد می‌زنی؟
۳٫۹	۸	۳۳	۷	۲۸	۲۲	۸۵	۲۷	۱۰۹	۳۱	۱۲۱	چند وقت یکبار خوابت را به خاطر این که شب تا دیروقت در اینترنت هستی از دست می‌دهی؟

ادامه جدول ۲. مربوط به توصیف گویه‌های متغیر وابسته با هویت مجازی.

میانگین نمره گویه‌ها	هیچ وقت		به ندرت		گاهی اوقات		اغلب		همیشه		گویه‌های هویت مجازی
	۱۲	۴۷	۱۴	۵۶	۱۹	۷۴	۲۸	۱۰۸	۲۵	۹۶	
۳/۵											چند وقت یکبار وقتی که در اینترنت نیستی احساس می‌کنی که بدجوری فکرت در پی آن است و هوس رفتن به اینترنت داری؟
۴/۱											هرچند وقت یکبار به خودت می‌گویی موقع رفتن به اینترنت است: فقط چند دقیقه دیگر؟
۴/۳											هرچند وقت یکبار سعی می‌کنی مدت زمانی را که در اینترنت هستی را کوتاه کنی، اما نتوانستی؟
۳/۲											هرچند وقت یکبار سعی می‌کنی مدت زمان در اینترنت بودن را از دیگران پنهان کنی؟
۳/۵											هرچند وقت یکبار صرف کردن وقت بیشتر در اینترنت را بر بیرون رفتن با دیگران ترجیح می‌دهی؟
۴/۱											هرچند وقت یکبار احساس می‌کنی که وقتی در اینترنت نیستی افسرده یا عصبی هستی، درحالی که این احساس‌ها وقتی به اینترنت می‌روی از بین می‌روند؟

آمار استنباطی

جدول ۳. هویت مجازی بر اساس رتبه کم متوسط و زیاد.

درصد فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	هویت مجازی
۱۷	۱۷	۶۵	کم
۶۰	۴۳	۱۶۸	متوسط
۱۰۰	۴۰	۱۵۲	زیاد
	۱۰۰	۳۸۵	جمع

برای بررسی تفاوت میانگین هویت مجازی در بین دختر و پسر از آزمون تی (T) برای مقایسه میانگین‌ها استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد هویت مجازی در بین دختران بالاتر بوده و اختلاف میانگین هویت مجازی در بین پسران و دختران تفاوت معنی دار دارد. مقدار آماره تی (T) بوده و سطح معنی داری آن کمتر از ۰/۰۵ بوده است. لذا فرض صفر رد و فرضیه تحقیق با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۴. نتایج آزمون تی (T) برای بررسی تأثیر جنسیت بر هویت مجازی جوانان.

متغیر	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	T	سطح معنی داری (sig)
هویت مجازی	پسر	۸۳/۳۶	۵/۹	۳۸۴	۲/۳۷	۰/۰۲۴
	دختر	۸۱/۵۴	۵/۷۱			

برای بررسی تأثیر سن بر هویت مجازی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که مقدار ضریب همبستگی پیرسون در آزمون حدود ۰/۱- و سطح معنی داری آن ۰/۰۳۱ است. سطح معنی داری نشان می‌دهد این مقدار رابطه با اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. البته از آنجاکه مقدار آماره ضریب همبستگی منفی است لذا رابطه بین این دو متغیر معکوس است. جوانان دارای سنین پایین‌تر هویت مجازی بالاتری داشته‌اند.

اجتماعی اقتصادی و هویت مجازی رابطه معنی دار یافت نگردید.

برای بررسی تأثیر آگاهی سیاسی بر هویت مجازی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که مقدار ضریب همبستگی پیرسون ۰/۱۸۷ محاسبه شده که این مقدار در سطح ۰/۰۵ نشان دهنده رابطه معنی دار بین این دو متغیر است؛ بنابراین هر چه میزان آگاهی سیاسی در بین جوانان بیشتر بوده هویت مجازی در بین آنان نیز بیشتر بوده است.

در ادامه، برای بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت مجازی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که مقدار ضریب همبستگی پیرسون به دست آمده ۰/۵۱۳ بوده که این مقدار در سطح ۰/۰۵ معنی دار است؛ بنابراین هر چه پاسخگویان بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند دارای هویت مجازی بیشتری بوده‌اند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر هویت مجازی جوانان شیراز پرداخت. در این پژوهش، ابتدا هویت مجازی به عنوان متغیر وابسته اندازه‌گیری گردید و سپس عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی قرار گرفت. در ابتدا، به رابطه بین متغیر جنسیت با هویت مجازی پرداخته شد. هدف این بود که بدانیم آیا میانگین هویت مجازی جوانان شهر شیراز در بین دختران و پسران تفاوت وجود دارد یا خیر؟ یافته‌ها نشان داد که هویت مجازی در بین پسران بیشتر بوده است و اختلاف میانگین بین گروه پسران و دختران تفاوت معنی دار داشته است. باید گفت نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق امیر بیک و بابایی (۱۴۰۲) همخوانی نداشته است. سپس رابطه سن و هویت مجازی مورد بررسی قرار داده شد. نتایج نشان داد که میزان سن با هویت مجازی رابطه معکوس و معنی دار دارد. به این معنا که هرچه سن افزایش یافته هویت مجازی در بین جوانان شهر شیراز کمتر شده است؛ بنابراین در بین جوان‌ترها میانگین هویت مجازی بیشتر بوده است. متغیر مورد بررسی دیگر در ارتباط با هویت مجازی جوانان متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی بوده که نتایج نشان داد که میزان هویت مجازی در بین افراد دارای پایگاه‌های اقتصادی اجتماعی متفاوت، یکسان است؛ به عبارت دیگر بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و هویت مجازی رابطه معنی داری مشاهده نگردید. لذا جوانان در همه

برای بررسی تأثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر هویت مجازی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. مقدار آماره آزمون یا ضریب همبستگی پیرسون ۰/۰۳۴ و دارای سطح معنی داری ۰/۲۱۳ است. لذا فرضیه صفر تأیید و فرضیه تحقیق رد می‌شود؛ به عبارت دیگر بین پایگاه

جدول ۵. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی تأثیر متغیر سن بر هویت مجازی.

متغیر	شاخص آماری متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی داری (p)	تعداد نمونه (n)
سن	هویت مجازی	-۰/۱۰۲	۰/۰۳۱	۳۸۵

جدول ۶. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی تأثیر متغیر پایگاه اجتماعی-اقتصادی بر هویت مجازی.

متغیر	شاخص آماری متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی داری (p)	تعداد نمونه (n)
پایگاه اجتماعی اقتصادی	هویت مجازی	۰/۰۳۴	۰/۲۱۳	۳۸۵

جدول ۷. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی تأثیر متغیر آگاهی سیاسی بر هویت مجازی.

متغیر	شاخص آماری متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی داری (p)	تعداد نمونه (n)
آگاهی سیاسی	هویت مجازی	۰/۱۸۷	۰/۰۰۰	۳۸۵

جدول ۸. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت مجازی.

متغیر	شاخص آماری متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی داری (p)	تعداد نمونه (n)
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	هویت مجازی	۰/۵۱۳	۰/۰۰۰	۳۸۵

فرامرزیانی و جعفری (۱۴۰۰)، عباسپور (۱۳۷۸)، شرفی (۱۳۷۷) و جان فرناندز (۲۰۰۲) همخوانی دارد. به عبارتی نتیجه این پژوهش نتایج پژوهش‌ها پیشین را تأیید می‌کند.

راهبردهای پژوهشی و عملی تحقیق

۱. تکرار پژوهش به منظور، آزمون‌های مجدد نظریات در جامعه، در سال‌های بعد می‌تواند الگویی برای مقایسه به دست دهد.

۲. تکرار پژوهش در گروه‌های مختلف نیز می‌تواند نتایج دیگری را نشان دهد که قابلیت مقایسه بین گروه‌های نمونه را افزایش خواهد داد.

۳. مفهوم هویت مجازی به عنوان یکی از مهم‌ترین نوع هویت در شکل‌دهی به کنش‌ها و الگوهای رفتاری، باید هم از لحاظ عملی و معرفت‌شناختی مورد واکاوی و دقت نظر بیشتری قرار گیرد، زیرا به عنوان مکانیسم و منبعی غیرقابل اجتناب در سوق دادن افراد خصوصاً جوانان به ایفای نقش در گروه و جامعه نقشی مؤثر ایفا می‌کند.

سطوح اقتصادی اجتماعی، به میزان یکسان دارای هویت مجازی می‌باشند. نتایج به دست آمده در مورد این فرضیات با نتیجه فکوهی (۱۳۸۰)، نیازی، نصرآبادی (۱۳۸۶)، جانسون (۲۰۰۲) و فرناندز (۲۰۰۲) همخوانی دارد. به عبارتی نتیجه این پژوهش نتایج پژوهش‌ها پیشین را تأیید می‌کند.

سپس رابطه بین میزان آگاهی سیاسی و هویت مجازی بررسی گردید. نتایج نشان داد که بین میزان آگاهی سیاسی و میانگین هویت مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد؛ بنابراین هرچه میزان آگاهی سیاسی در بین جوانان بیشتر بوده هویت مجازی در بین آنان نیز بیشتر بوده است.

متغیر بعدی مورد بررسی متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رابطه آن با هویت مجازی است. نتایج نشان داد که بین متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت مجازی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد؛ بنابراین افرادی که بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند دارای هویت مجازی بیشتر بوده‌اند. نتایج به دست آمده در مورد این با نتیجه تحقیق امیر بیک و بابایی (۱۴۰۲)،

پی‌نوشت

1. Van Dijk, T. A.
2. Heilman, Elizabeth E.
3. McDougall, William

4. Tajfel, Henri
5. Social Identity
6. Group Membership

7. Similarity
8. Difference
9. Jenkins, Richard

منابع

- یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حسن بیگی، م. (۱۳۶۶)، تهران قدیم، تهران: انتشارات ققنوس.
- حسین بیگی، مریم (۱۳۸۳)، بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- حیدری، شقایق (۱۴۰۲)، هویت‌سازی‌های جدید و مسئولیت‌پذیر در پرتو تمهید آموزش شهروندی دیجیتال به دانش‌آموزان، مطالعات ملی، دوره ۲۴، شماره ۹۵، ۲۹-۵۸.
- خجیر، یوسف (۱۴۰۲)، راهبردهای استفاده از شبکه اجتماعی بومی برای تبلیغ دین، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، ۲ (۸).

- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰)، اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادبارة، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- امیربیک، مریم؛ بابایی، محمود (۱۴۰۲)، تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، ۱ (۷)، ۷-۱۸.
- بابایی زاده، مرضیه (۱۳۹۷)، بررسی آسیب‌شناسی وضعیت کنونی هویت در بین نسل هزاره سوم، اولین همایش ملی هویت کودکان در دوره پیش‌دبستانی، معاونت آموزش ابتدایی وزارت آموزش و پرورش.
- تورن، آلن (۱۳۸۰)، نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج

- زیسته نوجوانان از نقش رسانه‌های سنتی و نوین در هویت ملی»، مطالعات ملی، دوره ۲۴، شماره ۹۲، ۳۵-۵۴.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱)، «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی»، جامعه‌شناسی ایران، دوره ۴، سال ۴.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۰)، شکل‌گیری هویتی و الگوهای جهانی، ملی و قومی و پیامدهای اجتماعی آن راهکارهای برای کاهش اثرات سوء آن در لرستان، تهران: انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- قاندی، محمدرضا (۱۳۸۲)، «مؤلفه‌های نظری بحران»، فصلنامه راهرو، شماره ۲۹ پاییز ۱۳۸۲.
- قربان زاده، سالم اله (۱۳۷۷)، بررسی عوامل مؤثر در رشد و تثبیت باورهای دینی دانش‌آموزان دوره متوسطه استان آذربایجان غربی، طرح پژوهشی سازمان آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی.
- کرم الهی، نعمت‌الله (۱۳۹۰)، اینترنت و دین‌داری، قم: موسسه بوستان کتاب.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۳)، جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت، چاپ سوم، تهران: نشر نی.
- گبینز، جان و ریمر، بور (۱۳۸۸)، سیاست پست‌مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.
- لطفی جلال‌آبادی، مصطفی؛ زروندی، جواد (۱۴۰۲)، تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تغییرات فرهنگی باتاکید بر سبک زندگی، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۳، ۳ (۸).
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴)، هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنتی، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۴: ۱۰۷-۱۲۴.
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۲)، انقلاب ارتباطات، جامعه شبکه‌ای و ذهنیت و هویت ناپایدار، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی در سال ۱۴۰۰، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- نیازی، محسن و نصرآبادی (۱۳۸۶)، تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳۱، ۵۵.
- خطیب‌زاده، سمیرا؛ بنی‌هاشمی، سید محسن (۱۴۰۱)، طراحی مدل تولید محتوای فرهنگی برای زنان در فضای مجازی، فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۲، شماره ۳ (۵)، ۷-۲۶.
- ربیعی، علی (۱۳۸۷)، رسانه‌های نوین و بحران هویت، مطالعات ملی، دوره ۹، شماره ۴ (۳۶)، ۱۴۹-۱۷۶.
- شرفی، ابولفضل (۱۳۷۷)، بی‌هویتی و گرایش به غرب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- شهری، جعفر (۱۳۷۶)، گوشه‌ای از تاریخ اجتماعی تهران قدیم، ۵ ج، تهران: انتشارات معین.
- شوتس‌ایشل، رینر (۱۳۹۱)، مبانی جامعه‌شناسی ارتباطات، ترجمه کرامت‌اله راسخ، چاپ اول، تهران: نشر نی.
- طالعی حور، رهبر؛ دهقانی، مجتبی (۱۴۰۲)، نقش برنامه‌های شاد شبکه نسیم سیمای جمهوری اسلامی ایران در تقویت وحدت و انسجام داخلی، مطالعات ملی، دوره ۲۴، شماره ۹۴، ۱۲۷-۱۴۸.
- عباسپور، علی (۱۳۸۷)، بررسی جامعه‌شناسی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مؤلفه‌های آن (مطالعه موردی: جوانان ۱۶ تا ۲۹ ساله شهرستان رودسر استان گیلان)، فصلنامه دانش انتظامی، شماره مسلسل ۳۸.
- علیزاده، حسین علی؛ بهار، مهري (۱۴۰۲)، «بازنمایی هویت ملی و قومی در تلویزیون ملی افغانستان در دوره ریاست جمهوری محمد اشرف غنی»، مطالعات ملی، دوره ۲۴، شماره ۹۳، ۱۷۹-۱۹۶.
- غفوری کله، معصومه (۱۳۸۴)، بررسی هویت‌دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده بر آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی-اقتصادی.
- فرامرزیانی، سعید؛ جعفری، علی (۱۴۰۰)، نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل، مطالعات ملی، ۶۹-۸۸.
- فرج‌زاده، غلامعلی؛ جعفری، علی (۱۴۰۲)، «تجارب

Fernandez, John (2003) *The Effects of Media and Postmodern Culture on the Ethnic and Social Identities of Urban Mexican American High School Students*, USA: Los angeles University

Heilman, E. E. (1998). "The struggle for self: Power and identity in adolescent girls", *Youth & Society*, 30 (2), 182-208.

Jansson, André (2002) "The mediatization of consumption: towards an analytical framework of im-

age culture", *Journal of Consumer Culture*, Vol. 2, No. 1.

McDougall, M. A. Walsh, M., Wattier, K., Knigge, R., Miller, L., Stevermer, M., & Fogas, B. S. (2016). "The effect of social networking sites on the relationship between perceived social support and depression", *Psychiatry research*, 246, 223-229.

Van Dijk, T. A. (2012). "Ideology and discourse analysis". *Journal of Political Ideology*, 11 (2), 1.