

تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان)

مصطفی باقریان‌فر، دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان، ایران *

علی سیادت، استاد، گروه علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان، ایران

یعقوب لهرابی، دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان، ایران

چکیده

هدف از پژوهش حاضر تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی است. روش پژوهش، توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری آن را همه دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان در سال ۹۶ - ۱۳۹۵ تشکیل می‌دهد. با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی تصادفی ۳۳۸ نفر برای نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی استفاده شد که ضریب آلفای کرونباخ آنها به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۸۱ محاسبه شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از نظر متخصصان تأیید شد. اطلاعات به دست آمده در این پژوهش با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان می‌دهند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی رابطه منفی با هویت‌های ملی، قومی، جهانی و مذهبی و تأثیر منفی بر هویت اجتماعی دانشجویان دارند؛ بنابراین، علاقه بیش‌ازحد دانشجویان به فضای برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی ممکن است فضای تهدیدآمیزی برای هویت اجتماعی آنها فراهم کند.

واژه‌های کلیدی: برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی، هویت اجتماعی، هویت مذهبی، هویت قومی، هویت ملی، هویت جهانی

مقدمه و بیان مسأله

هویت^۱ از مهم‌ترین مؤلفه‌های کلیدی علوم انسانی و اجتماعی است که صاحب‌نظران و دانشمندان در دهه‌های اخیر به آن توجه کرده‌اند. فرهنگ انگلیسی آکسفورد، هویت را به معنی شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص آورده است (Hornby, 1974). هال^۲ (1991)، با چشم‌اندازی همانند دیدگاه هگل، هویت را روندی در حال شدن (اتفاق‌افتادن، تکامل تدریجی) می‌داند که شناسنامه فرد و عاملی برای شناخته‌شدن او محسوب می‌شود. هویت به‌منزله ابزار تحلیلی دو بعد مهم فردی و اجتماعی دارد که به جنبه فردی آن در روان‌شناسی و علوم رفتاری، تعلیم و تربیت و اخلاق توجه شده است و به ابعاد اجتماعی آن نیز محققان علوم اجتماعی توجه کرده‌اند (حاجیانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴).

هویت اجتماعی ابعاد متعددی دارد که از نظر نوع و گستره جامع مرجع آن در یک طیف قرار می‌گیرد و شامل هویت ملی، هویت قومی، هویت مذهبی و هویت جهانی است که در ادامه درباره هر یک به‌طور مختصر توضیح داده می‌شود.

هویت ملی^۳: مقوله‌ای از هویت‌های اجتماعی است که منابع سرزمینی را با عناصر قومی، فرهنگی، اقتصادی و حقوقی - سیاسی ترکیب می‌کند (Alba, 2005: 843).

هویت قومی^۴: مجموعه شاخصه‌های یک گروه انسانی (از جمله نیای مشترک، اسطوره، نژاد، زبان، دین واحد و سکونت در یک سرزمین) را می‌گویند که آن را از سایر گروه‌ها متفاوت می‌کند.

هویت مذهبی^۵: فلسفه زندگی و حیات یک فرد را تشکیل می‌دهد. اهمیت این هویت از این جهت است که انسان فطرت و سرشت خداجویی دارد؛ یعنی گرایش به دین و مذهب در همه انسان‌ها وجود دارد (واحدی و احمدیان، ۱۳۹۳: ۹۵).

هویت جهانی^۶: یکی از عوامل اصلی که موجب شده

است انسان‌ها در خانه خودشان به‌وسیله رسانه‌ها با سایر افراد در آن سوی جهان ارتباط برقرار کنند، هویت جهانی است.

یکی از رسانه‌هایی که در شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد نقش دارد، فضای مجازی به‌ویژه نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی (تلگرام^۷، لاین^۸، اینستاگرام^۹، واتس‌آپ^{۱۰} و...) است. نرم‌افزارهای پیام‌رسان، برنامه‌هایی‌اند که اجازه می‌دهند کاربران زیادی در یک کار یا فعالیت با اهداف و فعالیت مشترک درگیر شوند (Shen & Reily, 2012: 1187). با رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو دهه گذشته، اینترنت به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره افراد تبدیل شده است. تعداد کاربران جهانی اینترنت تا پایان سال 2014 تقریباً به ۲/۵ میلیارد نفر رسیده بود (Niu et al., 2016: 5). در پژوهش پاپکین^{۱۱} (2012) آمده است که در ژوئن 2012، مردم حدود ۵-۶ ساعت در روز در رسانه‌های اجتماعی با اعضای شبکه اجتماعی خود ارتباط برقرار می‌کنند. بررسی‌های انجام‌شده در ۲۵ کشور اروپایی نشان می‌دهند ۹۳ درصد از افراد ۹ تا ۱۶ سال در هفته و ۶۰ درصد از آنها هر روز آنلاین‌اند (Bannon et al., 2015: 511). همچنین براساس مطالعه‌ای درباره نسل ۸ تا ۱۸ ساله، نوجوانان به‌طور متوسط بیش از ۶/۵ ساعت از وقت خود را صرف گذراندن در این نرم‌افزارها می‌کنند (Wallace, 2015: 12). حتی برخی از آنها روزانه بیش از ۱۰۰ بار این نرم‌افزارها را بررسی می‌کنند (Hadad, 2015: 9).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند استفاده از موبایل و نرم‌افزارهای پیام‌رسان بر همه جنبه‌های زندگی افراد تأثیر گذاشته است و افراد ترجیح می‌دهند از گوشی‌هایی استفاده کنند که نرم‌افزارهای مختلفی را پشتیبانی می‌کنند؛ به همین دلیل بیشتر آنها از گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها استفاده می‌کنند. دلیل

⁶ Global Identity

⁷ Telegram

⁸ Line

⁹ Instagram

¹⁰ WhatsApp

¹¹ Popkin

¹ Identity

² Hall

³ National identity

⁴ Ethnic identity

⁵ Religious identity

هویت، اهمیت فراوانی دارد؛ بنابراین، آگاهی‌نداشتن از عملکرد برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی در پویایی و سازوکار شکل‌گیری هویت‌ها و نحوه ترکیب آنها، ما را دچار وضعیت و شرایط بی‌ثبات و ناپایدار و بحران هویت می‌کند؛ بنابراین، این پژوهش درصدد است ابعاد هویت اجتماعی را براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان بررسی کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

هویت: واژه «هویت» از لحاظ لغوی از واژه ایدنیتاس^۲ مشتق شده است. هویت در فرهنگ فارسی، تشخص معنا شده است (معین، ۱۳۹۲: ذیل مدخل هویت). این واژه از مفاهیم بین‌رشته‌ای در علوم اجتماعی است که قلمروهای تاریخ، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و سیاست را به هم ربط می‌دهد. برای هویت تعاریف متعددی وجود دارد. گافمن معتقد است هویت «تلاش انسان برای بروز تمایز نسبت به دیگران است، در حالی که به رفتار خود شکل می‌دهد» (به نقل از ریتزر، ۱۳۸۲: ۱۳). هویت از ویژگی‌هایی است که فرد برای خود برمی‌گزیند و خود را با آن می‌شناسد؛ به عبارت دیگر، پاسخی است به سؤال «من کیستم؟». این سؤالی است که هویت فرد را به چالش فرامی‌خواند و آن را پیش‌بینی می‌کند؛ به عبارت دیگر، این کیستی برخلاف آنچه در نگاه اول به نظر می‌رسد، چندلایه و پیچیده است. کیستی من، ممکن است به نژاد، قومیت، جنسیت، دین و ملیت، سن، طبقه اجتماعی، محل زندگی، وضعیت اقتصادی، شغل، عضو شدن و فعالیت در یک حزب، جنبش، جنگ و مانند اینها وابسته باشد. هویت ممکن است به ترکیبی از این موارد با درجه‌های اهمیت متفاوت و متغیر منسوب شود. اینکه چه ترکیبی و چه سلسله‌مراتبی از این سطوح و لایه‌ها در کدامین زمان به‌منزله هویت کسی مطرح شود، به عوامل بسیاری از جمله امکانات اجتماعی

بسیاری از آنها برای این انتخاب سهولت استفاده، برنامه‌های کاربردی فراوان و گستردگی دامنه عملکرد این گوشی‌هاست (Bicen & Kocakoyun, 2013: 756). همچنین پیشرفت سرعت شبکه تلفن همراه و پوشش دادن شبکه‌های بی‌سیم، محبوبیت گوشی‌های هوشمند، تبلت‌ها و دیگر ابزارها را افزایش داده است (Xu et al., 2015: 23).

ظهور این فناوری‌ها دگرگونی‌های اساسی را در ارتباطات بین افراد به وجود آورده است و تعاملات انسانی، عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی‌اند. این فناوری‌ها، این امکان را فراهم می‌کنند تا افراد نیازها، خواسته‌ها و بازاندیشی در هویت خویش را تا حدی به دنیای حقیقی خود تسری دهند. همچنین شرایط تازه‌ای را برای گفتگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم می‌کنند؛ به‌طوری که مارک پاستر بر این نکته تأکید دارد که ارتباطات جدید در جامعه امروزی سیطره دارند و این اجتماعات مجازی‌اند که هویت افراد را می‌سازند؛ از این‌رو، در فرایند تبادل فرهنگی جدید آگاهی نسبت به عملکرد نرم‌افزارهای پیام‌رسان‌های موبایلی و تأثیر آنها بر رفتار و هویت اجتماعی دانشجویان، توانایی در ترکیب و نحوه تعامل آنها با یکدیگر سبب شکل‌دادن به الگوهای نگرشی، رفتاری و کنشی دانشجویان شده است و راه را برای تعاملات اجتماعی و مطلوب‌تر و انسانی‌تر باز کرده است و به آنها در ایجاد تعادل پویا بین ارزش‌های بومی - محلی، ملی - فراملی و جهانی کمک می‌کند؛ به‌طوری که لی و لی^۱ (2010) بیان می‌کنند که دانشجویان از جمله بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی‌اند. همچنین آنها به دلیل گستره شبکه روابط و تماس و سיעشان با وسایل ارتباط اجتماعی و افراد با هویت‌های مختلف، بیشتر با تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیرند. در این زمینه بحث هویت بین قشر دانشجو به‌منزله نقطه کانونی مسئله

² Identitas

¹ Lee & Lee

بستگی دارد (کوهی و حسنی، ۱۳۹۱: ۱۱۵).

هابرماس هویت را فرایندی تاریخی در نظر می‌گیرد که کنشگر در تعامل اجتماعی خود و مشارکت در جو فرهنگی تازه کسب می‌کند و به صورت هویت قومی، فراقومی یا فراستی و اخلاق تمییزپذیر است؛ به عبارت دیگر، هویت اجتماعی یا جمعی^۱ شناسه حوزه جامعه‌شناسی و قلمروی از حیات اجتماعی است که فرد با ضمیر «ما» خود را متعلق و منتسب بدان می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند؛ مانند ما انسان‌ها، ما شرقی‌ها و... اینک من در وهله اول خود را با کدام هویت معرفی کنم و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف کنم، هویت اجتماعی غالب مرا نشان می‌دهد. این هویت‌های اجتماعی در سطحی ترتیبی از کوچک و خاص به بزرگ و عام دسته‌بندی می‌شوند؛ مانند هم‌فامیلی یا هم‌طایفه یا هم‌محله، هم‌روستا و هر نوع دیگر. این افراد هویت اجتماعی را در فرایند اجتماعی شدن و زندگی در جامعه کسب می‌کنند و نوع و ویژگی‌های آن به ویژگی‌های جامعه و خود فرد و کم و کیف روابط متقابل بین فرد و جامعه بستگی دارد (به نقل از رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده‌خطبه‌سرا، ۱۳۹۲: ۱۰۴).

از نظر آیزنشتات هویت اجتماعی به‌طور طبیعی خلق نمی‌شود؛ بلکه با ساخت اجتماعی مرزها خلق می‌شود. مرزها، تمایز بین درون و برون، غریبه و آشنا، خویشاوند و غیرخویشاوند، دوست و دشمن، فرهنگ و طبیعت و تمدن و بربر را بنیان می‌نهند. هویت اجتماعی و آگاهی اجتماعی همانند بیشتر حوزه‌های حیات اجتماعی برساخته الگوهای نظم فرهنگی و اجتماعی و کدها و چارچوب‌های عام هستی‌شناختی‌اند که در چارچوب آنها پنداشت‌ها و تصورات رایج درباب نظم اجتماعی، حوزه‌های عمده تعامل اجتماعی، ساختار ترجیحات و مرزبندی‌های هویتی تعریف و تصریح می‌شوند. براساس نظر آیزنشتات، الگوهای نظم فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایندهای منازعه و رقابت بر سر کنترل

و تخصیص منابع و منازعه بر سر هژمونی گفتمانی در ارتباط است (به نقل از عبداللہی و قادرزاده، ۱۳۸۸: ۳). همچنین تاجفل بر این نکته تأکید دارد که هویت اجتماعی، آگاهی فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد است. از نظر او هویت سه بخش عمده دارد: (۱) مقوله‌بندی: ما عموماً افراد و اشیایی را که با هم ویژگی‌ها و صفات مشترک دارند، در یک مقوله قرار می‌دهیم. این مسئله کمک می‌کند با تمایز و تشابه قائل شدن بین اشخاص، شناخت بهتر و دقیق‌تری درباره دیگران و خودمان داشته باشیم. همچنین رفتارهایمان را با ارجاع به هنجارهایی تعیین کنیم که بدان‌ها تعلق داریم. وجه تمایز، به جستجوی هویت اجتماعی مثبت و حفظ این هویت مربوط است. (۲) هویت‌سازی: خود هر فرد دو بعد هویت اجتماعی و فردی دارد. در هویت اجتماعی که با عضو شدن در گروه ساخته می‌شود، فرد خود را با (مای) گروهی می‌شناسد. بر این اساس، این تعریف بدون آگاهی از عضو شدن در گروه یا گروه‌های اجتماعی و اهمیت و ارزشی که فرد برای چنین عضویتی قائل است، هویت اجتماعی قادر نیست شکل بگیرد. (۳) مقایسه و تطبیق: بخش سوم هویت اجتماعی را ما بیشتر با خود داریم؛ مفهومی که فیستینگر آن را مقایسه اجتماعی می‌نامد. ما خودمان را با دیگران ارزیابی می‌کنیم و از این طریق اعتماد به نفس پیدا می‌کنیم. تشکیل هویت بر پایه مقایسه‌هایی شکل می‌گیرد که فرد بین خود و دیگری انجام می‌دهد. برای اینکه هویت اجتماعی مثبت باشد، نتایج این مقایسه‌ها باید به نفع گروه تعلق فرد باشد؛ بنابراین، به نظر تاجفل آن بخش از هویت که نشئت گرفته از گروهی است که به آن تعلق داریم (درون‌گروهی)، به وسیله مقایسه و ترجیح افراد گروه خود نسبت به کسانی که خارج از گروه‌اند (برون‌گروه) شکل می‌گیرد. در مواقعی که هویت اجتماعی رضایت‌بخش نیست، افراد سعی می‌کنند گروه فعلی را ترک کنند و به گروه دیگری ملحق شوند که در وضعیت مثبت‌تری قرار دارد یا اینکه در وضعیت گروه بهبود ایجاد کنند (به نقل از مروت، ۱۳۸۳: ۳۲-۳۱).

¹ Collective Identity

هویت خود اقدام می‌کنند؛ در واقع، این روابط و تعاملات کنشگران با هم و در محیط اجتماعی از هنجارها و ارزش‌هایی تأثیر می‌گیرند که قادرند سبب تسهیل کنش‌های کنشگران شوند و به شکل‌گیری هویت افراد کمک کنند (به نقل از جهانگیری و معینی، ۱۳۸۹: ۴۹-۴۸).

هویت ملی: مهم‌ترین کارکرد هویت ملی ایجاد همبستگی و همانندی است (افروغ، ۱۳۸۰: ۲۹). هرچه همبستگی بین ملتی بیشتر باشد قدرت سیاسی آن کشور بیشتر می‌شود. هویت ملی با بهره‌گیری از توانایی‌های نمادین مانند زبان و دین و گذشته تاریخی و منافع مشترک، وفاق اجتماعی و همبستگی ملی را تقویت می‌کند و موجب آگاهی ملی و جهت‌دهی به زندگی اجتماعی می‌شود (زهیری، ۱۳۸۴: ۳۶). استاد شهید، مرتضی مطهری، در کتاب *خدمات متقابل اسلام و ایران* می‌نویسد: «اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی بنامیم تعریف آن عبارت خواهد بود از وجود احساس مشترک یا وجدان دسته‌جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند» (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۸).

هویت ملی زمینه‌ساز مشارکت مردم و تمامیت ارضی کشور می‌شود (حیدری، ۱۳۸۳: ۹) و زمینه توسعه ملی را فراهم می‌کند (احمدی، ۱۳۸۶: ۱۱). پاردی و ویلس در تعریف هویت ملی می‌گویند هویت ملی بخش ویژه‌ای از هویت است که ما به وسیله آن به شناسایی فرهنگی - سیاسی خودمان در قلمرو سرزمینی دست می‌یابیم. بنا به گفته گلنر، هویت ملی اموری احتمالی و وابسته است، نه ضرورت جهانی (به نقل از باقری دولت‌آبادی و زارعیان‌چهرمی، ۱۳۹۲: ۱۵۳)؛ به‌علاوه برور اظهار داشت در هر کشور، هویت ملی این توانایی را دارد که احساس تعهد، پیوندهای عاطفی، احساسات میهن‌پرستی و حتی حس فداکاری و ایثار را برانگیزد (به نقل از ربانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۹).

هویت قومی: هویت قومی یکی از انواع هویت اجتماعی است که به ویژگی‌های فرهنگی اطلاق می‌شود که یک قوم را

هویت در مفهوم جامعه‌شناختی، فاصله بین درون و بیرون و حوزه عمومی و خصوصی را پر می‌کند. این واقعیت که ما خود را به درون هویت‌های فرهنگی می‌افکنیم و در همان زمان، معانی و ارزش آنها را درونی و بخشی از وجود خود می‌کنیم، کمک می‌کند تا احساسات ذهنی خود را با مکان‌های عینی ای هماهنگ کنیم که در جهان فرهنگی و اجتماعی اشغال کرده‌ایم؛ بنابراین، هویت سوژه را به ساختار متصل می‌کند. درباره هویت نظریه‌های مختلفی از جمله نظریه استوارت هال، پیتز برگر، جنکینز، آنتونی گیدنز و مانوئل کاستلز وجود دارند. هال، از سه مرحله تاریخی متفاوت برای هویت شامل سوژه روشنگری، سوژه جامعه‌شناختی و سوژه پست‌مدرن نام می‌برد که در اینجا سوژه جامعه‌شناختی توضیح داده می‌شود. بر طبق این رویکرد، هویت در کنش متقابل بین خود و جامعه شکل می‌گیرد. این سوژه هنوز هسته یا ماهیت درونی دارد که من واقعی است؛ اما من واقعی در گفتگوهای مستمر با جهان فرهنگی بیرون و هویت‌های ارائه‌شده، شکل می‌گیرد و تعدیل می‌یابد (به نقل از تاجیک، ۱۳۸۴: ۹۳). در دیدگاه کاستلز همه هویت‌ها برساخته می‌شوند؛ ولی نکته مهم این است که هویت‌ها چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری برساخته می‌شوند. به اعتقاد او اینکه چه کسی و به چه منظوری هویت جمعی را برسازد تا حد زیادی تعیین‌کننده محتوای نمادین هویت مدنظر و معنای آن برای کسانی است که خود را با آن یکی می‌دانند یا بیرون از آن تصور می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۲۴).

گیدنز بر مفهوم هویت شخصی تأکید می‌کند و هویت را امری غیرمقطعی و متغیر می‌داند. از نظر او محتوای هویت مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است؛ بنابراین، براساس نظر گیدنز افراد در کنش‌های روزمره و با تفسیری که از کنش‌های خود و دیگران دارند و همچنین با ارجاع به منابع هویت‌ساز که ممکن است خانواده، مراکز آموزشی و وسایل ارتباط جمعی باشد، برای تشکیل

(قادری، ۱۳۸۴: ۶۵)؛ به تعبیر بهتر، با پذیرش دین به‌منزله اصل اعتقادی و رکن استوار در زندگی، تغییرات و نتایج مهمی در جنبه‌های مختلف زندگی فرد مؤمن حاصل می‌شود. مسلماً داشتن دین الهی و حیات دینی، زیستن در فضایی سرشار از تعلیم و آموزه‌های دینی و مملو از تجربه‌های روحانی، فرد و جامعه را واجد شئون و احوالاتی متمایز از فرد یا جامعه‌ای می‌کند که در این فضا به سر نمی‌برند. اگر دین یا تجربه دینی را به معنای حضور آگاهی از امر قدسی یا مقدسی بپذیریم و جوهر آگاهی دینی را به خشیت - آمیزه بی‌همتایی از ترس و مجذوبیت در برابر لاهوت - تعبیر کنیم، لاجرم آثار و عوارضی در زندگی افراد خواهد داشت که ویژگی‌ها و ساختارهای حیات دینی نامیده می‌شوند (جوانی، ۱۳۸۴: ۱۳۸).

هویت جهانی: پیاپی نوریس از پژوهشگران هویت جهانی است که بر فرایندهای فراملی تأکید دارد. او بر این باور است که نظریه‌های آگوست کنت، استورات میل، کارل مارکس و آنتونی گیدنز مبتنی بر خوش‌بینی نسبت به انسانیت فراگیری‌اند که با گذر از مرزهای ملی به سمت یک جامعه و فرهنگ جهانی حرکت می‌کند. در این رویکرد می‌توان انتظار داشت فرایندهای جهانی، هویت‌ها را فراتر از مرزهای ملی، به سمت یک جامعه جهانی گسترش دهند (Norris, 2000: 23). گیدنز، جهانی‌شدن را درهم‌تنیدگی رویدادها و روابط اجتماعی سرزمین‌های دوردست با تاروپوادهای موضعی یا محلی دیگر می‌داند؛ پدیده‌ای که می‌توان آن را تلاقی حاضر و غایب و رنگ‌باختن فاصله‌ها دانست. پژوهشگران مفاهیمی مانند دهکده جهانی یا جهان بدون مرز را برای هویت جهانی معرفی کرده‌اند؛ درواقع، دنیا با وجود رسانه‌های فراگیر بسیار کوچک شده است و دیگر مرزها قدرت تفکیک‌کنندگی قبل را ندارند (امینی‌زاده و بوستانی، ۱۳۹۵: ۱۲۱).

برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی

تلفن همراه، پدیده نوظهور عصر ارتباطات است که در بیش

از اقوام دیگر متمایز می‌کند و بین اعضای یک قوم احساس تعلق به همدیگر ایجاد و آنها را منسجم می‌کند (لهسایی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۶). هویت قومی یکی از مسائل اجتماعی مهم کشورهای چندقومیتی است؛ زیرا این مسئله ارتباط محکم و استواری با انسجام ملی دارد (حاجبانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶).

هویت قومی از ترکیب مختلف مؤلفه‌های قومیت به وجود می‌آید و حتی در بسیاری موارد تنها یک مؤلفه متفاوت سبب ایجاد نوعی هویت قومی می‌شود. آنچه از بررسی این تفاوت‌ها به دست می‌آید، این است که مسئله محوری در تعریف هویت قومی را مؤلفه‌ها و عناصر هویت قومی تشکیل می‌دهد؛ بنابراین، هویت قومی را بر بنیاد شناسه‌های فرهنگی از جمله زبان، مذهب، آداب و رسوم و پیشینه تاریخی تعریف می‌کنند که با آن افراد با تمام یا برخی از جنبه‌های هویتی یک گروه پیوند می‌یابند. اگرچه خود این مؤلفه‌ها و عناصر متنوع‌اند، نقش آنها در هویت‌دهی به اقوام متفاوت است. در علوم اجتماعی معاصر عموماً یک گروه قومیتی به صورت بیان مجموعه‌ای از تنوع‌ها و ویژگی‌های برآمده از دین، فرقه، نظام یا طبقه اجتماعی، منطقه، زبان، تبار، نژاد، فرهنگ و... تعریف می‌شود که گاه یک قومیت به‌تنهایی یکی از عناصر را در بر می‌گیرد و گاهی نیز شامل ترکیبی از آنهاست (جعفرزاده‌پور و حیدری، ۱۳۹۳: ۶۷).

هویت مذهبی: یکی از ابعاد مهم هویت اجتماعی است که متضمن سطحی از دینداری است که با مای جمععی یا همان اجتماع دینی مقارن است؛ درواقع، هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه دینی است. هویت دینی همان آثار و عوارض ناشی از حمل وصف دین بر فرد دیندار است (چیت‌سازقی، ۱۳۸۳: ۵۸). هویت مذهبی عبارت است از میزان شناخت فرد از تعلق و ارتباطش نسبت به دینی خاص و پیامدهای ارزشی مثبتی که فرد برای این تعلق و ارتباط قائل است و بالاخره احساسات خاص فرد نسبت به دیگرانی که مثل او رابطه‌ای مشابه نسبت به آن دین دارند

تکالیف درسی، افزایش انگیزه در یادگیرندگان و بهبود تسلط شناختی بر مواد آموزشی به دلیل پاسخ‌های فوری از جانب استاد (Allen et al., 2006: 29)، تصمیم‌گیری صحیح در موقعیت‌های دشوار (Cornelius & Marston, 2009: 170)، ارسال پیام چندرسانه‌ای، ارسال فایل‌های صوتی و ویدیویی و... است؛ به عبارت دیگر، کورنلیس و ماستن (2009) معتقدند یادگیرندگان با استفاده از ابزارهای پیام‌رسان قادرند در سناریوهای شبیه‌سازی برای تصمیم‌گیری در موقعیت‌های دشوار شرکت کنند و از مزایای آن برخوردار شوند. همچنین می‌توان به کمک این ابزارها در به‌دست‌آوردن اطلاعات درست و فوری (Patten et al., 2006: 306)، یادگیری واژه‌های جدید زبان‌های خارجی (Cavus & Ibrahim, 2009: 98) و کمک به ایجاد هماهنگی در دیگر شبکه‌های اجتماعی (Hosterman, 2009: 13) اشاره کرد. با وجود مزایای گفته‌شده، این نرم‌افزارها معایب زیر را دارند:

کوتاه‌بودن پیام‌ها و ناتوانی یادگیرندگان در تمرکز بر محتوای آموزشی (Hill et al., 2007: 29)، حواس‌پرتی یادگیرندگان به دلیل پیام‌های متوالی از طرف دیگران (Markett et al., 2006: 284)، تخطی دانشجویان از اهداف آموزشی و تلاش برای برقراری ارتباط با دیگران بعد از پایان دوره‌ها (Brett, 2011: 139)، تجاوز به حریم و دسترسی هکرها به اطلاعات شخصی افراد (Kobsa et al., 2012: 363) و ارسال پیام‌های چندرسانه‌ای مخرب و متن‌های آلوده (کرمی و الماسی، ۱۳۹۴: ۴۰). پژوهش‌ها و بررسی‌های گذشته، مهم‌ترین و شاخص‌ترین مؤلفه‌های مربوط به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی را شامل موارد زیر می‌دانند:

۱. روابط اجتماعی: یکی از عوامل اصلی مربوط به ایجاد شبکه‌های اجتماعی، روابط اجتماعی نهفته بین کاربران است. از یک طرف شبکه‌های پیام‌رسان برای تسهیل تعامل اجتماعی بین کاربران طراحی شده‌اند و از طرف دیگر برنامه‌های پیام‌رسان الگوهای اجتماعی خاص و ساختارهای اجتماعی

از دو دهه حضور فراگیر در جامعه ایرانی با کارکردهای متنوع، رفته‌رفته نقش و جایگاه ویژه‌ای نسبت به سایر رسانه‌ها، وسایل ارتباطی و حتی سایر ابزارهای زندگی ما به خود گرفته است. گوشی‌های موبایل در ابتدا تنها برای تماس صوتی و ارسال پیام کوتاه استفاده می‌شد؛ اما امروزه برای اهداف مختلفی مانند بازی‌های الکترونیکی، گرفتن عکس، دسترسی به اینترنت، ارسال پیام‌های چندرسانه‌ای، بررسی ایمیل و... نیز استفاده می‌شود. براساس پژوهش‌های شرکت بین‌المللی داده^۱ در سال 2010 تعداد ۳۰۵ میلیون گوشی هوشمند در سرتاسر جهان به فروش رفته است. این تعداد در سال 2011 به ۴۹۴ و در سال 2012 به ۶۶۰ میلیون افزایش یافته است. پیش‌بینی شده بود فروش گوشی‌های هوشمند در سال 2015 به یک میلیارد عدد برسد. به‌علاوه، براساس گزارش ردیاب ماهانه تلفن همراه IDC، شرکت‌های تلفن همراه در سه ماهه اول سال 2017، در مجموع ۳۴۴ میلیون گوشی هوشمند در سراسر جهان به فروش رسانده‌اند (برگرفته از سایت شرکت بین‌المللی داده). با توجه به آمار گزارش‌شده، به نظر می‌رسد آمار فروش گوشی‌های هوشمند همچنان رو به افزایش است.

این مطالعات نشان می‌دهند رسانه‌های اجتماعی به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی بسیاری از افراد بزرگسال و کودکان تبدیل شده‌اند (Bennet, 2015: 21; Wang, 2017: 47). گسترش سریع و افزایش محبوبیت نرم‌افزارهای اجتماعی مانند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی با تغییرات سریع در رفتار مصرف‌کننده همراه است. این تغییر رفتار به سمت وابستگی به نرم‌افزارهای اجتماعی به‌طور چشمگیری افزایش یافته است (Bennet, 2015: 21). چنین پدیده‌ای برای تمام کسانی که در عصر دیجیتال زندگی می‌کنند، بیشتر مشهود است.

از جمله مهم‌ترین مزایای برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی برای دانشجویان، تسریع در دستیابی به اهداف آموزشی (Chang et al., 2010: 1635)، تسهیل فعالیت‌های آموزشی و پیگیری

¹ International Data Corporation (IDC)

اطلاعاتی جمهوری اسلامی ایران). همچنین گروه‌های قومی گوناگون از اینترنت برای اطلاع‌رسانی، حفظ و تقویت هویت خود و معرفی هویت و فرهنگ خود به دیگران استفاده می‌کنند (عیاری، ۱۳۸۴؛ بوربورحسین‌بیگی، ۱۳۸۳؛ تارپوردی، ۱۳۸۳؛ میردامادی، ۱۳۸۰). نتایج پژوهش‌ها در زمینه هویت و فضای مجازی نشان می‌دهند هویت در فضای مجازی دستخوش تغییر و تحول می‌شود (شالچی، ۱۳۸۴؛ Ren et al., 2007؛ Papacharissi, 2009؛ Wellman et al., 2001). نتایج پژوهش دیگری نشان دادند گرایش به جهانی‌شدن تعارضی با تعلق به ملیت، هویت و فرهنگ ملی و هویت و فرهنگ قومی ندارد؛ بلکه ممکن است در مسیر تعدیل یا تقویت آنها عمل کند. همچنین اینترنت به‌تنهایی قادر نیست ارزش‌های مربوط به حوزه خانواده را از بین ببرد؛ بلکه قدرتمندبودن چنین ارزش‌هایی سبب هدایت بهتر کاربران در زمینه استفاده از اینترنت می‌شود (بابایی‌فرد، ۱۳۹۵: ۷۴). کیان و قلبی‌پور (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان انجام دادند. نتایج پژوهش آنها نشان دادند بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و هویت ملی و دینی رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد. دانشجویانی که از این شبکه‌ها بیشتر استفاده می‌کنند، هویت دینی و ملی ضعیف‌تری در آنها شکل گرفته است. بیشترین آثار استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به‌ترتیب در الگوبرداری برای پوشش و رفتار، متحول‌شدن باورها و اعتقادات، کاهلی در امور دینی و پنهان‌کردن این شبکه‌ها از خانواده بوده است.

کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳) در پژوهشی با هدف تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران به این نتایج دست یافتند که براساس محاسبه رگرسیون، رابطه‌ای بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت اجتماعی پاسخ‌گویان مشاهده نشد. از دیگر یافته‌های این پژوهش - با توجه به دیدگاه کاستلز مبنی بر تأثیرگذاردن دریچه ارتباطات شبکه‌ای بر فرهنگ و

مشابه برای شبکه‌های سنتی اجتماعی را نشان می‌دهند. ۲. تحرک کاربر: ویژگی تحرک کاربران، یکی دیگر از عوامل اصلی و نگرانی در برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی است. افراد قبل از ساخت چنین برنامه‌هایی در طول روز به دلایل مختلفی از جمله خرید و... به بیرون از خانه می‌رفتند؛ ولی امروزه با ایجاد چنین شبکه‌هایی از تحرک افراد کاسته شده است. ۳. ارتباط فرصت‌طلبانه ۴. پوشش شبکه‌ای: پوشش شبکه‌های ساخته‌شده در بالای شبکه‌های موبایلی موجود است. ارتباط موبایلی در پوشش شبکه‌های موبایل تولید به‌وسیله لینک‌های بی‌سیم فیزیکی متصل می‌شوند. ۵. تجانس‌نداشتن دستگاه‌های تلفن همراه: با توجه به تنوع اولویت و استفاده کاربران، دستگاه‌های استفاده‌شده برای استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان از نظر الگو، سخت‌افزار، قدرت، حافظه ذخیره‌سازی و سیستم عامل بسیار ناهمگن‌اند. ۶. تفاوت بین شبکه حمایتی با سیستم باز (Mao et al., 2017: 1-2).

پژوهش‌هایی که در زمینه مقاله حاضر انجام شده‌اند، هر یک بعدی از ابعاد آن را بررسی کرده‌اند. در این میان، نتایج پژوهش جورگنسن^۱ (2016) نشان دادند در حال حاضر میزان زمان آنلاین‌شدن نوجوانان و جوانان در اینترنت رو به افزایش است. اگرچه اینترنت مزایایی دارد، استفاده بیش‌ازحد از آن خطراتی برای این نسل دارد. پژوهش‌های موجود در گاه پایش جامعه اطلاعاتی ایران نشان می‌دهند استفاده از اینترنت در ایران رو به گسترش است. طرح آمارگیری دسترسی خانوارها و استفاده افراد از فناوری اطلاعات و ارتباطات در سال‌های ۸۷، ۸۹، ۹۲ و ۹۴ انجام شده است. براساس نتایج این طرح، نسبت کاربران ۶ سال به بالای اینترنت در کشور ۴۵/۳ درصد است که این مقدار، نسبت به سال ۱۳۹۲، ۵۰ درصد رشد داشته است. به‌علاوه فاصله جنسیتی بین کاربران اینترنت زن و مرد ۱/۹ درصد و فاصله بین کاربران اینترنت شهری و روستایی ۲۵/۵ درصد بوده است (درگاه پایش جامعه

¹ Jorgenson

$$d^2 = \text{دقت احتمالی مطلوب}$$

$$n = \text{حجم نمونه آماری}$$

$$t^2 = \text{سطح اطمینان ۹۵ درصد}$$

$$s^2 = \text{واریانس برآورد شده}$$

مقدار s^2 براساس پرسش‌نامه‌های پژوهش ۰/۹۸۸ برآورد شد.

حجم نمونه براساس فرمول کوکران:

$$n = \frac{2807 (1/96)^2 \times (0/988)^2}{2807(0/1)^2 + (1/96)^2 \times (0/988)^2} = 338$$

برای گردآوری اطلاعات از دو پرسش‌نامه زیر استفاده شد:

الف) پرسش‌نامه استفاده از نرم‌افزارهای پیام‌رسان

موبایلی: این پرسش‌نامه محقق‌ساخته است و براساس پژوهش‌های گذشته و فراوانی بیشترین و منطقی‌ترین مؤلفه‌های این پژوهش‌ها، طراحی شده است. این ابزار سه بخش دارد: بخش اول آن شامل اطلاعات توصیفی است و ۴ سؤال (ازجمله میزان استفاده از هر یک از نرم‌افزارها، میزان اهمیت نرم‌افزارها در زندگی، میزان استفاده روزانه از آنها و سابقه استفاده از آنها) دارد. شیوه نمره‌دهی این بخش از یک تا پنج است؛ بنابراین، حداقل و حداکثر نمره برای سؤالات این بخش از ۵ تا ۲۰ است. بخش دوم پرسش‌نامه خرده‌مقیاس اعتیاد به نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی است. این خرده‌مقیاس ۱۷ سؤال دارد که با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (هرگز = ۰، به‌ندرت = ۱، گاهی = ۲، بیشتر اوقات = ۳ و همیشه = ۴) سنجیده می‌شود. حداقل نمره در این خرده‌مقیاس ۰ و حداکثر ۶۸ است. بخش سوم خرده‌مقیاس نگرش به نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی است که ۵ گویه با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم = ۰، تا حدودی مخالف = ۱، نه موافق و نه مخالف = ۲، تا حدودی موافق = ۳ و کاملاً موافق = ۴) است. بر این اساس و با توجه به اینکه این خرده‌مقیاس نمره‌گذاری معکوس ندارد، حداقل نمره در این خرده‌مقیاس ۰ و حداکثر ۲۰ است. با افزایش نمره در این خرده‌مقیاس، میزان

نظام باورها - رابطه معکوس بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی افراد است. همچنین بین هویت مذهبی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان همبستگی و رابطه مثبت مشاهده شد.

نتایج پژوهش‌های نیازی و شفایی‌مقدم (۱۳۹۱)، دوران (۱۳۸۱)، لی و لی (۲۰۱۰) نشان دادند بین هویت ملی و اینترنت رابطه منفی و معنی‌داری با میزان $T = - ۰/۲۷۱$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد.

نتایج پژوهش‌های باقری‌دولت‌آبادی و زارعیان‌جهرمی (۱۳۹۲)، عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی (۱۳۹۰)، جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷)، مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸) و علوی و همکاران (۱۳۸۷) نشان می‌دهند شبکه‌های اجتماعی عاملی تأثیرگذار بر هویت اجتماعی جوانان‌اند و با افزایش مدت زمان عضو شدن، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه‌شده در این شبکه‌ها هویت ملی و دینی کاربران تضعیف می‌شود.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است و در طبقه‌بندی پژوهش‌ها براساس هدف، از نوع کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری آن را دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ تشکیل می‌دهند. برای انتخاب نمونه معرف از این جامعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه آماری (روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی) استفاده شد. بر این اساس از هر دانشکده تعدادی از دانشجویان متناسب با آن، برای نمونه آماری انتخاب شدند؛ به عبارت دیگر، در این روش علاوه بر آنکه تعداد طبقه‌های نمونه برابر با تعداد طبقه‌های جامعه است، نسبت هر طبقه نیز در جامعه درست برابر با نسبت همان طبقه در نمونه است. بدین ترتیب ۳۳۸ نفر از دانشجویان دانشگاه اصفهان، با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند.

$$N = \text{حجم جامعه آماری}$$

نگرش به نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی افزایش می‌یابد. گویه‌های این بخش از پرسش‌نامه مذکور، نگرش دانشجویان را نسبت به نقش نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی در زندگی اجتماعی، حذف این نرم‌افزارها از زندگی اجتماعی، مهم‌بودن این نرم‌افزارها در زندگی اجتماعی و... می‌سنجد. روایی صوری و محتوایی این پرسش‌نامه با بررسی نظر متخصصان به دست آمد. همچنین پژوهشگران برای تعیین پایایی پرسش‌نامه مذکور، ۳۰ پرسش‌نامه به‌صورت آزمایشی بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان توزیع کردند؛ سپس داده‌ها جمع‌آوری شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی پرسش‌نامه‌ها محاسبه شد که ۰/۸۶ به دست آمد.

ب) پرسش‌نامه هویت اجتماعی: این پرسش‌نامه براساس پژوهش‌های گذشته و فراوانی بیشترین و منطقی‌ترین مؤلفه‌های آنها ساخته شده است و از آن در پژوهش کاروانی (۱۳۹۳) نیز استفاده شده است. پرسش‌نامه مذکور ۴ مؤلفه و ۶۷ گویه دارد که مؤلفه‌های آن شامل هویت ملی، هویت قومی، هویت مذهبی و هویت جهانی است. شیوه نمره‌دهی از یک تا پنج است؛ بنابراین، حداقل و حداکثر نمره برای سؤالات پرسش‌نامه از ۶۷ تا ۳۳۵ است. برای تعیین روایی پرسش‌نامه هویت اجتماعی علاوه بر روایی صوری از روایی محتوایی استفاده شد؛ بدین‌گونه تعیین روایی صوری در یک پانل ۴ نفره تخصصی با حضور استادان متخصص، برای یافتن سطح دشواری، میزان تناسب‌نداشتن، ابهام عبارات یا وجود نارسایی در معانی کلمات انجام شد که نظرات آنها به‌صورت تغییرات جزئی در پرسش‌نامه اعمال شد. همچنین برای بررسی روایی محتوایی، نمونه پرسش‌نامه به چند نفر از استادان نشان داده شد و از آنها خواسته شد پس از مطالعه پرسش‌نامه، نظرات خود را در ارزیابی روایی محتوایی به‌ویژه موارد رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب، قرارگرفتن سؤالات در جای مناسب خود، زمان تکمیل پرسش‌نامه و ضروری و غیرضروری‌بودن سؤالات اعمال کنند؛ بدین‌گونه پس از جمع‌آوری نظرات، در یک پانل ۴ نفره

تخصصی، پرسش‌نامه نهایی تدوین شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه این پژوهش از روش همسانی درونی (آلفای کرونباخ) استفاده شد که در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد. همچنین ضریب پایایی هریک از مؤلفه‌های آن هویت ملی (۰/۸۹)، هویت قومی (۰/۸۳)، هویت مذهبی (۰/۷۶) و هویت جهانی (۰/۸۷) به دست آمد. پایایی پرسش‌نامه مذکور در پژوهش کاروانی (۱۳۹۳) برای هویت اجتماعی ۰/۸۳ و برای هریک از مؤلفه‌های آن هویت ملی ۰/۸۸۴، هویت قومی ۰/۵۵۸، هویت مذهبی ۰/۹۱۱ و هویت جهانی ۰/۶ به دست آمده است. پس از گردآوری داده‌ها برای توصیف و تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آماری استفاده شد: ۱) آمار توصیفی برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی داده‌ها و محاسبه شاخص‌های آماری از جمله فراوانی، فراوانی نسبی، میانگین، واریانس و انحراف معیار. ۲) آمار استنباطی: در این آمار از چند آزمون استفاده شد: الف) t تک‌نمونه‌ای: برای مقایسه نمره میانگین اعتیاد به نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی و سلامت روان و مؤلفه‌های آن، از نمره ملاک^۱ استفاده شد. ب) آزمون پیرسون: برای به‌دست‌آوردن رابطه متغیرهای پژوهش استفاده شد. ج) آزمون رگرسیون: برای پیش‌بینی هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن براساس متغیر برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی از این آزمون استفاده شده است. د) آزمون کولموگروف اسمیرنوف: برای بررسی نرمال‌بودن یا نبودن توزیع داده‌های هر دو پرسش‌نامه به کار رفته است. یادآوری می‌شود در هنگام توزیع پرسش‌نامه‌ها، توضیحاتی از جمله اطمینان‌بخشیدن به آزمودنی‌ها درباره محرمانه‌بودن اطلاعات به‌دست‌آمده و دادن آزادی برای شرکت در پژوهش - که از نکات مربوط به اخلاق پژوهش است - ارائه شد.

^۱ با توجه به اینکه در این پژوهش پرسش‌نامه‌ها براساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۰ تا ۴) و (۱ تا ۵) تنظیم شده بودند، پژوهشگران نمره ملاک (میانگین فرضی

جامعه) را ۲/۵ و ۳ در نظر گرفتند.

یافته‌ها

پیش از انتخاب آزمون‌های آماری از جمله آزمون‌های پارامتریک و ناپارامتریک، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. بر این اساس ابزارهای استفاده‌شده در این پژوهش بررسی شد که نتایج آن در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

جدول ۱- نتایج حاصل از آماره‌های آزمون کولموگروف اسمیرنوف

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

معیارهای پرسش‌نامه‌ها	آماره‌ها	
	P	Z
نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی	۰/۱۲۵	۱/۳۱
هویت اجتماعی	۰/۰۹۴	۱/۲۵
هویت قومی	۰/۱۱۵	۱/۱۷
هویت ملی	۰/۱۵۴	۱/۰۱
هویت مذهبی	۰/۰۸۹	۱/۲۶۲
هویت جهانی (فراملی)	۰/۱۱۶	۱/۰۹

نتایج ارائه‌شده در جدول ۱ نشان می‌دهند هر یک از معیارهای ابزارهای پرسش‌نامه در سطح $0/05$ معنی‌دار نیستند ($p > 0/05$)؛ بنابراین، با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده، از آزمون‌های پارامتریک استفاده خواهد شد.

یافته‌های اطلاعات توصیفی وضعیت کاربرد نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی بین دانشجویان دانشگاه اصفهان، نشان می‌دهند $65/8$ درصد از دانشجویان از نرم‌افزار واتس‌آپ و

تلگرام، $8/8$ درصد از نرم‌افزار وایبر و لاین و $19/7$ درصد از اینستاگرام استفاده می‌کنند و $5/6$ درصد از هیچ یک از برنامه‌های پیام‌رسان استفاده نمی‌کنند. $7/7$ درصد از دانشجویان این نرم‌افزارها را در زندگی خیلی مهم، $7/4$ درصد مهم، $64/8$ درصد نه بااهمیت و نه بی‌اهمیت و $13/0$ درصد بی‌اهمیت می‌دانند و برای $7/1$ درصد از دانشجویان خیلی بی‌اهمیت بود. همچنین $53/9$ درصد از آنها اذعان کردند روزانه از یک تا سه بار، $17/6$ درصد 4 تا 6 بار، $21/8$ درصد 7 تا 12 بار و $6/7$ درصد بیش از 12 بار یا همیشه آنلاین‌اند. $38/0$ درصد از دانشجویان کمتر از یک سال، $42/6$ درصد از یک تا دو سال، $10/2$ درصد از 2 تا 3 سال و $9/2$ درصد بیشتر از 3 سال از این نرم‌افزارها استفاده می‌کردند. همچنین برای بررسی وضعیت کاربرد برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن از آزمون تی تک‌نمونه‌ای با ارزش آزمون 2 و 3 استفاده شد. با توجه به اینکه نمرات به‌دست‌آمده بین (0 تا 4) و (1 تا 5) هستند، از عدد 2 و 3 به‌منزله میانه (50 درصد نمره‌ها) برای تعیین وضعیت متغیرها استفاده شده است. نتایج نشان دادند میزان استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی با مقدار تی $-3/27$ و سطح معناداری $0/001$ و هویت اجتماعی با مقدار تی $66/73$ و سطح معناداری $0/0001$ به‌طور معناداری بالاتر از حد متوسط است. همه مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان بالاتر از حد متوسط بوده است (جدول ۲).

جدول ۲- نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی دانشجویان با ارزش 3

میزان استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان (نمره ملاک = ۲)	نگرش نسبت به برنامه‌های پیام‌رسان	هویت قومی	هویت دینی	هویت ملی	هویت جهانی	هویت اجتماعی
۲/۸۶	۱/۹۹	۳/۵۵	۴/۳۹	۴/۰۰۱	۴/۲۵	۴/۰۵
۰/۵۴۱	۰/۵۶۵	۰/۴۴	۰/۳۷	۰/۴۷	۰/۵۱	۰/۲۶۵
-۳/۲۷	-۲۹/۹	۲۱/۰۷	۶۲/۳۱	۳۶/۱۱	۴۱/۰۶	۶۶/۷۳
۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱

اجتماعی دانشجویان رابطه منفی و معناداری در سطح اطمینان ۰/۰۰۱ دارد. همچنین برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی رابطه منفی با مؤلفه‌های هویت اجتماعی دارند (جدول ۳).

قبل از بررسی تأثیر متغیرها روی یکدیگر، لازم است همبستگی آنها آزمون شود که بدین منظور از آزمون گشتاوری پیرسون استفاده شد. نتایج نشان دادند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی با مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۵۴-) با هویت

جدول ۳- نتایج آزمون پیرسون

متغیرها	هویت قومی	هویت دینی	هویت ملی	هویت جهانی	هویت اجتماعی
برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی	-۰/۰۷۱	-۰/۱۳۴*	-۰/۰۱۸	-۰/۱۴۳*	-۰/۱۵۴**

* همبستگی در سطح ۹۵ درصد معنادار است. ** همبستگی در سطح ۹۹ درصد معنادار است.

چندمتغیری استفاده شد که یافته‌های آن در جدول‌های (۴) و (۵) ارائه شده است.

برای برآورد مقدار تغییرپذیری هویت اجتماعی و ابعاد آن براساس میزان استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و نگرش به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی از آزمون رگرسیون

جدول ۴- پیش‌بینی هویت اجتماعی و ابعاد آن براساس نگرش به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی

نام متغیر	R	R2	Ad R2	Std. Error	B	Beta	T	F	Sig
هویت قومی	-۰/۰۷۶	۰/۰۰۶	۰/۰۰۲	۰/۷۰۳	-۰/۱۱۲	-۰/۰۷۱	-۱/۱۵۲	۱/۶۲	۰/۲۵۰
هویت ملی	-۰/۰۲۵	۰/۰۰۱	-۰/۰۰۳	۰/۳۶۱	-۰/۰۲۰	-۰/۰۳۱	-۰/۲۲۲	۰/۱۷۷	۰/۸۲
هویت دینی	-۰/۱۲۳	۰/۰۱۵	۰/۰۱۲	۰/۷۰	-۰/۱۰۹	-۰/۰۵۸	-۰/۸۰۶	۴/۳۳	۰/۴۲
هویت جهانی	-۰/۱۳۱	۰/۰۱۷	۰/۰۱۴	۰/۳۴۴	-۰/۱۳۹	-۰/۱۰۲	-۱/۴۱۸	۴/۹۱۱	۰/۱۶
هویت اجتماعی	-۰/۱۵۰	۰/۰۲۲	۰/۰۱۹	۰/۱۵۶	-۰/۳۹۸	-۰/۱۵۰	-۲/۵۴	۶/۴۷	۰/۰۱۲

اجتماعی و ابعاد آن دارد. برای برآورد نقش کاربرد نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی بر هویت اجتماعی پاسخ‌گویان و ابعاد آن نیز از آزمون رگرسیون دومتغیره استفاده شد که داده‌های حاصل از آن در جدول ۵ منعکس شده است.

براساس داده‌های جدول (۴) متغیر نگرش به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی توانسته است ۰/۶، ۰/۱، ۰/۱۵، ۰/۱۷، ۰/۲ درصد از واریانس مؤلفه‌های هویت قومی، هویت ملی، هویت دینی، هویت جهانی و هویت اجتماعی را تبیین کند. همچنین نگرش به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی نقش منفی بر هویت

جدول ۵- پیش‌بینی هویت اجتماعی و ابعاد آن براساس میزان استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی

نام متغیر	R	R2	Ad R2	Std. Error	B	Beta	T	F	Sig
هویت قومی	-۰/۰۶	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۵۶۵	-۰/۰۸	-۰/۰۶۰	-۱/۰۰۵	۱/۰۱۰	۰/۳۱۶
هویت ملی	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰	-۰/۰۰۳	۰/۵۶۶	-۰/۰۱۵	-۰/۰۱۳	-۰/۲۱۲	۰/۰۴۵	۰/۸۳۲
هویت دینی	-۰/۱۲۱	۰/۰۱۵	۰/۰۱۱	۰/۵۶۲	-۰/۱۸۱	-۰/۱۲۱	-۲/۰۴۰	۴/۱۶	۰/۰۴۲
هویت جهانی	-۰/۱۲۹	۰/۰۱۷	۰/۰۱۳	۰/۵۶۱	-۰/۱۴۲	-۰/۱۲۹	-۲/۱۸	۴/۷۵	۰/۰۳۰
هویت اجتماعی	-۰/۱۳۶	۰/۰۱۸	۰/۰۱۵	۰/۵۶۱	۰/۲۸۹	-۰/۱۳۶	-۲/۳۰۱	۵/۲۹	۰/۰۲۲

به استفاده از پیام‌رسان موبایلی وابسته بوده است. شاخص‌های توصیفی مربوط به نظرات دانشجویان درباره استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی برحسب جنسیت در جدول ۶ منعکس شده است. نتایج نشان دادند در زمینه کاربرد نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی بین دانشجویان پسر و دختر تفاوت معناداری وجود ندارد.

یافته‌های جدول (۵) نشان می‌دهند متغیر استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی توانسته است ۰/۴، ۵/۸، ۰/۰، ۱/۵، ۱/۷ و ۱/۸ درصد از واریانس مؤلفه‌های هویت قومی، هویت ملی، هویت دینی، هویت جهانی و هویت اجتماعی را تبیین کند. ضریب تعیین مذکور نشان می‌دهد درصد بسیار ناچیزی از تغییرات مربوط به هویت اجتماعی و مؤلفه‌های آن

جدول ۶- نتایج مربوط به نظرات دانشجویان برحسب جنسیت

متغیرها	میانگین مردها	میانگین زن‌ها	t	F	sig
کاربرد نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی	۲/۴۱	۲/۴۴	۰/۰۹۳	۰/۲۱۴	۰/۹۲۷
هویت اجتماعی	۴/۰۸	۴/۰۲	۰/۱۳۶	۰/۵۴۴	۰/۶۲۱

نتیجه

شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی، از عوامل تشکیل‌دهنده فضای مجازی‌اند که با قابلیت‌ها و امکانات خود تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در جوامع گوناگون گذاشته‌اند. وابستگی متقابل دو جهان مجازی و واقعی سبب تعاملات فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی شده است. همان‌طور که ذکر شد، هویت در هر جامعه‌ای از عوامل باثبات و همبستگی است و با ابعاد مختلف خود، تأثیرات زیادی بر بقا و استمرار جامعه دارد؛ از این‌رو، هدف پژوهش حاضر بررسی نقش استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی بر هویت اجتماعی و ابعاد آن در دانشجویان بوده است. نتایج پژوهش نشان دادند دانشجویان به میزان زیادی از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی استفاده می‌کنند. از جمله دلایل این امر، استفاده از کانال‌های گروهی برای ارسال اطلاعات و فایل‌ها و اظهارنظرهای دانشجویان است. دانشجویان با استفاده از این نرم‌افزارها قادرند علاوه بر کارهای کلاسی، با دوستان و آشنایان خود ارتباط برقرار کنند و با آنها چت کنند. از دلایل دیگر استفاده از این نرم‌افزارها، رایگان بودن اینترنت در محیط دانشگاه و خوابگاه‌هاست؛ زیرا استفاده از این نرم‌افزارها به هزینه‌های سرمایه‌ای زیادی نیاز دارد؛ به‌طور مثال، برای

دانلود یک فیلم یا عکس به حجم اینترنت کافی و هزینه زیادی نیاز است؛ بنابراین، با توجه به اینکه در محیط خوابگاه‌ها اینترنت رایگان است، دانشجویان برای پرداخت نکردن هزینه از این نرم‌افزارها استفاده می‌کنند.

نتایج جدول ۲ پژوهش نشان دادند دانشجویان هویت اجتماعی، ملی، قومی، مذهبی و جهانی بالایی دارند؛ به‌طوری که هویت دینی دانشجویان از سایر هویت‌ها بالاتر است. دانشجویان با اینکه هویت دینی بالایی دارند، هویت‌های ملی، فراملی و قومی بالایی نیز دارند. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی (۱۳۹۰)، جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) و علوی و همکاران (۱۳۸۷) همسوست. در تبیین این یافته‌ها باید گفت هرچه میزان شناخت و آگاهی دانشجویان از تعلق و ارتباطشان با قوم خود، سرزمین خود و ارزش‌ها و باورها و احساسات خاص خود بیشتر باشد، هویت اجتماعی آنها افزایش می‌یابد.

نتایج جدول ۳ پژوهش نشان دادند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی با هویت اجتماعی رابطه منفی و معناداری دارند. هرچه دانشجویان از این نرم‌افزارها بیشتر استفاده کنند، هویت اجتماعی منفی‌تری خواهند داشت. این یافته‌ها با پژوهش‌های

نو را موجب گسست جدی در مبانی هویتی جامعه و تضعیف هویت ملی دانسته‌اند. کاستلز معتقد است با توجه به اینکه انتقال و جریان فرهنگ با ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور فناوری جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شود.

نتایج جدول ۴ نشان دادند نگرش به برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی نقش منفی در هویت اجتماعی دانشجویان داشته است؛ بدین گونه که هرچه نگرش به استفاده از این برنامه‌ها بیشتر باشد، هویت اجتماعی دانشجویان کمتر می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی (۱۳۹۰)، جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷)، علوی و همکاران (۱۳۸۷)، لسی و لسی (۲۰۱۰) و رن و همکاران (۲۰۰۷) همسوست. در تبیین این یافته‌ها باید گفت این نرم‌افزارها سبب می‌شوند روزبه‌روز از ارتباط‌های سنتی مانند به دیدار هم رفتن، تماس تلفنی و پیام‌دادن کاسته شود و ارتباط با این نرم‌افزارها بیشتر شود که این امر نتایجی از جمله ازهم‌پاشیدگی شبکه‌های سنتی روابط مانند روابط خانوادگی، ایجاد هویت‌های ماورای جهان واقعی و محیطی عینی از جمله هویت دیجیتال و هویت‌های ساختگی دارد. نگرش منفی نسبت به استفاده منفی از این نرم‌افزارها، دانشجویان را از هویت اجتماعی خود دور می‌کند.

یافته‌های جدول ۵ نشان دادند میزان استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی نقش منفی در هویت اجتماعی دانشجویان دارد. هرچه میزان زمان استفاده دانشجویان از این برنامه‌ها بیشتر باشد، از هویت اجتماعی دانشجویان کاسته می‌شود. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های باقری‌دولت‌آبادی و زارعیان‌چهرمی (۱۳۹۲)، نیازی و شفایی‌مقدم (۱۳۹۱)، جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷) و مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸)، همخوان و با نتایج پژوهش‌های عیاری (۱۳۸۴)، بوبورحسین‌بیگی (۱۳۸۳)، تارپوردی (۱۳۸۳) و میردامادی

نیازی و شفایی‌مقدم (۱۳۹۱)، دوران (۱۳۸۱) و لسی و لسی (۲۰۱۰) همخوان است. در تبیین این یافته‌ها باید گفت هرچه دانشجویان از این برنامه‌ها بیشتر استفاده کنند، سلیقه آنها بیشتر به سمت پوشش‌های غربی گرایش می‌یابد، زندگی در خارج از کشور را به زندگی در کشور خودشان ترجیح می‌دهند و به گروه‌های قومی دیگر احترام کمتری می‌گذارند یا اصلاً نمی‌گذارند. همچنین نتایج این جدول نشان دادند بین برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی و ابعاد هویت اجتماعی رابطه منفی و معناداری در سطح ۹۵ درصد وجود دارد. اگرچه جهت رابطه‌ها منفی است، شدت آنها ضعیف است. این رابطه بین بعد هویت جهانی با برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی به نسبت بیشتر است؛ ولی در سایر ابعاد شدت رابطه‌ها بسیار ضعیف است. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش نیازی و شفایی‌مقدم (۱۳۹۱) همخوان و با یافته‌های پژوهش‌های بوبورحسین‌بیگی (۱۳۸۳)، تارپوردی (۱۳۸۳)، شالچی (۱۳۸۴)، پاپاکاریسی (۲۰۰۹) و ولمن و همکاران (۲۰۰۱) ناهم‌سوست. دلیل ناهم‌سوی بودن این یافته‌ها ممکن است نوع مؤلفه‌های استفاده شده باشد؛ زیرا این پژوهش‌ها تأثیر متغیرهای اینترنت را بر متغیر هویت جهانی بررسی کرده‌اند. استفاده از این نرم‌افزارها ممکن است به ارتباط با گروه قومی خود، دوستان ملی (در سطح کشور) و جهانی کمک کند؛ البته داده‌های این پژوهش نشان می‌دهند ابعاد هویت اجتماعی به تناسب نوع استفاده‌هایی که کاربران از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی دارند، دستخوش تغییر و تحول می‌شود. هرگاه استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی برای تبادل اطلاعات با گروه‌های مختلف قومی، ملی و فراملی باشد، هویت اجتماعی دانشجویان تقویت خواهد شد. در غیر این صورت، نه تنها هویت اجتماعی دانشجویان را تقویت نمی‌کند، اثرات زیان‌باری به هویت اجتماعی آنها وارد می‌کند. این نتایج با نظریه‌های گیدنز و پیتز برگر نزدیک است. آنها معتقدند موقعیت‌های نهادینی که افراد در آنها قرار می‌گیرند، این زمینه را فراهم می‌کند تا افراد به کنش‌های خود شکل دهند. همچنین صاحب‌نظران رسانه‌های

نتایج پژوهش او نشان دادند دختران روزانه یک ساعت و ۳۲ دقیقه و پسران ۵۰ دقیقه از وقت خود را در نرم‌افزارهای اجتماعی صرف می‌کنند. این نتیجه نشان داد دختران ۴۰ دقیقه بیشتر از پسران وقت خود را صرف نرم‌افزارها می‌کنند. از دلایل این امر بیکاربودن دختران در طول دوره تحصیلی‌شان است. آنها به دلیل فعالیت‌نداشتن در محیط واقعی، زمان بیکاری بیشتری در اختیار دارند و از فضای مجازی استفاده می‌کنند.

در نهایت برای جمع‌بندی باید گفت استفاده از اینترنت به‌ویژه نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی بین دانشجویان به‌طور غیرقابل توجهی افزایش یافته است و بررسی‌ها نشان می‌دهند این روند همچنان ادامه دارد. این گفته‌ها در پژوهش بابایی فرد (۱۳۹۵) تأیید شده است. برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (تلگرام، واتس‌آپ، لاین، اینستاگرام و...) موجب می‌شود هویت‌های جدیدی تشکیل شوند. نتایج کلی پژوهش حاضر نشان دادند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی نقش منفی در هویت اجتماعی دانشجویان دارد و این تأثیر به موقعیت، بافت و مدت زمان استفاده از این نرم‌افزارها بستگی دارد. نتایج نشان می‌دهند علاقه بیش از حد دانشجویان به فضای برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی ممکن است فضای تهدیدآمیزی برای هویت اجتماعی آنها فراهم کند؛ بدین ترتیب در جامعه‌ای که به ارتباطات مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است، شیوه تولید به گونه‌ای است که هویت‌ها را به‌صورت عاقل، سودمند و خودبسنده درمی‌آورد و در جامعه اطلاعاتی - جامعه‌ای که ارتباطات الکترونیک سیطره دارد - ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، چندلایه و پراکنده ظهور می‌کند. متأسفانه، ضعف مهارت‌های اجتماعی در برقراری ارتباط ازسوی خانواده‌ها و نهادهای آموزشی، محدودیت‌های اجتماعی در گفتگوهای خصوصی، انزوایی و نیازهای جنسی، فردگرایی و تجمل‌گرایی نظر دانشجویان را به این برنامه‌ها بیشتر کرده است. دانشجویان در چنین فضایی به دلیل احساس امنیت و آسودگی خاطر از دیده‌نشدن، تهدیدنشدن و ناشناس ماندن، در پی ارضاهای نیازهای خودند. آنها ممکن است برای پرکردن

(۱۳۸۰) ناهمسوست. از دلایل این ناهمسوبودن جامعه‌های آماری متفاوت و متغیر مستقل بررسی شده است. در تبیین این نتایج باید گفت افزایش میزان حضور (زمان) در برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی سبب تضعیف هویت اجتماعی دانشجویان می‌شود و دانشجویانی که کمترین استفاده را از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی می‌کنند، هویت اجتماعی قوی‌تری نسبت به هم‌تایان خود - که بیشتر استفاده می‌کنند - دارند. از نظر کاستلز نیز در جامعه شبکه‌ای، هویت در طول زمان و مکان قائم به ذات است. اگرچه از نظر او، هویت افراد در حدود ۱۹سالگی به بلوغ می‌رسد، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند با افزایش سن، هویت افراد ضعیف می‌شود. تضعیف هویت اجتماعی افراد سبب می‌شود دانشجویان احساس خوبی نسبت به شرکت در مراسم مذهبی دانشگاه، شنیدن صدای اذان و وجود خدا در زندگی، اعتقاد به وجود آخرت و اصول دین نداشته باشند. همچنین در دانشگاه از لباس‌های بدن‌نما و در خوابگاه‌ها از مشروبات الکلی، مواد مخدر و کتاب‌های غیرمذهبی استفاده کنند. علاوه بر موارد ذکرشده، اعتقاد دانشجویان نسبت به وجود جامعه ملی - ایرانی و تمایل به زندگی در ایران و احساس تعلق و تعهد به حفظ جامعه کاسته می‌شود. ممکن است این نرم‌افزارها تهدیداتی ازجمله منفعل‌بودن بیشتر کاربران، تأثیر منفی بر نگرش کاربران، کاهش علاقه به مطالب مذهبی، کاهش عمل به مستحبات دینی، عادی‌کردن توهین و مسائل جنسی، عادی‌کردن خشونت، کاهش ارتباطات چهره‌به‌چهره خانوادگی، تغییر سبک و محتوای ارتباطات خانوادگی، اشاعه اطلاعات غیرعلمی، ارتباط آسان با جنس مخالف، برقراری روابط نامشروع و... را به دنبال داشته باشد.

نتایج جدول ۶ پژوهش نشان دادند در زمینه میزان استفاده از نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی و هویت اجتماعی بین دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد؛ البته میزان استفاده از نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی بین دختران بیشتر از پسران است. این یافته با نتایج پژوهش وانگ (۲۰۱۷) همسوست.

خودکنترلی و خودایمنی را در آنها تقویت کند. ۲) دانشگاه‌ها، دانشجویان را با رسانه‌های جمعی، تهیه‌بروشور، تشکیل جلسات در قالب جلسات مشاوره گروهی و تشکیل کارگاه‌ها و پانل‌ها در ارتباط با پدیده نرم‌افزارهای موبایلی و اثرات منفی آن آگاه کنند. ۳) دانشگاه‌ها برای کاهش اثرات منفی این نرم‌افزارها، تدابیری با جنبه‌های شناختی و شخصیتی برای افزایش تفکر انتقادی در دانشجویان بیندیشند. ۴) با توجه به شرایط کنونی جامعه و تسلط روزافزون این برنامه‌ها بر تمام ابعاد زندگی افراد به‌ویژه بر هویت اجتماعی دانشجویان و با توجه به نتایج حاصل از پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود مسئولان دست‌اندرکار تولید و پخش رسانه ملی برای این مسئله اهمیت بیشتری قائل باشند و آن را یک ضرورت در نظر بگیرند. ۵) خانواده‌ها تعامل با فرزندان خود را بیشتر کنند و به جای استفاده بیش‌ازحد و نابجا از این شبکه‌ها آنها را به‌سوی مسیر مشخص‌تر و دقیق‌تر و تلاش برای رسیدن به هویت مطلوب تشویق کنند. ۶) پیشنهاد می‌شود مسئولان محترم کشور برای جلوگیری از مصرف‌کننده‌شدن مردم از این نرم‌افزارها، خود به‌دنبال تولید نرم‌افزارهایی به این شکل و با رویکرد اسلامی باشند و این نرم‌افزارها را بومی‌سازی کنند.

مهم‌ترین محدودیت این مطالعه تمایل نداشتن برخی از شرکت‌کنندگان به تکمیل پرسش‌نامه‌های پژوهش بود.

منابع

احمدپور، م. و قادرزاده، الف. (۱۳۸۹). «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ش ۵، ص ۹۹-۷۵.

احمدی، ح. (۱۳۸۶). *ایران، هویت، ملت و قومیت*، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

افروغ، ع. (۱۳۸۰). *هویت ایرانی*، تهران: بقعه.

امینی‌زاده، س. و بوستانی، د. (۱۳۹۵). «همگرایی و واگرایی هویت‌های ملی، مذهبی و جهانی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان)»، فصلنامه

خلاً ابعاد هویتی خود - در ابعاد دینی، ملی، قومی و جهانی - به پرخطرترین رفتارهای روانی دست بزنند. همچنین از آنجا که نظام استکبار جنگ سخت‌افزاری خود را به‌سمت جنگ نرم‌افزارها و برنامه‌های پیام‌رسان (هویت، ارزش، فرهنگ) کشانده است، با گسترش ارزش‌ها و هنجارهای مخرب غیربومی و با استفاده از این برنامه‌ها، ممکن است آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بنیان‌های ارزشی جامعه مذهبی کشور به‌ویژه دانشجویان وارد کند. همچنین این نظام در پی آن است با ایجاد کانال‌های ضد و نقیض گروه‌های قومی در برنامه‌های پیام‌رسان، بین آنها اختلاف به وجود آورد. حتی ممکن است این برنامه‌ها در سطح ملی و فراملی صورت گیرد. به‌علاوه سعی دارد با فرایندی نامحسوس و با تکیه بر اصطلاح «تک‌فرهنگی‌شدن جهان»، نخست نرم‌افزارهای به‌روز و با امکانات بیشتر را وارد فرهنگ کشور کند و عطش و احساس نیاز را بین کاربران ایجاد کند؛ سپس به کمک این نرم‌افزارها نگرش افراد را تغییر دهد؛ از آنجا که کشور ما، در وضعیتی نابرابر مصرف‌کننده این نرم‌افزارهاست، تحولات هویتی افراد متأثر از این برنامه‌ها در صورتی که به‌صورت صحیح مدیریت نشود، به‌سوی تحقق اهداف نظام استکبار و تضعیف ارزش‌های اسلامی، دینی و اخلاقی و ابعاد هویتی افراد می‌شود. درنهایت استفاده بیش‌ازحد و نامناسب از این نرم‌افزارها ضمن ایجاد اختلاف بین گروه‌های قومی و تعارض‌های ارزشی، نگرشی و هویتی، سبب تضعیف عناصر آیین‌ها و باورها و ارزش‌های دینی، اعتقادی و تغییر سبک زندگی افراد می‌شود.

از این رو، با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود: ۱) نحوه استفاده مناسب از این نرم‌افزارها از طریق علمی در خانواده‌ها، مدارس و دانشگاه‌ها به نسل جوان به‌ویژه دانشجویان برای توانمندسازی در تعامل فرهنگ بومی با فرهنگ جهانی آموزش داده شود و آنها را با خطرات جسمانی، رفتاری، اخلاقی و استفاده‌های نامناسب، غیرضروری و زائد آشنا کند و مبانی ارزشی، اخلاقی و ایجاد

- توسعه اجتماعی، س ۱۰، ش ۳، ص ۱۱۸-۱۳۸.
- بابایی فرد، الف. (۱۳۹۵). «تأثیر اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، س ۱۳، ش ۱، ص ۱۰۸-۷۳.
- باقری دولت‌آبادی، ع. و زارعیان جهرمی، ف. (۱۳۹۲). «تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی»، *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، س ۱۶، ش ۶۰، ص ۱۸۵-۱۵۰.
- بوبرحسین بیگی، م. (۱۳۸۳). *بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل، مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و والدین آنها*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران.
- تاجیک، م. (۱۳۸۴). *روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان*، تهران: فرهنگ گفتمان.
- تاریوردی، ع. (۱۳۸۳). *تعامل دینی در گروه‌های بحث اینترنتی، مطالعه موردی: تالار گفتگوی دین*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران.
- جان‌پور، م. و حیدری، ط. (۱۳۹۰). «آسیب‌شناسی فضای سایبر بر امنیت اجتماعی»، *فصلنامه نظم و امنیت انتظامی*، س ۴، ش ۳، ص ۱۷۲-۱۴۱.
- جعفرزاده پور، ف. و حیدری، ح. (۱۳۹۳). «فرا تحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران»، *فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی*، س ۳، ش ۱۱، ص ۹۷-۶۳.
- جوانی، ح. (۱۳۸۴). «هویت دینی یا هویت‌های دینی»، *مجله اسلام‌پژوهی*، ش ۱، ص ۱۵۴-۱۳۵.
- جهانگیری، ج. و معینی، م. (۱۳۸۹). «بررسی رابطه سرمایه و هویت (نمونه موردی: مطالعه دانشجویان دانشگاه شیراز)»، *مجله علوم اجتماعی*، س ۷، ش ۲ (۱۶)، ص ۷۴-۳۷.
- چیت‌ساز قمی، م. (۱۳۸۳). *گسست نسلی در ایران: افسانه یا واقعیت*، تهران: جهاد دانشگاهی.
- حاجیان، الف؛ ایروانی، ز. و امیر، آ. (۱۳۹۴). «بررسی تطبیقی هویت قومی در ایران و لبنان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، س ۲۶، ش ۲ (۵۸)، ص ۱۵-۱.
- حیدری، م. (۱۳۸۳). *هویت و امنیت ملی؛ در مبانئ نظری هویت و بحران هویت*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- دوران، ب. (۱۳۸۱). *تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ربانی، ع؛ ربانی، ر. و حسنی، م. (۱۳۸۸). «رسانه‌های جمعی و هویت ملی؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، س ۱۶، ش ۲ (۵۸)، ص ۹۳-۶۵.
- رفعت‌جاء، م. و شکوری، ع. (۱۳۸۷). «اینترنت و هویت اجتماعی»، *فصلنامه جهانی رسانه*، ش ۵، ص ۱۷-۱.
- رفیعی جیردهی، ع. و حبیب‌زاده‌خطبه‌سرا، ر. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی (محلی، ملی و جهانی) شهروندان گیلک»، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، س ۱، ش ۲، ص ۱۲۹-۹۹.
- ریترز، ج. (۱۳۸۲). *نظریه‌های جامعه‌شناختی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- زهیری، ع. (۱۳۸۴). «چیستی هویت ملی»، *فصلنامه علوم سیاسی*، ش ۲۹، ص ۵۰-۲۹.
- شالچی، س. (۱۳۸۴). *هویت بازانديشانه و رسانه‌ها (بررسی شکل‌گیری هویت بازانديشانه و ارتباط آن با رسانه)*، پایان‌نامه جامعه‌شناسی کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.
- عباسی قادی، م. و خلیلی کاشانی، م. (۱۳۹۰). *تأثیر اینترنت بر*

- هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی. عبداللهی، م. و قادرزاده، الف. (۱۳۸۸). «هویت اجتماعی غالب کردها در کشورهای ایران و عراق»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، ش ۳۶، ص ۱-۲۶.
- علوی، س.؛ هاشمیان، ک. و جنتی‌فرد، ف. (۱۳۸۷). «مقایسه هویت و سلامت روان در دانشجویان استفاده‌کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران»، *تحقیقات علوم رفتاری*، د ۶، ش ۱، ص ۲۷-۳۵.
- عیاری، آ. (۱۳۸۴). *هویت قومی در اینترنت: بررسی عملکرد اینترنتی گروه‌های قومی آذری، بلوچ، ترکمن، عرب خوزستانی و کرد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مردم‌شناسی، دانشگاه تهران.*
- قادری، م. (۱۳۸۴). *آثار و پیامدهای جامعه شبکه‌ای بر روی هویت اجتماعی جوانان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.*
- کاروانی، ع. (۱۳۹۳). *بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی: مطالعه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان، پایان‌نامه جامعه‌شناسی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.*
- کاستلز، م. (۱۳۸۵). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت در عصر جدید، ترجمه: حسن چاووشیان، تهران: طرح نو.*
- کرمی، آ. و الماسی، ح. (۱۳۹۴). «بررسی و مقایسه قابلیت‌های وایبر و واتس‌آپ در آموزش عالی»، *فصلنامه فناوری آموزش و یادگیری*، س ۱، ش ۳، ص ۳۸-۵۸.
- کفاشی، م. و فلاحی، ع. (۱۳۹۳). «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران»، *دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات*، س ۲۱، ش ۲ (۴۶)، ص ۱۴۶-۱۳۵.
- کوهی، ک. و حسنی، م. (۱۳۹۱). «رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۲۹-»
- ۱۴ساله شهر تبریز»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، س ۱۹، ش ۴ (۷۲)، ص ۱۳۰-۱۰۹.
- کیان، م. و قلی‌پور، ز. (۱۳۹۵). «آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان»، *رسانه، د ۲۷، ش ۲ (۱۰۳)*، ص ۱۲۲-۱۰۵.
- لهسایی‌زاده، ع.؛ مقدس، ع. و تقوی‌نسب، م. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ش ۱، ص ۷۰-۴۵.
- مروت، ب. (۱۳۸۳). *بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی غالب در نزد دانشجویان دانشگاه‌های سنندج، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.*
- مطهری، م. (۱۳۶۳). *مجموعه آثار، تهران: صدرا.*
- معین، م. (۱۳۹۲). *فرهنگ فارسی، تهران: امیرکبیر.*
- مهدی‌زاده، ش. و عنبرین، ز. (۱۳۸۸). «هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنتی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ش ۴، ص ۱۲۴-۱۰۷.
- میردامادی، م. (۱۳۸۰). *فضای سیرنیک به‌منابه فضای شهری، مطالعه موردی: کاربران اینترنت در شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مردم‌شناسی، دانشگاه تهران.*
- نیازی، م. و شفایی‌مقدم، الف. (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در گرایش به هویت ملی؛ مطالعه موردی: شهروندان شهرستان کاشان در سال ۱۳۹۰»، *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، س ۲، ش ۱، ص ۱۲۷-۹۹.
- واحدی، ش. و احمدیان، ر. (۱۳۹۳). «رابطه سبک‌های هویت مذهبی، ابعاد دینداری با بهزیستی روان‌شناختی دانشجویان»، *مجله روان‌شناسی و دین*، س ۷، ش ۴ (۲۸)، ص ۱۰۷-۹۱.
- Alba, R. D. (2005) "Ethnic Identity: The Transformation of White America." *New*

- Jorgenson, A. G. (2016) "Internet Addiction and Other Behavioral Addictions." *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 25(3): 509-520.
- Kobsa, A. Patil, S. & Meyer, B. (2012) "Privacy in Instant Messaging: An Impression Management Model." *Behaviour & Information Technology*, 31(4): 355-370.
- Lee, J. & Lee, H. (2010) "The Computer-Mediated Communication Network: Exploring the Linkage between the Online Community and Social Capital." *New Media & Society*, 12 (5): 711-727.
- Mao, Z. Jiang, Y. Min, G. Leng, S. Jin, J. & Yang, K. (2017). "Mobile Social Networks: Design Requirements Architecture and State-of-the-art Technology." *Computer Communications*, 100: 1-19.
- Markett, C. Sánchez, I. A. Weber, S. & Tangney, B. (2006) "Using Short Message Service to Encourage Interactivity in the Classroom." *Computers & Education*, 46(3): 280-293.
- Niu, G. F. Sun, X. J. Subrahmanyam, K. Chang Kong, F. Tian, Y. & Zhou, Z. K. (2016) "Cue-Induced Craving for Internet among Internet Addicts." *Addictive Behaviors*, 62: 1-5.
- Norris, P. (2000) "Global Governance and Cosmopolitan Citizens." *Governance in a Globalizing World*, 155: 1-27.
- Papacharissi, Z. (2009) "The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World." *New media & society*, 11(1-2): 199-220.
- Patten, B. Sanchez, I. A. & Tangney, B. (2006) "Designing Collaborative, Constructionist and Contextual Applications for Handheld Devices." *Computers & Education*, 46(3): 294-306.
- Popkin, H. A. (2012) "We Spent 230,060 Years on Social Media in One Month." Available at: NBC News [testo disponibile al sito http://www.cnbc.com/id/100275798](http://www.cnbc.com/id/100275798).
- Ren, Y. Kraut, R. & Kiesler, S. (2007) "Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities." *Organization Studies*, 28(3): 377-408.
- Shen, H., Reilly, M. (2012) "Personalized Multi-User View and Content Synchronization and Retrieval in Real-Time Mobile Social Software Applications." *Journal of Computer and System Sciences*, 78: 1185-1203.
- Wallace, K. (2015) "Teens Spend a 'Mind-Boggling' 9 Hours a Day Using Media, Report Says." Available at: CNN Health. Com.
- Wang, T. (2017) "Social Identity Dimensions and Consumer Behavior in Social Media." *Asia Pacific Management Review*, 22: 45-51.
- Haven, CT: Yale University Press *Sociological Review*, 56: 836-849.
- Allen, M. Witt, P. & Wheelless, L. (2006) "The Role of Teacher Immediacy as a Motivational Factor in Student Learning: Using Meta-Analysis to Test a Causal Model." *Communication Education*, 55(1): 21-31.
- Bannon, S. McGlynn, T. McKenzie, K. & Quayle, E. (2015) "The Positive Role of Internet Use for Young People With Additional Support Needs: Identity and Connectedness." *Computers in Human Behavior*, 53: 504-514.
- Bennet, S. (2015) "28% of Time Spent Online is Social Networking." *Retrieved March*, 16: 16-23.
- Bicen, H. S. & Kocakoyun, S. (2013) "The Evaluation of The Most Used Mobile Devices Applications by Students." *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 89: 756-760.
- Brett, P. (2011) "Students' Experiences and Engagement with Text Messaging for Learning in Higher Education." *Innovations in Education and Teaching International*, 48(2): 137-147.
- Cavus, N. & Ibrahim, D. (2009) "An Experiment in Using Text Messaging to Support Learning New English Language Words." *British Journal of Educational Technology*, 40(1): 78-98.
- Chang, S. C. Chou, H. & Yang, J. M. (2010) "The Literature Review of Technology Acceptance Model: A Study of the Bibliometric Distributions." *Technology*, 158: 1634-1640.
- Cornelius, S. & Marston, P. (2009) "Towards an Understanding of the Virtual Context in Mobile Learning." *Journal of Research Learning Technology*, 17(3): 161-172.
- Hadad, C. (2015) "Why Some 13-Year-Olds Check Social Media 100 Times a Day." Available at: CNN Health. com.
- Hall, S. (1991) *The Local and the Global: Globalization and Ethnicity in Anthony King, Culture, Globalization and the World-System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity. Current Debates in Art History 3*. New York: State University of New York at Binghamton.
- Hill, J. B. Hill, C. M. & Sherman, D. (2007) "Text Messaging in an Academic Library: Integrating Text Messaging into Digital Performance." *The Reference Library*, 1(47): 17-29.
- Hornby, A. S. (1974). *Oxford Dictionary. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*.
- Hosterman, A. (2009) "Tools of the Trades: Getting Technical about Using Twitter." *Intercom*, 56(10): 12-21.

Wellman, B. Haase, J. & Witte, K. H. (2001) "Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation and Community Commitment." *American Behavioral Scientist*, 45(3): 436-455.

Xu, J. Kang, Q. Song, Z. & Peter Clarke, C. (2015) "Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China." *The Journal of Academic Librarianship*, 41: 21-30.

http: //www.idc.com/prodserv/smartphone-os-market-share.jsp.

http://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/os.

http://mis.ito.gov.ir.