

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۴/۰۸

آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان

نوشته

مریم کیان*

زهره قلی‌پور**

چکیده

بررسی عوامل تأثیرگذار بر هویت جوانان در هر جامعه‌ای از موارد مهمی است که همواره مورد نظر کارشناسان تربیتی بوده است. هدف پژوهش حاضر، شناسایی آثار تربیتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) بر هویت ملی و دینی دانشجویان بود. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی انجام شد. جامعه آماری شامل تمامی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس بودند که از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با بهره‌گیری از فرمول کوکران، تعداد ۲۸۸ نفر برای نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه محقق‌ساخته "سنجش استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه"، همچنین پرسشنامه‌های "هویت ملی" و "هویت دینی" بود. برای تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی در قالب همبستگی پیرسون، واریانس چند متغیره و آزمون t مستقل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و هویت ملی و دینی رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد. به‌طور دقیق‌تر، دانشجویانی که از این شبکه‌ها بیشتر استفاده می‌کنند هویت دینی و ملی ضعیف‌تری در آنها شکل گرفته است. به‌علاوه، بین متغیرهای رشته تحصیلی و دوره تحصیلی با هویت ملی و هویت دینی تفاوتی مشاهده نشد. همچنین، در مبحث هویت دینی، بین دختران و پسران تفاوت معنی‌داری به‌دست آمد. پژوهش حاضر نشان داد که 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 پنهان کردن این شبکه‌ها از خانواده بوده است.

کلیدواژه: تربیت، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، هویت ملی، هویت دینی، دانشجویان.

* عضو هیئت علمی گروه علوم تربیتی دانشگاه یزد kian2011@yazd.ac.ir

** کارشناس ارشد علوم تربیتی z.gholipur94@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

امروزه اکثریت جمعیت کشور ما، ایران، به‌خصوص جوانان، در حال تجربه‌کردن "شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه" (Mobile Social Networks) (نظیر واتس‌آپ، لاین، وایبر) هستند. در این میان، این مسئله مطرح است که این شبکه‌ها علاوه بر مزایا و کاربردهای مفیدی که دارند می‌توانند با ظواهر جذاب و سرگرم‌کننده برای آنها عواقب و پیامدهای سوء، نظیر بی‌تفاوتی به هنجارها را به‌دنبال داشته باشند. این رسانه‌ها همچنین می‌توانند با تبلیغ نیازهای کاذب، هویت یک جامعه را تحت نفوذ خود قرار دهند. مسئله اینجاست که استفاده بی‌رویه از این برنامه‌ها، چه آثار تربیتی برای جوانان و بر هویت ملی و دینی آنها برجای می‌گذارد. این موضوعی است که در پژوهش حاضر، به آن پرداخته شده است.

در تعریف شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه می‌توان گفت این شبکه‌ها، نسل جدیدی از وب‌گاه‌های اینترنتی مستقر در تلفن‌های هوشمند همراه هستند. در این وب‌گاه‌ها، کاربران اینترنتی تلفن، حول محور مشترکی به‌صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و اجتماعات آنلاین را تشکیل می‌دهند. درواقع شبکه‌های اجتماعی شبکه‌ای متشکل از افراد و گروه‌ها و ارتباطات بین آنهاست. از سوی دیگر، پیوندهای در هم بافته‌شده اجتماعی یا همان شبکه‌های اجتماعی در بستری از هنجارها (قواعد) و جریان‌های اطلاع‌رسانی شکل می‌گیرند (محمدی، ۱۳۸۴) و به بیان پاتنام (۲۰۰۰) بر اساس اعتماد و "هنجارهای متقابل" عمل می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر، لاین) در فضای مجازی فعال هستند که هر کدام بر مبنای موضوعات خاصی یا اهداف خاصی راه‌اندازی شده است. واتس‌آپ، یک سرویس پیام‌رسانی (چت) برای تلفن‌های همراه و پیام‌رسان سامانه‌ای نرم‌افزاری برای گوشی‌های هوشمند است. وایبر، نیز یک نرم‌افزار مالکیتی چندسکویی پیام‌رسان فوری صدا روی پروتکل اینترنت برای تلفن‌های هوشمند است. علاوه بر پیام‌رسانی متنی، کاربران می‌توانند به تبادل تصاویر، ویدئو و پیام‌های رسانه‌ای بپردازند. همچنین لاین، یک آپلیکیشن پیام‌رسان فوری مخصوص تلفن‌های هوشمند و رایانه‌های شخصی است. لاین به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا با یکدیگر به تبادل پیام‌های متنی، عکس، ویدئو و موسیقی بپردازند. (الله‌کرمی و الماسی، ۱۳۹۴)

امروزه بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر ابعاد هویت انسان، به قلمرو تازه پژوهشی تبدیل شده است. برای نمونه، "هویت ملی" (National Identity) جوانان، به‌معنای این است که فرد با ضمیر "ما" خود را متعلق به عناصر و نمادهایی نظیر تاریخ، سرزمین، دین، مفاخر فرهنگی، دولت، زبان و ادبیات ملی می‌داند و در مقابل آن احساس تعهد، وفاداری و تکلیف می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱). هویت ملی از مهم‌ترین، مشروع‌ترین و فراگیرترین انواع هویت جمعی و اجتماعی محسوب می‌شود (احمدی، ۱۳۸۱). همچنین "هویت دینی" (Religious Identity) به‌معنای پای‌بندی و اعتقاد به جوهره و ارزش‌های دین، پذیرش شعائر و

به‌کارگیری مناسب در زندگی افراد است (اشتیاقی، ۱۳۹۱). مطالعات نشان می‌دهند که این ابعاد هویتی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه اثرپذیر شده‌اند. تبیین تئوریک رابطه شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آنان بر هویت افراد از میان نظریات و چارچوب‌های تحلیلی موجود نشان می‌دهد که عضویت افراد در گروه‌های مختلف اجتماعی و محاط شدن آنان در شبکه‌های در هم تنیده اجتماعی می‌تواند به افزایش یا کاهش ابعاد هویت در آنان منتهی شود. (شهرام‌نیا، ۱۳۹۳)

مسئله اینجا است که فرد به‌تنهایی هویت و فردیت خود را نمی‌سازد، بلکه نوع تعامل با دیگری است که در مسیر زندگی روزمره هویت و خود را شکل می‌دهد. پیدایش فناوری‌های چندرسانه‌ای و تلفیق اکثر آنها در تلفن همراه، این امکان را فراهم آورد که کاربران، متناسب با شرایط روانی، نیازهای روزمره و ویژگی‌های اجتماعی و هویتی خود از این وسیله استفاده کنند. جنبه شخصی و فردیت محور بودن استفاده از تلفن همراه به کاربر امکان می‌دهد که در هنگام برقراری یک تماس، تصمیم بگیرد چه جنبه یا بُعد از ابعاد شخصیتی یا ویژگی‌های هویتی خود را بیان کند. به عبارت دیگر، فرد متناسب با شرایط ایجاد شده نقشی را که باید در هر موقعیت ایفا کند، برمی‌گزیند (گسر، ۲۰۰۲). در مجموع، از آنجا که گسترش میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در بین جوانان بسیار فراگیر شده است، اما در ایران، مطالعات چندانی در این زمینه انجام نشده است. پژوهش حاضر در صدد این است که آثار استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) را بر هویت ملی و دینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر طبس بررسی کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

برخی نظریه‌پردازان حوزه تلفن همراه به صراحت اشاره می‌کنند که باید از فرهنگ جدیدی به نام فرهنگ تلفن همراه یاد کرد به‌طوری‌که در آن با توجه به نوجویی و نوگرایی جوانان، و علاقه آنها به فناوری‌های جدید، انتظار می‌رود که بیشترین اثرپذیری فرهنگی از فناوری‌ها را این قشر به خود اختصاص دهند (گوگن، ۲۰۰۶). از سوی دیگر، به اعتقاد گلدنبرگ، اگر چه تغییرات مهمی در ویژگی‌های جامعه به‌وجود آمده، با این وجود این تغییرات به‌جای اختلال در نظم اولیه و عدم ارائه جایگزینی برای آن، تغییر انطباقی در ماهیت نظم اجتماعی است. همچنین، به اعتقاد ولمن، هر چه اندازه شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر باشد، امکان دسترسی فرد به منابع بیشتر می‌شود. همچنین شبکه‌هایی که بزرگ‌تر هستند، اجتماعی‌تر، معاشرتی‌تر، ارتباطی‌تر و از این رو حمایت‌کننده‌تر است (شاهنوشی و همکاران، ۱۳۹۱). از نظر گیدنز، پایگاه تکوین نفس، امروزه، از دسترس کنترل‌های بی‌واسطه و انضمامی اجتماع فیزیکی خارج شده و به قلمرو میانجی‌های متعلق به نظام‌های باواسطه و انتزاعی نمادها نقل مکان کرده است. همچنین بین عضویت گروهی و فرایندهای تعیین هویت جدایی و فاصله افتاده، چنان‌که عضویت در یک گروه، به خودی خود در جریان تکوین هویت یگانه عامل تعیین‌کننده به‌شمار نمی‌رود. فرد اکنون در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند بدون

توجه به صفات و خصوصياتی که به واسطه تولد و اجتماعات خاستگاه خویش به آنها متصف شده است، از بین انواع و اقسام روش‌های تعیین هویت دست به گزینش بزند. ضمن اینکه در پی جدا شدن مناسبات اجتماعی از مکان فیزیکی، فرایند "از جا کندن" این امکان را برای افراد به وجود آورده است که با اتکا به قدرت تفکر انتزاعی، خود را با رده‌ها و گروه‌های گوناگون هم هویت سازند. بدین سان فرد می‌تواند، آن‌طور که می‌خواهد هویت "دیگران انتزاعی" را از آن خود کند، دیگرانی که با او از حیث برخی خصوصیات مانند رده سنی یا زمینه طبقاتی و نیازها، یا علایق، اشتراک دارند. این ویژگی زندگی مدرن، شالوده نظریه "گروه مرجع یا رهنمون" را استوار ساخته که به موجب آن، فرد می‌تواند خویش را با برخی واحدهای اجتماعی هم هویت انگارد بی‌آنکه لزومی در عضویت مستقیم در آنها ببیند. (جی دان، ۱۳۸۴)

در راستای موضوع پژوهش حاضر، مطالعاتی در خارج و داخل ایران انجام شده است. برای مثال، نامهو و همکاران (۲۰۱۵)، به "بررسی جوامع اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی در کشور کره جنوبی" پرداختند. نتایج نشان داد وابستگی به شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسیار زیادی بر هویت می‌گذارد و آنها را با بحران بی‌هویتی روبه‌رو می‌کند. فان چن (۲۰۰۸) نیز در پژوهشی به "بررسی اعتیاد جوانان به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه" پرداخت و به این نتیجه رسید که اعتیاد به تلفن همراه در دانشجویان شامل ابعاد حواس‌پرتی، عدم تحمل و کناره‌گیری است. همچنین نتایج نشان داد بین اعتیاد به این شبکه‌ها و افسردگی رابطه معناداری وجود دارد. پژوهش لیوینگستون (۲۰۰۸) نیز با "بررسی میزان استفاده از تلفن همراه" به این نتیجه رسید که استفاده از تلفن همراه در حد اعتدال باعث عزت نفس بالا، روابط اجتماعی و سخت‌کوشی می‌شود. همچنین مک‌گویگان (۲۰۰۵)، دریافت که کاربران تلفن همراه با اهداف مختلفی، نظیر پیشبرد اعتقادات دینی و مذهبی و یا حتی ارضای تمایلات شخصی خود، از تلفن همراه استفاده می‌کنند.

در ایران نیز پژوهش‌هایی در باره موضوع مطالعه حاضر انجام شده است. شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی مشابه به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی دانشجویان دانشگاه اصفهان به این نتیجه رسیدند که تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی ابعاد چهارگانه هویت ملی؛ یعنی هویت فرهنگی - اجتماعی؛ تاریخی، سیاسی و سرزمینی قوی و معنادار بود و شبکه‌های مذکور به ترتیب بر هویت فرهنگی - اجتماعی؛ هویت سیاسی؛ هویت تاریخی و هویت سرزمینی بیشترین تأثیر را داشته‌اند. اشتیاقی و همکاران (۱۳۹۱)، پژوهشی در مورد اینترنت و هویت دینی دانشجویان مازندران انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین مدت، میزان، نوع استفاده از اینترنت و پایگاه اجتماعی و اقتصادی دانشجویان با هویت دینی رابطه معناداری برقرار بوده است. در پژوهش مهرمند و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی جامعه‌شناختی تأثیر فناوری نوین اطلاعاتی ماهواره و اینترنت بر هویت دانشجویان پیام‌نور شهر بوکان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ماهواره و اینترنت به‌عنوان پدیده جدید، بیشترین

تأثیر را بر هویت جوانان داشته و بین فناوری‌های نوین (ماهواره و اینترنت) و هویت دینی و قومی پسران جوان این شهر همبستگی معناداری بود. همچنین احمدی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر تلفن همراه بر هویت شخصی مدرن جوانان شهر تهران پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده‌های چند منظوره رسانه‌ای از تلفن همراه مانند گوش دادن رادیو، موسیقی و ورود به جهان مجازی اینترنت از ویژگی‌هایی است که هویت شخصی مدرن را تقویت می‌کند و کانونی بودن فرد و خواسته‌های او را معنا می‌بخشد.

بنابراین مرور مطالب فوق نشان می‌دهد که صرف‌نظر از مزایا، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، اطلاعات بسیار گوناگون و متنوعی در اختیار افراد جامعه به‌خصوص جوانان که قشر آسیب‌پذیر جامعه هستند می‌گذارند که عدم فرهنگ‌سازی صحیح خود پیامدهایی را به دنبال دارد و بر روی تمام جوانب زندگی فردی، اجتماعی و هویت افراد تأثیرات زیادی دارد. این تأثیرات به مرور جوانان را با چالشی به نام بحران هویت روبه‌رو می‌کند که خود می‌تواند بی‌فرهنگی و بی‌هویتی را به دنبال آورد.

هدف و پرسش‌های پژوهش

هدف پژوهش حاضر بررسی ارتباط و تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر طبس بود. در این راستا، ۲ پرسش و ۵ فرضیه مورد سنجش قرار گرفت.

پرسش‌ها

۱. استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بیشتر در چه حیطه‌هایی است؟
۲. آثار تربیتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان چگونه است؟

فرضیه‌ها

۱. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت ملی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.
۲. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت دینی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.
۳. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت ملی و هویت دینی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.
۴. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت ملی و دینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی طبس تفاوت وجود دارد.

۵. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت ملی و دینی دانشجویان سال اول، دوم، سوم و چهارم دوره کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس تفاوت وجود دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش، شامل دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس به تعداد ۱۱۵۰ نفر بودند که از سه دانشکده علوم انسانی، علوم پایه و فنی مهندسی در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ انتخاب شدند ($N=1150$). با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی ساده، حجم نمونه تعداد ۲۸۸ نفر تعیین شد. از هر دانشکده تعداد ۴۸ دختر و ۴۸ پسر انتخاب شدند. مشخصات شرکت‌کنندگان در پژوهش در جدول ۱ آمده است. برحسب جنسیت، پاسخگویان تعداد ۱۴۴ نفر (۵۰٪) زن و ۱۴۴ نفر (۵۰٪) مرد بوده‌اند.

جدول ۱ مشخصات شرکت‌کنندگان

دانشجو	فراوانی	درصد
دختر	۱۴۴	۵۰
پسر	۱۴۴	۵۰

ابزارهای پژوهش شامل سه پرسشنامه بود:

۱. پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه از آنجا که برای مطالعه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه پرسشنامه استاندارد شده‌ای وجود نداشت، بنابراین براساس مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌های موجود، پرسشنامه محقق‌ساخته‌ای طراحی شد. این پرسشنامه شامل ۳۵ گویه در سه بُعد سؤال ۱ و ۲ میزان استفاده، ۳ تا ۵ میزان آگاهی خانواده‌ها و ۶ تا ۳۵ نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه است. روایی پرسشنامه از طریق روایی صوری تعیین شد که تعداد ۵ نفر از اساتید علوم اجتماعی و ۵ نفر از اساتید علوم تربیتی دانشگاه یزد روایی صوری آن را تأیید کردند. برای به‌دست آوردن پایایی آن از محاسبه آلفای کرونباخ استفاده و بر روی یک گروه ۴۰ نفری (۲۰ نفر پسر و ۲۰ نفر دختر) به‌صورت آزمایشی اجرا شد. ضریب پایایی این مقیاس برابر ۰/۹۵۸ به‌دست آمد. اعتبار آزمون نشان می‌دهد که این پرسشنامه از روایی و پایایی بالایی برخوردار است. نمره‌گذاری این پرسشنامه با بهره‌گیری از مقیاس لیکرت، به‌صورت یک پیوستار از ۵ (کاملاً موافقم) تا ۱ (کاملاً مخالفم) است.

۲. پرسشنامه هویت ملی؛ برای سنجش هویت ملی از پرسشنامه هویت ملی ۱۹ سؤال، استفاده شده است. این پرسشنامه توسط عزیززاده اقدم و همکاران (۱۳۸۹) تدوین شده است. سؤالات ۱ تا ۶ بعد تعلق مشترک، سؤالات ۷ تا ۱۱ بعد وفاداری مشترک و سؤالات ۱۲ تا

۱۹ بعد میراث مشترک هویت ملی را می‌سنجند. طیف سؤالات بر اساس مقیاس لیکرت است. سؤالات ۸، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۷، ۱۸ و ۱۹ دارای نمره‌گذاری معکوس هستند. روایی صوری این پرسشنامه بعد از تأیید کارشناسان و ناظران قابلیت اجرایی پیدا کرده است و پایایی آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ ۰/۸۶ بوده است.

۳. پرسشنامه هویت دینی. این پرسشنامه توسط گلاک و استارک برای سنجش نگرش‌ها و باورهای دینی و دینداری ساخته شده است و برای استاندارد کردن در کشورهای اروپا، آمریکا، آفریقا و آسیا (۱۹۶۵) و بر روی پیروان ادیان مسیحیت، یهودیت، اسلام اجرا شده است (به نقل از محمدرضا طالبان، ۱۳۸۷) و با دین اسلام هم انطباق یافته است. این پرسشنامه شامل ۲۶ سؤال بوده و دارای ۴ بُعد که شامل: سؤالات ۱ تا ۷ بُعد اعتقادی، سؤالات ۸ تا ۱۳ بُعد عاطفی، سؤالات ۱۴ تا ۱۹ بُعد پیامدی و سؤالات ۲۰ تا ۲۶ بُعد مناسکی بوده و سؤالات ۲۰ تا ۲۶ دارای نمره‌گذاری معکوس است. طیف نمره‌گذاری آن از صفر (کاملاً مخالف) تا ۴ (کاملاً موافق) است. این پرسشنامه به دلیل استاندارد بودن از روایی و پایایی بالایی برخوردار است. در آخرین آزمون بر روی دانشجویان آلفای کلی پرسشنامه ۰/۸۳ محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

الف. یافته‌های توصیفی

بر اساس جدول ۲ بر حسب سال تحصیلی پاسخگویان نشان می‌دهد که تعداد ۷۲ نفر (۲۵٪) در سال اول تعداد ۷۲ نفر (۲۵٪) در سال دوم تعداد ۷۲ نفر (۲۵٪) در سال سوم و تعداد ۷۲ نفر (۲۵٪) در سال چهارم مشغول به تحصیل بودند.

جدول ۲ توزیع فراوانی دانشجویان بر حسب سال تحصیلی

سال	فراوانی	درصد
اول	۷۲	۲۵
دوم	۷۲	۲۵
سوم	۷۲	۲۵
چهارم	۷۲	۲۵
کل	۲۸۸	۱۰۰

جدول ۳ توزیع فراوانی دانشجویان بر حسب دانشکده

رشته تحصیلی	فراوانی	درصد
علوم انسانی	۹۶	۳۳/۳
فنی مهندسی	۹۶	۳۳/۳
علوم پایه	۹۶	۳۳/۳
کل	۲۸۸	۱۰۰

یافته‌های جدول ۳ برحسب دانشکده تحصیلی نشان می‌دهد که تعداد ۹۶ نفر (۳۳/۳ درصد) در دانشکده علوم انسانی، ۹۶ نفر (۳۳/۳ درصد) در دانشکده فنی مهندسی، ۹۶ نفر (۳۳/۳ درصد) در دانشکده علوم پایه مشغول به تحصیل بوده‌اند.

ب. یافته‌های استنباطی

پرسش ۱. استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بیشتر در چه حیطه‌هایی است؟ بر اساس جدول ذیل، حیطه‌های استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، با میانگین ۶۶/۵۰ و انحراف استاندارد ۲۵/۲۳ مشخص شد، که در جدول آمده است.

جدول ۴ میانگین و انحراف استاندارد حیطه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه

مؤلفه	میانگین	انحراف استاندارد
تعلق مشترک	۲۷/۸۴	۶/۲۴
وفاداری مشترک	۱۹/۶۲	۴/۳۱
میراث مشترک	۳۲/۴۴	۵/۳۹
اعتقادی	۲۱/۳۳	۴/۳۹
عاطفی	۱۹/۵۴	۴/۱۸
پیامدی	۱۲/۷۲	۴/۱۱
مناسکی	۱۶/۸۳	۵/۶۸
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۵/۲۱	۲/۵۸
آگاهی خانواده	۹/۲۳	۳/۸۱
نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۶۶/۵۰	۲۵/۲۳

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که مؤلفه میراث مشترک از بین مؤلفه‌های دیگر هویت ملی دارای بیشترین میانگین ($M=32/44$) و مؤلفه وفاداری مشترک دارای کمترین میانگین ($19/62$) است. همچنین مؤلفه اعتقادی از بین مؤلفه‌های هویت دینی دارای بیشترین میانگین ($M=21/33$) و مؤلفه پیامدی دارای کمترین میانگین ($M=12/72$) است. و نحوه استفاده از بین مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی دارای بیشترین میانگین ($M=66/50$) و مؤلفه میزان استفاده دارای کمترین میانگین ($M=5/21$) است.

جدول ۵ کشیدگی، کجی، واریانس، انحراف استاندارد، میانگین، بیشینه و کمینه متغیر " نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی "

آماره	کشیدگی		کجی		واریانس	انحراف استاندارد	میانگین		بیشینه	
	خطای استاندارد	آماره	خطای استاندارد	آماره	آماره	آماره	خطای استاندارد	آماره	آماره	آماره
نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۲۸۶	-۰/۶۰۹	۰/۱۴۴	۰/۳۸۵	۶۳۶/۷۹۰	۲۵/۲۳	۱/۴۸	۶۶/۵۰	۱۳۰	۲۹

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد کشیدگی متغیر نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی منفی (۰/۶۰۹-) و کجی آن مثبت (۰/۳۸۵) شده است. همچنین دارای میانگین (M=۵۵/۵۰) و انحراف استاندارد (۲۵/۲۳) برابر با ۱۳۰ و ۲۹ است.

پرسش ۲. آثار تربیتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان چگونه است؟

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، بیشترین آثار استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به ترتیب در الگوبرداری برای پوشش و رفتار، متحول شدن باورها و اعتقادات، کاهلی در امور دینی و پنهان کردن این شبکه از خانواده است. همچنین کمترین آثار استفاده، شامل نگرانی از فاش شدن اطلاعات شخصی و افزایش اطلاعات بوده است. خلاصه این داده‌ها در جدول ذیل آمده است.

جدول ۶ بیشترین و کمترین آثار استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه برای دانشجویان

میزان استفاده	نوع استفاده	فراوانی
بیشترین	الگوبرداری برای پوشش و رفتار	۶۷/۷
	متحول شدن باورها و اعتقادات	۶۴/۲
	کاهلی در امور دینی	۶۲/۸
کمترین	نگرانی از فاش شدن اطلاعات شخصی	۲۰/۸
	افزایش اطلاعات	۲۶/۰
	کاهش هزینه‌ها	۲۳/۵

فرضیه ۱. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت ملی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.

جدول ۷ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با هویت ملی

متغیر		شبکه‌های اجتماعی	هویت ملی
شبکه‌های اجتماعی	پیرسون	۱	$-.358^{**}$
	سطح معناداری		$.000$
	تعداد	۲۸۸	۲۸۸

$0/01P<^{**}$

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه $(r = -.358)$ با هویت ملی دانشجویان رابطه منفی و معناداری دارد $(P < 0/01)$.

جدول ۸ ضریب همبستگی مؤلفه‌های شبکه اجتماعی با مؤلفه‌های هویت ملی

	تعلق مشترک	وفاداری مشترک	میراث مشترک	میزان استفاده	آگاهی خانواده	نحوه استفاده
تعلق مشترک	۱					
وفاداری مشترک	$.399^{**}$	۱				
میراث مشترک	$.346^{**}$	$.723^{**}$	۱			
میزان استفاده	$-.195^{**}$	$-.191^{**}$	$-.256^{**}$	۱		
آگاهی خانواده	$-.154^{**}$	$-.226^{**}$	$-.243^{**}$	$.536^{**}$	۱	
نحوه استفاده	$-.249^{**}$	$-.306^{**}$	$-.329^{**}$	$.656^{**}$	$.794^{**}$	۱

$0/01P<^{**}$

جدول ۹ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با مؤلفه‌های هویت ملی

	شبکه اجتماعی	تعلق مشترک	وفاداری مشترک	میراث مشترک
شبکه اجتماعی	۱			
تعلق مشترک	$-.245^{**}$	۱		
وفاداری مشترک	$.302^{**}$	$.399^{**}$	۱	
میراث مشترک	$.328^{**}$	$.346^{**}$	$.723^{**}$	۱

$0/01P<^{**}$

همان‌طور که جدول ۹ نشان می‌دهد، بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با مؤلفه تعلق مشترک $(r = -.245)$ رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین با مؤلفه وفاداری مشترک $(r = -.302)$ رابطه منفی و معناداری وجود دارد. به‌علاوه، با مؤلفه میراث مشترک $(r = -.328)$ رابطه منفی و معناداری وجود دارد $(P < 0/01)$.

فرضیه ۲. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) و هویت دینی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با هویت دینی

متغیر		شبکه‌های اجتماعی	هویت دینی
شبکه‌های اجتماعی	پیرسون	۱	$-.385^{**}$
	سطح معناداری		$.000$
	تعداد	۲۸۸	۲۸۸

$P < .01$

همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود شبکه اجتماعی ($r = -.385$) با هویت دینی دانشجویان رابطه منفی و معناداری دارد ($P < .01$).

جدول ۱۱ ضریب همبستگی مؤلفه‌های شبکه اجتماعی با مؤلفه‌های هویت دینی

	اعتقادی	عاطفی	مناسکی	پیامدی	میزان استفاده	آگاهی خانواده	نحوه استفاده
اعتقادی	۱						
عاطفی	$.687^{**}$	۱					
مناسکی	$-.364^{**}$	$-.386^{**}$	۱				
پیامدی	$.55^{**}$	$-.08^{**}$	$-.272^{**}$	۱			
میزان استفاده	$-.269^{**}$	$-.229^{**}$	$-.395^{**}$	$-.13^{*}$	۱		
آگاهی خانواده	$-.298^{**}$	$-.23^{**}$	$-.227^{**}$	$-.102$	$-.536^{**}$	۱	
نحوه استفاده	$-.331^{**}$	$-.316^{**}$	$-.368^{**}$	$-.084$	$-.656^{**}$	$-.794^{**}$	۱

$P < .05$ و $P < .01$

جدول ۱۲ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با مؤلفه‌های هویت دینی

	شبکه اجتماعی	شبکه اجتماعی	عاطفی	اعتقادی	پیامدی	مناسکی
شبکه اجتماعی	۱					
عاطفی	$-.313^{**}$	۱				
اعتقادی	$-.338^{**}$	$-.687^{**}$	۱			
پیامدی	$-.094$	$-.08^{*}$	$-.055$	۱		
مناسکی	$-.377^{**}$	$-.386^{**}$	$-.364^{**}$	$-.272^{**}$	۱	

$P < .05$ و $P < .01$

همان‌طور که جدول ۱۲ نشان می‌دهد، بین شبکه اجتماعی با مؤلفه عاطفی ($r = -.313$) رابطه منفی و معناداری، و با مؤلفه اعتقادی ($r = -.338$) رابطه منفی و معناداری وجود دارد. اما با مؤلفه پیامدی ($r = -.094$) رابطه‌ای ندارد. همچنین با مؤلفه مناسکی ($r = -.377$) رابطه منفی و معناداری وجود دارد ($P < .01$).

فرضیه ۳. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (وایبر، واتس‌آپ و لاین) و هویت دینی و ملی دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با هویت ملی و دینی

هویت ملی	هویت دینی	شبکه‌های اجتماعی	
		۱	شبکه‌های اجتماعی
	۱	-.۰/۳۵۸**	هویت دینی
۱	.۰/۴۹۰**	-.۰/۳۸۵**	هویت ملی

۰/۰۱P<***

همان‌طور که جدول ۱۳ نشان می‌دهد، بین شبکه اجتماعی با هویت دینی ($r = -.۰/۳۵۸$) رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین شبکه اجتماعی با هویت ملی ($r = -.۰/۳۸۵$) رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین بین هویت ملی با هویت دینی ($r = .۰/۴۹۰$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P < .۰/۰۱$).

فرضیه ۴. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (وایبر، واتس‌آپ و لاین) و هویت دینی و ملی دانشجویان سال اول، دوم، سوم و چهارم دوره کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی طبس تفاوت وجود دارد.

جدول ۱۴ ضریب همبستگی شبکه اجتماعی با هویت ملی و دینی و ترم تحصیلی

ترم تحصیلی	هویت ملی	هویت دینی	شبکه‌های اجتماعی	
			۱	شبکه‌های اجتماعی
		۱	-.۰/۳۵۸**	هویت دینی
	۱	.۰/۴۹۰**	-.۰/۳۸۵**	هویت ملی
۱	.۰/۰۱۷	.۰/۱۰۵	.۰/۰۴۳	ترم تحصیلی

۰/۰۱P<***

همان‌طور که جدول ۱۴ نشان می‌دهد، بین ترم تحصیلی با هویت دینی ($r = .۰/۱۰۵$) رابطه وجود ندارد. همچنین بین ترم تحصیلی با هویت ملی ($r = .۰/۰۱۷$) رابطه وجود ندارد. در نهایت، تفاوتی میان ترم تحصیلی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی ($r = .۰/۰۴۳$) وجود ندارد ($P < .۰/۰۱$).

فرضیه ۵. بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (وایبر، واتس‌آپ و لاین) و هویت دینی و ملی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی طبس تفاوت وجود دارد. برای بررسی این فرضیه از تحلیل واریانس چند متغیره و همچنین از آزمون t مستقل استفاده شد.

جدول ۱۵ میانگین و انحراف استاندارد جنسیت به تفکیک متغیرها

متغیرها	جنسیت	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
هویت دینی	پسر	۷۱/۷۳	۱۱/۳۲	۱۴۴
	دختر	۶۸/۶۱	۱۲/۳۰	۱۴۴
شبکه‌های اجتماعی	پسر	۷۸/۸۵	۲۸/۵۳	۱۴۴
	دختر	۸۳/۸۷	۳۲/۱۰	۱۴۴
هویت ملی	پسر	۸۰/۲۵	۱۲/۴۹	۱۴۴
	دختر	۷۹/۴۳	۱۳/۳۷	۱۴۴

همان‌طور که جدول ۱۵ نشان می‌دهد میانگین و انحراف استاندارد گروه پسران در متغیر هویت دینی به ترتیب برابر با ۷۱/۷۳ و ۱۱/۳۲ است و برای گروه دختران میانگین و انحراف استاندارد به ترتیب برابر با ۶۸/۶۱ و ۱۲/۳۰ است. همچنین میانگین و انحراف استاندارد گروه پسران در متغیر شبکه‌های اجتماعی به ترتیب برابر با ۷۸/۸۵ و ۲۸/۵۳ است و برای گروه دختران میانگین و انحراف استاندارد به ترتیب برابر با ۸۳/۸۷ و ۳۲/۱۰ است. همچنین میانگین و انحراف استاندارد گروه پسران در متغیر هویت ملی به ترتیب برابر با ۸۰/۲۵ و ۱۲/۴۹ است و برای گروه دختران میانگین و انحراف استاندارد به ترتیب برابر با ۷۹/۴۳ و ۱۳/۳۷ است.

جدول ۱۶ نتایج بررسی همگنی ماتریس‌های واریانس کواریانس

Box's m	F	df1	df2	Sig
۵/۰۹۳	۰/۸۳۹	۶	۴۵۰۱۱۷/۴۰	۰/۵۴۰

همان‌طور که از جدول ۱۶ مشاهده می‌شود چون سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است در نتیجه مفروضه همگنی ماتریس واریانس - کواریانس برقرار است ($p > 0/05$).

جدول ۱۷ تحلیل واریانس چند متغیری

اثرات	نام آزمون	مقدار	فرضیه df	اشتباه df	میزان F	سطح معناداری
گروه	آزمون اثر پیلایی	۰/۰۲۰	۳/۰۰۰	۲۸۴/۰۰۰	۱/۹۵۹	۰/۱۲۰
	آزمون لامبدای ویلکز	۰/۹۸۰	۳/۰۰۰	۲۸۴/۰۰۰	۱/۹۵۹	۰/۱۲۰
	آزمون اثر هتلینگ	۰/۰۲۱	۳/۰۰۰	۲۸۴/۰۰۰	۱/۹۵۹	۰/۱۲۰
	آزمون بزرگ‌ترین ریشه روی	۰/۰۲۱	۳/۰۰۰	۲۸۴/۰۰۰	۱/۹۵۹	۰/۱۲۰

همان‌طور که در جدول ۱۷ مشاهده می‌شود یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس چند متغیری حاکی از این است که مقدار F چند متغیری در سطح $P \leq 0.01$ از لحاظ آماری معنادار نیست. به عبارت دیگر جنسیت یک تأثیر چند متغیری معنادار بر سه متغیر وابسته نداشته است (pillais) ($F_{3,284}=0/020$, $P \geq 0.01$). در مورد هریک از متغیرهای وابسته یک تحلیل کواریانس صورت

گرفت تا معلوم شود که آیا این روند در مورد هریک از متغیرهای وابسته یکسان است یا نه. ابتدا مفروضه همسانی واریانس را بررسی کرده و سپس نتایج در جدول ۱۸ نشان داده شده است.

جدول ۱۸ نتایج بررسی همسانی واریانس

متغیر	F	df1	df2	sig
هویت دینی	۰/۶۰۶	۱	۲۸۶	۰/۴۳۷
شبکه‌های اجتماعی	۱/۱۳۶	۱	۲۸۶	۰/۲۸۷
هویت ملی	۲/۱۶۱	۱	۲۸۶	۰/۱۴۳

این جدول همگنی واریانس‌ها را برای تمامی متغیرها نشان می‌دهد. از آنجایی که سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵ است فرض همگنی واریانس‌ها برای تمامی متغیرها برقرار است ($p > 0.05$).

جدول ۱۹ نتایج بررسی واریانس تک‌متغیره

	Ss	Df	Ms	F	sig	eta
هویت دینی	۶۸۲/۰۳	۱	۶۸۲/۰۳	۴/۹۴	۰/۰۲۷	۰/۰۱۷
شبکه‌های اجتماعی	۱۷۶۲/۵۲	۱	۱۷۶۲/۵۲	۱/۹۴	۰/۱۶۴	۰/۰۰۷
هویت ملی	۴۷/۳۶	۱	۴۷/۳۶	۰/۲۸۶	۰/۵۹۳	۰/۰۰۱

جدول ۱۹ نتایج تحلیل واریانس یک راهه نشان می‌دهد که فقط در هویت دینی میان گروه دختران و پسران تفاوت معناداری وجود دارد. ولی در بقیه متغیرها میان گروه دختران و پسران تفاوتی وجود ندارد.

جدول ۲۰ نتایج بررسی t مستقل در نمرات دختران و پسران در متغیرهای هویت ملی و هویت دینی

آماره	آزمون لون		آزمون				برابری میانگین‌ها		
			T	درجه آزادی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	اختلاف خطای استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵٪	
	متغیر	F	سطح معناداری					۱ ۳	۲ ۳
هویت دینی	۱/۱۳۶	۰/۲۸۷	-۱/۳۹	۲۸۶	۰/۱۶۴	-۵/۰۱	۳/۵۹	-۱۲/۰۹	۲/۰۵
شبکه‌های اجتماعی	۰/۶۰۶	۰/۴۳۷	۲/۲۲	۲۸۶	۰/۰۲۷	۳/۱۲	۱/۴۰	۰/۳۵۸	۵/۸۸
هویت ملی	۲/۱۶۱	۰/۱۴۳	۰/۵۳۵	۲۸۶	۰/۵۹۳	۰/۸۲۲	۱/۵۳	-۲/۲۰	۳/۸۷

نتایج جدول ۲۰ نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در سطح ($p > 0.01$) میان دختران و پسران در هویت دینی وجود ندارد ($t = -1.39$, $df = 286$, $P = 0.164$). همچنین تفاوت معناداری در سطح ($p > 0.05$) میان دختران و پسران در شبکه‌های اجتماعی وجود ندارد ($p > 0.27$).

$t=0/22$, $df=286$, $P=0/535$) و میانگین دختران ($83/87$) بیش از میانگین پسران ($78/85$) است. این اختلاف میانگین ($3/12$) با 95% اطمینان بین کمترین مقدار ($0/358$) و بیشترین مقدار ($5/88$) است. در نهایت تفاوت معناداری در سطح ($p>0/01$) میان دختران و پسران در هویت ملی اجتماعی وجود ندارد ($t=0/535$, $df=286$, $P=0/593$).

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه (واتس‌آپ، وایبر و لاین) بر ابعاد هویت ملی و دینی جوانان تأثیر دارد. درواقع، بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و هویت ملی و هویت دینی دانشجویان رابطه معنادار و منفی وجود دارد. این پژوهش نشان داد که بیشترین آثار استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به ترتیب در الگوبرداری برای پوشش و رفتار، متحول‌شدن باورها و اعتقادات، کاهلی در امور دینی و پنهان‌کردن این شبکه‌ها از خانواده بوده است. یافته‌های پژوهش‌های شهرام‌نیا و همکاران (1393)، اشتیاقی و همکاران (1391) و مهرمند و همکاران (1388)، موافق با نتایج پژوهش حاضر است. این مطالعات تأیید کرده‌اند که شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت و باورهای افراد تأثیر فراوانی دارند. به‌علاوه، یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های کیان (1393) و (1390) هماهنگ است که نشان داد استفاده از شبکه‌های یادگیری مجازی با وجود کمک به ارتقای کنش‌های اجتماعی میان کاربران به‌ویژه دانشجویان، موجب تداوم چالش هویت آکادمیک در کاربران نیز می‌شود. همچنین نتایج مطالعه حاضر، هماهنگ با پژوهش‌های منطقی (1393) و (1389) است که مشخص کرد ارضای هیجان‌جویی در صدر کاربردهای تلفن همراه برای دانشجویان بوده است. به‌علاوه، پژوهش اخیر، برتری دانشجویان گروه دختران را در موارد استفاده چند رسانه‌ای از تلفن همراه و استفاده از تلفن همراه جهت آگاهی و برتری، و همچنین در گروه پسران در حیطه استفاده‌های ارتباطی پیشرفته، استفاده‌های آموزشی و استفاده‌های تفریحی از تلفن همراه نشان داد.

از سوی دیگر نتایج پژوهش حاضر هماهنگ با برخی مطالعات دیگر است. از جمله، نامهو (2015) به این نتیجه رسید که شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر شکل‌گیری هویت افراد دارد. از سوی دیگر، عده‌ای دیگر از پژوهشگران، پیشرفت ارتباطات را باعث رشد فرهنگی و افزایش آگاهی جوانان می‌دانند. بیوجیمپ و پارکینسون (2008) و لیونینگستون (2008) نیز معتقدند که اعتدال در استفاده از تلفن همراه به ارتقای روحی و فکری جوانان کمک می‌کند و اعتیاد به این شبکه‌ها آنها را با مشکل روحی و انگیزه منفی روبه‌رو می‌کند. پژوهش مک‌گویگان (2005) نیز مشخص کرد اهداف کاربران در استفاده از تلفن همراه، حیطه گسترده‌ای را شامل می‌شود، از پیشبرد اعتقادات دینی و مذهبی گرفته تا ارضای تمایلات شخصی؛ لوریتته (2002) نیز از فرهنگ اخیر با تعبیر شمشیر دو لبه یاد کرده است.

در تبیین یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان اظهار داشت که در فضای مجازی هویت افراد به‌گونه‌ای متفاوت از هویت دنیای واقعی نمایان‌گر می‌شود. در این راستا، نظریات مختلف تبیین‌های قابل تأملی را ارائه کرده‌اند. جی دان (۱۳۸۴) در نقد اجتماعی پست‌مدرن اظهار می‌دارد که در دنیای مجازی فرد در موقعیتی قرار می‌گیرد که می‌تواند بدون توجه به خصوصیتی که به‌واسطه تولد و اجتماعات به آنها متصف شده است، از بین انواع روش‌های تعیین هویت دست به گزینش بزند. ضمن اینکه در پی جداشدن مناسبات اجتماعی از مکان فیزیکی، فرایند "از جا کندن" این امکان را برای افراد به‌وجود آورده است که با اتکا به قدرت تفکر انتزاعی، خود را با رده‌ها و گروه‌های گوناگون هم هویت سازند. این ویژگی بارز دنیای مجازی است. بدین‌سان فرد می‌تواند، آن‌طور که می‌خواهد هویت انتزاعی را از آن خود کند، دیگرانی که با او از حیث برخی خصوصیات نظیر سن، زمینه طبقاتی، نیازها، و یا علایق، اشتراک دارند. بدین‌سان فرد می‌تواند خویش را با برخی واحدهای اجتماعی هم هویت انگارد، بی‌آنکه لزومی در عضویت مستقیم در آنها ببیند. این مسئله‌ای است که در پژوهش حاضر شواهدی از آن مشخص شد.

از سوی دیگر، نظرات پیرامون نقد شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که در فضای مجازی نه‌تنها امکان وسعت‌بخشیدن به ابعاد هویتی فرد فراهم شده است بلکه فرصت بازتعریف و بازسازی آن بیش از پیش فراهم شده است. بدین ترتیب، تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در هویت افراد، و تأثیرات آن بر ویژگی‌های فردی و روابط اجتماعی از پیامدهای هویتی این‌گونه شبکه‌ها است (منطقی، ۱۳۹۳). البته این اثرپذیری در قشر جوان، به لحاظ نوجویی و گرایش به فناوری‌های ارتباطی تلفن همراه (گوگن، ۲۰۰۶)، بیش از هر قشر دیگری نمایان است.

در مجموع می‌توان گفت اگر چه استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنت و تلفن همراه فواید زیادی نظیر هزینه کمتر، برقراری ارتباط بهتر و راحت‌تر و در اختیار قرار دادن اطلاعات بیشتر را دارند، اما برای جوانان و به‌خصوص آنهایی که فرهنگ صحیح استفاده از این شبکه‌ها را نمی‌دانند، عواقبی را به‌دنبال دارد. نحوه استفاده نادرست از شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود که جوانان با سردرگمی در این شبکه‌ها و ناراحتی خانواده‌ها و همچنین بی‌اعتقادی روبه‌رو می‌کند، که این خود برای جامعه ما که بیشترین قشر آن را جوانان تشکیل می‌دهند نگران‌کننده است.

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در روند روزمره زندگی و شکل‌گیری اعتقادات و هویت جوانان نقش بسیار پررنگی دارند. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، و به منظور ارتقای فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود:

- تقویت فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، از طریق برنامه‌ریزی‌های ملی از سوی کارشناسان و صاحب‌نظران فرهنگی، و ارتقای آگاهی افراد جامعه، و نه حذف این شبکه‌ها.

- از آنجا که شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر زندگی جوانان، به‌خصوص هویت ملی و هویت دینی آنها دارد، مسئولان، به‌خصوص صداوسیما با برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی متناسب، استفاده درست از این شبکه‌ها و آثار استفاده‌های نادرست آنها را اطلاع‌رسانی کنند.
- طراحی خدمات متنوع و رقابت با شبکه‌های اجتماعی بیگانه و به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی منطبق با هویت ملی ایرانی و فرهنگ جامعه اسلامی.

منابع

- احمدی، ثریا؛ سیدمهدی مهدی‌زاده، سیدوحید عقیلی (۱۳۸۸)، "تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران"، علوم اجتماعی: پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۶۰، اسلامی، مروارید (۱۳۹۱)، بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی، مطالعه موردی. اشتیاقی، معصومه؛ توحید علیزاده، مهرداد کاظمیان (۱۳۹۱)، "اینترنت و هویت دینی دانشجویان دانشگاه مازندران"، مطالعات ملی، شماره ۲.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمدی، تهران: نشر شیرازه.
- جی‌دان، رابرت (۱۳۸۴)، نقد اجتماعی پست‌مدرنیته، ترجمه صالح نجفی، تهران: نشر شیرازه.
- شاهنوشی، مجتبی؛ محمدرضا تاجی (۱۳۹۱)، "تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان در شهرستان شهرکرد"، مطالعات ملی، شماره ۵۱.
- شهرام‌نیا، امیرمسعود؛ راضیه مهرابی کوشکی، مهدیه پوررنجبر (۱۳۹۳)، "بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی دانشجویان دانشگاه اصفهان"، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال سوم، شماره ۸۹.
- فیدر، جان (۱۳۸۰)، جامعه اطلاعاتی، ترجمه علی رادباوه و عباس گیلوی، نشر کتابدار.
- کیان، مریم (۱۳۹۰)، "واکای فرهنگ یادگیری الکترونیکی در دانشگاه‌های ایران: یک پژوهش نظریه‌مبنایی"، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۷، شماره ۲۴.
- کیان، مریم (۱۳۹۳)، "چالش‌های آموزش مجازی: روایت آنچه در دانشگاه مجازی آموخته نمی‌شود"، مجله دانشگاهی یادگیری الکترونیکی (مدیا)، دوره ۵، شماره ۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم‌اندازهای جهانی، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران: طرح نو.
- الله‌کرمی، آزاد؛ حجت‌الله الماسی (۱۳۹۴)، بررسی و مقایسه وایبر و واتس‌آپ در آموزش عالی پیام‌نور شهریار، همایش ملی شبکه‌های اجتماعی مجازی بستی برای آموزش و یادگیری.
- محمدی، علی محمد (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و سنجش آن، تهران: نشر دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- منطق‌سی، مرتضی (۱۳۸۹)، "بررسی چگونگی کاربری دختران و پسران دانشجو از امکانات جانبی تلفن همراه"، فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، دوره ۱، شماره ۲.
- منطق‌سی، مرتضی (۱۳۹۳)، "مطالعه نحوه بهره‌گیری دانشجویان از پیامک، گالری عکس و کلیپ‌های تلفن همراه (مطالعه دانشجویان دانشگاه خوارزمی)"، مسائل اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره ۱.
- مهرمند، احد؛ حسین اشرفی سلطان‌احمدی، بهاره عزیزی‌نژاد، خسرو فقیه (۱۳۸۸) و "بررسی جامعه‌شناختی تأثیر فناوری نوین اطلاعاتی- مایه‌واره و اینترنت- بر هویت دانشجویان پسر دانشگاه پیام‌نور بوکان"، مطالعات امنیت اجتماعی، پاییز ۱۳۸۸، شماره ۱۹.

- Beauchamp, G., & Parkinson, J, (2008), Pupils' attitudes towards school science as they transfer from an ICT-rich primary school to a secondary school with fewer ICT resources: Does ICT matter? *Education and Information Technologies*, 13(2).
- Fan Chen Y (2008), *The relationship of mobile phone use to addiction and depression American college study*. Mobile Communication and social change; 2004.10.
- Geser, H (2004), *Towards sociological theory of the mobile phone*, available at: <http://socio.Ch/mobile/t-geser1.pdf>.
- Goggin, Gerard (2006), *Mobile Technology in Every day Life*, NY: Routledge.
- Livingstone, S (2008), Engaging with the media: a matter of literacy? *Communication, Culture and Critique*, 1(1).
- Lorente,s.(2002), *Youth and mobile telephones :more than a fashion* .In Villar,E.A,(EDS.), *Revista de studios de juventud Youth and mobile*. Madrid: A.G. LUIS PEREZ.
- McGuigan, J(2005), Toward a sociology of the mobile phone, *An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*,1(1).
- Namho chung,kichan nam,chulmo koo (2015), *Examining Information sharing in social networking communities: Applying theories of social Capital and Attachment* ,*Telematics*, doi: [http://dx .doi.org/10.1016/j.tele](http://dx.doi.org/10.1016/j.tele)
- Putnam, R (2000), *Bowling alone: the Collapse and Revival of American Community*, NY: Simon Schuster.€