





## **A Sociological Analysis of the Influence of Social Media on the Formation of Youth Social Identity: A Case Study of University Students in Songhor.**

**Jamal Mohammadi** , Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran, (Corresponding Author).

Email: [j.mohammadi@uok.ac.ir](mailto:j.mohammadi@uok.ac.ir)

**Azita Farahnaki** , M.A. in Sociology, Director, Technology Incubator Center of Songhor and Kolyai County, Kermanshah, Iran. Email: [azita.farahnaki@yahoo.com](mailto:azita.farahnaki@yahoo.com)

**Sorour Allahweisi** , M.A. Student in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran. Email: [sorourallahweisi@gmail.com](mailto:sorourallahweisi@gmail.com)

### **Extended Abstract**

This study aimed to investigate the impact of social networks on the formation of social identity among young people, focusing on students. Today, in the field of cyberspace studies, due to the undeniable effects of this space on the meaning-making, identification, and communication processes of users, analyzing the contexts, mechanisms, and consequences of these effects is of great importance. Sanghar County, with its predominantly young population and the presence of several active academic units, is a valuable example for studying this phenomenon; especially since its demographic composition and cultural conditions can reveal specific patterns of online interactions and identity formation. Despite the significant volume of research globally, in Iran, and especially in local cultural contexts, there are still important gaps. Most studies have either examined the overall effects of social networks or have focused solely on psychological consequences, without addressing the multifaceted dimensions of social identity. Songor County, with its predominantly young population and the presence of several active university units, is a valuable example for studying this phenomenon; especially since its demographic composition and cultural conditions can reveal specific patterns of online interactions and identity formation. Accordingly, the main purpose of this study is to analyze the effects of cyberspace on the social identity of university students in Songor City.

The research method was designed and implemented as a survey using a structured questionnaire consisting of four sections (demographic information, amount and type of use of social networks, dimensions of social identity, and challenges and opportunities). The statistical population included a number of students from Songor universities, and stratified random sampling was performed. The data were analyzed using descriptive and inferential statistical methods, including correlation tests and comparative analysis.

The results showed that there is a positive and significant relationship between the amount of use of social networks and various dimensions of social identity - including a sense of belonging, social acceptance, and self-expression. It was also found that although these spaces provide opportunities for the development of social capital and cultural interactions, they can also cause challenges such as identity crisis

and reduced adherence to indigenous values. The findings of this research can help policymakers and cultural managers in designing educational and media programs tailored to the needs of young people. The findings of this study emphasize the dual and transformative role of social networks in the formation of the social identity of participating students. On the one hand, these spaces provide opportunities to strengthen the sense of belonging, promote self-expression, expand communication, and increase social awareness; and on the other hand, they also bring challenges such as social anxiety, identity crisis, and reduced self-confidence. These results show that the impact of social networks on social identity is neither purely positive nor entirely negative, but multidimensional and dependent on the way of use, the type of interactions, and the content consumed. Accordingly, the findings provide valuable insights for educational policymakers, cultural managers, and researchers to develop balanced strategies to maximize the benefits and reduce the negative effects of these spaces. The findings of this study also provide deep insights into the multidimensional role of social networks in the formation of the dimensions of the social identity of participating students. Analysis of data collected from 300 students and comparison with national and international research evidence suggests that these platforms can simultaneously foster social relationships, self-expression, and awareness, while also posing significant psychological and behavioral challenges. These results highlight the dual nature of social networks and emphasize the need for balanced, evidence-based educational policies and programs.

The results of statistical analyses emphasize that the intensity and direction of these effects depend on the usage pattern, the type of content consumed, and the level of media literacy skills of users. This means that targeted, balanced, and informed use of social networks can enhance positive effects and reduce potential harms. This is in line with evidence from domestic and foreign research that has emphasized the pivotal role of media literacy and conscious management of online presence in improving the quality of social interactions. Given the duality of opportunities and threats, it is essential that educational policymakers, cultural managers, and youth activists develop comprehensive strategies for the responsible use of social networks. These strategies can include systematic training in media literacy skills, creating local platforms with rich content that is appropriate for national culture, and strengthening psychological and social support to reduce negative effects. In addition, holding workshops and interactive programs among students, professors, and communication professionals can help raise awareness and empower users in managing their social identity. From a research perspective, this study, focusing on the student community of a specific city, has explained the pattern of influence of social networks in the local socio-cultural context. However, future research on more diverse samples, comparisons between different cities, and qualitative analysis of users' lived experiences can provide a deeper understanding of the mechanisms of influence of this phenomenon.

**Keywords:** Cyberspace, identity formation, social capital, sense of belonging, challenges and opportunities.



## تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنقر)

جمال محمدی<sup>۱</sup>، آزیتا فرحناکی<sup>۲</sup>، سرور الله‌ویسی<sup>۳</sup>

### چکیده

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان، با تمرکز بر دانشجویان انجام شده است. روش تحقیق به‌صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه ساختاریافته شامل چهار بخش (اطلاعات جمعیت‌شناختی، میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ابعاد هویت اجتماعی، و چالش‌ها و فرصت‌ها) طراحی و اجرا گردید. جامعه آماری شامل تعدادی دانشجویان دانشگاه‌های سنقر بوده و نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی طبقه‌ای انجام شد. داده‌ها با بهره‌گیری از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی، شامل آزمون‌های همبستگی و تحلیل مقایسه‌ای، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد مختلف هویت اجتماعی از جمله احساس تعلق، مقبولیت اجتماعی و خود بیانگری - رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین مشخص شد که اگرچه این فضاها فرصت‌هایی برای توسعه سرمایه اجتماعی و تعاملات فرهنگی فراهم می‌کنند؛ اما می‌توانند موجب بروز چالش‌هایی مانند بحران هویت و کاهش پایداری به ارزش‌های بومی نیز شوند. یافته‌های این تحقیق می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی در طراحی برنامه‌های آموزشی و رسانه‌ای متناسب با نیازهای جوانان کمک کند.

### واژگان کلیدی

فضای مجازی، هویت، سرمایه اجتماعی، احساس تعلق، چالش‌ها و فرصت‌ها.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۳

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. (نویسنده مسئول)

[j.mohammadi@uok.ac.ir](mailto:j.mohammadi@uok.ac.ir)

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، مدیر مرکز رشد واحدهای فناور شهرستان سنقر و کلیایی، کرمانشاه، ایران  
[azita.farahnaki@yahoo.com](mailto:azita.farahnaki@yahoo.com)

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران  
[Sorourallahweisi@gmail.com](mailto:Sorourallahweisi@gmail.com)

## مقاله

در دهه‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی به یکی از اصلی‌ترین بسترهای ارتباطی و تعاملی جهان بدل شده‌اند و به شکلی بنیادین ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها را دگرگون ساخته‌اند. این پلتفرم‌ها با فراهم کردن امکان ارتباط گسترده، فوری و چندوجهی، محیطی فراهم آورده‌اند که در آن مرزهای جغرافیایی و فرهنگی کم‌رنگ شده و تعاملات اجتماعی شکل تازه‌ای یافته‌اند (Boyd & Ellison, 2007: 3). از جمله فرایندهایی که به شدت تحت تأثیر این تحول قرار گرفته، فرایند برساخت و بازنمایی هویت اجتماعی است که به طرز روزافزونی به جهان مجازی و روزمرگی آنلاین پیوند خورده است. هویت اجتماعی غالباً از احساس تعلق به گروه‌های اجتماعی و پذیرش ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای آن گروه‌ها پدید می‌آید (Tajfel & Turner, 2004). این پدیده سرشتی پویا دارد و دائماً تحت تأثیر محیط اجتماعی و فرهنگی بازتعریف می‌شود (کاستلز، ۱۴۰۲). شبکه‌های اجتماعی به دلیل ویژگی‌هایی مانند قابلیت تعامل دوسویه، امکان تولید و به اشتراک گذاری محتوا، و فراهم کردن بازخورد سریع، بستری منحصربه‌فرد برای برساخت و بازتولید هویت فراهم می‌کنند (Perez – Torrez et.al., 2024: 6). مطالعات اخیر نشان داده‌اند که الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات متفاوتی بر هویت اجتماعی کاربران داشته باشد. برای مثال، تعامل هدفمند و انتخابی در این فضاها می‌تواند به افزایش وضوح مفهوم خود، تقویت عزت‌نفس و احساس تعلق منجر شود (Avci & et.al., 2025: 9). در مقابل، استفاده افراطی یا قرارگرفتن در معرض محتویات ناسازگار با هویت فرهنگی می‌تواند چالش‌ها، اضطراب، تشویش و سردرگمی در تعلق گروهی را تشدید کند (Khalaf & et.al., 2023: 6). افزون بر این، ساختارهای الگوریتمی پلتفرم‌ها و فشارهای اجتماعی برای ایجاد تصویر ایده‌آل از خود، ممکن است منجر به شکل‌گیری هویت‌های مصنوعی و ناسازگار با واقعیت فردی شود (Arora & et.al., 2024: 7). بر همین سیاق، در محیط‌های آنلاین این احتمال به‌وفور وجود دارد که کاربران با مشاهده و مقایسه خود با دیگران، برداشت و ارزیابی جدیدی از جایگاه اجتماعی و شخصی‌شان پیدا کنند. «این مقایسه‌ها به دلیل گزینشی بودن محتوا و برجسته‌سازی موفقیت‌ها می‌تواند اثرات روان‌شناختی مضاعفی ایجاد کند» (Festinger, 1954: 5). به تعبیر گافمن، افراد در بستر دیجیتال، نمایش کنترل‌شده‌ای از خود ارائه می‌دهند که ممکن است با هویت واقعی آنها همخوانی نداشته باشد (گافمن، ۱۴۰۳).

امروزه در حوزه مطالعات فضای مجازی، به سبب اثرگذاری‌های انکارناپذیر این فضا

بر فرایندهای معناسازی و هویت‌یابی و ارتباطی کاربران، تحلیل زمینه‌ها، سازوکارها و پیامدهای این اثرگذاری‌ها حائز اهمیت والایی است. از آنجا که جهان سایبری به طرز بی‌سابقه‌ای امکان خود - اظهار، خویش‌نمایی<sup>۲</sup> و خود - افشایی<sup>۳</sup> افراد در یک اجتماع گسترده را فراهم آورده است (احمدی و عسگرزاده، ۱۳۹۹: ۲۷۴)، لذا بخش اعظم این مطالعات درصدد تبیین و فهم علل و معانی برساخت این زندگی اجتماعی نوین در اجتماعات آنلاین هستند. به علاوه، این مطالعات نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی اکنون همان اندازه که عرصه تولید و نمایش‌اند، میدان مصرف نیز هستند. و مصرف در جامعه رسانه‌محور فعلی نه صرفاً امری اقتصادی، بلکه فرایندی اجتماعی فرهنگی است که عنصری نمادین را در خود نهفته دارد (باکاک، ۱۳۸۱: ۱۰۴). به بیان دیگر، مصرف رسانه‌ای اینک همان نظام تعیین‌کننده آرایش نشانه‌ها و چیدمان نمادها، و در عین حال نوعی نوعی سازوکار هویت‌بخش و ساختار مبادله است. به تعبیر بودریار، «مصرف، نظامی از دلالت‌هاست. مصرف نوعی زبان است که در چارچوب آن، هر کالای مصرفی‌ای نشانه‌ای تلقی می‌شود» (بودریار، ۱۳۹۵: ۱۰۷-۱۰۸).

با وجود حجم قابل‌توجه پژوهش‌ها در سطح جهانی، در ایران و به‌ویژه در بافت‌های فرهنگی بومی، همچنان خلأهای مهمی وجود دارد. اغلب پژوهش‌ها یا به بررسی کلی اثرات شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند، یا صرفاً بر پیامدهای روان‌شناختی تمرکز داشته‌اند، بدون آنکه به ابعاد چندوجهی هویت اجتماعی بپردازند. شهرستان سنقر، با جمعیتی عمدتاً جوان و حضور چند واحد دانشگاهی فعال، نمونه‌ای ارزشمند برای مطالعه این پدیده است؛ به‌ویژه که ترکیب جمعیتی و شرایط فرهنگی آن می‌تواند الگوهای خاصی از تعاملات آنلاین و شکل‌گیری هویت را آشکار سازد. بر این اساس، هدف اصلی این پژوهش، تحلیل اثرات فضای مجازی بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنقر است. این پژوهش با رویکرد کمی و با استفاده از یک پرسشنامه ساختاریافته در چهار بخش (اطلاعات جمعیت‌شناختی، میزان و الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ابعاد هویت اجتماعی، و چالش‌ها و فرصت‌ها) انجام شده است. تحلیل داده‌ها به کمک روش‌های آماری توصیفی و استنباطی انجام می‌شود تا همبستگی‌ها و الگوهای معنادار میان متغیرها شناسایی و تفسیر شوند.

## پیشینه پژوهش

پژوهش‌های جامعه‌شناختی درباره اثرات فضای مجازی بر هویت، زندگی روزمره، سبک‌های زندگی، دگرذیسی ارزش‌ها و کنش‌های کاربران، هم در داخل کشور و هم در خارج بسیار انجام شده‌اند. به‌عنوان چند مورد از نمونه‌های انجام‌شده در داخل می‌توان به کارهای کسانی همچون بیگوند و همکاران (۱۴۰۰)، غنی‌زاده (۱۳۹۸)، بیچرانلو و بوالی (۱۴۰۰)، ذکائی و همکاران (۱۳۹۹)، باقری و همکاران (۱۴۰۰)، کیا و نیک‌بخش (۱۴۰۲) و راودراد و همکاران (۱۴۰۰) اشاره کرد. عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی پیمایشی باعنوان «تأثیر استفاده از فیس‌بوک بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهر اصفهان» دریافتند که استفاده مداوم از فیس‌بوک با تغییرات معنادار در هویت فرهنگی و اجتماعی دانشجویان همراه است. همچنین معمار و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود باعنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت» این نتیجه رسیدند که فعالیت در فضاها می‌تواند تعلق گروهی، ابراز هویت فردی و مقبولیت اجتماعی دانشجویان را ارتقا دهد. پژوهش سازمان صداوسیما نیز (۱۴۰۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی با ایجاد امکان تبادل فرهنگی، هم می‌توانند هویت فرهنگی جوانان را تقویت کنند و هم در صورت نبود سواد رسانه‌ای، موجب تضعیف ارزش‌های بومی شوند. همچنین، آزادارمکی و آرمان (۲۰۰۵) در مطالعه‌ای پیرامون جهانی‌شدن و هویت در ایران نشان دادند که فضای مجازی عرصه‌ای برای بازتعریف سنت و مدرنیته و محل بروز کشمکش‌های هویتی است و سرانجام، امیرپور و طالب‌دوست (۱۴۰۱) در مقاله «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی و سبک زندگی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان مشهد» به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند موجب تقویت هویت فردی و اجتماعی شود و هم به بروز نوعی آشفتگی هویتی بینجامد.

پژوهش‌های خارجی نیز به ابعاد متنوع این موضوع پرداخته‌اند. بوید و الیسون (۲۰۰۷) در پژوهشی پیرامون شبکه‌های اجتماعی و نوجوانان نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای تجربه هویت، گسترش تعاملات و در عین حال منبع فشارهای روانی ناشی از مقایسه اجتماعی هستند. مارویک (۲۰۱۳) نیز به «فرهنگ شهرت» در فضای مجازی پرداخته و نشان داده است که کاربران در پی برندسازی فردی و کسب سرمایه اجتماعی آنلاین، هویت خود را بازنمایی می‌کنند. به‌علاوه، فضای مجازی هم به تقویت فردیت و آزادی انتخاب کمک می‌کند و هم زمینه‌ساز بحران‌های هویتی، سطحی‌شدن روابط و

از خودبیگانگی می‌شود. مشابه همین را آوسی و همکاران (۲۰۲۴) انجام داده‌اند. آن‌ها در مرور نظام‌مند پژوهش‌های انجام‌شده که ۳۲ مطالعه و بیش از ۱۹ هزار نوجوان را شامل می‌شد، نشان دادند که کیفیت تعاملات مانند مشارکت فعال، بیان اصیل و تعاملات دوطرفه ت بیش از مدت زمان استفاده، با کاهش هویتی و وضوح مفهوم خود مرتبط است. در عین حال، مقایسه اجتماعی افراطی با افزایش اضطراب هویتی همراه بود. همچنین ایرمر و همکاران (۲۰۲۳) با تمرکز بر شبکه‌های بصری مانند اینستاگرام دریافتند که مقایسه اجتماعی رو به بالا و مواجهه با محتوای «زندگی ایده‌آل» می‌تواند عزت نفس و رضایت از زندگی را کاهش دهد، اما دسترسی به جوامع حامی و محتوای آموزشی موجب تقویت خودپنداره و مهارت‌های اجتماعی می‌شود. مطالعه مک‌آیستر و همکاران نیز نشان داد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند برای گروه‌های حاشیه‌ای و اقلیت‌ها به عنوان «فضای امن هویتی» عمل کنند که در آن کاربران می‌توانند بدون فشار هنجارهای اکثریت، هویت خود را ابراز و تقویت کنند. این یافته‌ها اهمیت درک دوگانگی فرصت‌ها و تهدیدها در این فضاها را برجسته می‌کند.

مرور پیشینه نشان می‌دهد که فضای مجازی به‌مثابه یک میدان اجتماعی چندوجهی عمل می‌کند که در آن هویت کاربران نه امری ثابت، بلکه فرایندی سیال، متکثر و متأثر از ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است. این پیشینه بر اثرات دوگانه فضای مجازی بر هویت تأکید دارند: فرصت‌های بازتعریف خود و تقویت فردیت در کنار تهدیدهایی همچون بحران هویت و از خودبیگانگی. از این رو، نیاز به تبیین جامعه‌شناختی دقیق‌تر و بومی‌سازی یافته‌ها برای درک بهتر وضعیت کاربران ایرانی احساس می‌شود با وجود حجم قابل توجه پژوهش‌ها، مطالعاتی که به‌صورت متمرکز به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی در مناطق خاص با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی منحصربه‌فرد پرداخته باشند، محدود است. شهر سنقر با جمعیت جوان و حضور چند دانشگاه، نمونه‌ای است که می‌تواند الگوهای متفاوتی از استفاده و اثرپذیری را نشان دهد. بررسی این شهر می‌تواند به غنی‌تر شدن ادبیات موضوع و ارائه راهکارهای فرهنگی و آموزشی متناسب کمک کند.

## مبانی نظری پژوهش

هویت پدیده‌ای چندلایه است که همواره در تعامل میان «خود فردی» و «دیگران اجتماعی» بازتولید می‌شود. شبکه‌های اجتماعی در مقام محوری‌ترین پلتفرم‌های جهان

معاصر، نقشی کلیدی در فرایند شکل‌گیری هویت جوانان ایفا می‌کنند. این پلتفرم‌ها امکان خودبیانی، تعامل اجتماعی، و تجربه‌های نمادین و ساختاریافته‌ای فراهم می‌آورند که هویت فردی و اجتماعی نوجوانان و جوانان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). تأمل در شیوه‌های برساخت هویت در مدرنیته متأخر کاشف این واقعیت است که شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از اصلی‌ترین میانجی‌های تولید و بازتولید هویت‌ها هستند و جوانان به‌عنوان گروهی در آستانه تثبیت هویت، بیشترین تأثیر را از این فضا می‌پذیرند. اگر از منظری گافمنی به مسئله بنگریم و تعاملات اجتماعی را نوعی صحنه نمایش ایفای نقش‌های متفاوت توسط کنشگران بدانیم، آنگاه تشخیص این قضیه دشوار نخواهد بود که شبکه‌های اجتماعی مجازی این «صحنه» را گسترده‌تر کرده و امکان مدیریت تأثیرگذاری<sup>۱</sup> را آسان‌تر کرده‌اند (گافمن، ۱۴۰۳).

جوانان در این فضا از طریق انتخاب تصاویر، پست‌ها و شیوه تعاملات، هویت دلخواه خود را بازنمایی می‌کنند. اما همین امر موجب می‌شود مرز میان «خود واقعی» و «خود بازنمایی‌شده» سیال گردد و تعارض هویتی افزایش یابد. این مسئله‌ای است که آنتونی گیدنز در چارچوب آرایشی که در باب مدرنیته متأخر و پدیده بازتابندگی<sup>۲</sup> ارائه کرده است مورد بررسی قرار داده است. طبق تلقی او، کنشگران در مدرنیته رسانه‌محور کنونی دائماً هویت خود را در بستر جهان‌های واقعی و مجازی مورد بازاندیشی قرار می‌دهند و در مواجهه با گفتمان‌ها، سبک‌های زندگی و خرده‌فرهنگ‌های متنوع، مدام دست به بازتعریف هویت خود می‌زنند. این فرایند اگرچه به آزادی انتخاب و تنوع هویتی منجر می‌شود، اما می‌تواند اضطراب و ناامنی هویتی را نیز افزایش دهد (گیدنز، ۱۳۹۸).

در همین ارتباط، مانوئل کاستلز استدلال می‌کند که در جامعه شبکه‌ای معاصر ساختارهای اجتماعی جدید حول شبکه‌های اطلاعاتی سازمان یافته‌اند. هویت‌های جوانان نیز سواى تأثیرپذیری از متغیرهایی نظیر ملیت، دین و طبقه، متأثر از عضویت در شبکه‌ها و فضاهای مجازی شکل می‌گیرد. این هویت‌ها می‌توانند «هویت مشروعیت‌بخش» (وابسته به نهادهای رسمی)، «هویت مقاومت» (در تقابل با ساختار مسلط) یا «هویت پروژه‌ای» (برآمده از خلق معنا و سبک جدید زندگی) باشند. بسیاری از جوانان در شبکه‌های اجتماعی با هویت‌های پروژه‌ای خود را بازتعریف می‌کنند و از این طریق به خلق سبک‌های تازه فرهنگی و سیاسی می‌پردازند (کاستلز، ۱۴۰۲).

متفکرانی مثل تاجفیل و ترنر نیز معتقدند که بخشی از هویت افراد از تعلق به گروه‌های

1. Impression Management

2. Reflexivity

اجتماعی برمی‌خیزد و شبکه‌های اجتماعی امکان ایجاد «جوامع مجازی» حول علایق مشترک (موسیقی، بازی، سیاست یا دین) را فراهم کرده و احساس تعلق گروهی را تقویت می‌کنند. این بستر همچنین زمینه‌ای برای مقایسه مداوم خود با دیگران فراهم می‌کند که می‌تواند به افزایش یا کاهش اعتماد به نفس جوانان و تغییر در تصویر هویتی آن‌ها منجر شود (Tajfel & Turner, 2004: 3). به‌طور کلی، هویت در تعامل مستقیم با محیط اجتماعی شکل می‌گیرد و رسانه‌ها، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، به دلیل گستره و سرعت بالای تبادل اطلاعات، نقش مهمی در این فرایند ایفا می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی آنلاین به کاربران امکان می‌دهند با ایجاد پروفایل شخصی، برقراری ارتباطات متنوع، و تولید و اشتراک‌گذاری محتوا، به بازنمایی یا بازسازی هویت خود پردازند (Boyd & Ellison, 2007: 8). برخی پژوهشگران دیگر نشان داده‌اند که خودآرایی، مقایسه اجتماعی و بازخورد فوری از مکانیزم‌های کلیدی اثرگذار بر هویت در بستر دیجیتال هستند (Perez - Torrez & et.al, 2024: 5). در همین فضا است که برساخت آنچه که جامعه‌شناسان پیشتر «خودآینه‌سان» نامیده بودند با شدت و سرعت بیشتری اتفاق می‌افتد.

در کل، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بستری نوین برای ابراز وجود، تعامل اجتماعی، نمایش خویش‌شن، خود - بیانگری و برساخت و انعکاس سبک زندگی فراهم نموده‌اند. این شبکه‌ها به طیف متنوع و پرشمار کاربران امکان داده‌اند در سطوحی چندگانه، متقاطع و پویا وارد فرایند هویت‌یابی، معناسازی و لذت‌جویی شوند. حاصل این امر غالباً درنوردیده‌شدن مرزهای سنتی معنا و هویت و غلبه بر ضوابط و عرف‌های جنسیتی و نژادی و دینی بوده است. در وضعیت کنونی مدرنیته متأخر، «با ظهور تام‌وتمام فرهنگ بصری، سیطره تصاویر به امری همه‌جایی بدل شده است. تصاویر حاوی و حامل طیف وسیعی از معانی هستند و حتی مقوله‌دانی با پدیده مشاهده هرروزه تصاویر شدیداً به هم پیوند خورده‌اند. گویی دیگر دیدن دایمی تصاویر خصلت لاینفک زندگی انسان‌ها شده است» (Roze, 2001: 6). بر همین قیاس می‌توان گفت که «فضای مجازی نه مجموعه‌ای سخت‌افزار بلکه انبوهی تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب دادوستد ردوبدل می‌کنند. این فضا می‌تواند عامل اساسی در فرهنگ‌سازی و هویت‌سازی و به‌تبع آن تأثیر مهمی در روند اجتماعی‌شدن افراد داشته باشد» (Bell, 2001: 79). در نتیجه گسترش همین شبکه‌های ارتباطی است که منطق فناوری ارتباطی به تمام

1. Looking - glass self
2. Visual culture

زوایای زندگی آدمی رسوخ کرده و دیگر نه صرفاً رخدادی فناورانه بلکه نوعی تجربه فراگیر جسمانی/ روانی است (Hendrickse & et.al., 2017: 96). بدین ترتیب، «تصاویر در نحوه تجربه حضورمان در جهان و همین‌طور در شیوه شکل دادن ما به جهان‌مان نقش مهمی ایفا می‌کنند» (Leaver et.al., 2020: 55). «تصاویر اصلی‌ترین مدیوم‌های فهم و تفسیر جهان هستند و نقشی اساسی در درونی‌سازی الزام‌های اجتماعی و فرهنگی دارند. مناسبات قدرت که در تاروپود جامعه رسوخ کرده و پخش است به‌واسطه مصرف تصاویر در سوپرتکتیویته افراد درونی می‌شود» (Mirzoeff, 1999: 36). فرهنگ بصری نقش صافی‌ای دارد که واقعیت‌های پیچیده بیرونی را از خود عبور داده و با رمزگذاری آن‌ها به‌شیوه‌ای قابل فهم در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد. به بیان دیگر، از گستره بی‌کران جهان واقع دست به انتخاب می‌زند و واقعیت‌های گزیده را به‌شکلی قابل فهم به نمایش می‌گذارد.

### روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی است که با رویکرد پیمایشی انجام شده است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه ساختاریافته جمع‌آوری و سپس با بهره‌گیری از روش‌های آماری توصیفی و تحلیلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جامعه آماری شامل تعدادی از دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه‌های شهر سنقر در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴ است. با توجه به نبود آمار دقیق از تعداد کل دانشجویان، حجم نمونه با رویکرد تخمینی و باهدف پوشش مناسب جمعیت آماری، ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی ساده انجام شد تا همه دانشجویان شانس برابر برای انتخاب شدن داشته باشند.

ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای ساختاریافته با چهار بخش اصلی بود:

- اطلاعات جمعیت‌شناختی (۵ سؤال) شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل، دانشگاه و رشته تحصیلی؛
- میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی (۴ سؤال) شامل ساعت استفاده روزانه، نوع فعالیت، شبکه اجتماعی محبوب و دستگاه مورد استفاده؛
- ابعاد هویت اجتماعی (۹ سؤال) شامل شاخص‌هایی چون احساس تعلق گروهی، ابراز هویت فردی، اعتماد به نفس اجتماعی، احساس مقبولیت اجتماعی، اهمیت به هویت فرهنگی یا ملی، بیان نظرات، تأثیر بر سبک زندگی، استقلال در تصمیمات اجتماعی و شکل‌گیری ارزش‌ها و باورها. پاسخ‌ها با مقیاس

پنج‌درجه‌ای لیکرت (از ۱ = خیلی کم تا ۵ = خیلی زیاد) سنجیده شدند؛  
- چالش‌ها و فرصت‌ها (۲ سؤال) شامل مهم‌ترین نمونه‌های ناشی از مصرف شبکه‌های اجتماعی در حوزه هویت اجتماعی.

روایی محتوایی پرسشنامه از طریق نظرخواهی از ۳ نفر از متخصصان حوزه علوم اجتماعی و ارتباطات بررسی و اصلاح شد. برای سنجش پایایی، ضریب آلفای کرونباخ برای بخش سوم (ابعاد هویت اجتماعی) محاسبه شد که برابر با ۰/۸۷ به دست آمد و نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار است. انتخاب پرسشنامه ساختاریافته، حجم نمونه ۳۰۰ نفری و تحلیل‌های آماری توصیفی و استنباطی بر مبنای هدف تحقیق بوده است، یعنی شناسایی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی دانشجویان. این روش‌شناسی با اتکا به رویه‌های تثبیت‌شده در تحقیقات علوم اجتماعی و ارتباطات، مانند آنچه در مطالعات صبوری خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۲) و بوید و الیسون (۲۰۰۷) آمده، طراحی شده است. تمرکز ویژه این پژوهش بر ترکیب تحلیل کمی دقیق با دسته‌بندی یافته‌ها در چهار بخش اصلی (اطلاعات جمعیت‌شناختی، میزان استفاده، ابعاد هویت اجتماعی، و چالش‌ها و فرصت‌ها) باعث می‌شود که علاوه بر پر کردن شکاف‌های نظری موجود در ادبیات، بینش‌های کاربردی برای سیاست‌گذاران آموزشی، مدیران فرهنگی و پژوهشگران این حوزه فراهم گردد.

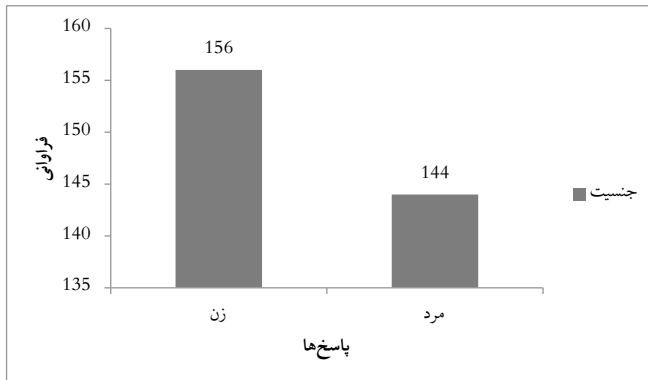
پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، داده‌ها در قالب نرم‌افزار اکسل وارد و سازمان‌دهی شدند. در مرحله نخست، داده‌ها از نظر کامل بودن بررسی و در صورت وجود خطا یا مقادیر مفقود، اصلاح شدند. سپس برای هر متغیر، شاخص‌های آمار توصیفی شامل فراوانی و درصد محاسبه شد. برای نمایش بهتر یافته‌ها، از نمودارهای ستونی و دایره‌ای جهت مقایسه گروه‌ها و توزیع پاسخ‌ها استفاده گردید. این نمودارها میزان پراکندگی و سهم هر گزینه پاسخ را در متغیرهای جمعیت‌شناختی (مانند جنسیت، سن، وضعیت تأهل، رشته تحصیلی، شبکه اجتماعی موردعلاقه و ساعت استفاده روزانه) و همچنین در ابعاد مختلف هویت اجتماعی (احساس تعلق گروهی، ابراز هویت فردی، اعتماد به نفس اجتماعی، احساس مقبولیت اجتماعی، اهمیت به هویت فرهنگی یا ملی و غیره) نشان می‌دهند. محاسبات و ترسیم نمودارها با استفاده از امکانات اکسل انجام شده و نتایج به صورت جداول و نمودار در بخش یافته‌ها ارائه گردیده‌اند.

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش حاصل تحلیل کمی داده‌های گردآوری شده از ۳۰۰ پرسشنامه تکمیل شده توسط دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنقر است که به تبیین اثرات شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری ابعاد مختلف هویت اجتماعی آنان پرداخته است. نتایج در چهار بخش اصلی، مطابق با ساختار پرسشنامه، سازماندهی شده‌اند: اطلاعات جمعیت‌شناختی، میزان و الگوی مصرف شبکه‌های اجتماعی، ابعاد هویت اجتماعی، و چالش‌ها و فرصت‌های حاصل از مصرف شبکه‌های اجتماعی. این تحلیل با بهره‌گیری از آمار توصیفی شامل توزیع فراوانی، درصد نسبی و بررسی روندهای غالب، تصویری جامع از الگوهای مصرف، اثرات ادراک شده و پیامدهای اجتماعی مصرف شبکه‌های اجتماعی برای دانشجویان ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت‌های معناداری در تجربه و برداشت دانشجویان بر اساس ویژگی‌های فردی و دانشگاهی مشاهده می‌شود و این نتایج می‌تواند مبنایی برای تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی و آموزشی هدفمند قرار گیرد.

### بخش اول: اطلاعات جمعیت‌شناختی

#### ۱. جنسیت

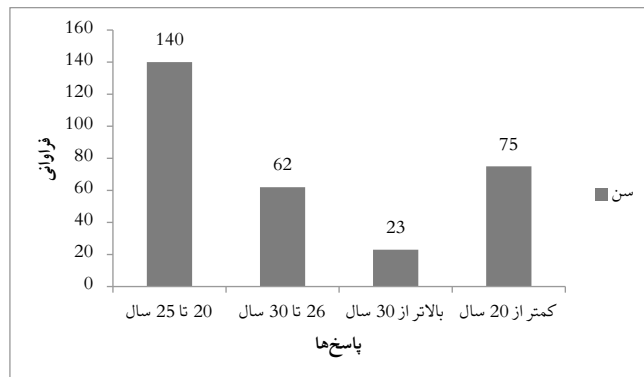


نمودار ۱. توزیع پاسخ‌گویان بر اساس جنسیت

این جدول نشان می‌دهد که از مجموع ۳۰۰ شرکت‌کننده، ۱۵۶ نفر زن (۵۲ درصد) و ۱۴۴ نفر مرد (۴۸ درصد) بوده‌اند. این توزیع تقریباً متوازن بین دو جنس، بیانگر حضور قابل توجه هر دو گروه در جامعه آماری است و زمینه مناسبی برای مقایسه دیدگاه‌ها فراهم می‌آورد. پژوهش‌های مختلف نیز نشان داده‌اند که جنسیت یکی از متغیرهای کلیدی در

الگوهای مصرف شبکه‌های اجتماعی است، طوری که مثلاً زنان بیشتر به مصرف تعاملی و ارتباطی این فضاها گرایش دارند، به‌ویژه در زمینه حفظ و تقویت روابط اجتماعی، ابراز هیجانات و به اشتراک گذاری تجارب شخصی؛ اما مردان عموماً به مصرف هدفمندتر و ابزاری‌تر تمایل دارند و به دنبال کسب اطلاعات، پیگیری اخبار و استفاده از محتوای سرگرمی یا تخصصی هستند. برخی مطالعات نیز نشان داده‌اند که زنان نسبت به مردان در معرض فشارهای بیشتری برای مدیریت خودبازنمایی و زیبایی‌شناسی آنلاین قرار دارند، در حالی که مردان بیشتر به رقابت، بازی‌های آنلاین و شبکه‌سازی حرفه‌ای توجه نشان می‌دهند. البته این تفاوت‌ها مطلق نیست و تحت تأثیر سن، طبقه اجتماعی و زمینه فرهنگی می‌تواند تغییر یابد (Shannon & et. al., 2022).

## ۲. سن

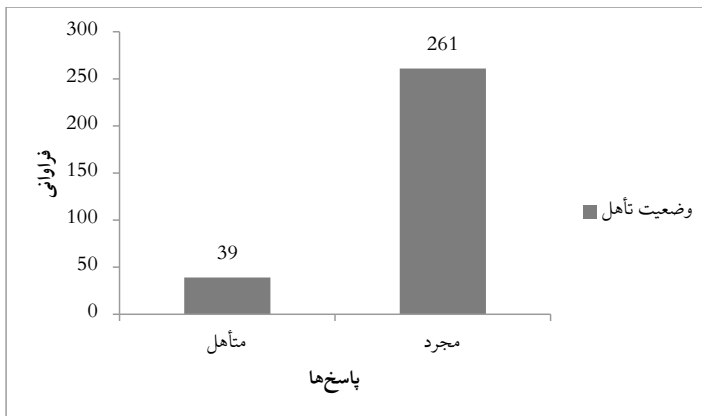


### نمودار ۲. توزیع پاسخ‌گویان بر اساس گروه‌های سنی

بیشترین سهم مربوط به گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال با ۱۴۰ نفر (۴۶/۷ درصد) است. پس از آن، کمتر از ۲۰ سال با ۷۵ نفر (۲۵ درصد) و ۲۶ تا ۳۰ سال با ۶۲ نفر (۲۰/۷ درصد) قرار دارند. کمترین سهم متعلق به گروه بالاتر از ۳۰ سال با ۲۳ نفر (۷/۷ درصد) است. این توزیع با ساختار رایج دانشجویان در دانشگاه‌های کشور همخوانی دارد. پژوهش‌های قبلی نیز نشان می‌دهند که سن عاملی تعیین‌کننده در نوع و شیوه استفاده از این فضاهاست. بدین ترتیب که دانشجویان جوان‌تر (سال‌های ابتدایی دانشگاه) بیشتر گرایش به مصرف سرگرمی‌محور، تعاملات دوستانه و تولید محتوای غیررسمی دارند، در حالی که دانشجویان سال‌های بالاتر و مقاطع تحصیلات

تکمیلی اغلب مصرف هدفمندتر و گزینشی‌تری را گزارش می‌کنند؛ مانند بهره‌گیری از شبکه‌ها برای دسترسی به منابع علمی، توسعه مهارت‌ها یا گسترش ارتباطات حرفه‌ای. همچنین، با افزایش سن، حساسیت نسبت به مدیریت زمان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود و گرایش به استفاده طولانی‌مدت و بدون هدف کاهش می‌یابد. با این وصف، این روند تحت تأثیر متغیرهایی همچون رشته تحصیلی، وضعیت اشتغال و فرهنگ دانشگاهی نیز قرار دارد (MacAlister & et. al., 2024).

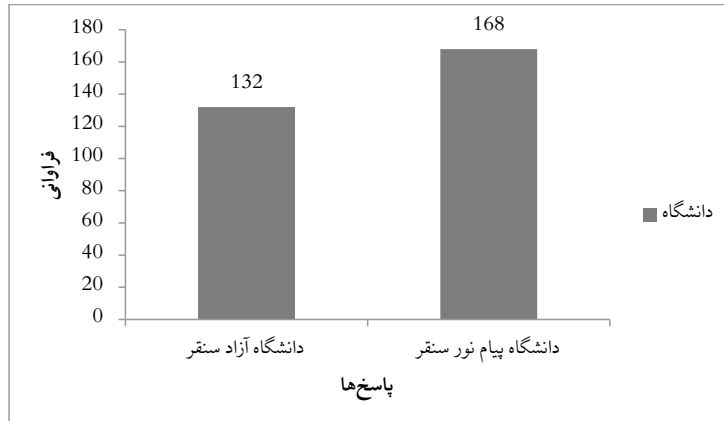
### ۳. وضعیت تأهل



نمودار ۳. وضعیت تأهل پاسخ‌گویان

اکثریت پاسخ‌دهندگان مجرد بوده‌اند (۲۶۱ نفر، ۸۷ درصد) و تنها ۳۹ نفر (۱۳ درصد) متأهل هستند. این یافته قابل انتظار است، زیرا جمعیت غالب دانشجویی در بازه سنی پیش از ازدواج قرار دارد. با این حال، چنان‌که بعداً تحلیل خواهد شد، وضعیت تأهل می‌تواند الگوهای مصرف شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان را به‌طور معناداری تحت تأثیر قرار دهد. دانشجویان مجرد که اکثریت‌اند حضور فعال‌تر و پررنگ‌تری در شبکه‌های اجتماعی دارند و از این فضاها بیشتر برای برقراری روابط جدید، تعاملات دوستانه و سرگرمی استفاده می‌کنند. اما عده‌ای کم از دانشجویان متأهل غالباً مصرف هدفمندتر و محدودتری دارند و شبکه‌های اجتماعی را بیشتر در راستای حفظ ارتباطات خانوادگی، پیگیری موضوعات آموزشی یا حرفه‌ای و مدیریت ارتباطات ضروری به کار می‌گیرند. این دانشجویان متأهل حساسیت بیشتری نسبت به حفظ حریم خصوصی و تمایل کمتری به خودافشایی در فضای مجازی دارند.

#### ۴. دانشگاه محل تحصیل



نمودار ۴. محل تحصیل دانشجویان

از کل نمونه، ۱۳۲ نفر (۴۴ درصد) در دانشگاه آزاد اسلامی سنقر و ۱۶۸ نفر (۵۶ درصد) در دانشگاه پیام نور سنقر مشغول به تحصیل بوده‌اند. این توزیع، پوشش مناسبی از دو مرکز اصلی آموزش عالی در این شهر فراهم می‌آورد. مفروض است که دانشگاه محل تحصیل بر الگوهای مصرف شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان اثرگذار است. دانشجویان دانشگاه‌های بزرگتر عموماً به مصرف گسترده‌تر و متنوع‌تری از شبکه‌های اجتماعی گرایش دارند و جهان مجازی را غیر از تعاملات شخصی و سرگرمی برای فعالیت‌های علمی، صنفی و اجتماعی نیز به کار می‌گیرند. در مقابل، دانشجویان دانشگاه‌های کوچک‌تر بیشتر به مصرف ارتباطی و حفظ روابط نزدیک خانوادگی و دوستانه گرایش نشان می‌دهند. همچنین، امکانات فناورانه، دسترسی به اینترنت پرسرعت و فضای فرهنگی اجتماعی هر دانشگاه نیز بر شدت و نوع مصرف شبکه‌های اجتماعی اثر می‌گذارد.

## ۵. رشته تحصیلی

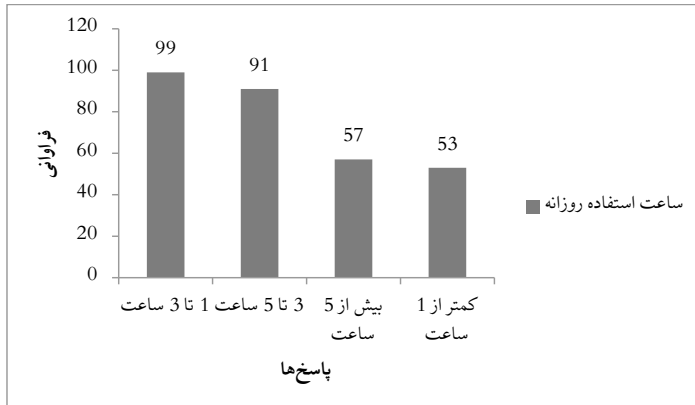


نمودار ۵. توزیع پاسخ‌گویان بر اساس رشته تحصیلی

دانشجویان رشته‌های علوم انسانی با ۱۱۶ نفر (۳۸/۷ درصد) بیشترین سهم را داشته‌اند. پس از آن رشته‌های فنی و مهندسی با ۵۷ نفر (۱۹ درصد)، علوم پایه با ۵۵ نفر (۱۸/۳ درصد)، علوم پزشکی با ۴۴ نفر (۱۴/۷ درصد) و کشاورزی با ۲۸ نفر (۹/۳ درصد) قرار دارند. می‌توان فرض کرد که دانشجویان رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی بیشتر از شبکه‌های اجتماعی برای بیان دیدگاه‌ها، اشتراک‌گذاری محتواهای فرهنگی و مشارکت در بحث‌های عمومی استفاده می‌کنند، درحالی‌که دانشجویان رشته‌های فنی و مهندسی گرایش بیشتری به بهره‌گیری از این فضاها برای دسترسی به منابع آموزشی، تبادل اطلاعات تخصصی و دنبال کردن محتوای فناورانه دارند. دانشجویان رشته‌های هنر نیز معمولاً مصرف خلاقانه‌تری از شبکه‌های اجتماعی دارند و این فضاها را به‌عنوان بستری برای نمایش آثار، خودابرازی و ارتباط با جامعه هنری به کار می‌گیرند. در کل، رشته تحصیلی نه تنها موضوعات موردعلاقه دانشجویان را شکل می‌دهد، بلکه بر میزان، هدف و سبک مصرف آنان نیز اثرگذار است. در مجموع، جامعه آماری شامل ترکیبی متوازن از نظر جنسیت، دامنه سنی گسترده با تمرکز بر گروه‌های جوان، اکثریت مجرد، حضور در دو دانشگاه اصلی شهر و تنوع قابل توجه رشته‌های تحصیلی است. این ویژگی‌ها، نمایی جامع و واقع‌بینانه از ساختار جمعیتی دانشجویان شرکت‌کننده در این پژوهش ارائه می‌دهد.

## بخش دوم: میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

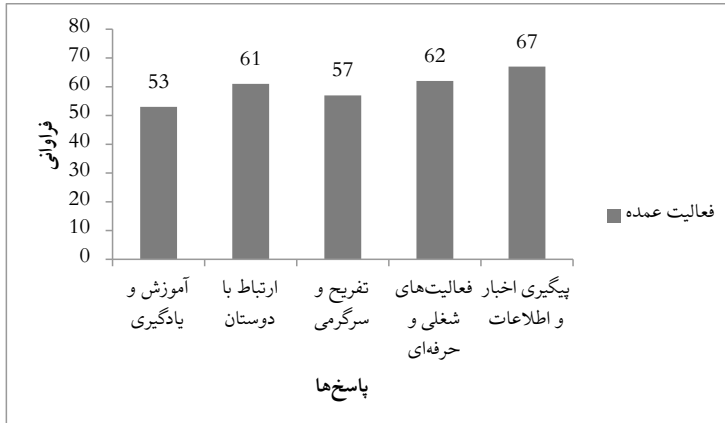
### ۱. ساعت استفاده روزانه



نمودار ۶. میانگین ساعات استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی

داده‌ها نشان می‌دهند که بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان، استفاده روزانه ۳ تا ۵ ساعت را گزارش کرده‌اند (۱۱۵ نفر، ۳۸/۳ درصد). پس از آن، استفاده ۱ تا ۳ ساعت (۹۶ نفر، ۳۲ درصد) و بیش از ۵ ساعت (۵۴ نفر، ۱۸ درصد) قرار دارند. کمترین سهم مربوط به استفاده کمتر از یک ساعت در روز است (۳۵ نفر، ۱۱/۷ درصد). این نتایج نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از دانشجویان شرکت‌کننده در این پژوهش، زمان زیادی را در این فضاها سپری می‌کنند. صرف کردن این مدت زمان طولانی را می‌توان بازتابی از تغییر در الگوهای ارتباطی و فرهنگی دانست. بدین معنا که زمان صرف‌شده در این فضا صرفاً یک شاخص کمی نیست، بلکه کنشی است که بر سرمایه اجتماعی، کیفیت تعامل‌های بین‌فردی و تجربه‌های عاطفی دانشجویان اثر می‌گذارد. این زمان صرف‌شده همچنین می‌تواند معیاری برای فهم الگوهای مصرف فرهنگی نسل جوان و نشانه‌ای از تغییر ذائقه فرهنگی و جابه‌جایی مرکز ثقل سرگرمی، اطلاع‌رسانی و حتی مشارکت سیاسی به سمت جهان دیجیتال باشد. این تغییر به‌نوبه خود هویت جمعی دانشجویان و شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های دانشجویی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بدین ترتیب، تبیین جامعه‌شناختی میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی، فراتر از سنجش اعتیاد یا وابستگی فردی، باید به درک فرآیندهای کلان‌تر اجتماعی و فرهنگی نیز معطوف باشد.

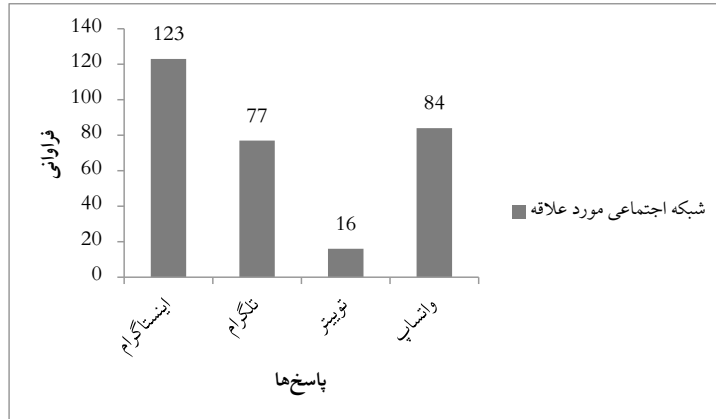
## ۲. فعالیت عمده در شبکه‌های اجتماعی



## نمودار ۷. نوع فعالیت عمده در شبکه‌های اجتماعی

بیشترین فعالیت ذکر شده توسط شرکت کنندگان، ارتباط با دوستان و خانواده است (۱۲۸ نفر، ۴۲/۷ درصد). پس از آن، دریافت و تبادل اطلاعات آموزشی (۸۴ نفر، ۲۸ درصد) و سرگرمی و تفریح (۶۶ نفر، ۲۲ درصد) قرار دارند. تنها ۲۲ نفر (۷/۳ درصد) فعالیت اصلی خود را فعالیت‌های شغلی یا اقتصادی عنوان کرده‌اند. این الگو بیانگر محوریت روابط اجتماعی در استفاده از شبکه‌هاست. به بیان دیگر، دانشجویان هنگام مصرف شبکه‌های اجتماعی عمدتاً به فعالیت‌هایی چون برقراری ارتباط با دوستان و خانواده، دنبال کردن اخبار و رویدادها، سرگرمی (تماشای ویدئو، طنز، موسیقی)، اشتراک گذاری محتوای شخصی، و نیز فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی (دسترسی به منابع، گروه‌های درسی و تبادل اطلاعات) می‌پردازند. ماهیت این فعالیت‌ها بیانگر پیوند میان نیازهای فردی و انتظارات اجتماعی است. همچنین، بازنمایی هویت فردی از طریق عکس، متن یا روایت‌های روزمره نیز اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا به آنان امکان می‌دهد در میدان رقابت نمادین جوانان حضور فعال داشته باشند. به علاوه، نوع فعالیت‌های دانشجویان نشان‌دهنده دگرذیسی شیوه‌های مصرف فرهنگی و مشارکت اجتماعی است. فضای مجازی امروزه در معنای هابرماسی بستری برای گفت‌وگو و کنش جمعی و بازتابی از تغییرات فرهنگی، بازتعریف روابط قدرت و شکل‌گیری هویت‌های نوین در جامعه معاصر است.

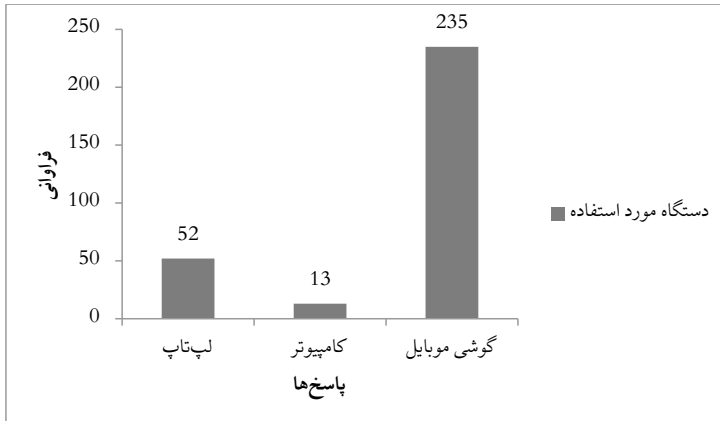
### ۳. شبکه اجتماعی مورد علاقه



نمودار ۸. شبکه اجتماعی مورد علاقه کاربران

واتساپ با ۱۲۶ نفر (۴۲ درصد) محبوب‌ترین پلتفرم در میان شرکت‌کنندگان است. پس از آن، اینستاگرام (۱۰۸ نفر، ۳۶ درصد) و تلگرام (۴۸ نفر، ۱۶ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. سایر شبکه‌ها مانند توییتر و لینکدین مجموعاً تنها ۱۸ نفر (۶ درصد) را شامل می‌شوند. این توزیع، گرایش غالب به پلتفرم‌های پیام‌رسان و محتوای بصری را نشان می‌دهد. این توزیع همچنین نشان از علاقه پاسخ‌دهندگان به برآورده شدن نیازهای ارتباطی و هویتی دارد. پلتفرم‌هایی مثل واتساپ، اینستاگرام و تلگرام با فراهم نمودن امکان ارتباط سریع، دسترسی به محتوای متنوع و بازنمایی خود در قالب عکس، متن و ویدئو، فضایی پدید می‌آورند که نیازهای عاطفی و نمادین کاربران را نسبتاً پاسخ می‌گوید. در واقع، مصرف این شبکه‌ها بخشی از فرایند سرمایه‌گذاری نمادین کاربران در ساخت و نمایش هویت شخصی و اجتماعی است. این پلتفرم‌ها، در مقام فضاهایی برای نمایش سبک زندگی و بازتولید فرهنگ تصویری، عملاً بازتابی از تحولات گسترده‌تر در جامعه معاصر و تغییر الگوهای ارتباطات و معناسازی در زیست‌جهان آدمیان است.

## ۴. دستگاه مورد استفاده

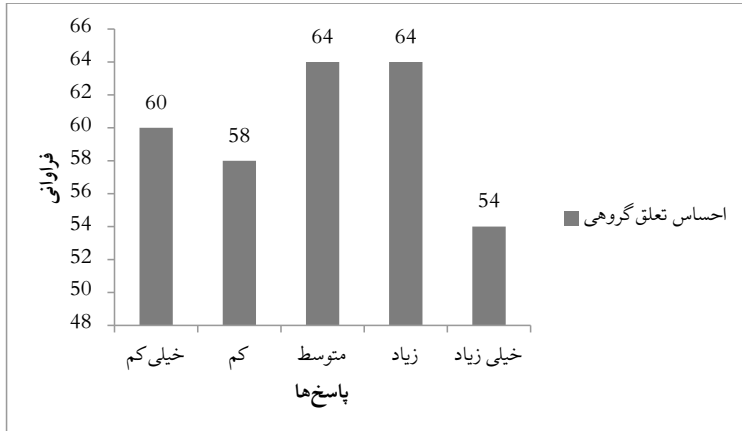


## نمودار ۹. ابزار مورد استفاده برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی

بیشترین ابزار دسترسی، گوشی هوشمند است (۲۴۹ نفر، ۸۳ درصد). پس از آن، لپ‌تاپ (۳۱ نفر، ۱۰/۳ درصد) و تبلت (۱۱ نفر، ۳/۷ درصد) قرار دارند و تنها ۹ نفر (۳ درصد) از رایانه رومیزی استفاده می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که دسترسی دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی به شدت موبایل محور است. نتایج نشان می‌دهد که الگوی استفاده دانشجویان شرکت کننده در این پژوهش، شامل صرف چندین ساعت در روز با تمرکز بر روابط اجتماعی، استفاده غالب از واتس‌آپ و اینستاگرام، و دسترسی عمدتاً از طریق گوشی‌های هوشمند است. این ویژگی‌ها باید در تحلیل اثرات شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی آنان مورد توجه قرار گیرد.

## بخش سوم: ابعاد هویت اجتماعی

### ۱. احساس تعلق گروهی



نمودار ۱۰. احساس تعلق گروهی در میان دانشجویان

۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) «زیاد» و ۵۴ نفر (۱۸ درصد) «خیلی زیاد» بودن احساس تعلق گروهی خود را گزارش کرده‌اند. در مقابل، ۶۰ نفر (۲۰ درصد) «خیلی کم» و ۵۸ نفر (۱۹/۳ درصد) «کم» را انتخاب کرده‌اند. ۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) نیز دیدگاه «متوسط» داشته‌اند. این نتایج بیانگر آن است که گرچه بخشی از دانشجویان احساس پیوند بالایی با گروه‌های اجتماعی خود دارند، اما طیف قابل توجهی نیز این پیوند را ضعیف یا متوسط ارزیابی کرده‌اند. به‌طور کلی، مصرف شبکه‌های اجتماعی رابطه تنگاتنگی با احساس تعلق گروهی دارد. دانشجویان از طریق حضور فعال در گروه‌ها، کانال‌ها و صفحات مجازی، خود را بخشی از یک اجتماع مجازی می‌بینند که ارزش‌ها، علایق و دغدغه‌های مشترک دارد. حاصل این تجربه شکل‌گیری نوعی سرمایه اجتماعی مجازی<sup>۱</sup> است که در آن پیوندهای ضعیف با افراد ناشناس یا نیمه‌آشنا، امکان دسترسی به اطلاعات و منابع جدید را فراهم می‌کند و پیوندهای قوی با دوستان نزدیک، حس امنیت و حمایت عاطفی را تقویت می‌نماید. با این وصف، تعلق گروهی در فضای مجازی معمولاً سیال، موقتی و مبتنی بر اشتراک علایق لحظه‌ای است و برخلاف گروه‌های اجتماعی سنتی، ثبات و تعهد طولانی‌مدت کمتری دارد. این امر در جای خود بازتابی از روند انعطاف‌پذیری هویت‌ها در مدرنیته متأخر است، دوره‌ای که در آن زیستن

در جهان مجازی هم برسازنده نوعی تجربه جدید تعلق گروهی است و هم در آن واحد به نوعی پراکندگی و شکنندگی در پیوندهای اجتماعی دامن می‌زند.

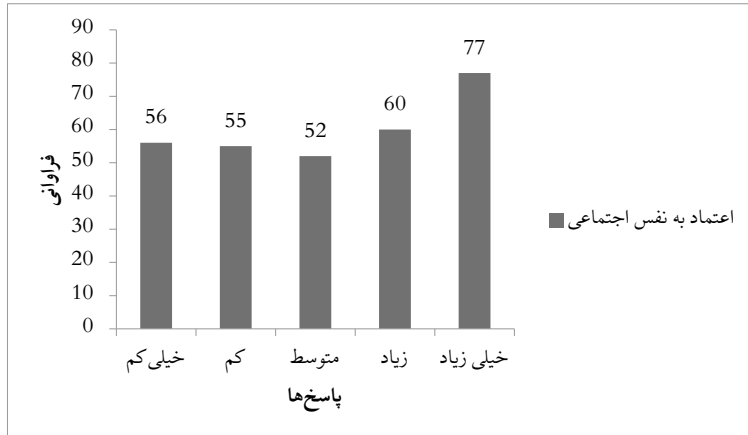
## ۲. ابراز هویت فردی



نمودار ۱۱. میزان ابراز هویت فردی در فضای مجازی

۵۱ نفر (۱۷ درصد) «زیاد» و ۶۱ نفر (۲۰/۳ درصد) «خیلی زیاد» بودن امکان ابراز هویت فردی در شبکه‌های اجتماعی را گزارش کرده‌اند. در مقابل، ۶۲ نفر (۲۰/۷ درصد) «خیلی کم» و ۵۸ نفر (۱۹/۳ درصد) «کم» را انتخاب کرده‌اند. ۶۸ نفر (۲۲/۷ درصد) نظر «متوسط» داشته‌اند. این داده‌ها نشان می‌دهد که تجربه دانشجویان در این زمینه متنوع بوده و گرایش به سطوح میانی و بالا تقریباً متوازن است. در فضای مجازی، دانشجویان از طریق انتخاب عکس پروفایل، نوع محتواهایی که به اشتراک می‌گذارند، سبک نوشتار، علایق و حتی میزان فعالیت خود، در حال خلق و بازنمایی تصویری از خود اجتماعی هستند. از منظری گافمنی، کاربران در صحنه شبکه‌های اجتماعی نقش بازیگرانی را دارند که می‌کوشند تصویری مطلوب و مدیریت شده از خود به نمایش بگذارند. در واقع، در جهان کنونی که هویت فردی به امری سیال و تکه‌تکه بدل شده، کاربران از طریق شبکه‌های اجتماعی جنبه‌های مختلف این هویت را همزمان تجربه و به نمایش بگذارند. این پدیده بیانگر گذار از هویت‌های یکپارچه و سنتی به هویت‌های چندگانه و بازاندیشانه است که در تعامل مستمر با فضای مجازی شکل می‌گیرند.

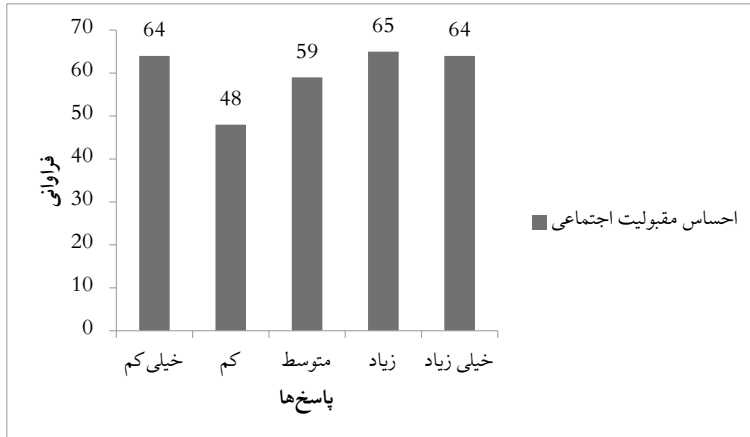
### ۳. اعتماد به نفس اجتماعی



نمودار ۱۲. اعتماد به نفس اجتماعی کاربران

۶۰ نفر (۲۰ درصد) «زیاد» و ۷۷ نفر (۲۵/۷ درصد) «خیلی زیاد» تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اعتماد به نفس اجتماعی خود را ارزیابی کرده‌اند. در مقابل، ۵۶ نفر (۱۸/۷ درصد) «خیلی کم» و ۵۵ نفر (۱۸/۳ درصد) «کم» گزارش کرده‌اند و ۵۲ نفر (۱۷/۳ درصد) دیدگاه «متوسط» داشته‌اند. این نتایج حاکی از اثر مثبت قابل ملاحظه این فضاها بر بخشی از دانشجویان است. واقعیت این است که امکان دیده شدن، دریافت بازخورد مثبت (لایک، کامنت، بازنشر) و مقایسه خود با دیگران در بستر مجازی، به کاربران احساس ارزشمندی و تأیید اجتماعی می‌دهد، فرایندی که می‌توان آن ذیل مقوله بازتاب‌پذیری هویت تفسیر کرد، بدین معنا که افراد از طریق بازخورد دیگران در شبکه‌های اجتماعی به بازتعریف تصویر خود می‌پردازند و اعتماد به نفس‌شان در ارتباط مستقیم با پذیرش یا عدم‌پذیرش اجتماعی شکل می‌گیرد. همین فرایند می‌تواند پیامدهای منفی نیز داشته باشد. مقایسه مداوم با دیگران، مواجهه با تصاویر ایدئال‌سازی‌شده و فشار برای حفظ خودنمایی مطلوب ممکن است باعث اضطراب اجتماعی، کاهش رضایت از خود و در نتیجه افت اعتماد به نفس شود. این وضعیت برآمده از سیطره نوعی فرهنگ مصرفی - نمایشی است که ارزش‌آدمیان را برحسب میزان دیده شدن و جلب توجه در شبکه‌های اجتماعی می‌سنجد؛ لذا مصرف شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند به تقویت خودباوری کمک کند و هم افراد را در چرخه مقایسه و فشار اجتماعی گرفتار سازد.

## ۴. احساس مقبولیت اجتماعی



نمودار ۱۳. احساس مقبولیت اجتماعی در فضای مجازی

۶۵ نفر (۲۱/۷ درصد) «زیاد» و ۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) «خیلی زیاد» بودن احساس مقبولیت اجتماعی را بیان کرده‌اند. در مقابل، ۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) «خیلی کم» و ۴۸ نفر (۱۶ درصد) «کم» را انتخاب کرده‌اند. ۵۹ نفر (۱۹/۷ درصد) گزینه «متوسط» را برگزیده‌اند. این الگو نشان می‌دهد که مقبولیت اجتماعی در شبکه‌ها برای برخی به‌طور محسوس تقویت شده است، اما میزان آن در کل جامعه آماری متوازن است. از آنجا که شبکه‌های اجتماعی در عصر حاضر اصلی‌ترین عرصه خویشتن‌نمایی و خود بیانگری هستند و کاربران از طریق تولید و بازنشر محتوا، تعداد لایک‌ها و کامنت‌ها، و نیز حضور در جمع‌های مجازی، نوعی سرمایه اجتماعی نمادین برای خود می‌اندوزند، لذا این فرایند دیده‌شدن، ارزیابی‌شدن، تأیید و بازخورد مثبت می‌تواند به بساخت نوعی احساس مقبولیت اجتماعی بینجامد. البته این فرایند، درعین حال، می‌تواند شکاف میان خود واقعی و خود بازنمایی شده را تشدید کند و مقبولیت اجتماعی را به شاخص‌های کمی تقلیل دهد. حتی ممکن است فشار اجتماعی و احساس طردشدگی را در میان دانشجویان تقویت کند و به بازتولید اضطراب اجتماعی و شکنندگی در تجربه‌ی پذیرش اجتماعی دامن بزند.

## ۵. اهمیت دادن به هویت فرهنگی



نمودار ۱۴. اهمیت به هویت فرهنگی یا ملی

۶۳ نفر (۲۱ درصد) «زیاد» و ۴۰ نفر (۱۳/۳ درصد) «خیلی زیاد» بودن تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر حفظ یا تقویت هویت فرهنگی/ملی را گزارش کرده‌اند. در مقابل، ۵۷ نفر (۱۹ درصد) «خیلی کم» و ۷۱ نفر (۲۳/۷ درصد) «کم» را انتخاب کرده‌اند. ۶۹ نفر (۲۳ درصد) نظر «متوسط» داشته‌اند. این یافته‌ها نشان‌دهنده دیدگاه‌های نسبتاً پراکنده در این بعد است. واقعیت این است که دانشجویان در فضای مجازی می‌توانند عناصر فرهنگی چون زبان، موسیقی، آیین‌ها، پوشش و حتی سبک‌های زیست روزمره را به اشتراک بگذارند و در معرض دیده‌شدن گسترده قرار دهند. این بازنمایی نه تنها نوعی سرمایه فرهنگی را بازتولید می‌کند، بلکه به دانشجویان امکان می‌دهد تا احساس تعلق به یک جمع فرهنگی خاص را تقویت کنند و مرزهای هویتی خود را در مقابل گروه‌های دیگر تثبیت نمایند. مصرف شبکه‌های اجتماعی در عین حال فرایند جهانی‌شدن فرهنگی را تقویت می‌کند و دانشجویان را در معرض فرهنگ‌های متنوع و گاه متعارض قرار می‌دهد. این مواجهه ممکن است دو نتیجه متفاوت داشته باشد: نخست، تقویت بازاندیشی در هویت فرهنگی و پافشاری بر مؤلفه‌های بومی در واکنش به فرهنگ مسلط جهانی؛ دوم، نوعی همسان‌سازی و کمرنگ شدن هویت فرهنگی به نفع الگوهای جهانی. بدین ترتیب، مصرف شبکه‌های اجتماعی، از آن حیث که به هویت فرهنگی دانشجویان پیوند می‌خورد، خصلتی دیالکتیکی دارد که در عین بازآفرینی هویت فرهنگی می‌تواند در جهت تضعیف و حاشیه‌رفتن آن نیز عمل کند.

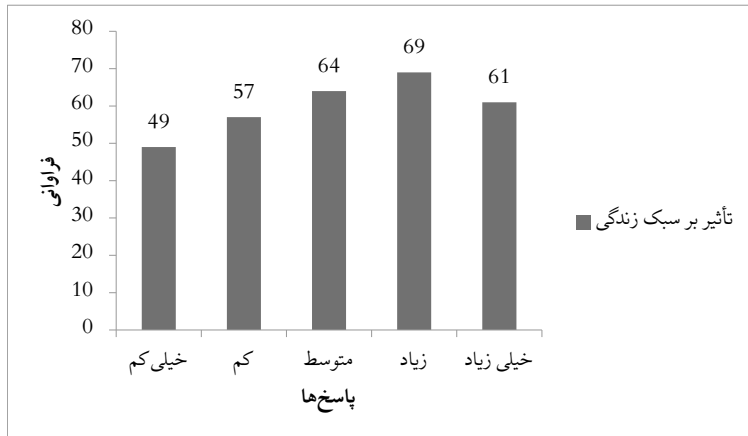
## ۶. بیان بهتر نظرات و باورها



نمودار ۱۵. بیان بهتر نظرات و باورها در شبکه‌های اجتماعی

۵۲ نفر (۱۷/۳ درصد) «زیاد» و ۷۰ نفر (۲۳/۳ درصد) «خیلی زیاد» را انتخاب کرده‌اند. در مقابل، ۵۷ نفر (۱۹ درصد) «خیلی کم» و ۶۰ نفر (۲۰ درصد) «کم» گزارش کرده‌اند و ۶۱ نفر (۲۰/۳ درصد) دیدگاه «متوسط» داشته‌اند. این نتایج گویای دوقطبی نسبی در تجربه دانشجویان از بیان نظرات و باورها در فضای مجازی است. این نتیجه حاصل آن است که شبکه‌های اجتماعی معمولاً به‌عنوان فضایی افقی و نسبتاً دموکراتیک عمل می‌کنند و افراد می‌توانند باتکیه بر ناشناسی نسبی، سهولت دسترسی و سرعت ارتباط، دیدگاه‌های خود را راحت‌تر مطرح کنند. این امر به تقویت کنش ارتباطی، افزایش اعتماد به نفس در بیان عقاید و شکل‌گیری سرمایه نمادین برای کاربران بینجامد. البته بستر مجازی الزاماً به عمق و اصالت بیشتر در بیان نظرات منتهی نمی‌شود، چراکه الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی معمولاً گرایش به ایجاد اتاق‌های پژواک دارند که در آن افراد عمدتاً با عقاید مشابه خود مواجه می‌شوند و کمتر فرصت نقد متقابل یا گفت‌وگوی واقعی را می‌یابند. در نتیجه، هرچند مصرف شبکه‌های اجتماعی به دانشجویان کمک می‌کند تا بیان نظرات و باورهایشان را تمرین و تقویت کنند، اما این بیان‌گاه بیشتر شکل نمایشی و تأییدطلبانه پیدا می‌کند تا مبنایی برای گفت‌وگوی انتقادی و ارتقای آگاهی جمعی.

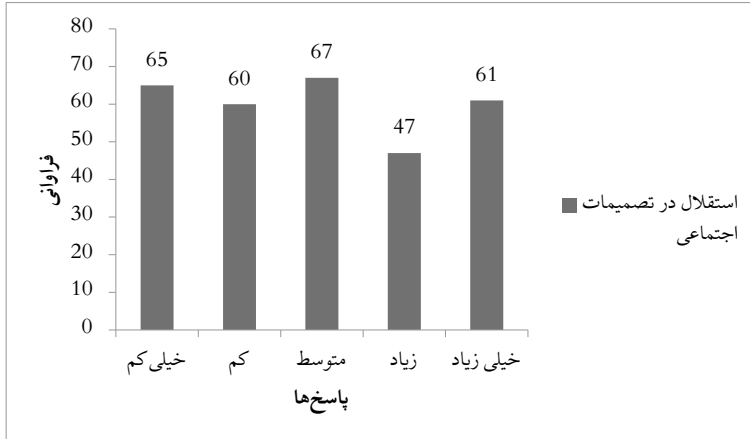
## ۷. تأثیر بر سبک زندگی



نمودار ۱۶. تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی

۶۹ نفر (۲۳ درصد) «زیاد» و ۶۱ نفر (۲۰/۳ درصد) «خیلی زیاد» تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی خود را ارزیابی کرده‌اند. در مقابل، ۴۹ نفر (۱۶/۳ درصد) «خیلی کم» و ۵۷ نفر (۱۹ درصد) «کم» را برگزیده‌اند و ۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) نظر «متوسط» داشته‌اند. این یافته‌ها بیانگر وجود تغییرات قابل ملاحظه سبک زندگی در بخش قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان است. بدین‌سان می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی نقشی پررنگ در بازتولید و دگرگونی سبک زندگی دانشجویان دارند. این فضاها با بازنمایی الگوهای مصرف، شیوه‌های پوشش، الگوهای تفریح، ذائقه‌های هنری و حتی نوع روابط اجتماعی، به‌طور غیرمستقیم دانشجویان را در جهت همسان‌سازی با جریان‌های مسلط یا مدهای جهانی سوق می‌دهند. البته نباید تصور کرد که این اثرگذاری الزاماً در جهت همسان‌سازی پیش می‌رود، چراکه فضای مجازی در عین حال بستری برای تنوع، خلاقیت و بازاندیشی در سبک زندگی نیز است. دانشجویان در اینجا با دسترسی به منابع فرهنگی گوناگون قادر می‌شوند سبک‌های جایگزین خلق کنند و حتی در برابر الگوهای مسلط مقاومت نشان دهند.

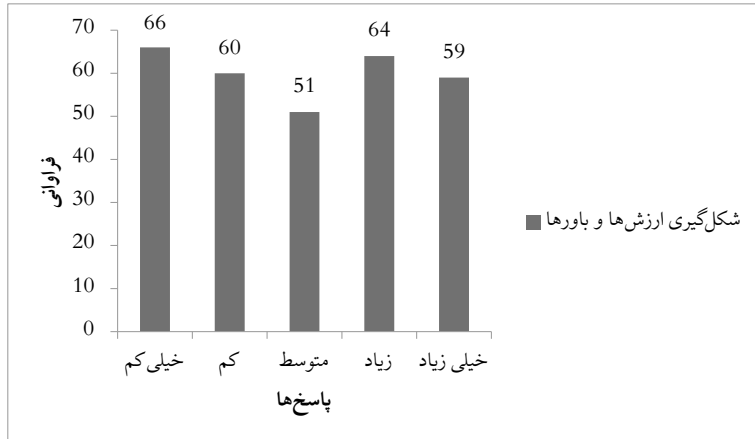
## ۸. استقلال در تصمیمات اجتماعی



نمودار ۱۷. استقلال در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی

۴۷ نفر (۱۵/۷ درصد) «زیاد» و ۶۱ نفر (۲۰/۳ درصد) «خیلی زیاد» بودن نقش شبکه‌های اجتماعی در استقلال تصمیمات اجتماعی را گزارش کرده‌اند. در مقابل، ۶۵ نفر (۲۱/۷٪) «خیلی کم» و ۶۰ نفر (۲۰ درصد) «کم» و ۶۷ نفر (۲۲/۳ درصد) «متوسط» را انتخاب کرده‌اند. این پراکندگی نشان‌دهنده نبود اجماع کلی در این زمینه است. این نتایج همچنین بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هم محرک و هم محدودکننده استقلال در تصمیمات اجتماعی دانشجویان باشند. از یک سو، این فضاها دسترسی به حجم گسترده‌ای از اطلاعات، تجربیات دیگران و دیدگاه‌های متنوع را فراهم می‌کنند و به دانشجویان امکان می‌دهند تا گزینه‌های مختلف را ارزیابی کرده و تصمیمات خود را با آگاهی بیشتری اتخاذ کنند. از سوی دیگر، فضای مجازی با الگوریتم‌ها و سازوکارهای بازخوردی، تمایل به شکل‌دهی به رفتارها و تصمیمات جمعی دارد. لایک‌ها، کامنت‌ها و بازنمایی‌های موفقیت دیگران می‌توانند فشار اجتماعی غیرمستقیم ایجاد کنند و دانشجویان را به سمت تصمیماتی سوق دهند که بیشترین تأیید یا پذیرش اجتماعی را به همراه دارد.

## ۹. شکل‌گیری ارزش‌ها و باورها



نمودار ۱۸. شکل‌گیری ارزش‌ها و باورها در میان دانشجویان

۶۴ نفر (۲۱/۳ درصد) «زیاد» و ۵۹ نفر (۱۹/۷ درصد) «خیلی زیاد» را انتخاب کرده‌اند. در مقابل، ۶۶ نفر (۲۲ درصد) «خیلی کم» و ۶۰ نفر (۲۰ درصد) «کم» و ۵۱ نفر (۱۷ درصد) «متوسط» را گزارش کرده‌اند. این نتایج بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی برای بخشی از دانشجویان تأثیر معناداری در بازتعریف ارزش‌ها داشته‌اند و نقش مهمی در شکل‌گیری و بازتولید ارزش‌ها و باورهای آنان ایفا می‌کنند. این فضاها، با فراهم آوردن دسترسی گسترده به اطلاعات، روایت‌ها و تجربیات دیگران، امکان مواجهه با دیدگاه‌ها و ارزش‌های متنوع را فراهم می‌سازند. دانشجویان می‌توانند از طریق مشاهده، تعامل و بحث در گروه‌ها و صفحات مختلف، باورهای خود را بازاندیشی کرده، هویت ارزشی خود را تقویت کنند و درک گسترده‌تری از هنجارها و ارزش‌های جمعی به دست آورند. در عین حال، الگوریتم‌ها و مکانیزم‌های انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی تمایل به تقویت اتاق‌های پژواک دارند، جایی که کمتر با دیدگاه‌های مخالف روبه‌رو می‌شوند. این امر می‌تواند به شکل‌گیری ارزش‌ها و باورهای قطبی‌شده، تقلیدی یا حتی سطحی در میان دانشجویان منجر شود.

به‌طور کلی، یافته‌ها نشان می‌دهد که اثر شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد هویت اجتماعی دانشجویان شرکت‌کننده متنوع و چندلایه است؛ برخی ابعاد مانند اعتماد به نفس اجتماعی و بیان نظرات در گروه‌های بزرگی تقویت شده‌اند، اما سایر ابعاد مانند هویت فرهنگی یا استقلال تصمیم‌گیری، توزیع متوازنی میان سطوح مختلف تأثیر دارند.

## بخش چهارم: چالش‌ها و فرصت‌ها

## ۱. چالش‌های اصلی ناشی از استفاده از شبکه‌های اجتماعی



نمودار ۱۹. چالش‌های اصلی ناشی از استفاده از شبکه‌های اجتماعی

یافته‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین چالش گزارش شده توسط دانشجویان شرکت‌کننده، اضطراب اجتماعی بوده است (۸۱ نفر، ۲۷ درصد). پس از آن، بحران هویت با ۸۰ نفر (۲۶/۷ درصد)، کاهش اعتماد به نفس با ۷۱ نفر (۲۳/۷ درصد) و سردرگمی و تردید در انتخاب‌ها با ۶۸ نفر (۲۲/۷ درصد) قرار دارند. این نتایج نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از چالش‌ها ماهیتی روان‌شناختی و مرتبط با ابعاد شخصیتی و اجتماعی کاربران دارد. اضطراب اجتماعی در میان دانشجویان مصرف‌کننده شبکه‌های اجتماعی را می‌توان محصول تعامل پیچیده میان فرد و ساختارهای اجتماعی دانست. شبکه‌های اجتماعی، با بازنمایی مداوم زندگی دیگران و ایجاد امکان مقایسه‌های بی‌پایان، فضایی را ایجاد می‌کنند که در آن دانشجویان به‌طور مداوم ارزش و جایگاه خود را نسبت به دیگران ارزیابی می‌کنند. این فرآیند مقایسه اجتماعی باعث می‌شود که دانشجویان به شکل مستمر در وضعیت هشیاری و خودنظارتی قرار گیرند. شبکه‌های اجتماعی همچنین بازتاب‌دهنده و تقویت‌کننده نابرابری‌های اجتماعی و فرهنگی نیز هستند. دانشجویانی که دسترسی به منابع فرهنگی، اقتصادی یا اجتماعی بیشتری دارند، معمولاً حضور موفق‌تر و بازخورد مثبت‌تری در این فضاها تجربه می‌کنند، در حالی که دیگران ممکن است احساس ناکامی و انزوا پیدا کنند. این عدم

توازن می‌تواند به بحران هویت و کاهش اعتماد به نفس بینجامد و رابطه دانشجویان با فضای مجازی را به رابطه‌ای همزمان وابسته و تنش‌زا تبدیل کند.

## ۲. فرصت‌های اصلی ناشی از استفاده از شبکه‌های اجتماعی



نمودار ۲۰. فرصت‌های اصلی حاصل از استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در مقابل، مهم‌ترین فرصت ذکر شده، افزایش آگاهی اجتماعی بوده است (۹۶ نفر، ۳۲ درصد). پس از آن، ابراز راحت‌تر هویت فردی با ۷۷ نفر (۲۵/۷ درصد)، یافتن دوستان و گروه‌های مشابه با ۶۶ نفر (۲۲ درصد) و تقویت اعتماد به نفس با ۶۱ نفر (۲۰/۳ درصد) قرار گرفته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دانشجویان علاوه بر بهره‌گیری از شبکه‌ها برای ارتباطات و سرگرمی، آن‌ها را بستری برای رشد فردی و گسترش آگاهی نیز می‌دانند. نتایج این بخش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی از نگاه دانشجویان شرکت‌کننده در این پژوهش، دارای دو وجه همزمان فرصت و چالش هستند. از یک سو، امکان تقویت آگاهی اجتماعی، ابراز هویت و یافتن گروه‌های همسو را فراهم می‌کنند؛ و از سوی دیگر، می‌توانند به بروز مشکلاتی نظیر اضطراب اجتماعی، بحران هویت و کاهش اعتماد به نفس منجر شوند. این دوگانگی ضرورت اتخاذ رویکردی متعادل و مدیریت شده در استفاده از شبکه‌های اجتماعی را برجسته می‌سازد.

### – تفسیر یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش بر نقش دوگانه و تحول‌آفرین شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هویت اجتماعی دانشجویان شرکت‌کننده تأکید دارد. از یک سو، این فضاها فرصت‌هایی برای تقویت احساس تعلق، ارتقای خودابرازی، گسترش ارتباطات و افزایش آگاهی

اجتماعی فراهم می‌آورند؛ و از سوی دیگر، چالش‌هایی همچون اضطراب اجتماعی، بحران هویت و کاهش اعتماد به نفس را نیز به همراه دارند. این نتایج نشان می‌دهد که تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نه صرفاً مثبت و نه کاملاً منفی، بلکه چندبعدی و وابسته به نحوه استفاده، نوع تعاملات و محتوای مصرفی است. بر این اساس، یافته‌ها بینش‌های ارزشمندی برای سیاست‌گذاران آموزشی، مدیران فرهنگی و پژوهشگران فراهم می‌کند تا راهبردهایی متوازن برای بهره‌گیری حداکثری از مزایا و کاهش اثرات منفی این فضاها تدوین کنند. یافته‌های این مطالعه همچنین بینش‌های عمیقی در مورد نقش چندبعدی شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری ابعاد هویت اجتماعی دانشجویان شرکت‌کننده ارائه می‌دهد. تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از ۳۰۰ دانشجو و مقایسه آن‌ها با پیشینه پژوهش‌های ملی و بین‌المللی بیانگر آن است که این بسترها به طور همزمان می‌توانند موجب تقویت روابط اجتماعی، خود-اظهاری، و ارتقای آگاهی شوند و در عین حال، چالش‌های روان‌شناختی و رفتاری قابل توجهی ایجاد کنند. این نتایج ماهیت دوگانه شبکه‌های اجتماعی را برجسته کرده و بر ضرورت تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی متعادل و مبتنی بر شواهد تأکید دارد.

تحلیل جمعیت‌شناختی داده‌ها حکایت از آن دارد که ترکیب نسبتاً متوازن جنسیتی و تنوع رشته‌ای و دانشگاهی، بستری مناسب برای تحلیل الگوهای متفاوت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر هویت اجتماعی فراهم می‌کند. یافته‌ها حاکی از همبستگی بین استفاده بالای روزانه (بیش از سه ساعت) و شدت اثرگذاری بر ابعاد هویت اجتماعی است؛ نتیجه‌ای که با پژوهش بوید و الیسون (۲۰۰۷) و مطالعات به‌روزتر پرز تورز (۲۰۲۴) همخوانی دارد. این مطالعات تأکید می‌کنند که مصرف پرسامد شبکه‌های اجتماعی نه تنها شدت تجارب اجتماعی را افزایش می‌دهد، بلکه می‌تواند فرآیندهای بازتعریف هویت را تسریع کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از دانشجویان شبکه‌های اجتماعی را بستری برای افزایش اعتماد به نفس، تقویت احساس تعلق و بیان آزادانه‌ی نظرات می‌دانند. این نتایج با پژوهش نصراللهی و همکاران (۱۳۹۹) و مطالعات متأخر زانگ و همکاران (۲۰۲۳) سازگار است که نشان می‌دهند اعتماد به نفس و حمایت اجتماعی آنلاین می‌تواند اثرات مثبتی بر بهزیستی روانی و اجتماعی داشته باشد. همچنین، فرصت‌هایی نظیر افزایش آگاهی اجتماعی، یافتن گروه‌های هم‌فکر و ارتقای سرمایه‌ی فرهنگی، همسو با یافته‌های ولمن (۲۰۰۱) و لیو و همکاران (۲۰۲۵) است که نشان داده‌اند هویت اجتماعی شکل‌گرفته در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به کاهش احساس

تنهایی و افزایش تاب‌آوری روانی منجر شود.

با وجود مزایای فوق‌الذکر، چالش‌هایی نظیر اضطراب اجتماعی، بحران هویت و کاهش اعتماد به نفس توسط بخشی از دانشجویان گزارش شد. این نتایج با یافته‌های تورکل (۲۰۱۷) و شواهد جدید تأیید شده توسط پرز و تورز (۲۰۲۴) همخوانی دارد که نشان می‌دهد مقایسه اجتماعی مداوم در فضای مجازی می‌تواند باعث فاصله گرفتن افراد از هویت واقعی و افزایش فشار روانی شود. علاوه بر این، در مواردی نظیر آزار سایبری، تأثیرات مثبت شبکه‌های اجتماعی بر هویت و سلامت روان تضعیف می‌شد (Zhang, et al, 2023: 3). وجود این معضلات گویای آن است که تعاملات مجازی، اگر بدون مدیریت صحیح انجام شود، ممکن است اثرات منفی بلندمدتی بر سلامت روان و انسجام اجتماعی داشته باشد. از طرف دیگر، اشاره پاسخ‌دهندگان به وجود فرصت‌ها و امکان‌هایی نظیر افزایش آگاهی اجتماعی، یافتن گروه‌های هم‌فکر و تقویت ابراز هویت نیز مؤید نتایج پژوهش‌های کاویانی و همکاران (۱۴۰۰) و ولمن (۲۰۰۱) است که نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش سرمایه اجتماعی و فرهنگی را تأیید می‌کنند. با این حال، تأیید وجود توأمان چالش‌های روان‌شناختی و رفتاری، ضرورت مداخلات آموزشی و آگاهی‌بخشی را دوچندان می‌کند.

نظر به کشف چنین یافته‌هایی روشن است که بهره‌برداری بهینه از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی و کاهش تهدیدات آن، نیازمند مداخلات آموزشی هدفمند است. آموزش سواد رسانه‌ای، ارتقای مهارت‌های ارتباطی و ایجاد فرهنگ استفاده مسئولانه از این بسترها می‌تواند اثرات منفی را کاهش دهد و اثرات مثبت را تقویت کند. متأخرترین مطالعاتی که در این حوزه انجام شده‌اند نیز بر اهمیت حمایت‌سیاستی و ایجاد چارچوب‌های نظارتی برای حفظ سلامت روانی کاربران تأکید کرده‌اند (Liu, Liu, , Lin, Wang, Zhang, & Wang, 2025: 2). به‌طور کلی، پژوهش حاضر تأیید می‌کند که شبکه‌های اجتماعی نه فقط بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی اثرگذارند، بلکه شدت و جهت این اثرات وابسته به الگوی استفاده، نوع محتوا، و مهارت‌های سواد رسانه‌ای کاربران است؛ بنابراین، هرگونه سیاست‌گذاری یا برنامه‌ریزی آموزشی باید به هر دو بعد فرصت و تهدید این فضاها توجه کند و بر ایجاد تعادل میان آن‌ها متمرکز باشد.

## نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان یکی از بسترهای اصلی ارتباطات معاصر، نقش دوگانه‌ای در شکل‌دهی ابعاد مختلف هویت اجتماعی دانشجویان شهر سنقر ایفا می‌کنند. از یک‌سو، این فضاها فرصت‌هایی ارزشمند برای تقویت احساس تعلق گروهی، ابراز هویت فردی، افزایش اعتمادبه‌نفس اجتماعی، ارتقای مقبولیت اجتماعی و گسترش آگاهی فرهنگی فراهم می‌سازند. چنین دستاوردهایی می‌توانند زمینه‌ساز رشد سرمایه اجتماعی، تعاملات مثبت میان فردی، و مشارکت فعال‌تر در زندگی دانشگاهی و اجتماعی باشند. از سوی دیگر، یافته‌ها بیانگر وجود چالش‌هایی قابل توجه از جمله بروز بحران هویت، کاهش اعتمادبه‌نفس، اضطراب اجتماعی، سردرگمی در تعلق گروهی، و کاهش انسجام فرهنگی هستند که می‌توانند پیامدهای منفی کوتاه‌مدت و بلندمدت بر سلامت روانی و یکپارچگی اجتماعی برجای گذارند.

نتایج تحلیل‌های آماری تأکید می‌کند که شدت و جهت این تأثیرات، وابسته به الگوی استفاده، نوع محتوای مصرفی، و میزان مهارت سواد رسانه‌ای کاربران است. بدین معنا که استفاده هدفمند، متعادل و مبتنی بر آگاهی از شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند اثرات مثبت را تقویت و آسیب‌های بالقوه را کاهش دهد. این امر هم‌سو با شواهد پژوهش‌های داخلی و خارجی است که بر نقش محوری سواد رسانه‌ای و مدیریت آگاهانه حضور آنلاین در ارتقای کیفیت تعاملات اجتماعی تأکید کرده‌اند. با توجه به دوگانگی فرصت‌ها و تهدیدها، ضروری است که سیاست‌گذاران آموزشی، مدیران فرهنگی، و فعالان حوزه جوانان، راهبردهایی جامع برای بهره‌برداری مسئولانه از شبکه‌های اجتماعی تدوین کنند. این راهبردها می‌تواند شامل آموزش نظام‌مند مهارت‌های سواد رسانه‌ای، ایجاد پلتفرم‌های بومی با محتوای غنی و متناسب با فرهنگ ملی، و تقویت حمایت‌های روان‌شناختی و اجتماعی برای کاهش آثار منفی باشد. علاوه بر این، برگزاری کارگاه‌ها و برنامه‌های تعاملی میان دانشجویان، اساتید و متخصصان حوزه ارتباطات می‌تواند به ارتقای آگاهی و توانمندسازی کاربران در مدیریت هویت اجتماعی خود کمک کند.

از منظر پژوهشی، این مطالعه با تمرکز بر جامعه دانشجویی یک شهر خاص، الگوی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی را در بافت فرهنگی - اجتماعی بومی تبیین کرده است. با این حال، انجام پژوهش‌های آینده بر روی نمونه‌های متنوع‌تر، مقایسه میان

تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر [...] |

شهرهای مختلف، و تحلیل کیفی تجربه‌های زیسته کاربران، می‌تواند درک عمیق‌تری از سازوکارهای اثرگذاری این پدیده فراهم آورد. همچنین، بررسی متغیرهای میانجی نظیر سرمایه فرهنگی، حمایت اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی، می‌تواند به توسعه مدل‌های تحلیلی جامع‌تر کمک کند. در مجموع، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در نقطه تلاقی نوآوری فناورانه و پویایی‌های اجتماعی قرار دارند و می‌توانند همزمان به‌عنوان محرک رشد اجتماعی و عامل بروز چالش‌های هویتی عمل کنند. بهره‌گیری آگاهانه، طراحی سیاست‌های حمایتی، و تقویت زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی، پیش‌شرط‌های کلیدی برای دستیابی به حداکثر مزایا و حداقل آسیب‌ها در این عرصه هستند.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

## منابع و مأخذ

- بیگونند، مینا؛ کاظمی، عباس و حسین بصیریان جهرمی (۱۴۰۰). سوپرمام‌ها و مفهوم مادری در فضای اینستاگرام. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۳ (۱)، ۱۳۹-۱۶۳. DOI: 10.22059/JWICA.2021.319264.1547
- بیچرانلو، عبدالله و زهره بوالی (۱۴۰۰). تصویرسازی زنان عامه از زن در اینستاگرام فارسی از طریق استعاره‌های مفهومی. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۳ (۳)، ۳۴۱-۳۶۴. <https://doi.org/10.22059/jwica.2021.324655.1611>
- ذکایی، محمدسعید، کرمی، محمدتقی و شیما فرزادمنش (۱۳۹۹). بازنمایی زندگی روزمره خانوادگی زنان ایرانی در اینستاگرام. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶ (۲۳)، ۱-۵۲. <https://doi.org/10.22054/nms.2021.51251.944>
- کاستلز، مانوئل (۱۴۰۲). *عصر اطلاعات*. ترجمه احمد علیقلیان و همکاران، تهران: انتشارات طرح نو.
- گافمن، اروینگ (۱۴۰۳). *نمود خود در زندگی روزمره*. ترجمه مسعود کیان‌پور، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). *تجدد و تشخیص*. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و سیداحمد میرمحمدتبار (۱۳۹۳). تأثیر استفاده از فیس‌بوک بر هویت فرهنگی و اجتماعی شهر اصفهان. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۷ (۱)، ۱-۲۸. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.25.001>
- غنی‌زاده، مصطفی (۱۳۹۸). شناسایی خرده‌فرهنگ‌های نمایشی و چگونگی اشاعه هنجار در شبکه اجتماعی اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۴، ۶۳-۸۱.
- معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد و فائزه خاکسار (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت. *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱ (۴)، ۱۵۵-۱۷۶.
- Adlipour, S., Ghasemi, V. and Mir Mohammad Tabar, S. A. (2014). The Effect of Facebook Social Network on Cultural Identity of Youth in Isfahan. *Journal of Iranian Cultural Research*, 7(1), 1-28. doi: 10.7508/ijcr.2014.25.001.
- Arora, S., Arora, S., & Hastings, J. (2024). The psychological impacts of algorithmic and ai-driven social media on teenagers: A call to action. In *2024 IEEE Digital Platforms and Societal Harms (DPSH)* (pp. 1-7). IEEE.
- Avcı, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Adolescent Research Review*, 10, 219-236.
- Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. Routledge.
- Beigvand, M., Kazemi, A. and Basirian Jahromi, H. (2021). Supermoms and the Concept of Motherhood in Instagram. *Journal of Woman in Culture and Arts*, 13(1), 139-163. doi: 10.22059/jwica.2021.319264.1547. [In Persian]

- Bicharanlou, A. and Bavali, Z. (2021). Depiction of ordinary women of "Femininity" through Conceptual Metaphors on Farsi Instagram. *Journal of Woman in Culture and Arts*, 13(3), 341-364. doi: 10.22059/jwica.2021.324655.1611. **[In Persian]**
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Castells, M. (1402). *The Age of Information*. Translated by Ahmad Aliqolian and colleagues, Tehran: Tarh No Publications. **[In Persian]**
- Ghanizadeh, M. (2019). Identifying performance subcultures and how norms are disseminated on the Instagram social network. *Media Studies*, 14, 63-81. **[In Persian]**
- Goffman, I. (1403). *The Representation of Self in Everyday Life*. Translated by Masoud Kianpour, Tehran: Markaz Publishing House. **[In Persian]**
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Giddens, A. (1398). *Modernity and Self-Identity*. Translated by Naser Mofavqian, Tehran: Ney Publishing House. **[In Persian]**
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100.
- Khalaf, A. M., Alubied, A. A., Khalaf, A. M., Rifaey, A. A., Alubied, A., & Rifaey, A. (2023). The impact of social media on the mental health of adolescents and young adults: a systematic review. *Cureus*, 15(8).
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures (Digital Media and Society)*. Cambridge: Polity.
- Liu, C., Liu, Y., Liu, C., Lin, R., Wang, X., Zhang, X., ... & Wang, D. (2025). The Moderated Mediating Effects of Social Media Identity and Loneliness on the Relationship Between Problematic Internet Use and Mental Health in China: Nationwide Cross-Sectional Questionnaire Study. *Journal of Medical Internet Research*, 27(1), e57907.
- McAlister, K. L., Beatty, C. C., Smith-Caswell, J. E., Yourell, J. L., & Huberty, J. L. (2024). Social media use in adolescents: bans, benefits, and emotion regulation behaviors. *JMIR Mental Health*, 11, e64626.
- Memar, S., Adlipoor, S. and Khaksar, F. (2013). Virtual Social Networks and Identity Crisis (with Emphasis on Identity Crisis in Iran). *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 1(4), 155-176. doi: 10.22059/jisr.2013.36574. **[In Persian]**
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. London: Routledge.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Visual Materials*. London: Sage.
- Pérez-Torres, V. et al. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 43(26), 22170-22180.
- Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P. J., Hellemans, K. G., & Guimond, S. (2022). Problematic so-

- cial media use in adolescents and young adults: systematic review and meta-analysis. *JMIR mental health*, 9(4), e33450.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276-293). Psychology Press.
- Turkle, S. (2017). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyber place: The rise of networked individualism. *International journal of urban and regional research*, 25(2), 227-252.
- Zhang, C., et al. (2023). Social media usage and psychological well-being: Mediating role of self-esteem and online social support. *BMC Psychology*, 11, 311. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01311-2>.
- Zokaei, M. S., karami, M. T. and FarzadManesh, S. (2020). Representation of women's everyday family life on Instagram. *New Media Studies*, 6(23), 1-52. doi: 10.22054/nms.2021.51251.944. **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.