

## تحلیل جامعه‌شناختی قوم‌گرایی مبتنی بر کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی

(مطالعه تطبیقی: شهرهای سنندج، مریوان و بیجار)

یعقوب احمدی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۳۰

### چکیده

در سال‌های اخیر و علی‌رغم پیش‌بینی بسیاری از نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی و علوم سیاسی و از جمله نظریه‌پردازان حوزه نوسازی، قومیت و قوم‌گرایی شدت بیشتر و جان تازه‌ای یافته است. ایده اصلی در سال‌های اخیر، با وجود خوش‌بینی از روند روبه‌شد همگرایی جهانی در راستای تضعیف انواع هویت‌ها، از جمله هویت قومی و وجه افراطی آن یعنی قوم‌گرایی بوده است، اما تحولات یکی دو دهه اخیر به‌ویژه آمار بالای کشته‌ها در نزاع‌های قومی، رشد افراط‌گرایی قومی - ملی در کشورهای پیشرفته صنعتی، و وقوع برگزیت همگی از وقوع روند و فرایند متفاوت از آنچه در اندیشه متفکران کلاسیک و حتی معاصر حوزه علوم اجتماعی حکایت دارد. از این‌رو، در سال‌های اخیر مجدداً توجه بیشتر به وضعیت قوم‌گرایی، علت‌های وقوع و البته اثرات مثبت و منفی آن معطوف شده است و بر این اساس، مطالعه حاضر درصدد بررسی وضعیت قوم‌گرایی در استان کردستان (سنندج، بیجار و مریوان) و اثر حضور در شبکه‌های اجتماعی بر آن برآمده است.

مطالعه حاضر توصیفی از نوع همبستگی و مبتنی بر تکنیک پیمایش انجام پذیرفته است. جامعه آماری، شهروندان شهرهای سنندج، مریوان و بیجار بوده است و حجم نمونه انتخابی ۶۱۰ نفر تعیین گردید و پرسشنامه محقق ساخته دارای اعتبار و پایایی مناسب، با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای در میان پاسخگویان توزیع گردید

اطلاعات مربوط به وضعیت تعداد ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی حاکی از آن بوده است که بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۳۸/۵ درصد افرادی هستند که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۴/۰۹ درصد که دارای کمترین فراوانی است از تویتر استفاده می‌کنند. نتایج توصیفی در رابطه با متغیر وابسته یعنی قوم‌گرایی حاوی نکات مفیدی بوده است؛ نخست آنکه در شهرهای مختلف استان کردستان، انواع متفاوتی از قوم‌گرایی برجسته است. نکته دوم اینکه شدت قوم‌گرایی سیاسی در مریوان بسیار بالا بوده و با فاصله بسیار نسبت به سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد و در بیجار تقریباً تا حدودی این وضعیت معکوس بوده و شدت قوم‌گرایی اقتصادی با تفاوت قابل‌ملاحظه بالاتر از سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد. نکته سوم، اینکه در مجموع وجه غالب قوم‌گرایی در سه شهر مریوان و سنندج و بیجار از نوع اقتصادی (۴۳/۳ درصد در کل) است که وضعیت موجود استان در شاخص‌های مختلف توسعه اقتصادی و انسانی به‌خوبی گواه این مطلب است. نتایج یافته‌ها و بررسی فرضیات حاکی از آن است که رابطه مستقیم، معنی‌دار و با شدت متوسط رو به بالایی (۰/۴۱۲) بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار وجود دارد.

کلید واژگان: نوسازی، شبکه‌های اجتماعی، رسانه، قومیت، قوم‌گرایی

۱. دکتری جامعه‌شناسی، عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور استان کردستان، Y.ahmadi@gmail.com

## مقدمه و بیان مسئله

هویت قومی<sup>۱</sup> از انواع هویت جمعی است و تشدید و برجستگی آن یکی از مسائل اجتماعی مهم جوامع چندفرهنگی است. مسئله قوم‌گرایی موضوع جدیدی نیست، اما با توجه به اهمیت روزافزون آن در فرایند ملت‌سازی و تقویت هویت و همبستگی اجتماعی عام در هر جامعه - به ویژه در شرایط جهانی شدن - بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. تنوع فرهنگی و قوم‌گرایی در اغلب کشورهای دنیا سابقه‌ای کم و بیش طولانی دارد و در برهه‌هایی از تاریخ نیز جوامع را با مشکلاتی مانند تضعیف همبستگی ملی مواجه نموده است. منظور از قوم‌گرایی، احساس هویت قومی و تلاش برای حفظ فرهنگ و میراث قومی است. از نظر سامنر، قوم‌گرایی دیدگاهی درباره‌ی چیزهاست که بر اساس آن اجتماع و گروه قومی متعلق به یک فرد مرکز همه چیزها انگاشته می‌شود و تمام گروه‌های دیگر نسبت به آن سنجیده و درجه‌بندی می‌شود، پس شخص، خود را نمونه مجسمی از فرهنگ خود می‌داند و فرض او این است که الگوها و شیوه‌های فرهنگی گروه او بهترین است و آن چه را که بر اساس آن انجام می‌دهد بر حق است (گولد و کولب، ۱۳۷۶: ۷۱۹). قوم‌گرایی، برآگاهی از تفاوت، برجستگی ذهنی آن تفاوت و بسیج شدن بر پایه تفاوت دلالت دارد (ایلر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹: ۸-۹ به نقل از گل محمدی، ۱۳۸۶: ۱۶۶). علی‌رغم تأکید رویکردهای متعارف جامعه‌شناسی بر تکوین و بسط هویت‌های جمعی عام، به‌عنوان شکل غالب و مسلط هویت‌های جمعی، بحران‌های قومی و فرهنگی اواخر سده بیستم، اعتبار نظری این رویکردها را با چالش جدی مواجه نمود (انتصار، ۱۹۹۲: ۱-۴؛ اسپوهن<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳: ۲۶۵؛ فنتون<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴: ۱۸۰-۱۸۶).

هویت قومی و وجه منازعه آمیز آن یعنی قوم‌گرایی، در جهان معاصر و متأثر از فرایندهای جهانی‌شدن و ارتباطات جهان‌شمول از جمله برجستگی شبکه‌های اجتماعی، اشکال و انواع مختلفی با شدت‌های متفاوتی یافته است. در این راستا، توسعه سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، شرایط نوینی در جهان ایجاد کرده که با تکیه بر آن میزان کنترل و هدایت جریان‌های مختلف سیاسی در کنار روابط تعاملی و بین‌المللی میان کشورها دستخوش تغییر شده است. کاستلز معتقد است جهانی‌شدن و اطلاعاتی شدن که به دست شبکه‌های ثروت، تکنولوژی و قدرت انجام می‌گیرد، جهان ما را دگرگون

۱. Ethnic Identity

۲. Eller

۳. Spohn

۴. Fenton

می‌سازد (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۶). بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است که دانیل بل آن را جامعه فراصنعتی<sup>۱</sup>، کاستلز جامعه شبکه‌ای<sup>۲</sup> و تادائو اومه سائو آن را جامعه اطلاعاتی<sup>۳</sup> نامیده است (قاسمی، ۱۳۹۳: ۲). عصری که در آن شکل‌گیری شبکه‌های گوناگون اجتماعی، شیوه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی جدیدی به عرصه وسیع ارتباطات اجتماعی معرفی کرده است. سامانه‌های شبکه اجتماعی امروز از محبوب‌ترین اهداف این سال‌ها شده‌اند (کام‌اسکویر، ۲۰۰۷: ۳). ظهور پدیده‌ای به نام اینترنت، گردش اطلاعات را در سطح جهان شدت بخشیده است. گسترش فضای اطلاعاتی و تنیده شدن تاروپود جهان به وسیله اینترنت، عملاً جهان را به دهکده‌ای تبدیل نموده و تبادل اطلاعات را در لحظه فراهم ساخته است. درنور دیده شدن زمان و مکان در فضای مجازی همچون فیس‌بوک، تلگرام، اینستاگرام و... باعث شده است تا حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های برون‌مرزی زمینه تقویت خاص‌گرایی در هویت محلی و تضعیف هویت ملی را فراهم نماید. براین اساس، شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان وجه نوپدید ارتباطات اینترنتی نقش دوگانه فشردگی جهانی و هم‌زمان تقویت خاص‌گرایی را ایفا می‌نمایند. حذف مرزها و گسترش ارتباطات جمعی فراملی و فرا فرهنگی سبب ایجاد بستر فشردگی جهانی و نزدیکی بیشتر شده است، اما شبکه‌های اجتماعی هم‌زمان با در اختیار قراردادن امکان ارتباط گسترده گروه‌های قومی هم در جهت بسیج قومی و هم در راستای آگاهی‌بخشی موجبات تقویت خاص‌گرایی‌های محلی از جمله انواع قوم‌گرایی در جهان و به‌ویژه خاورمیانه را فراهم نموده است.

جوامع آسیایی خاورمیانه همواره از کانون‌های اصلی بحران‌های فرهنگی - قومی به شمار رفته است؛ جوامع مذکور در یک سده‌ی اخیر در جهت ملت‌سازی و تکوین و بسط هویت ملی (به‌مثابه بالاترین سطح هویتی در جامعه) هزینه‌های زیادی را متحمل شده‌اند؛ با این وصف، برجسته شدن خاص‌گرایی - های فرهنگی و اجتماعی، دشواری‌هایی را فراروی بسط و تحکیم هویت جمعی عام در این جوامع پدید آورده است. چنین شرایطی موجب گردیده است تا در نزد برخی از گروه‌ها و اجتماعات قومی (نظیر کُردها)، تفاوت‌ها و نشانگرهای فرهنگی صبغ‌ای سیاسی به خود بگیرد و بحران‌ها و مسائل قومی

۱. Post-industrial society

۲. Network Community

۳. Information Society

به صفت پایدار این جوامع مبدل شود. از این رو، سیاسی شدن نشانگرهای فرهنگی و هویتی کردها، پدیده‌ای جدید و از پیامدهای استقرار دولت‌های ملی در این جوامع به شمار می‌رود (روتچیلد<sup>۱</sup>، ۱۹۸۱: ۶؛ انتصار، ۱۹۹۲: ۱۰؛ ولی<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸: ۸۳؛ هشتراوی و دیگران، ۲۰۰۵: ۲-۴).

علاوه بر آن، جامعه ایران نیز از دیرباز با زیست چند فرهنگی و چندقومی تعریف می‌شود؛ از این رو، برخی از صاحب‌نظران بر این باورند که «هر تبیین و تعمیمی در باب جامعه و فرهنگ ایرانی بدون عنایت و بررسی عامل قومیت، از کفایت و بسندگی برخوردار نخواهد بود» (امان‌اللهی، ۲۰۰۵: ۳۷). جامعه ایران متشکل از اقوام مختلفی است که هرکدام از این قوم‌ها دارای تفاوت‌های فرهنگی - زبانی با سایرین است. حدود پنجاه درصد جامعه ایران را فارس‌ها تشکیل می‌دهند و بقیه شامل اقوام دیگری مانند آذری، کُرد، بلوچ، ترکمن و عرب می‌باشد (مقصودی، ۱۳۸۰: ۱۶). هم‌زمان با تشکیل دولت مدرن در ایران (در اوایل قرن بیستم) که در پی ایجاد هویت ملی یک‌پارچه بود، تفاوت‌های فرهنگی - زبانی اقوام در قالب انواع مختلف قوم‌گرایی و گرایش‌های استقلال‌طلبانه قومی به صورت واکنشی در برابر سیاست‌های همگون‌سازانه دولت مرکزی بروز پیدا کرد (اشرف، ۱۳۷۳). کُردها از جمله اقوام ایرانی هستند که گرایش‌های قوم‌گرایانه و جنبش قومی در میان آن‌ها خصلتی پایدار و فعال داشته است (احمدی، ۱۳۷۸). جامعه کُردهای ایران اگرچه به لحاظ تاریخی و زبانی دارای وجوه مشترک فراوانی می‌باشد، اما به مانند هر جامعه دیگری دارای تمایزها و تفاوت‌هایی در درون خود نیز هستند. یکی از این جنبه‌ها - که از قضا در ایران امروز (از نظر سیاسی و فرهنگی) مهم به شمار می‌آید - تفاوت‌های موجود در انواع گرایش‌های قوم‌گرایانه است؛ بنابراین، پژوهش حاضر درصدد است تا به این پرسش پاسخ گوید که: «نسل‌های حاضر در شهرهای سنندج، مریوان و بیجار، چه نوع گرایش‌های قوم‌گرایانه‌ای دارند؟ و این‌که اثر استفاده از رسانه به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر انواع قوم‌گرایی شهروندان دارد؟»

۱. Rothschild

۲. Vali

۳. Hecter

## پیشینه پژوهش

## پژوهش‌های داخلی

زهره زندیه و هادی خانیکی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان "طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی" درصدد طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی برآمده‌اند. این مطالعه با استفاده از روش کیفی نشان داده است که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی، متنوع و از سه مقوله فراگیر تأثیرات بین‌فرهنگی قومی (شامل مضامین سازمان‌یافته: همدلی فرهنگی، پایداری احساسی، ابتکار اجتماعی، انعطاف‌پذیری و گشایش ذهنی)، هویت قومی (شامل عنصر شناختی، عنصر احساسی و عنصر ارزشی) و قوم محوری (شامل تعصب قومی، تهدید و کشمکش برون قومی و نیز همبستگی درون‌گروهی) بوده است.

امیر کیهان و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان "نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران" به این نتیجه رسیده‌اند که نرم‌افزارهای اجتماعی پرمخاطب شامل تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ و ایمو بوده است. نتایج تحلیلی نشان داده است که تلگرام و اینستاگرام، بدون کنترل تأثیر متغیرهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی با هویت قومی دانشجویان رابطه داشته‌اند؛ اما با کنترل تأثیر این متغیرها، تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام به‌شدت کاهش پیدا کرده است. به‌این‌ترتیب مقاله حاضر نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی نوین تنها فضای جدیدی برای بازنمایی هویتی افراد بوده و عوامل اصلی تشدید هویت قومی را باید در دنیای آفلاین و در بین علل ساختاری از جمله محرومیت نسبی، نارضایتی، تجربه زیسته اقوام و غیره جستجو کرد.

افشار کبیری، موسی سعادت و الناز قاسمی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان "بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان" به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد شهر ارومیه پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میانگین آگاهی سیاسی به تفکیک محتوای مصرف شبکه‌های اجتماعی تفاوت معنی‌داری داشته است، به طوری که دانشجویانی که از محتوای خبری و مذهبی شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، آگاهی بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها دارند. همچنین، رابطه خطی بین میزان مداومت در مصرف و میزان آگاهی سیاسی دانشجویان مورد تأیید واقع شد و نوع رابطه نیز مثبت و مستقیم می‌باشد. همبستگی بین

متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و آگاهی از جناح بندی های سیاسی و قوانین انتخاباتی و تقسیمات کشوری مثبت و معنادار بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل رگرسیونی نیز نشان داد که متغیرهای حاضر در مدل رگرسیونی، توانسته اند ۱۴ درصد از تغییرات متغیر آگاهی سیاسی را تبیین نمایند.

پژوهشی با عنوان تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ای‌ران؛ توسط محمدپور و همکاران در سال ۱۳۸۹ در مورد دانشجویان کرد شاغل به تحصیل در سندج انجام گرفت. نتایج این مطالعه حاکی از آن بوده است که حدود ۴۷ درصد در منزل ماهواره داشته‌اند و همچنین آزمون فرضیات حاکی از وجود ارتباط معنادار میان میزان استفاده از ماهواره با هویت فرهنگی محلی دانشجویان است که این موضوع نشانه تغییرات رفتاری در راستای گرایش به الگوهای نوین است.

هویت‌یابی قومی در فضای مجازی، عنوان تحقیقی است که در سال ۱۳۸۹ توسط صفی‌خان پور با مطالعه بر روی کاربران جوان اینترنتی در شهر سندج انجام داده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که در جامعه آماری مورد مطالعه، استفاده از اینترنت و هویت‌یابی قومی بر کسب داده‌ها و اطلاعات مبتنی است. همچنین یکی دیگر از نتایج به دست آمده از تحقیق در جامعه مورد بررسی شبکه‌های ماهواره‌ای به عنوان تکمیل‌کننده و رقیب اصلی هویت‌یابی قومی در فضای مجازی (اینترنت) به حساب می‌آیند.

### تحقیقات خارج از کشور

ناریسیو سلان (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای در رابطه با "رسانه‌های اجتماعی و قوم‌گرایی" به بررسی اثر رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه فیس‌بوک بر قوم‌گرایی مردم افریقا به‌ویژه جوانان کنیایی پرداخته است. در این تحقیق از پرسشنامه های خودگردان توزیع شده برای ده درصد از جمعیت دانشجویی دو دانشگاه (دولتی و خصوصی) و همچنین همه اعضای دو سازمان جوانان استفاده شده است. با استفاده از رویه‌های آماری، روابط بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و نحوه ارتباط و تعامل جوانان کنیایی با همسالان از جوامع مختلف فرهنگی و دیدگاه‌های قوم‌گرایانه آنها تحلیل شده است. این مطالعه کوشیده است تا چگونگی مذاکره مجدد جوانان کنیا در مورد هویت فرهنگی خود با تعامل در شبکه‌های اجتماعی را مشخص کند. این مقاله بینشی در مورد اهمیت و اشکال رسانه‌های اجتماعی برای ملت‌سازی و ادغام بیشتر فرهنگی - اجتماعی شهروندان کنیا ارائه می‌دهد.

عبدالرئوف ریدزوان، جوزانگ بولونگ، المنصور ابوسعید (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای با عنوان "سطح

قوم‌گرایی سایبری در بین جوامع چندملیتی مورد مطالعه: مالزی" به بررسی وضعیت قوم‌گرایی در فضای مجازی در جامعه چندقومی مالزی پرداخته‌اند. این مطالعه به منظور یافتن سطح قوم‌گرایی در بین کاربران رسانه‌ای جمعی مجازی در جامعه چندقومی مالزی انجام شده است. این مطالعه از تئوری سرمایه اجتماعی به عنوان مبانی نظری بهره برده است. نمونه مورد مطالعه شامل ۴۸۲ نفر از شهروندان از سه نژاد اصلی در مالزی انتخاب بوده‌اند. برای جمع‌آوری داده‌ها از یک مطالعه مقطعی و پرسشنامه ساختاریافته استفاده شده است. نتایج مطالعه حاکی از آن بوده است که سطح قوم‌گرایی یعنی کلیشه‌های قومی، بی‌اعتمادی، اجتناب و درمان افتراقی در فضای مجازی سطح پایینی بوده است.

بوکافری و همکارانش (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان حرکت از شبکه‌های اجتماعی به سوی کار اینترنتی اجتماعی با رویکردی تکاملی به بررسی وضعیت شبکه‌ها در نسل‌های جدید اجتماعی پرداخته‌اند. در این بررسی شبکه‌های اجتماعی به تدریج به الگویی از سیستم کار اینترنتی اجتماعی تبدیل شده‌اند که در واقع، امکان اتصال کاربران و منابع شبکه‌های مختلف اجتماعی را به همدیگر قادر می‌سازد. در این رویکرد جدید، نقش تجزیه و تحلیل شبکه اجتماعی در مطالعه تکامل ساختار، افراد، تعامل در استخراج دانش قدرتمند از آنها بسیار مهم است. بر اساس نتایج نمی‌توان انتظار داشت که یک استراتژی تکاملی که به طور خاص برای شبکه‌های اجتماعی طراحی شده است، هنوز هم در بحث کار اینترنتی اجتماعی معتبر باشد.

شارون و همکارانش (۲۰۱۴) در پژوهشی به تجزیه و تحلیل فعالیت‌ها و نیازهای سفر در پاسخ به تکامل شبکه‌های اجتماعی و رویدادهای چرخه زندگی به کمک مدل‌سازی معادلات ساختاری پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش مطالعات متعددی در حوزه حمل و نقل انجام شده که شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در فعالیت‌های اختیاری و تصمیم‌گیری‌های سفر فرد در کوتاه‌مدت داشته‌اند، هرچند که شبکه‌های اجتماعی در پاسخ به رویدادهای چرخه زندگی مانند اشتغال تأثیر بلند مدتی داشته‌اند. نتایج گویای این واقعیت است که تغییر در شبکه‌های اجتماعی افراد به نوبه خود ممکن است به تغییر در روابط، فعالیت و رفتار سفر او منجر شود. این بررسی به منظور مطالعه یک‌روند گذشته‌نگر در سال ۲۰۱۱ در هلند انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی فعالیت و سفر و چرخه زندگی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

آیسون و همکارانش (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان "فواید فیس‌بوک؛ دوستان، سرمایه اجتماعی و تجمع دانشجویان" اهمیت پیوندهای اینترنت محور را برای شکل‌گیری پیوندهای ضعیف که به مثابه

شالوده سرمایه اجتماعی پل زنده مطرح می‌شود، تأیید کرده‌اند. سرمایه اجتماعی پل زنده می‌تواند توسط شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک) پشتیبانی شود. از نظر آنها شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پیوندهای ضعیفی که یک فرد می‌تواند ایجاد و حفظ کند، بسیار افزایش دهند، چرا که تکنولوژی برای نگهداری کم‌هزینه و آسان چنین پیوندهای بسیار مناسب است.

## مبانی نظری

### شبکه‌های اجتماعی مجازی

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را برای نخستین بار چای‌بارنز در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود که مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط هم‌چون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است، اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی هستند که امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (بوید و ایسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲).

مانوئل کاستلز نظریه‌پرداز فضای مجازی، این فضا را به‌مثابه گونه‌ای فرهنگ مجازی تعبیر می‌کند که تجربه‌ای تازه در حیات بشری است: "یک سیستم ارتباطی که برخلاف تجربیات تاریخی قبلی، مجاز واقعی را ایجاد کند کدام است؟ این سیستمی است که در آن خود واقعیت (یعنی وجود مادی - نمادین مردم) کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع‌نما قرق شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می‌شوند فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آنها منتقل می‌شود، بلکه خود به تجربه تبدیل



می‌شوند" (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۲).

به‌طور کلی در تعریف شبکه‌های اجتماعی می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه‌شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. در واقع شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به‌طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸).

### قوم‌گرایی:

کشمکش‌های قومی به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بشر است که ریشه در کمبود منابع و مهم‌تر از آن در توزیع و اختصاص ناعادلانه آن در بین گروه‌ها (اقلیت‌ها)، و در نتیجه تلاش آنها برای تشکیل گروه‌ها به صورت اقوام، قبایل، ملت‌ها و... جهت همکاری در درون گروه و رقابت با برون گروه برای دستیابی به این منابع کمیاب، دارد. اندیشمندان علوم اجتماعی برای بررسی و مطالعه این رقابت و تضاد درون گروه - برون گروه از اصطلاح مرسوم تحت عنوان قوم‌گرایی بهره می‌گیرند. این اصطلاح به‌عنوان یک سازه کاملاً جامعه‌شناختی مطرح می‌شود که برای توصیف تضاد بین گروه‌ها و تبعیض اعضای درون گروه بر علیه اعضای سایر فرهنگ‌ها به کار می‌رود. اصطلاح "قوم‌گرایی" ترکیبی از اصطلاح یونانی است "اتنوس" با کلمه "مرکز"، و ترجمه تحت‌اللفظی آن این است که یک "قوم" خاص (گروه قومی، ملت یا مردم) در "مرکز" قرار دارد. این مفهوم حداقل از دهه ۱۸۷۰ وجود داشته است. احتمالاً لودویگ گامپلویچ<sup>۱</sup> این مفهوم را ابداع کرده است (گامپلویچ، ۱۸۷۹، ۱۸۸۱)، و از آن در کتاب‌ها و مقالات آلمانی و لهستانی خود استفاده نمود. ویلیام جی سامنر بعدها آن را اقتباس نموده و به عموم معرفی نمود. گامپلویچ بر این باور بود که قوم‌گرایی به معنای بهتری بودن، بااهمیت بودن و

۱. Ludwig Gumplowicz (۱۸۳۸-۱۹۰۹)

برتری گروه قومی خودی بر سایر گروه‌های قومی است. سامنر نیز در همین راستا، قوم‌گرایی را به‌عنوان "اعطای مرکزیت همه امور به گروه قومی و سنجش و ارزیابی سایرین بر مبنای این مرکزیت" قلمداد می‌نمود (سامنر، ۱۹۰۶: ۱۳). سامنر همچنین قوم‌گرایی را احساس فداکاری و انسجام درون‌گروهی و رد سایر گروه‌ها، برتری گروهی و روابط بین گروهی استثنای تلقی می‌نمود (همان: ۱۴). او در کتاب رفتارهای سستی توده (۱۹۰۶: ۴۲)، قوم‌گرایی را چنین تعریف می‌کند: "ارزش‌ها و موازین فرهنگ خود را محور قضاوت در مورد دیگران قرار دادن". در این تعریف این منظور بود که فرهنگ خود را برتر از همه‌ی فرهنگ‌های دیگر دانستن. جیمز کلاس نیز تعریف تقریباً مشابهی ارائه می‌دهد. به نظر او قوم‌گرایی عبارت است از: احساس تعلق یک فرد به یک قوم و برتر دیدن خویش، به‌ویژه زمانی که وی احساس کند حقوقش ضایع شده است، و این امر به تلاش وی برای کسب آن چه از دست داده است، منجر شود. (کلاس، ۲۰۰۴: ۳).

جوئل شارون شش عامل مشوق برای قوم‌مداری (قوم‌گرایی) ذکر می‌کند که عبارت‌اند از: کنش متقابل اجتماعی، احساس وفاداری به سازمان، اجتماعی شدن، ایجاد کج‌روی (انگ زدن به دیگران به‌عنوان کج‌روی)، تسلط و ستم، و تضاد اجتماعی (تضاد با بیگانگان) (شارون، ۱۳۷۹: ۲۰۲-۲۰۸). قوم‌گرایی در جوامع چندقومی معمولاً یکی از جنبش‌های بالقوه‌ای است که آمادگی نقد ملت‌گرایی را در صورت عدم توجه به حقوق موردنظرش در خود حمل می‌کند. این پدیده مخصوص کشورهای جهان سوم نیست، بلکه در بسیاری از موارد، نمونه‌هایی از آن را می‌توان در سایر جوامع یافت نمود. به‌رحال اقلیت‌های قومی اعم از نژادی، زبانی و دینی (همانند ارمنه و یهودیان) از استعدادهای بسیاری برای نفی یا نقد ملت‌گرایی‌های متمرکز بر یک قوم، زبان یا دین برخوردارند (قادری، ۱۳۸۱: ۱۳۵؛ به نقل از ازغندی و کرمی، ۱۵). قوم‌گرایی وضعیت یا حالت روانی است که هم‌زمان دارای نتایج مثبت و منفی می‌باشد. به‌طوری‌که از یک طرف به‌مثابه (نوعی) میهن‌پرستی (قوم‌پرستی) و تمایل به فداکاری یا ایثار برای درون‌گروه، در خدمت آن بوده و به ساخت و حفظ هویت فرهنگی فرد کمک می‌کند و از طرف دیگر منجر به سوءتفاهم‌ها و کاهش تمایل به برقراری ارتباط بین فرهنگی با دیگران می‌شود (لین و رینسر، ۲۰۰۳). قوم‌گرایی با توجه به وجود ارتباط و همکاری بین افراد، هرگاه همراه با خصومت نسبت به برون‌گروه باشد، به طرف‌داری از درون‌گروه می‌انجامد؛ حتی گاه (در حد افراطی) به درگیری، خشونت، یا پشتیبانی از رفتارهای تبعیض‌آمیز منجر می‌شود. در نهایت بری و کالین دو محقق

کانادایی که مطالعات فراوانی در مورد قوم‌گرایی انجام داده‌اند، آن را به معنی «عدم پذیرش تنوع قومی، عدم تحمل برون گروه‌ها به‌طورکلی و ترجیح نسبی درون گروه بر برون گروه» تعریف می‌کنند و این مفهوم را مترادف با تنفر یا بیزاری عمومی نسبت به تمام برون گروه‌ها قلمداد می‌کنند (بری و کالین، ۱۹۵: ۳۰۳). عدم پذیرش تنوع قومی در نهایت منجر به تصورات قالبی منفی نسبت به سایر گروه‌های قومی و فرهنگی و در نتیجه پیش‌داوری و رفتار منفی در برابر اعضای این گروه‌ها می‌شود (عابدینی، علیزاده اقدم و عباس‌زاده، ۱۳۹۵: ۸۲-۸۴).

در دوران معاصر، مسئله هویت بیش از هر عصر دیگری ذهن انسان امروزی را به خود مشغول کرده است. حضور انسان در شاهراه‌های ارتباطی و دسترسی او به امکانات سازی جامعه اطلاعاتی هویت و هویت‌سازی‌های عمده‌های سنتی را با دشواری و چالش روبرو کرده است (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰: ۶۵).

ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رودررو را برای کاربران آن فراهم می‌کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنها را در دنیای حقیقی به چالش بکشد و تغییراتی را هرچند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند که افراد نیازها، خواست بازانندیشی در هویت خویش را تا درجاتی به دنیای حقیقی خود تسری دهند و شرایط تازه‌ای را برای گفتگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم آورند. ذکایی معتقد است ارتباطات الکترونیکی اینترنتی به دلیل رو در رو نبودن می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم سازد که احتمال خطر شرمندگی در آن کمتر است (نورمحمدی، ۱۳۸۸).

هویت، پدیده‌ای فرایندی و برساخته نمادهای هویت‌ساز است که در دسترس قرار دارند. این نظریه، به افراد به چشم مصرف‌کنندگانی نگاه می‌کند که از منابع نمادین، چیزهایی انتخاب می‌کنند

تا برای خود هویتی مصنوعی بسازند. قلمرو شبکه‌های اجتماعی به واسطه برخی ویژگی‌های خاص، همچون تعاملی بودن، زمینه مهمی است که برسازای هویت در آن روی می‌دهد، چرا که شبکه‌های اجتماعی، به دلیل بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. در واقع شبکه‌های اجتماعی بر پایش مشارکت همگانی بنا شده‌اند. یکی از بارزترین ویژگی‌های این شبکه را می‌توان "هویت" دانست؛ به این معنا که هویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت هر چه واقعی‌تر شدن پیش می‌رود. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و ... است (ضیایی پرور، ۱۳۸۹).

شبکه اجتماعی متشکل از گروه‌هایی (افراد) است که از طریق وابستگی‌ها به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، آرمان‌ها، مسائل مادی و حتی دینی باشد نوع ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و همچنین افراد وابسته متکی است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضاهایی در دنیای مجازی هستند که برای ارتباط میان مختلف افراد، با سطوح گوناگون دسترسی، به وجود آمده‌اند. ارتباطات ایجاد جمعی میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرها و از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند.

چنین فضایی همچنین امکان بروز خاص‌گرایی‌های قومی و دینی را به واسطه ایجاد ارتباطات تنگاتنگ درون‌گروهی مجازی را نیز بیش‌ازپیش فراهم نموده است. از این‌سان، در فضای مجازی علاوه بر شکل‌گیری گفتمان‌های جهان‌شمول، شاهد بروز مباحث قوم‌گرایانه و خاص‌گرایانه در راستای تقویت هویت‌های محلی و قومی بوده‌ایم.

## فرضیه‌های پژوهش

- بین استفاده از رسانه‌های جمعی (داخلی و خارجی) و قوم‌گرایی و انواع آن در میان شهروندان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار رابطه وجود دارد.
- بین نوع حضور در شبکه‌های اجتماعی و قوم‌گرایی و انواع آن در میان شهروندان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار رابطه وجود دارد.
- بین کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی و قوم‌گرایی و انواع آن در میان شهروندان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار رابطه وجود دارد.

- بین متغیرهای زمینه‌ای و قوم‌گرایی و انواع آن در میان شهروندان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار رابطه وجود دارد.
- میزان و شدت قوم‌گرایی و ابعاد آن مبتنی بر فضای شهری (سنندج، مریوان و سنندج) تفاوت می‌پذیرد.
- میزان و شدت قوم‌گرایی و ابعاد آن مبتنی بر فضای وضعیت نسلی (جوان، میانسال، کهنسال) تفاوت می‌پذیرد.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی؛ از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی و از لحاظ زمانی مقطعی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای سه شهر سنندج، مریوان و بیجار می‌باشد. حجم نمونه ۶۱۰ نفر و شیوه نمونه‌گیری باتوجه به واریانس بین طبقات، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده است. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جهت اطمینان از روند پایایی متغیرها از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که نتایج آن در جدول ذیل قابل ملاحظه است.

جدول شماره (۲): ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای مختلف تحقیق

ردیف	نام متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
۱	قوم‌گرایی	۱۸	۰/۹۱۲
۲	میزان و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی	۶	۰/۸۴۲
۳	میزان استفاده از رسانه‌های جمعی	۴	۰/۷۶۸

براین اساس، واحد تحلیل پژوهش حاضر، شهروندان و قلمرو زمانی تحقیق، سال ۱۳۹۹ می‌باشد که ویژگی‌های زمینه‌ای آن‌ها به‌قرار زیر است.

جدول شماره (۳): ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

متغیر	ابعاد	درصد
جنس	مرد	۵۳/۴
	زن	۴۶/۶
وضعیت تأهل	مجرد	۵۸/۴
	متاهل	۴۲/۶
وضعیت شغلی	شاغل	۳۱/۷
	بیکار	۶۸/۳
قومیت	کرد	۸۸
	ترک	۸
	فارس	۳
	سایر	۱

### یافته‌ها تحقیق

یافته‌های پژوهش در دو قسمت ارائه می‌گردد. در قسمت اول شاخص‌های توصیفی ابعاد مختلف قوم‌گرایی و شبکه‌های اجتماعی ارائه شده و در قسمت دوم فرضیات تحقیق درباره اثر متغیرها بر قوم‌گرایی و انواع آن بررسی می‌شوند.

### یافته‌های توصیفی

وضعیت تعداد ساعت استفاده از اینترنت در روز

فراوانی وضعیت تعداد ساعت استفاده از اینترنت در روز

ساعت استفاده از اینترنت	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۲ ساعت	۸۵	۱۴/۹
۳ ساعت	۱۲۵	۲۰/۴
۴ ساعت	۳۳۲	۵۴/۴
۵ ساعت	۴۵	۷/۳
بیش از ۵ ساعت	۲۳	۳/۷
جمع کل	۶۱۰	۱۰۰

بر اساس نتایج جدول فوق بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۵۴/۴ درصد افرادی هستند که در

## تحلیل جامعه‌شناختی قوم‌گرایی مبتنی بر کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبانه‌روز ۴ ساعت از اینترنت (به‌ویژه اجتماعی) استفاده می‌کنند و ۳/۷ درصد که دارای کمترین فراوانی است بیش از ۵ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند.

### فراوانی وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی

درصد فراوانی	فراوانی	ساعت استفاده از اینترنت
۸/۸	۵۴	فیس‌بوک
۳۰/۸	۱۸۸	تلگرام
۱۵/۴	۹۴	واتس‌آپ
۳۸/۵	۲۳۵	اینستاگرام
۴/۰۹	۲۵	تویتر
۲/۳	۱۴	سایر
۱۰۰	۶۱۰	جمع کل

بر اساس نتایج جدول فوق بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۳۸/۵ درصد افرادی هستند که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۴/۰۹ درصد که دارای کمترین فراوانی است از تویتر استفاده می‌کنند. همچنین با توجه به جدول فوق می‌توان اشاره نمود که استفاده از تلگرام در رتبه دوم محبوبیت در میان پاسخگویان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار قرار داشته است.

### توزیع فراوانی وضعیت قوم‌گرایی و انواع آن در سه شهر سنندج، بیجار و مریوان

کل		بیجار		مریوان		سنندج		انواع قوم‌گرایی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳۳/۹	۲۰۷	۱۶/۲	۲ ۴	۵/۵ ۳۸	۱۰ ۸	۲۶/۷	۷۵	قوم‌گرایی سیاسی
۲۲/۸	۱۳۹	۱۹/۱	۲ ۹	۲/۲ ۱۵	۴۲	۲۴/۲	۶۸	قوم‌گرایی فرهنگی - اجتماعی
۴۳/۳	۲۶۴	۶۴/۷	۹ ۷	۵/۵ ۱۰	۳۰	۴۹/۱	۱۳ ۷	قوم‌گرایی اقتصادی
۱۰۰	۶۱۰	۱۰۰	۱ ۵۰	۱۰۰	۱۸ ۰	۱۰۰	۲۸ ۰	جمع کل

جدول فوق یکی از مهم‌ترین جداول این طرح تحقیقاتی است. بر اساس اطلاعات جدول می‌توان به چند نکته مهم اشاره نمود:

نخست: همان گونه که در جدول فوق نمایان است در شهرهای مختلف استان کردستان، انواع متفاوتی از قوم‌گرایی برجسته است برای نمونه در شهر سنندج قوم‌گرایی اقتصادی بیش از سایر انواع برجسته

است و این در حالی است که در مریوان وجه غالب قوم‌گرایی، قوم‌گرایی سیاسی است که بدون تردید هرکدام مواج‌هات سیاسی امنیتی متفاوتی را اقتضا می‌کند.

نکته دوم اینکه شدت قوم‌گرایی سیاسی در مریوان بسیار بالا بوده و بافاصله بسیار نسبت به سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد و در بیچار تقریباً تا حدودی این وضعیت معکوس بوده و شدت قوم‌گرایی اقتصادی با تفاوت قابل‌ملاحظه بالاتر از سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد.

نکته سوم، اینکه در مجموع وجه غالب قوم‌گرایی در سه شهر مریوان و سنندج و بیچار از نوع اقتصادی (۴۳/۳ درصد در کل) است که وضعیت موجود استان در شاخص‌های مختلف توسعه اقتصادی و انسانی به‌خوبی گواه این مطلب است. گرچه نکته مهم‌تر این است که بیش از ۳۳ درصد از پاسخگویان نیز در سه شهر مطالبات قوم‌گرایانه سیاسی دارند که این می‌تواند دغدغه‌ای آنی و جدی و تا حدودی به لحاظ امنیتی نیز نگران‌کننده است.

### یافته‌های استنباطی

در این قسمت با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب، به آزمون متغیرهای زمینه‌ای و فرضیات تحقیق خواهیم پرداخت.

۱- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی و انواع آن در سه شهر مریوان، سنندج و بیچار رابطه وجود ندارد.

ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی و انواع آن

برآورد	جامعه آماری	ضریب همبستگی
sig=۰/۰۰۰	N=۶۱۰	r=۰/۴۱۲**

باتوجه به اعداد به‌دست‌آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد (sig=۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی پیرسون منفی (\*\*۰/۴۱۲=r) می‌توان نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی و قوم‌گرایی در شهر سنندج وجود دارد؛ به این معنا که شبکه‌های اجتماعی مجازی اثر معناداری بر قوم‌گرایی داشته است. هر چه میزان استفاده بیشتر، شدت قوم‌گرایی بالاتر.



ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و انواع قوم‌گرایی در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار

قوم‌گرایی فرهنگی		قوم‌گرایی اقتصادی		قوم‌گرایی سیاسی		شبکه‌های اجتماعی
سطح معناداری	شدت همبستگی	سطح معناداری	شدت همبستگی	سطح معناداری	شدت همبستگی	
۰/۰۰۰	۰/۱۲۳	۰/۰۰۰	۰/۳۴۶	۰/۰۰۷	۰/۱۵۴	

نتایج حاکی از ارتباط معنادار شبکه‌های مجازی با هر سه نوع قوم‌گرایی بوده است و بیشترین آن مربوط به قوم‌گرایی اقتصادی بوده است (۰/۳۴۶).

همچنین در رابطه با اثر نوع رسانه بر قوم‌گرایی و انواع آن می‌توان خاطرنشان نمود که آماره‌ها حکایت از تفاوت معنادار در نوع استفاده از رسانه و میزان قوم‌گرایی بوده است که نتایج در جدول ذیل ارائه شده است.

بررسی وضعیت قوم‌گرایی کلی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره آزمون T

متغیر	نوع رسانه	میانگین	انحراف استاندارد	F	sig	t	Df	Sig
قوم‌گرایی	داخلی	۳۸/۴۶	۱۱/۴۵	۲/۸۴	۰/۳۲	۶/۷۹	۶۰۸	۰/۰۰۰
	خارجی	۴۸/۷۴	۱۳/۳۶					

بررسی وضعیت قوم‌گرایی سیاسی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره آزمون T

متغیر	نوع رسانه	میانگین	انحراف استاندارد	F	sig	t	Df	Sig
قوم‌گرایی سیاسی	داخلی	۲۶/۸۵	۹/۵۲	۴/۵۹	۰/۲۴	۲/۷۹	۳۴۵	۰/۰۰۰
	خارجی	۵۲/۷۴	۱۲/۶۲					

بررسی وضعیت قوم‌گرایی اقتصادی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره آزمون T

متغیر	نوع رسانه	میانگین	انحراف استاندارد	F	sig	t	Df	Sig
قوم‌گرایی اقتصادی	داخلی	۴۶/۷۲	۸/۲۷	۲/۸۸	۰/۲۳	۴/۹۴	۶۰۸	۰/۰۷۸
	خارجی	۴۷/۵۶	۹/۳۶					

بررسی وضعیت قوم‌گرایی اجتماعی - فرهنگی بر مبنای استفاده از نوع رسانه با استفاده از آماره

آزمون T

Sig	Df	t	sig	F	انحراف استاندارد	میانگین	نوع رسانه	متغیر
.۰/۰۳۴	۳۴۵	۲/۷۹	.۰/۲۲	۹۵ ۱/	۱۳/۴۵	۴۸/۸۵	داخلی	قوم‌گرایی
					۱۲/۳۶	۵۲/۷۴	خارجی	فرهنگی

همان گونه که وضعیت میانگین‌ها در جدول نشان می‌دهند، این تفاوت در راستای قوم‌گرایی بیشتر شهروندان به‌ویژه قوم‌گرایی سیاسی آن مبتنی بر استفاده از رسانه‌های خارجی بوده است. کمترین تفاوت میزان قوم‌گرایی در ابعاد آن، مبتنی بر نوع رسانه مورد استفاده شهروندان در میان شهروندان سه شهر سنندج، مریوان و بیجار، مربوط به قوم‌گرایی اقتصادی است که نتایج حاکی از کمترین تفاوت میان میانگین‌های دو گروه است.

علاوه بر آن در رابطه با نوع حضور نیز نتایج حاکی از تفاوت معنادار نوع حضور در شبکه‌های مجازی مختلف بر قوم‌گرایی بوده است.

آزمون آماری مقایسه میانگین‌های سه گروه پاسخگو

Sig	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مجزورات	
.۰/۰	۸/۵۴	۸/۷۲	۲	۶۷/۷۶۹	بین گروهی
		۳/۱۹۰	۶۰۸	۳۰۰۹/۶۰۹	درون گروهی
			۶۱۰	۳۰۷۸/۳۷۸	مجموع

دو تعبیر از این نتیجه می‌توان استخراج نمود:

نخست آنکه به لحاظ معناداری تفاوت میزان قوم‌گرایی بر مبنای نوع حضور، می‌توان از اثر نوع حضور در شبکه‌ها بر قوم‌گرایی یاد کرد. دوم اینکه میزان قوم‌گرایی حداقل بین دو گروه از شهروندان که در شبکه‌های اجتماعی مختلف عضو بوده‌اند، تفاوت معناداری دارد. با توجه نتایج آزمون توکی (فایل پیوست مقاله)، حضور در فیس‌بوک به نظر از حضور در سایر شبکه‌ها بر قوم‌گرایی مؤثر بوده است. پس از آن میانگین تلگرام و توئیتر بالاتر است.

## رگرسیون خطی چندمتغیره

رگرسیون چندمتغیره روش آماری است که برای تحلیل تأثیر جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل بر روی تغییرات متغیر وابسته به کار می‌رود، به عبارتی دیگر تحلیل رگرسیون چندمتغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است. در تحقیق حاضر از آماره رگرسیون چندمتغیره به شیوه اینتر<sup>۱</sup> استفاده شده است.

عناصر متغیرهای مستقل درون معادله رگرسیون برای پیش‌بینی قوم‌گرایی

مدل ۱	مقدار همبستگی بین متغیرها (R)	ضریب تعیین تعدیل شده (R <sup>2</sup> )	مقدار آماره F	سطح معناداری
	۰/۵۴	۰/۴۲	۵۴/۳۸	۰/۰۰۰

اطلاعات جدول ترکیبی (۴-۴۸) نشان می‌دهد که مقدار ضریب همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته ۰/۵۴ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق همبستگی تقریباً متوسط رو به بالایی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۲ بوده و گویای این واقعیت آماری است که ۴۲ درصد از واریانس میزان قوم‌گرایی شهروندان در سه شهر سندج، مریوان و بیجار توسط سه متغیر میزان استفاده از اینترنت، میزان و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی و سن افراد تبیین می‌شود. به عبارت دیگر متغیرهای مستقل ۴۲ درصد واریانس متغیر وابسته قوم‌گرایی را برآورد (پیش‌بینی) می‌کنند. همچنین باتوجه به معنی‌داری آزمون F (۵۴/۳۸) در سطح معناداری کمتر از ۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مدل خوبی بوده و مجموعه متغیرهای مستقل قابلیت تبیین متغیر وابسته را دارند و همچنین این نتایج حاصل از نمونه قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

جدول شماره (۴-۴۹) تحلیل واریانس برای معنی‌داری شکل رگرسیونی

شکل	مجموع مجنورات	درجه آزادی	میانگین مجنورات	F	Sig
رگرسیون	۳۹۶۴۸/۴۱	۲	۷۷۴۲/۹۱	۸۷/۵۴	۰/۰۰۰
باقیمانده‌ها	۵۲۱۸۹/۳۷	۶۰۸	۸۸/۴۵		
کل	۹۱۷۳۸/۷۸	۶۱۰			

به منظور مقایسه ضریب تبیین و پیش‌بینی هر یک از متغیرهای مورد مطالعه جدول زیر ارائه می‌شود.

<sup>۱</sup> . Enter

جدول شماره (۴-۵) ضرایب تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته

معناداری	t	ضرایب غیراستاندارد		اجزا جدول	
		ضرایب استاندارد شده Beta	انحراف معیار	B	
۰/۰۰۰	۶/۳۲		۲/۶۳	۱۴/۶۱	constant (ثابت)
۰/۰۰۰	۹/۴۳	۰/۲۵	۰/۰۱	۰/۳۷	X <sub>۱</sub> میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۰	۷/۸۶	۰/۵۳	۰/۰۲	۰/۲۷	X <sub>۲</sub> حضور و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی
۰/۰۰۰	۳/۴۸	۰/۱۸	۰/۰۲	۰/۱۲	X <sub>۳</sub> سن

بر اساس جدول فوق، کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی دارای بیشترین تأثیر (۰/۵۳) و سن دارای کمترین تأثیر (۰/۱۸) بر میزان قوم‌گرایی شهروندان سنندج، مریوان و بیجار می‌باشند. همچنین بر اساس ضرایب B می‌توان معادله پیش‌بینی رگرسیون چندگانه را به صورت زیر نوشت:

$$\text{میزان قوم‌گرایی} = (۰/۱۲ + ۱۴/۶۱) + (۰/۲۷ X_1) + (۰/۲۵ X_2) + (۰/۱۲ X_3) + ۵۲$$

پژوهش حاضر با عنوان «تأثیر استفاده از رسانه‌های جمعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی بر قوم‌گرایی شهروندان و پیامدهای امنیتی آن (مورد مطالعه: سنندج، مریوان و بیجار)» انجام شده است. تأکید اصلی در این مطالعه، در حقیقت بر مفهوم قوم‌گرایی و آثار و تبعات آن برای جامعه کردستان و ایران است. همان گونه که مشخص است، هویت قومی و تشدید و برجستگی آن یکی از مسائل اجتماعی مهم کشورهای چند قومیتی است. مسئله قوم‌گرایی موضوع جدیدی نیست، اما با توجه به اهمیت روزافزون آن در فرایند ملت‌سازی و تقویت هویت و همبستگی اجتماعی عام در هر جامعه، اهمیت بسیاری یافته است. علاوه بر آن، گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سال‌های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلفی تحت تأثیر قرار داده است. یکی از حوزه‌های مهم زمینه فرهنگی و بحث هویت ملی و قومی است. بر این اساس، مطالعه حاضر با هدف بررسی اثر رسانه‌های جمعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی نوپدید بر قوم‌گرایی و زوایای آن مدون شده است.

یافته‌های توصیفی پژوهش به توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی اشاره دارد. در مورد وضعیت تأهل نیز توزیع فراوانی نشان داده، ۳۵۸ نفر یعنی معادل ۵۸/۶ درصد از کل نمونه در دسته مجردان و ۲۵۲ نفر یعنی معادل ۴۱/۴ درصد از کل نمونه در دسته متأهلان قرار دارند. در مورد سطح تحصیلات پاسخگویان نیز نتایج نشان می‌دهد که ۳۶/۸ درصد سطح تحصیلات پاسخگویان در حد لیسانس بوده

که بیشترین فراوانی در این جدول داراست و پایین‌تر از آن مقطع ابتدایی است که دارای فراوانی ۶/۵ درصد است. اطلاعات مربوط به وضعیت شغل پاسخگویان نشان می‌دهد که درصد بالایی از افراد شغل کارمند و استخدام دولتی اعم از کارکنان دولتی، لشکری و کشوری هستند و حدود یک‌پنجم یا ۲۰/۱ پاسخگویان دارای مشاغل آزادی و بازاری هستند و همچنین کمی کمتر از این آمار افرادی با عنوان خانه‌دار هستند که ۱۹/۱ پاسخگویان را افراد را شامل می‌شود.

به لحاظ جنسیتی نیز ۳۲۵ نفر یعنی معادل ۵۳/۴ درصد از کل نمونه در دسته مردان، ۲۸۵ نفر یعنی معادل ۴۶/۶ درصد از کل نمونه در دسته زنان قرار دارند. اطلاعات مربوط به وضعیت تعداد ساعت استفاده از اینترنت (به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی) در روز حاکی از آن بوده است که بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۵۴/۴ درصد افرادی هستند که در شبانه‌روز ۴ ساعت از اینترنت (به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی) استفاده می‌کنند و ۳/۷ درصد که دارای کمترین فراوانی است بیش از ۵ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند.

اطلاعات مربوط به وضعیت تعداد ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی حاکی از آن بوده است که بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۳۸/۵ درصد افرادی هستند که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ۴/۰۹ درصد که دارای کمترین فراوانی است از تویتر استفاده می‌کنند. همچنین باتوجه‌به جدول فوق می‌توان اشاره نمود که استفاده از تلگرام در رتبه دوم محبوبیت در میان پاسخگویان در سه شهر سنندج، مریوان و بیجار قرار داشته است.

نتایج توصیفی در رابطه با متغیر وابسته یعنی قوم‌گرایی حاوی نکات مفیدی بوده است؛ نخست آنکه در شهرهای مختلف استان کردستان، انواع متفاوتی از قوم‌گرایی برجسته است. برای نمونه در شهر سنندج قوم‌گرایی اقتصادی بیش از سایر انواع برجسته است و این در حالی است که در مریوان وجه غالب قوم‌گرایی، قوم‌گرایی سیاسی است که بدون تردید هر کدام مواجهات سیاسی امنیتی متفاوتی را اقتضا می‌کند.

نکته دوم اینکه شدت قوم‌گرایی سیاسی در مریوان بسیار بالا بوده و با فاصله بسیار نسبت به سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد و در بیجار تقریباً تا حدودی این وضعیت معکوس بوده و شدت قوم‌گرایی اقتصادی با تفاوت قابل‌ملاحظه بالاتر از سایر انواع قوم‌گرایی قرار دارد.

نکته سوم، اینکه در مجموع وجه غالب قوم‌گرایی در سه شهر مریوان و سنندج و بیجار از نوع اقتصادی (۴۳/۳ درصد در کل) است که وضعیت موجود استان در شاخص‌های مختلف توسعه

اقتصادی و انسانی به خوبی گواه این مطلب است. گرچه نکته مهم تر این است که بیش از ۳۳ درصد از پاسخگویان نیز در سه شهر مطالبات قوم گرایانه سیاسی دارند که این می تواند دغدغه ای آنی و جدی و تا حدودی به لحاظ امنیتی نیز نگران کننده است. این وضعیت در میان نسل های سه گانه مورد مطالعه نیز متفاوت بوده است، به عبارتی، نتایج حاکی از شدت بالای قوم گرایی در میان نسل جوان شهر سنندج می باشد. نتایج همچنین، حاکی از قوم گرایی متوسط در میان نسل میانسال و قوم گرایی پایین در میان نسل کهنسال شهر سنندج است.

نتایج یافته ها و بررسی فرضیات حاکی از آن است که رابطه مستقیم، معنی دار و با شدت متوسط رو به بالایی (۰/۴۱۲) بین استفاده شبکه های اجتماعی مجازی و قوم گرایی در شهر سنندج وجود دارد؛ به این معنا که شبکه های اجتماعی مجازی اثر معناداری بر قوم گرایی داشته است. هر چه میزان استفاده بیشتر، شدت قوم گرایی بالاتر. این رابطه برای انواع قوم گرایی نیز صادق بوده است. به عبارتی رابطه مستقیم و معناداری میان استفاده از شبکه های اجتماعی و قوم گرایی در انواع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی وجود داشته است.

نتایج تحلیلی در رابطه با اثر نوع استفاده از رسانه های جمعی (داخلی - خارجی) بر میزان قوم گرایی و انواع آن در میان شهروندان سه شهر حاکی از آن بوده است که نوع رسانه مورد استفاده عامل مؤثری بر قوم گرایی و انواع آن به ویژه قوم گرایی سیاسی شهروندان بوده است. بر این اساس، همان گونه که وضعیت میانگین ها نشان داده اند، این تفاوت در راستای قوم گرایی بیشتر شهروندان به ویژه قوم گرایی سیاسی آن، مبتنی بر استفاده از رسانه های خارجی بوده است. کمترین تفاوت میزان قوم گرایی در ابعاد آن، مبتنی بر نوع رسانه مورد استفاده شهروندان در میان شهروندان سه شهر سنندج، مریوان و بیجار، مربوط به قوم گرایی اقتصادی است که نتایج حاکی از کمترین تفاوت میان میانگین های دو گروه است.

همچنین، نتایج در رابطه با اثر نوع حضور در شبکه های اجتماعی بر قوم گرایی حاکی از معناداری این اثر بوده است؛ بنابراین، با توجه به تفاوت میزان قوم گرایی بر مبنای نوع حضور، می توان از اثر نوع حضور در شبکه ها بر قوم گرایی یاد کرد و اینکه میزان قوم گرایی حداقل بین دو گروه از شهروندان که در شبکه های اجتماعی مختلف عضو بوده اند، متفاوت بوده است که در زمینه میزان قوم گرایی، حضور در فیس بوک به نظر از حضور در سایر شبکه ها بر قوم گرایی مؤثر بوده است. پس از آن میانگین تلگرام و تویتر بالاتر است. این موضوع برای سایر انواع قوم گرایی نیز صادق بوده است. به این معنا که در رابطه با شدت قوم گرایی سیاسی، حضور در فیس بوک به نظر از حضور در سایر شبکه ها مؤثرتر بوده است. پس از آن میانگین تلگرام و تویتر بالاتر است.

در نهایت برای بررسی تأثیر رسانه و شبکه‌های اجتماعی بر متغیر وابسته آزمون تحلیل رگرسیون انجام شده است. بر اساس تحلیل رگرسیون مقدار ضریب همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته ۰/۵۴ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق همبستگی متوسط رو به بالایی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۲ بوده و گویای این واقعیت آماری است که ۴۲ درصد از واریانس میزان قوم‌گرایی شهروندان در سه شهر سنندج، میوان و بیجار توسط سه متغیر میزان استفاده از اینترنت، میزان و کیفیت حضور در شبکه‌های اجتماعی و سن افراد تبیین می‌شود. به عبارت دیگر متغیرهای مستقل ۴۲ درصد واریانس متغیر وابسته قوم‌گرایی را برآورد (پیش‌بینی) می‌کنند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در جامعه امروزی، تکنولوژی نوین ارتباطی نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آنها را نیز دگرگون می‌سازد. انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهم‌ترین آنها می‌توان به تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر سبک زندگی، باورها و ارزش‌های افراد و به‌ویژه جهان‌بینی‌های آن‌ها و در این مورد خاص سبک‌های هویت‌یابی اشاره کرد. فناوری‌های نوین و در رأس آنها شبکه‌های اجتماعی مجازی با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد سبک‌های جدید زندگی، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های جدید شده است. در جوامع امروزی بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان‌ها از مفاهیم مختلف و سبک زندگی دگرگون می‌شود. دلایل زیادی برای شناخت سبک زندگی وجود دارد. یکی از دلایل ضرورت این شناخت، تنوع و تکثر سبک‌های زندگی در ایران و همچنین احتمال بروز شکاف‌های منزلتی میان آنهاست به طوری که دوقطبی شدن سبک‌های زندگی، باعث پیدایش تضادهای طبقاتی و در نتیجه تضعیف هویت ملی می‌شود. بی شک می‌توان گفت در کشوری به پهنه کشور ما، با تنوع فرهنگی عظیمی که در آن مشاهده می‌شود و با سبک‌های زندگی بسیار متفاوت و حتی متضادی که در آن دیده می‌شود. باید در حد امکان به سوی برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و نزدیک گام برداشت تا امکان برنامه‌ریزی عمومی و جهان‌شمول وجود داشته باشد (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۷۴).

بر این اساس و مبتنی بر نتایج این مطالعه چند نکته مهم می‌توان عنوان نمود:

نکته نخست آنکه، یافته‌های این مطالعه به این نتیجه رهنمون شد که رسانه‌های جمعی و به‌ویژه

شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در وضعیت، میزان و شدت قوم‌گرایی شهروندان در شهر سنندج، مریوان و بیجار ایفا می‌کنند. یافته‌ای که با نظریات بسیاری از اندیشمندان این حوزه از لاسول، تا گیدنز و کاستلز و استوارت هور (۱۳۹۰) همخوانی دارد. عمده تأکید این متفکران بر ظهور عصر تازه در سایه گسترش اینترنت و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات دگرگون‌کننده این فضای جدید در حوزه‌های مختلف از جمله در زمینه انواع هویت و تقویت هویت‌های محلی و فراملی و یا در مقابل آن هویت‌های جهانی و فراملی است. همچنین با یافته‌های بروجردی علوی و یزدچی (۱۳۹۶)، حلاج زاده و شنوا (۱۳۹۶) و باقری دولت‌آبادی و همکاران (۱۳۹۲) مبنی بر همبستگی مثبت بین فضای مجازی و هویت قومی همخوانی دارد.

علاوه بر آن، یافته‌های مطالعه به این اشاره دارند که در میان شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک تأثیرات بیشتری بر میزان قوم‌گرایی شهروندان در این سه شهر داشته است. یافته‌ها البته اشاره مهم دیگری دارند و آن اینکه میزان استفاده از فیس‌بوک در میان شهروندان این سه شهر رو به کاهش بوده است و در حال حاضر محبوب‌ترین رسانه مورد استفاده اینستاگرام و تلگرام هستند که تأثیر کمتری بر شدت قوم‌گرایی نسبت به فیس‌بوک بر جای گذاشته‌اند. به عبارتی، به لحاظ تحلیلی می‌توان روند تمایل شهروندان از فیس‌بوک به سایر شبکه‌های اجتماعی و البته هم‌زمان اثر کمتر رسانه‌های جایگزین فیس‌بوک بر قوم‌گرایی را چنین تفسیر نمود که به نظر می‌رسد در دوره اخیر اثرات شبکه‌های اجتماعی بر شدت قوم‌گرایی کاهش یافته است و عمده افرادی که در این شبکه‌های تازه عضو هستند، قوم‌گرایی متوسط یا متوسط رو به پایینی تجربه می‌کنند.

نکته دوم این است که یافته‌های این مطالعه بر اهمیت رسانه‌های خارجی بر تشدید قوم‌گرایی در میان کاربران رسانه‌های جمعی داشته است. اگرچه در این مورد اخیر نیز کاربرد رسانه‌های خارجی به‌منظور موضوعات قومی تقلیل یافته، اما کاربرد این نوع رسانه‌ها همچنان اثر معنادار و مستقیمی بر تشدید قوم‌گرایی در میان شهروندان این سه شهر برجای می‌گذارد.

نکته سوم اینکه، نتایج این مطالعه نشان داد که در میان گروه‌های نسلی و از میان سه شهر، به ترتیب گروه نسلی جوان و شهر مریوان بالاترین میزان قوم‌گرایی به‌ویژه قوم‌گرایی سیاسی را از خود بروز داده‌اند و هر سه نسل و البته هر سه شهر، در حوزه قوم‌گرایی اقتصادی قرابت بیشتری داشته‌اند.

نکته آخر در رابطه با موضوع پژوهش حاضر اینکه با توجه به یافته‌های این مطالعه و همچنین نکات فوق، به نظر می‌رسد که پیامدهای امنیتی مسئله استفاده از رسانه‌های جمعی خارجی و کاربری در شبکه‌های اجتماعی خاص (به‌ویژه فیس‌بوک و تا حدودی تلگرام و اینستاگرام) برای تشدید قوم‌گرایی



و انواع آن، برای جوانان و البته بیش از سایر شهرها در مریوان برجسته‌تر بوده و نیازمند توجه جدی‌تر و منسجم‌تری است تا پیش از آنکه ابعاد امنیتی آن بیش‌ازپیش حساسیت‌برانگیز شود..

## منابع

## منابع فارسی

- ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۸۸)، "الگوی استفاده از اینترنت؛ محیط یادگیری و بافت فرهنگی و اجتماعی". فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۷، صص ۹۷-۱۱۸.
- احمدزاده کرمانی، روح‌الله؛ قاسمی، طیبه. (۱۳۹۲). بررسی نقش اینترنت بر ارزش‌های خانواده (مورد مطالعه: جوانان منطقه ۱۵ تهران)، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، شماره ۴ (پیاپی ۲۳)، زمستان ۱۳۹۲، صفحه ۵۹-۷۲.
- احمدی، ثریا و سید محمدمهدی زاده سید وحید عقیلی (۱۳۸۸) تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در میان نوجوانان و جوانان شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۶۰، زمستان ۱۳۸۸ ص ۱۲۵.
- ازکیا، مصطفی. (۱۳۸۲). روش تحقیق کاربردی، تهران: انتشارات کیهان، جلد اول.
- استریناتی، دومینیک. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه رویا پاک‌نظر، تهران: نشر گام نو، چاپ پنجم.
- اسمیت، فیلیپ. (۱۳۸۷). درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه: حسن پویان، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- بختیاری، آمنه. (۱۳۹۱). بررسی هنجارهای اخلاقی در فضای مجازی (اینترنت)، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۷، شماره ۴ (پیاپی ۱۹)، زمستان ۱۳۹۱، صفحه ۵۳-۶۱.
- برات دستجردی، نگین. (۱۳۹۳). بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه سنندج سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰. جامعه‌شناسی کاربردی. ۱۳۹۳؛ ۲۵ (۲): ۱۵۹-۱۷۰
- برات دستجردی، نگین؛ صیادی، سمیه. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام‌نور شهر سنندج، نشریه تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۱۰، شماره ۵ (پیاپی ۲۶)، از صفحه ۳۳۲ تا صفحه ۳۴۱.
- بشیر، حسن و افراسیابی، محمداصدق. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان، فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۶۰، تابستان ۱۳۹۲، ص ۲.
- بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمداصدق. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان (مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان)، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره

۱، بهار ۱۳۹۱: صص ۳۱ تا ۶۲.

بل، دیوید. (۱۳۸۹). درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر، ترجمه: مسعود کوثری و حسین حسینی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

بیرو، آلن. (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه: باقر ساروخانی، تهران: نشر کیهان، چاپ چهارم.

بیکر، ترز. (۱۳۸۶) نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.

پاک‌سرشت، سلیمان و حسین نوری نیا (۱۳۸۶). بررسی پیامدهای کاربرد فراغتی اینترنت بر

رفتارهای فراغتی جوانان تهرانی، فصلنامه انجمن ایرانیان (مطالعات فرهنگی و ارتباطات)،

شماره ۳.

پهلوان، چنگیز. (۱۳۸۱). فرهنگ‌شناسی، تهران: نشر قطره.

چمنی، امیررضا (۱۳۸۵)، اعتیاد به اینترنت در یزد. فصلنامه اصول بهداشت روانی، ۳۰، صص ۲۲-۳۵.

دانشکده ارتباطات و علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی. گروه پژوهش و تحلیل خبری، ایرنا

(چهاردهم اردیبهشت ۱۳۹۴) شبکه‌های اجتماعی موبایلی؛ ابعاد و پیامدها.

دانشگاه فرهنگیان پیشوای ورامین (۷ آذرماه ۱۳۹۳) نشست آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی تلفن

همراه. معاونت فضای مجازی و سایبری بسیج دانشجویی پردیس زینبیه شهرستان پیشوا

دلور علی. (۱۳۷۴). مبانی نظری و عملی در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: انتشارات رشد، چاپ

سوم.

دواس، دی ای. (۱۳۸۱). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی، چاپ دوم، تهران:

نشانی.

دوران، بهزاد. (۱۳۸۱). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه

تربیت مدرس.

رحمتی، محمدمهدی (۱۳۸۴)، هویت اجتماعی و مصرف کالاهای فرهنگی غیرمجاز، وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

رد پای شبکه‌های اجتماعی موبایلی در دادگاه‌های خانواده (۱۳۹۴) ماهنامه موعود، شماره ۱۷۱،

فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴ صص ۸۳

رستمی نژاد، محمدرضا و وحیدانی اسدی، مریم ایزدی، زهرا روحانی (۱۳۹۳) مدیریت

آسیب‌های تلفن همراه در مدرسه: درنگی بر کارکردهای مثبت و منفی آن. فصلنامه مطالعات

- مدیریت بر آموزش انتظامی، سال هفتم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۰)، کندوکاوها و پنداشته‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ چهارم.
- ریمون، آرون. (۱۳۸۷). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه: باقر پرهام، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ نهم.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵). *درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی*. تهران: انتشارات کیهان.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۰). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. جلد اول، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ساعی، علی. (۱۳۸۸). *درآمدی بر پژوهش اجتماعی*، تهران: نشر آگه.
- سرمد، زهره و عباس بازرگان و الهه حجازی (۱۳۸۶). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. چاپ چهاردهم. تهران: انتشارات آگه.
- سعدی پور، اسماعیل. (۱۳۹۲). آثار فناوری‌های نوین بر شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر نوجوانان، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره دوم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲.
- سواری کریم (۱۳۹۲) بررسی رابطه سلامت روانی و روابط خانوادگی با اعتیاد به تلفن همراه. فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۲ ص ۱.
- صبوری خسروشاهی، حبیب؛ آذرگون، نسرين. (۱۳۹۲). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، شماره ۲ (پیاپی ۲۱)، تابستان ۱۳۹۲، صفحه ۹-۲۵.
- عاملی، سعید رضا و دیگران (۱۳۷۸) *مطالعات تلفن همراه، زندگی در حال حرکت*، تهران: انتشارات سمت.
- عاملی، سعید رضا و شاهو صبار و مهدی رنجبر رضانی (۱۳۸۷) *مطالعات تلفن همراه: زندگی در حال حرکت*. تهران: سمت.
- عبداللهیان، حمید؛ زاهدی، محمدجواد؛ شیخ انصاری، مهین. (۱۳۹۲). تبیینی بر رابطه کاربران در فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره دوم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲.
- عبدی، عباس؛ گودرزی محسن. (۱۳۸۸). *تحولات فرهنگی در ایران*، تهران: نشر علم، چاپ اول.
- عطا دخت، اکبر ویدا حمیدی فر، عیسی محمدی (۱۳۹۳) *استفاده آسیب‌زا و نوع کاربری تلفن همراه در دانش‌آموزان دبیرستانی و رابطه آن با عملکرد تحصیلی و انگیزش پیشرفت* فصلنامه روان‌شناسی

- مدرسه، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۳، صص ۱۲۲-۱۳۶.
- غربی‌تر از غربی‌ها: آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی موبایلی در گفت‌وگو با دکتر سعید سعید فر گفتگو: مرجان ابراهیمی سعید. ماهنامه دنیای زنان، شماره ۱۱۵، مرداد ۱۳۹۴، ص ۲۰
- فاروق امین مظفری و فریدون کریمی (۱۳۹۴) بررسی رابطه بین رسانه‌های نوین (موبایل و اینترنت) و امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان ۳۰ - ۱۵ سال شهر تبریز) فصلنامه دانش انتظامی، شماره ۶۶، بهار ۱۳۹۴، صص ۴۷-۶۱.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه‌ها و نظریات انسان‌شناسی، تهران: نشر نی.
- فهیم، محمدتقی. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی، فرصت‌ها و تهدیدها، (فیس‌بوک آکنده از قوت‌ها و مفسده‌ها)، ماهنامه پیام انقلاب، شماره ۷۶
- فهیم، محمدتقی. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی، فرصت‌ها و تهدیدها (فیس‌بوک آکنده از قوت‌ها و مفسده‌ها) نشریه پیام انقلاب، شماره ۷۵، مهرماه ۱۳۹۲.
- قاسمی، وحید. (۱۳۸۳). روش تحقیق در علوم اجتماعی، جزوه کلاسی درس روش تحقیق، منتشر نشده.
- قانعی، عفت. (۱۳۹۲). بررسی اعتماد در شبکه‌های اجتماعی تحت وب، ماهنامه عصر فناوری اطلاعات، شماره ۹۲، آبان ۱۳۹۲، ص ۷۰.
- قدرتی، حسین؛ سردارنیا، خلیل‌الله؛ ملتفت، حسین؛ برشد، عبدالمهدی. (۱۳۸۸). احساس امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و نهادهای نظم و قانون (مطالعه موردی شهر مشهد)، فصلنامه انتظام اجتماعی، زمستان ۱۳۸۸، دوره ۱، شماره ۴، از صفحه ۷ تا صفحه ۲۶.
- کاستلز، امانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احمدعلی خان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
- کرلینجر، پدهازر. (۱۳۹۱). رگرسیون چند متغیری در پژوهش رفتاری، ترجمه: حسن سرایی، ویرایش اول، تهران: نشر دانشگاهی (سمت) چاپ ششم.
- کرلینجر، فرد. (۱۳۷۶). مبانی پژوهش در علوم رفتاری، ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، تهران: انتشارات آواری نور.
- کوثری، مسعود و محمدرضا جوادی یگانه و طاهره خیرخواه (۱۳۹۱) تلفن همراه و تأثیر آن در ارتباطات میان‌فردی جوانان دانشجو (مطالعه دانشجویان دانشگاه‌های تهران). دوفصلنامه رسانه و

- فرهنگ، سال دوم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۱ صص ۱-۱.
- کوران، تیمور. (۱۳۸۷). موانع فرهنگی توسعه اقتصادی، مجموعه مقالات فرهنگ و کنش عمومی، ترجمه: علی بختیاری، چاپ اول، تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- کوزر، لوئیس. (۱۳۸۷). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی، چاپ چهاردهم.
- کوزر، لوئیس، روزنبرگ، برنارد، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه: فرهنگ ارشاد، نشر نی، ۱۳۷۸
- کوش، دنی، (۱۳۹۲). مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی، ترجمه فریدون وحید، تهران: انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (سروش)، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، چاپ دوم.
- کوهی، کمال و محمدرضا حسنی (۱۳۹۱) رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز
- کیهان، امیر؛ محمدمهدی فرقانی و افسانه مظفری، ۱۳۹۸، نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین ۴(۱۸): ۹۷-۱۲۷.
- کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان. (۱۳۷۱). روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، چاپ سوم.
- گل محمدیان، محسن، پریسا یاسمی نژاد، نادر نادری (۱۳۹۲) رابطه استفاده مفرط از تلفن همراه با ابعاد کیفیت زندگی در دانشجویان. ماهنامه علوم پزشکی کرمانشاه، شماره ۶۷، شهریور ۱۳۹۲ صص ۳۸۷-۳۹۳.
- گوردون، کریستوفر؛ ماندی سایمون. (۱۳۸۳). دیدگاه‌های اروپایی سیاست فرهنگی، ترجمه هادی غبرائی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی: مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- گوهری پور، مرتضی. (۱۳۸۸). معنا و مفهوم فرهنگ عمومی در پرتو مفهوم جهان‌های ممکن، نامه پژوهش فرهنگی، سال دهم، دوره سوم، شماره هفتم، پاییز ۱۳۸۸.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، چاپ نوزدهم.
- ماجدی، سید مسعود و لهسایی زاده، عبدالعلی. (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه‌ای، سرمایه اجتماعی و رضایت از کیفیت زندگی، تهران، فصل نامه روستا و توسعه، سال ۹، شماره ۴.

محسنی، منوچهر؛ دوران، بهزاد؛ سهرابی، محمدهادی. (۱۳۸۵). بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران کافی‌نت‌های تهران) فصلنامه جامعه‌شناسی ایران، زمستان ۱۳۸۵، شماره ۲۸، صص ۷۲ تا ۹۵.

محمدپور، سارا؛ آزادی نژاد، محمدرضا. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف بین فرزندان و والدین تهرانی، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، شماره ۳ (پیاپی ۲۲)، پاییز ۱۳۹۲، صفحه ۱۱۱-۱۲۲.

محمدی جو، امیر. (۱۳۹۲). نقش اینترنت بر انزوای اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۸، شماره ۳ (پیاپی ۲۲)، پاییز ۱۳۹۲، صفحه ۲۷-۳۸. مرکز آمار ایران (۱۳۹۲): نتایج تفصیلی سرشماری عمومی جمعیت استان سندج، درگاه ملی مرکز آمار ایران، در سایت <http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=۱۶۴۸>

مسعودیان، محسن. (۱۳۹۱). نقش پلیس در پیشگیری از جرایم سایبری و تأمین امنیت در فضای مجازی (پلیس فتا)، فصلنامه انتظام اجتماعی، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صفحه ۱۰۳-۱۲۶. معید فر، سعید، احمد گنجی (۱۳۸۸) تحلیلی بر کاربردهای تلفن همراه در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران. مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، شماره ۸، پاییز ۱۳۸۸ ص ۵. ملک احمدی، حکیمه (۱۳۸۹)، تبیین اعتیاد به اینترنت در بین کاربران کافی‌نت‌های شهر شاهین‌شهر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات زنان، دانشگاه سندج.

منصوریان، مرتضی و دیگران (۱۳۹۳) رابطه وابستگی به تلفن همراه با احساس تنهایی و حمایت اجتماعی در دانشجویان. مجله علوم پزشکی رازی، شماره ۱۲۰، خرداد ۱۳۹۳ صص ۱-۸. منطقی، مرتضی و احسان دین‌پرور (۱۳۹۱) شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران تلفن همراه و اینترنت. فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، شماره ۱۰، زمستان ۱۳۹۱. مهبانیان، علیرضا؛ مجردی، سعید. (۱۳۹۳). راهبردهای ج.ا.ایران در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده، فصلنامه راهبرد دفاعی، تابستان ۱۳۹۳، دوره ۱۲، شماره ۴۶، از صفحه ۷۹ تا صفحه ۱۱۵.

مهدی‌زاده، شراره و خیلا، زهرا (۱۳۹۲) تلفن همراه و روابط اجتماعی. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۳۲، پاییز ۱۳۹۲ ص ۹۹

مهدی‌زاده، شراره و مژگان خوشنام (۱۳۹۳) انواع کاربردهای تلفن همراه در میان دانشجویان. فصلنامه

جامعه، فرهنگ، رسانه، شماره ۱۰، بهار ۱۳۹۳ ص ۱۰۳.  
مولر، جی. اچ. (۱۳۸۸). استدلال آماری در جامعه‌شناسی، ترجمه: هوشنگ نایی، تهران: نشر نی، چاپ اول.  
نورمحمدی، مرتضی؛ محمدی، رقیه. (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در انقلاب مصر، فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، بهار ۱۳۹۲، دوره ۵، شماره ۱۴، از صفحه ۱۳۹ تا صفحه ۱۶۲.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۰). تحلیل داده‌های چندمتغیره در پژوهش رفتاری، تهران: انتشارت پارسا.  
یاردی، ساریتا و آمی بروک من (۱۳۹۲) چالش‌های اجتماعی و فنی والدین در رویارویی با نحوه استفاده نوجوانان از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی. مترجم: منا نادعلی.  
یزدخواستی، بهجت، عدلی پور، صمد و الهام کیخانی. (۱۳۹۲). حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها)، نشریه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ۱۴، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۲.  
یزدخواستی، بهجت، عدلی پور، صمد و کیخانی، الهام. (۱۳۹۲). حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها)، نشریه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ۱۴، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۲.

#### منابع لاتین

- Bell, David (۲۰۰۱). An introduction to cyberculture. USA, Routledge.
- Borgatti, S. P. & Haljin, D. S. (۲۰۱۰). Network Theorizing. Defense, ۱۹ (۱)
- Borgatti, S. P., and Halgin, D. S. (۲۰۱۰). Network Theorizing, defense ۱۹ (۱)
- Borgatti, S. P., and Lopez kidwell, V. (۲۰۱۲). Network Theory. In the Sage handbook of social network Analysis.
- Buccafurri, Francesco. Gianluca Lax, Antonino Nocera, Domenico Ursino. (۲۰۱۴). Moving from social networks to social internetworking scenarios: The crawling perspective, Information Sciences, Volume ۲۵۶, ۲۰ January ۲۰۱۴, Pages ۱۲۶-۱۳۷
- ComScore. (۲۰۰۷). ComScore media Matrix releases top to ۵۰ web ranking for July, Retrieved from [www.ComScore.com/press](http://www.ComScore.com/press)
- comScore. (۲۰۰۷). Media Metrix Ranks Top ۵۰ U.S. Web Properties for July , Back-to-School Shopping Kicks Off at Fashion, Accessories and Consumer Goods Sites, Americans Look for Savings at Coupon Sites



- Creeber, Glen, Martin, Royston. (۲۰۰۹). Digital Culture: Understanding New Media: Understanding New Media, Open University Press
- Edgar, Andrew (۲۰۰۲), and Peter Sedgwick. Cultural Theory, The Key Thinkers. London and New York. Sage.
- Ellison, Nicole B. Charles Steinfield, Cliff Lampe. (۲۰۰۷). The Benefits of Facebook “Friends:” Social, Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites, Journal of Computer-Mediated Communication Volume ۱۲, Issue ۴, Article first published online: ۲۳ AUG ۲۰۰۷
- Eric C. Jones & Albert J. Faas & Arthur D. Murphy & Graham A. Tobin & Linda M. Whiteford & Christopher McCarty (۲۰۱۳). Cross-Cultural and Site-Based Influences on Demographic, Well-being, and Social Network Predictors of Risk Perception in Hazard and Disaster Settings in Ecuador and Mexico (Predictors of Risk Perception in Hazard and Disaster Settings in Ecuador and Mexico), Hum Nat, Published online: ۶ April ۲۰۱۳, ۲۴:۵-۳۲
- Fallahi, Vida. (۲۰۱۱). Effects of ICT on the youth: A study about the relationship between internet usage and social isolation among Iranian students, Procedia Social and Behavioral Sciences ۱۵ (۲۰۱۱) ۳۹۴-۳۹۸
- Frenzen Alex. (۲۰۰۰) "does the internet make us lonely" European Sociological Review. vol ۱۶ no ۴, ۴۲۷-۴۳۸
- Hansen D. L. Shnedirman, B., & Smith M. A. (۲۰۱۱). Analyzing Social media network with nodexL insights from a connected word.
- Hansen, D. Shneiderman, B. Smith, MA. Morgan K. (۲۰۱۱) An alyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world.
- Hartley, John (۲۰۰۵). Communication, cultures and media studies. London and New York: Routledge.
- Hartmann, Maren (۲۰۰۹), The Changing Urban Landscapes of Media Consumption and Production, European Journal of Communication
- Haywood, Trevor., (۱۹۹۸). Global networks and the myth of equality: trickle down or trickle away?. In Cyberspace divide, Brian D. Loader (Ed.). Routledge, New York, NY, ۱۰۰۰۱ ۱۹-۳۴.
- Holderness, Mike., (۱۹۹۸). Who are the world's information-poor?. In Cyberspace

- divide, Brian D. Loader (Ed.). Routledge, New York, NY, ۱۰۰۰۱ ۳۵-۵۶.
- Holmes David (۲۰۰۵) Communication theory, media , technology and society. London, Thousands oaks: Sage publications
- Lewisa, Kevin. Jason Kaufmana, Marco Gonzaleza, Andreas Wimmerb, Nicholas Christakisa. (۲۰۰۸). Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com. journal homepage: [www.elsevier.com/locate/socnet](http://www.elsevier.com/locate/socnet). Social Networks ۳۰ (۲۰۰۸) ۳۳۰-۳۴۲
- Lews, K., Kufman, J., Gonzalez, M., Wimmer, A. & Cristakis, N. (۲۰۰۸). Tastes, ties, and time: A new Social network datasets using facebook.com, Social network ۳۰, pp.۶۰-۶۷.
- Marshall, David. (۲۰۰۶) New media - new self : the changing power of celebrity, in Marshall, David (eds), The celebrity culture reader, pp. ۶۳۴-۶۴۴, Routledge, New York, N.Y.
- McKenna, Katelyn Y. A. Bargh, John A. (۲۰۰۰). Plan ۹ From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology, Personality and Social Psychology Review, February ۲۰۰۰ vol. ۴ no. ۱ ۵۷-۷۵
- McQuail, Denis. (۲۰۰۵). McQuail's Mass Communication Theory, Edition illustrated, reprint. Publisher SAGE, ISBN ۱۴۱۲۹۰۳۷۲۶, ۹۷۸۱۴۱۲۹۰۳۷۲۱ , Length ۶۱۶ pages
- Meredyth, Denise, Ewing, Scott and Thomas, Julian (۲۰۰۳) Introduction:** divided opinions over the digital divide, Southern Review, ۳۶(۱).
- Norris, Pippa. (۲۰۰۱). Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press.
- Richardson, Ingrid (۲۰۰۷) Pocket** technospaces: the bodily incorporation of mobile media, Continuum, ۲۱(۲): ۲۰۵-۱۵.
- Santos, E.E.; Santos, E.; Long Pan; Wilkinson, J.T. (۲۰۱۴). Infusing Social Networks with Culture, transactions on systems, man, and cybernetics: systems, vol. ۴۴, no. ۱, january ۲۰۱۴.
- Santos, P., & Barret, C. B. (۲۰۰۶). Why and who to samples social network. Retrieve from [http:// www.saga.cornel.edu/wp۲۱۱.pdf](http://www.saga.cornel.edu/wp۲۱۱.pdf).

- Santos, Paulo and Christopher B. Barrett (۲۰۰۶b), Why and how to sample social networks, Cornell University, manuscript.
- Servon, Lisa** (۲۰۰۲) *Redefining the Digital Divide: Technology, Community and public policy*, malden, MA: Blackwell Publishing.
- Sharmeen, Fariya. Theo Arentze, Harry Timmermans. (۲۰۱۴). An analysis of the dynamics of activity and travel needs in response to social network evolution and life-cycle events: A structural equation model, Transportation Research Part A: Policy and Practice, Volume ۵۹, January ۲۰۱۴, Pages ۱۵۹-۱۷۱
- Slavko, Splichal, (۲۰۰۹), New' Media, 'Old' Theories Does the (National) Public Melt into the Air of Global Governance? European Journal of Communication
- Soleymani H. Effect of new technology on culture. Rasalat Newspaper. ۱۹ esfand ۱۳۸۷. ]In Persian[
- Tsvetovat, Maksim, Alexander Kouznetsov (۲۰۱۱). Social Network Analysis for Startups: Finding connections on the social web Paperback  
Usinfo. (۲۰۰۸). Retrieved From. <http://usinfo.state.gov/xarchives/display>.
- Vasaloua, Asimina , Adam Joinsona, Tanja Ba` nzigerb, Peter Goldiec, Jeremy Pittd, (۲۰۰۸), Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness and embodied messages, Int. J. Human-Computer Studies ۶۶ (۲۰۰۸) ۸۰۱-۸۱
- Wasserman, S., Faust, K., ۱۹۹۴. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge University Press, Cambridge
- Watt, D., & White, J. M. (۱۹۹۹) Computers and the family life. Comprative Family Studies, ۳۰(۱), ۱-۱۵.
- Whittaker, Jason (۲۰۰۴). The cyberspace handbook. London and New York: Routledge
- Zhou, J., Shin, S., J. Brass, D., J., Choi, J., & Zhang, Z. (۲۰۰۹). Social networks, personal values & Creativity: evidence for Curvilinear and interaction effects, journal of applied psychology, ۹۴ (۶), ۱۵۴۴-۱۵۵۲.
- Zhou, Jing; Shin, Shung Jae; Brass, Daniel J.; Choi, Jaepil; Zhang, Zhi-Xue. (۲۰۰۹). Social networks, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects. Journal of Applied Psychology, Vol ۹۴(۶), Nov ۲۰۰۹, ۱۵۴۴-

