چکیده

در عصر حاضر با ورود چشمه‌گیر جوانان به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، این شبکه‌ها تأثیرات قوی‌تری بر آنها کاوش‌شده‌اند. یکی از جنبه‌های مهمی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌پذیرد، هویت شخصی است. به‌همین دلیل یازدهمین سال آگس تصویری استفاده از شبکه‌های اجتماعی میان یک تلفن همراه (فیس‌پک و تلکام) با شکل‌گیری هویت شخصی مدرن، در میان جوانان شهر اردبیل پدیدخواهد است. سوال اصلی یازدهمین سال این است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی فیس‌پک و تلکام چه نقشی در هویت شخصی مدرن دارد؟ روش یازدهمین سال تا بارگیری است. جامعیت آماری یازدهمین سال اینکه جوانان شهر اردبیل شکل می‌دهند که از آن‌ها تعداد ۲۸۰ نفر به شهری اخوان‌البیان مرحله‌ای انتخاب و بررسی شدند. پس از یازدهمین سال نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایل و محله‌ای هویت شخصی مدرن (توسعه فردی، توسعه نظام ارتباطات بین فردی، توسعه اطلاع‌رسانی و تغییر در نظام ارتباطی و توانمندی فردی، تغییر در پیوندهای دستی‌کاری افراد و جوهری، لباس‌گرایی زندگی و دستی‌کاری فرمی آفرود فردی) می‌شود. مسئولیت و معایند و برجام دارد. بیشترین هم‌بستگی مربوط به توسعه فردی و قدسی‌گی می‌شود به توسعه ارتباطات بین فردی است. نتایج یازدهمین سال داد که تکستش استفاده از شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه به فردی و فردی شدن می‌انجامد.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی موبایل، هویت شخصی مدرن، فردی شدن.

* مدیر دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران
*** نویسنده مسئول
مقدمه

در دوران سیتی، هویت انسان در مراحل گذشته از یک نسل به نسل دیگر شکل می‌گرفت، و لی در مدرن‌های هویت فرد مورد تأمل و بازازی‌های قرار می‌گرفت و فرد باید خویشتن دگرگون شدید خویش را کشف کند. همراه با چنین وضعیت‌های نهاده و سازمان‌های کوچک جای خود را به سازمان‌های پژوه و غیرشخصی می‌دهند. فرد در دوره‌ی مدرن تنها و مجزوم از حس امتیز دوره‌ی سنتی است. فرد به سوادهای مهمی درباره‌ی هویت خودش پاسخ و اختیاری‌های مهمی در طول زندگی انجام می‌دهد.

مفهوم هویت شخصی روزبه‌رگی‌سپر شیای (کیدزن، 1383: 222).

یکی از مفاهیم تأثیرگذار بر هویت، فناوری اطلاعات در ارتباطات ایمیل از شیوه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و... و محصول پیام‌های اول که از زبان‌های سانسکریت جمعی در جامعه به مخاطبان عرضه می‌شود (پانیی و بابایی، 1384: 25). امروزه، استفاده از فناوری‌های ارتباطی جدید، همچون شیوه‌های اجتماعی مبتنی بر لیست همه‌ها باعث شده حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های پرورشی و فراستی به پایان تأمین فضای فکری جوامع وارد شود و بر ابعاد مختلف زندگی فردی و جمعی تأثیر بگذارد. مهمین وسایل ارتباطی و هویت‌پایه، براساس یک ویژگی فرهنگی با مجموعه‌ای به هم پرده‌داری از ویژگی‌های فرهنگی صورت می‌گیرد. با دید جامعه سناسان هویت‌پایه، فرآیند است که کاملاً در معرض پاسخ‌های است و عوامل این پاسخ‌های به نظر اجتماعی، تاریخی و فرهنگی متغیران برمی‌گردد (بیاته، 1384: 5). در گذشته هویت افراد در تعاملات حضوری افراد و به‌صورت چهارده به‌جهت شکل می‌گرفت؛ اما امروزه با ظهور نواوری و رسانه‌های جدید، تعاملات به‌صورت مجازی درآمده است و تعامل از کنال‌های فضاهای مجازی ایجاد شده‌است. فرد باید این امکان را می‌دهد که با افرادی فراتر از مکانی که او در آن حضور دارد ارتباط برقرار کند.

برآساس نظریه‌های گیدزن، در مدرن‌های جدید مفاهیم «خود»، «مانند» و «زیست‌های« سیاه نظر کرده و می‌گوید که «خود» در نهایت حقیقت می‌باشد. به‌طور بازازی‌های ساخته و برخوانده می‌شود و بنا براین هویت شخصی نیز در حقيقة همان «خود» است که شخص آن را تأمیل قرار می‌دهد و به‌منزله‌ی بازیابی از زندگی نامناسب می‌پذیرد (گیدزن، 1378: 58).

70
نقد شیکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن

دروافت گهگامی که فرد با فرد دیگر تعامل می‌کند، هویت خود را به‌منظوری عضوی از جامعه بپیاد می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعیین می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، دنگ‌گونی بیاندی‌های مقامی در تعاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کانسیل معنی‌دار است از آنجا که انتقال و جریانهای طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه‌های فرهنگی که نظامی‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور فناوری جدید، دستخوش دنگ‌گونی‌های بیاندی‌های مبهم‌تری می‌گردند. کانسیل 1385: 24 این روش پایه‌ای از شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن فهمین‌دنیای ارتباطی مرسم در رسانه‌های ارتباطی جمعی، عملی فرآیندهای نوینی را برای تجزیه‌ناتوانی و هریت به وجود آورده است.

اما واقعیت این است که حضور جوانان ایرانی در دنبال مجازی تناها به چند کردن و تعاملات مجازی محدود نمی‌شود. دروافت، این‌ترین و شیکه‌های اجتماعی مجازی باعث به وجود آمدن فضایی عمومی جدیدی شده‌اند که در آن جوانان نیز مانند اشاره درگر جامعه امکان پیدا کرده‌اند که از مراحل مختلف را با افراد مختلفی انجام بگیرند و این امر بهره‌ی خود باعث به وجود آمدن تغییرات در سایت‌گیری و هریت آنان می‌شود.

فضای مجازی و شیکه‌های اجتماعی مجازی برای جوانان، بعنوان امکانی برای توسعه‌ی فرهنگ «حوزه‌ای عمل آنان است از این رو، فضای مجازی تجهیزه‌ی جدیدی به جوانان ارائه می‌دهد و به این ترتیب درک شناخت و مطالعه‌ی خودرو در فضای مجازی امکانی برای دیگر دنیای جوانان و چگونگی استفاده‌ی آنان از رساهای نوین و تأثیرپذیری از این رساهای مجازی‌است. از آنجا که نتایج فردی و اجتماعی گسترش استفاده از شیکه‌های اجتماعی موبایلی در بین جوانان ایرانی موضوعی است که با وجود اهمیت آن چندان مورد بررسی یا تحقیق‌گری علم‌اساسی، به‌ویژه علم ارتباطات قرار نگرفته است؛ زیرا به‌نظر حاضر در نظر دارد به رابطه‌بین استفاده از شیکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل و هویت شخصی مدرن جوانان پردازد. دو شیکه‌ی فس‌بک و تلگرام نیز با توجه به این که بیشترین تعداد کاربران را در میان شیکه‌های اجتماعی موبایل برای بررسی انتخاب می‌کنند. بنابراین، هدف تحقیق، دستیابی به پاسخ لازم برای این پرسش اصلی است که استفاده از شیکه‌های اجتماعی فس‌بک و تلگرام به‌چه‌نفری در هویت شخصی مدرن جوانان شهر اردبیل‌داره؟

71
پیشنهایی پژوهش

اهار و همکاران (1395) در تحقیقی پیش‌آمیز با عنوان شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و عضویت در فیس‌بوک، میزان اشتغال، نوع انجام و هدف کاربران در استفاده از فیس‌بوک غیر‌همافهمند، میزان مشارکت و قبال بودن کاربران آن و افتاق تلقی کردن محتمل مطالب فیس‌بوک، از بین شخصی مدلند رابطه معنادار منتظر وجود دارد.

می‌توانستند درصد از عوامل تأثیرگذار بر هویت ملی دانشجویان را تبیین کنند. صورت خوش‌شانه و آذرگون (1392) پژوهشی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر هویت اجتماعی انجام داده‌اند. این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر میزان حضور در فیس‌بوک و نوع استفاده از آن در ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی است. روش تحقیق در این پژوهش پیمایشی است و تکنیک سنجش مجموع آری داده‌ها نیز پرسشنامه است. نتایج این بررسی رابطه میان هویت قومی، دینی، ملی و جهانی با میزان استفاده از فیس‌بوک را تایید کرد.

معمار و همکاران (1391) در پژوهش "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت" (با تأکید بر بحران هویت ایران) براساس یک تقسیم‌بندی نسلی، دریافتند که نسوم بیشترین کاربران فضای مجازی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر، مصرفی از شبکه‌های اجتماعی انجام‌دهند. فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طبقه گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت را در زمینه‌های فردی ناهماهنگی‌های هویت را سبب شده و به نحوی تغییر اجتماعی را می‌توان از کرده است. هم‌چنین شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تغییرات اساسی در نهاده‌های هویت ساز شده‌اند و عوامل معنادار هویت را تغییر بذرده‌اند.

بلوری و عدل‌الهی (1390) در تحقیقی پیش‌آمیز با عنوان بررسی میزان رشد هویت فردی میان در میان دختران نوجوان شهر تهران (نمونه‌سازی طبقه‌بندی پیش‌اندازه‌گیری) به این نتیجه رسیدند که این رشد دختران از این کننده هویت رشد نشده.
با توجه به گزارش برخوردارند، از بین متغیرهای مؤثر در شکل‌گیری خوشه‌های هویت، سطح گذرگاه برای گروه‌ها، میزان استفاده از رسانه و میزان تعالیف قابلیت به ترتیب نقش بیشتری را در تبین و پیش بینی هویت را به رشد مدرن دختران نجومان داشته‌اند.

امدی و همکاران (2007) در پیام بررسی استفاده از تلفن همراه بر شکل گیری هویت شخصی مدرن در میان نوجوانان و جوانان شهر تهران در این بحث که استفاده‌های چندمنظوره رسانه‌ای از تلفن همراه مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت از ویژگی‌های است که هویت شخصی مدرن را تقویت می‌کند و کانالی بودن فرد و خوانتهای او را معا و بخشید. لارسین (2009) درباره تأثیر جنسیت در مطالعه خود دریافت که تعلیم در شیک‌های اجتماعی می‌تواند به تکرار و حفظ دوستی‌ها کمک کند اما دختران بیش از پسران به نظرهای دریافت شده و اینکه از سوی چه کسی ارسل شده است، توجه می‌کند.

کالی (2007) در رساله‌ای خود با عنوان ساخت هویت در فیس بوک، به مطالعه شش دانشکده کالج، دو دانش‌آموز تازه فارغ به تحصیل شده و پروفایل‌های آنها برادری است. نتایج حاکی از آن است که افراد هویت‌های خود را در همه برخی هویت‌های زندگی برای سازند اما این پرساگذاری در فیس بوک به خویش متشه است. لارسین و همکارانش (2007) در مطالعه‌ای خود با عنوان تأثیر اینترنت بر رشد می‌خواهند.

هویت جوانان به تأثیرات اینترنت در شکل گیری هویت فردی نوجوانان چینی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که کاربردهای نیشته‌ای بر چهار بعد از رشد هویت تأثیر گذارشده است. بکه شیوهای جدیدی از درک صورت‌بندی هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است. در این بررسی نشان داد که استفاده از اینترنت به مشاهده روشی جهت دریافت تجربیات در میان سایر تکنیک فهم شده و رشد هویت نیز مبنای میزان تعهد به یک مفهوم معین به عنوان درک درک می‌کرد.

یاهه‌های پژوهش بود (2007) نیز حاکی از آن است که جنسیت، بر کاربرد کاربرد در شیک‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد. پسران جوان نسبت به دختران جوان تمایل بیشتری به فعالیت در شیک‌ها دارند اما دختران با سهند بالاتر نسبت به پسران با سهند بالاتر، دوباره بیشتر از پسران در همسال خود برای تعامل با جنس مخالف در شیک‌ها حضور می‌پانند و کمتر علاقه‌مند به ملاقات با افراد جدید هستند. هم‌چنین دختران بیشتر از پسران همسال خود به استفاده از این شبکه‌ها، برای ارتباط با دوستانشان، علاقه دارند.

73
در خصوص پژوهش‌های صورت‌گرفته خارجی می‌توان گفت که این پژوهش‌ها بیشتر به بررسی الگوها در فضای مجازی نوجوانان و به تأثیر مشکلات اجتماعی بر هویت کاربران نپرداخته‌اند. پژوهش‌های داخلی نیز عمده‌تر توجه‌بندان به نقش اینترنت و کمتر به تأثیر مشکلات اجتماعی مجازی بر هویت مدرن جوانان پرداخته‌اند. اما در پژوهش حاضر، با بهره‌گیری از این پژوهش‌ها به مطالعه تأثیر شیوه اجتماعی فیسبوک و تلگرام بر هویت مدرن جوانان ارتباط پرداخته می‌شود.

مباحث نظری پژوهش


وقتی افراد بر شاهد‌های درون‌گریزی و تفاوت‌های بین گروهی تأکید دارند، بحث هویت جمعی مطرح است. شناسایی این نوع هویت، آن حوزه و قلمرویی است که افراد با ضروری مدعی در مراحل مختلف زندگی افراد را متعلق به بدن می‌دانند و در برابر آن احساس تبعید و تکلیف می‌کنند (عبداللهی، 1374: 12). همچنین هنگامی که شخص، بر تفاوت‌های فردی متمایز دو یا گروه تأکید دارد، هویت فردی مطرح می‌شود. درواقع هویت فردی معطوف به بارتشناسی مرز میان خود و دیگری است.

هویت فردی مطرح در افرادی مربوط به نوعی آگاهی افرادی که هر فرد در فرآیند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران درباره خود کسب می‌کند. این گروه‌گاهی به‌صورتی نسبتاً سازمان‌یافته به‌شکلی از نظام شخصیتی حائل و واسطه بین دنبای برانت و درونی فرد است و در هر حوزه با میانان تعلاملاتی، رابطه‌ای در انتخاب، خود و دیگران تنظیم و کش‌ها و را تعیین می‌کند (عبداللهی، 1374: 12). گیلیان معنی‌دار است هویت شخصی را با این حال نمود و تقلیل‌بندی به‌طور مداوم آن را توجه به تجربیات منفی‌آمیزی زندگی روی می‌گیرد و یکی‌یکی تطبیق کنند. به‌طور امروزی مورد تنظیم و توجه قرار داد (کیهانی، 2013: 127-128).}

۷۴
بیشتر در تقسیم‌کار است و برداری چندبعدی از معنای انتخابات، نقش‌های اجتماعی محلول و اکسبایی است که شخص در زندگی اجتماعی آیفا می‌کند. هویت شخصی عمل برای روانی خاصی از خود بازخود ساخته و پرداخته می‌شود که از اهمیت بالایی برخوردار است؛ زیرا منابع زندگی اجتماعی و ایجاد منابع معنادار و استوار با دیگران است. در تحلیل انواع هویت فردی با دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی منسوخ سروکار داریم؛ دیدگاه‌های نظری را می‌توان به دو دسته دیدگاه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تقسیم کرد. در زیر دیدگاه‌های روان‌شناسی مفکرانی چون اریکسون، آلپورت و... مطرح می‌گردد. دیدگاه‌های جامعه‌شناسی مرتب با هویت را می‌توان در دو دسته تقسیم گردد و ترکیب گر و تنظیم نمود. در دسته اول کسانی چون اریکسون، کوی و مید. هویت را در ارتباط با عوامل سطح خرد و دسته دوم جامعه‌شناسی چون هابرماس و گیدنر آن را در ارتباط با ترکیبی از عوامل سطح خرد و کلان تحلیل می‌کنند (بیلور امانی و عبدالهی، ۱۳۸۰: ۱۴۲). در مجموع هویت واجد به عنصر است؛ هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی چه که یک در تكوین هویت فردی نقش مهمی ایفا می‌کند. در مقابل این سه هویت، هویت شخصی ویژگی به هم‌این ساز را تشکیل می‌دهد. هویت اجتماعی (نقش‌های اجتماعی درونی و خارجی) و فرهنگی (درک و کاربرد نامه‌های فرهنگی) در پیوند با گروه‌های و اجتماعات مختلف قرار می‌گیرد (بربور حسین بیگی، ۱۳۸۳: ۸۸).

نظریه ساخت‌بایی: گیلن برای تلقیف ساختار و کنش، مفهوم ساخت‌بایی را واقع گردیده است. براساس نظریه ساخت‌بایی گیلن، هر جند ساختارها را کنش و کردارهای اجتماعی آمیانمی سازد ولی برخی موارد رفتار و کنش انسانها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و همین طور کنش و کردار انسانها بر روی ساختارها تأثیر می‌گذاشته و باعث تغییر، تولید و پایداری آنها می‌شود.

هدف گیلدزن، تلقیف و سازگاری بین ساختار نهادی و عاملیت فردی در قالب یک گروهی ترکیبی نظیری اجتماعی است. امکانات می‌کند که کنش‌های روزمره مانند خرید کردن، به مدرسه رفت و غیره هم تولید (زاویه) و هم بازتویید (زاینده) ساختارهای اجتماعی است. طبق نظریه ساخت‌بایی، عامل انسانی و ساخت در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرد؛ تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتویید می‌کند و به‌واسطه همین بازتویید ساختارها از سویی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسانها محدودیت ایجاد می‌کند. ساختار اجتماعی عموماً ناشی از فعالیت‌های
روزمره افراد و تبعیت از قاعده است و ساختار آن قواعدی برپا گردید که در چنین
کننی هنگام است (کرب، 1982: 124). به بیان دیگر، این انسان‌ها هستند که ساختار
را می‌سازند؛ ولی این کار را تحت شرایط انتخابی شان انجام نمی‌دهند بلکه این تولید و
پاسخ‌گویی ساختار را تحت شرایط و موقعیت‌هایی که مستقیماً با آن روبه‌رو می‌شوند و از
گذشته‌ها به آنها متصل بر فرازدی
دبی‌سفیدی تأکید می‌کند که قطعیت آگاهی ساخته می‌شود. به همین دلیل
است که وی رابطه‌ای قابل و ساختار را بصورت فرازدی پورا و تاریخی در نظر
می‌گیرد (ریتز، 1388: 120).

گیتنر معنی‌دار است هویت شخصی را با دانسته‌ها خلق نموده و تقریباً به‌طور مداوم آن
را با توجه به تجربیات متناقض زندگی روزمره و گرایش‌های تطبیق کنندگی نهادهای
امروزی، تنظیم و تجریب کرد (براندگان و بهنونی، 1387: 134).

نظریه استفاده و خشونتی: این نظریه مخاطب را دستگاه می‌داند و معنی است مغزیان
براساس نیازها و انتظارات خود رسانه‌ها و برنامه‌های را که برای پردازی نیازهای
خود بهتر می‌دانند، انتخاب کنند (فیسک، 1382: 124). با توجه به
همسی نیازها و انتظارات مخاطب در استفاده از رسانه‌ها و زنده فردی و اجتماعی
این نیازها گذشته این نظریه را چنین ترسیم کرده‌اند: زمینه‌های اجتماعی و روانشناسی
باعث ایجاد نیازهای می‌شود که نتیجه آن انتظارات و توقعات از رسانه‌ها جمعی
است. این امر موجب توجه و گوناگونیالگهای عرضه رسانه می‌شود و به برآورده
شن نیازهای ما انجامد. مجموع نیازها و انتظارات مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را
می‌توان در چهار مقوله ابزاری جای داد:

آکادمی و نفتات: مردم مانند شرکت کسب اخبار و اطلاعات از دنبال یپرامون و نظرات بر
حماس اجتماعی غشیز از رسانه‌ها استفاده می‌کنند.

روابط شخصی: مردم در فرآیند ارباب، رسانه‌ها را همراه و هم‌نشین خود تلقی
می‌کنند و از محتواهای رسانه‌ای برای ارتباط و گفتگو با دیگران استفاده می‌کنند.
هویت شخصی: مردم از رسانه‌ها برای کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای نحوه و
تقویت ارزش‌های شخصی استفاده می‌کنند.

سرگرمی و جایگزینی واقعیتی: مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن و ورود به مشکلات
زنده‌گر روزمره و تخیل‌های عاطفی استفاده می‌کنند (به نقل از مه‌دی‌زاده، 1392).
فرض‌های پژوهش

پژوهش حاضر، انتظار شیوهی گردآوری اطلاعات، از نوع پیمایشی، به لحاظ بُعد زمینه‌ای از نوع مقطعی و از نظر دستیابی به هدف از نوع کاربردی است. جامعهٔ آماری پژوهش، جووانان شهر اردبیل در نظر گرفته شد. حجم نمونه، با استفاده از فرمول کورکان، ۳۸۰ نفر به دست آمد. در این پژوهش، برای انتخاب نمونه از شیوهٔ نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است؛ به این ترتیب که در مرحله اول، از مناطق شهر اردبیل با توجه به حجم نمونه، سه منطقه (مناطق شمال، جنوب و مرکز شهر) و در مرحله دوم، در داخل هر منطقه مناسب با حجم جمعیت و تعداد بلوک‌ها، تعادلی مانند در حجم خانوار هر بلوک) تعادلی نمونه، به صورت کاملاً تصادفی، انتخاب شد. همچنین در پژوهش حاضر برای سنی‌سنجش اعتبار پرسشنامه از انتخاب صوری، و برای سنی‌سنجش میزان قابلیت استفاده پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تعیین میزان آلفا، برای افراد بالای ۲۰ سال، آلفای کرونباخ از ۷/۰ به دست آمد که دارای پایداری قابل قبولی است. ضریب آلفای متغیر‌های تحقیق در جدول زیر نشان داده شده است:

۷۷
جدول شماری ۱: ضریب آلفای متغیرهای تحت‌پیمایش

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر آلفا</th>
<th>مقدار آلفا</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>توسیعی فردی</td>
<td>۰/۸۱</td>
</tr>
<tr>
<td>توسیعی انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی</td>
<td>۰/۷۹</td>
</tr>
<tr>
<td>توسیعی ارتباطات بین فردی</td>
<td>۰/۹۰</td>
</tr>
<tr>
<td>تغییر در پیوندهای دلیگن‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی</td>
<td>۰/۸۸</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی فوری و فرهنگ فردی</td>
<td>۰/۸۲</td>
</tr>
</tbody>
</table>

hoe a شخصی می‌شد: برای این متغیر باید مؤلفه در نظر گرفته شده است این مسئله‌ها

عبارت‌اند از:

۱- توسیعی فردی: به معنای توجه به خصوصیات فردی و شخصی کاربران است.

هر یک از کاربران فردیت خود را در جنبیان زندگی اجتماعی گسترش می‌دهند.

شناخته‌ای این متغیر عبارت است از: علاقه‌ی متفاوتی از دیگران باشند، توجه به علایق

و خواسته‌های شخصی خود، استفاده از رمز در تلفن همراه، حفظ محتوای تلفن همراه.

۲- توسیعی ارتباطات بین فردی: میزان ارتباط با اطرافین است که شامل دوستان،

اطرافین، عائله و همکاران می‌شود.

۳- توسیعی انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی: توسیع و تنوع انتخاب‌ها

به‌عنوان متعکس کننده توسیعی قدرت فردیت است که فرد را از محدودیت و تعامل

تک انتخابی به تک انتخاب‌ها متقابل کرده است. نمونه‌ی مهم این قدرت انتخاب در

تلفن‌های همراه دیده می‌شود. استفاده از زنگ صدا‌های مختلف برای تماس، اختصاص

زنگ خاص برای هر تماس و استفاده از زنگ‌های پیشواز ازجمله این شناخته‌است.

۴- تغییر در پیوندهای دلیگن‌های فردی و حوزه‌ای خصوصی زندگی: خود فردی و

خصوصی، دارای قلمرو شناختی است که درب‌یارانده‌نشان ویژه‌ای (مثل نوع لباس و

یا اصطلاحات خاص گفت و گو، موقعیت (مثل امور مربوط به گروه‌های اجتماعی و یا

مثلاً شبیه) و یا رفتار خاص (مثل خندورهای بی‌پدن و یا مثل زنگ‌های بی‌پدن) می‌تواند باشد.

خود جمع مجموعه مربوط به عضویت، روابط و تنش‌های اجتماعی است. تلفن همراه را

می‌توان با تکنیک‌های فردی و «خواه» جمع‌مرتب نمود و این تکنیک فردی را

درب‌یارانده‌نشان ویژه برای متعکس‌کردن و مرتبط کردن خود و دیگری دانست.

۵- دسترسی فوری و فرهنگ فردی: دسترسی فوری و فرهنگ فردی جنسی

78
مهمی از فرهنگی‌های اجتماعی ارتباطی است که در یک آن دسترس‌ها بین فرهنگی توسیعی باید و فرد در حلقه‌ی ارتباطی نزدیک باقی مانند. نام‌های بسیاری، به‌معنای شدن فاصله‌ی در دسترس بودن همه‌ی انتظارها و انتظارات همه‌ی عارضه‌ای یک‌سوسی در اثر نتایج جدیدی به نام دسترسی فردی فردی را فراهم اورده است و از سویی درگیر مسیر جدیدی از زندگی‌ها به وجود آورده است که می‌توان از آن به فرهنگی فردی تعبیر کرد.

مدل مفهومی پژوهش
با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده استفاده از شیوه‌های اجتماعی بر هیات افراد تأثیرگذار است که نحوه‌ی تأثیرگذاری آن در مدل دوران ارائه شده است.

نمودار شماره‌ی ۱: مدل مفهومی تحقیق (منبع: جعفری و فرامرزی، ۱۳۹۵)

یافته‌های تحقیق‌ی تحت‌نظر گروه‌بندی سنی ۲۵ درصد در گروه سنی ۱۸-۲۱ سال، ۳۳ درصد در ۲۲-۲۵ سال و ۳۲ درصد در بین ۲۶-۲۹ سال بودند. همچنین نیمی از افراد انتخاب شده دختر و نیمی دیگر پسر بودند. از نظر توصیفات، ۱۵ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و دیپلم، درصد کارشناسی، ۵۵ درصد کارشناسی و ۱۰ درصد نیز کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.
از لحاظ وضعیت اجتماعی، ۱۲ درصد پاسخگویان شاغل، ۱۵ درصد بیکار، ۲۱ درصد خانواده، ۲۷ درصد دانش آموز و دانشجو بودند. همچنین ۲۴ درصد پاسخگویان مناهل و ۲۷ درصد نیز مجرد بوده‌اند. انتظار مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی موبایلی وسایل دعوت و تلاکرگام از میان کاربران بررسی شده، در این پژوهش به ترتیب ۱۸۳ درصد کمتر از یک سال، ۲۳/۴ درصد کمتر از دو سال، ۱۵/۴ درصد از سه سال و ۲۲/۴ درصد از سه سال تا پیشرفت از سه سال، عضویت شبکه اجتماعی موبایلی وسایل دعوت و تلاکرگام استفاده می‌کرده‌اند.

برای ثبت شخصی پنج مؤلفه شامل توسعه‌ی فردی، توسعه‌ی انتخاب‌ها و تغییرات در نظام ارزشی و ترجیحات فردی، نسبت‌های ارتباطی بین فردی و تغییرات در پیوندها، شبکه‌های فردی و حوزه‌های خصوصی‌ی زندگی، دسترسی فوری و فرهنگ فوری در نظر گرفته شد که وضعیت هر یک از مؤلفه‌های فوق در بین جوانان مورد بررسی گردید.


<table>
<thead>
<tr>
<th>میانگین مؤلفه‌های هویت شخصی مدرن</th>
<th>کم</th>
<th>متوسط</th>
<th>زیاد</th>
<th>خیلی زیاد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>میانگین مؤلفه‌های انتخاب‌ها و تغییرات</td>
<td>۱۱۱</td>
<td>۱۳</td>
<td>۴۱</td>
<td>۲۳</td>
</tr>
<tr>
<td>موثر در نظام ارزشی و ترجیحات</td>
<td>۱۱۱</td>
<td>۱۳</td>
<td>۴۱</td>
<td>۲۳</td>
</tr>
<tr>
<td>میانگین دسترسی فوری و فرهنگ فوری</td>
<td>۲۲۲</td>
<td>۵۱</td>
<td>۱۴</td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td>عناصر زندگی</td>
<td>۲۲۲</td>
<td>۵۱</td>
<td>۱۴</td>
<td>۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

براساس اطلاعات جدول فوق به‌طور متوسط ۱۳ درصد از لحاظ توسعه‌ی فردی در سطح خیلی کم، ۲۲ درصد در سطح کم، ۲۳ درصد در سطح زیاد و ۱۱ درصد نیز در سطح خیلی.
زیاد هستند. همچنین در بین 11 درصد حوانان مورد بررسی توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی به میزان خیلی کم و ۲۳ درصد به میزان کم اتفاق افتاده است؛ درحالی که در بین ۱۵ درصد زیاد و در بین ۲۳ درصد این مؤلفه به میزان خیلی زیاد و جوید دارد. به این ترتیب، توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی فردی در حال گسترش است. درخصوص توسعه ارتباطات بین فردی، براساس یافته‌های جدول فوق در بین ۷ درصد از افراد پرسی شده خیلی کم و در بین ۳۳ درصد کم است؛ درحالی که در بین ۲۲ درصد زیاد و در بین ۲۱ درصد خیلی زیاد افتاده است.

همچنین تغییر در پیوند، دلیستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی به میزان زیادی اتفاق افتاده است. این شاخص به طور مناسب‌ترین در بین ۱۰ درصد از افراد مورد مطالعه خیلی کم، ۲۳ درصد کم و در بین ۴۱ درصد زیاد این تغییر اتفاق افتاده است. با توجه به اطلاعات جدول فوق میزان دسترسی فوری در بین ۱۱ درصد خیلی کم و در بین ۱۹ درصد کم است؛ درحالی که در بین ۱۷ درصد خیلی زیاد و ۲۵ درصد زیاد است.

جدول شماره ۳: آزمون کلمومگروف ـ اسپیژنف برای نمرال بودن متغیرها

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>مقادیر آزمون سطح معنی‌داری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>توسعه فردی</td>
<td>تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۰/۲۴۴</td>
<td>۳/۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی</td>
<td>۱۵/۳۱</td>
</tr>
<tr>
<td>تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی</td>
<td>۱۰۰۲</td>
</tr>
<tr>
<td>تغییر در پیوند، دلیستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی</td>
<td>۲/۱۶</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی فوری و فرهنگ قومی</td>
<td>۱۰۲۱</td>
</tr>
</tbody>
</table>

از آزمون کلمومگروف ـ اسپیژنف برای اطمینان از نمرال بودن داده‌ها استفاده می‌شود. پس از اطمینان از نمرال بودن داده‌ها، آزمون پارامتریک (ضریب همبستگی پیرسون) گشته آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. از آنجایی که $(p=0.05)$ همچنین تغییر بزرگتر از $100/000$ است و همچنین $(Z<|Z|)$ به مقدار $Sig$ برای تمام متغیرها بزرگ‌تر از $0.05$ است و همچنین $(p<0.05)$ با داده‌های حیاتی به میزان $T$ تأیید می‌شود؛ پس می‌توان توجه گرفت که توزیع جامعه برای $H1$ کلیه متغیرهای تحقیق حاضر نمرال است؛ بنابراین برای آزمون فرضیه‌ها حقیقت از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده که نتایج به دست آمده در ادامه بررسی می‌گردد.

۸۱
جدول شماره ۲- ضریب همبستگی بین استفاده از تبلیغات های تلفن همراه و همیشهی مدرن

<table>
<thead>
<tr>
<th>تیپه</th>
<th>سطح فرضیه</th>
<th>ضریب همبستگی مناسب</th>
<th>تیپه</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تایید فرصیه</td>
<td>استفاده از شیکه های اجتماعی مویایی و توسعه فردی در بین جوانان</td>
<td>0.85</td>
<td>تایید فرصیه</td>
</tr>
<tr>
<td>تایید فرصیه</td>
<td>استفاده از شیکه های اجتماعی مویایی و توسعه نظام ارتباطات بین فردی در بین جوانان</td>
<td>0.95</td>
<td>تایید فرصیه</td>
</tr>
<tr>
<td>تایید فرصیه</td>
<td>استفاده از شیکه های اجتماعی مویایی و توسعه نظام ارتباطات تغییر در نوع ارزش و ترجیح فرد در بین جوانان</td>
<td>0.77</td>
<td>تایید فرصیه</td>
</tr>
<tr>
<td>تایید فرصیه</td>
<td>استفاده از شیکه های اجتماعی مویایی و تغییر در پیوند ها، دلیلی های فرد و حوزه خصوصی زندگی در بین جوانان شهر فوری در بین جوانان</td>
<td>0.77</td>
<td>تایید فرصیه</td>
</tr>
</tbody>
</table>

بحث و نتیجه گیری

طبق مطالعات نظری، همیشهی شخصی باید خاصی (توسعه فردی)، توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیح فردی، توسعه ارتباطات بین فردی، تغییر در پیوند ها، دلیلی های فرد و حوزه خصوصی زندگی و نهایتاً، دسترسی فوری و فرهنگ فوری سنجیده شده است.

نتایج مطالعه حاضر بانگر راهپیمایی ممنوعیت بین استفاده از شیکه های اجتماعی مویایی و همیشهی شخصی مدرن است. بنابراین ظهور و گسترش این رسانه‌های نوین ارتباطی، همیشهی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. به عبارتی افراد، با بهره‌گیری از آن به نوگریه به بیان خود می‌پردازند. شیکه های اجتماعی می‌توانند بتوانند همه را بررسی شده در این تحقیق شامل تلگرام و فیس بوک، به مرحله‌ای از تحریک هم افراد به فردیها است. بسیار شده است درک افراد از خویشتن و نوع نژادی و نوع بیانگری آنان، متاثر از ویژگی‌های نمايشی این وسیله ارتباطی قرار گیرد. این پافته گمواری به نظریه‌های مطرح شده در چارچوب نظری پژوهش این شیکه های اجتماعی افرادی‌پی بی‌کیفیت است. هرچند میزان استفاده از شیکه‌های اجتماعی افرادی‌پی بی‌کیفیت کاهش دیده بیشتر تحت تأثیر این شیکه‌های مجازی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش همچنین حاکی از آن است که همین استفاده از شیکه‌های اجتماعی فیس بوک و تلگرام و توسعه نظام ارتباطات بین فردی در بین جوانان رابطه‌ی معنادار

82
نشق شیکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن

مستقیم و جوهری دارد. این خصوصی طبق نظریه‌سنجی با تأثیر گیجکر می‌توان گفت که در صورتی که شیکه‌ها کاربران با فعالیت‌های آزادی‌بخش و شناخت گیجک‌های اختصاصی و برخورداری با محیط بیشتر در تنظیم رفت و عقب‌نشینی و از این رو، احتمال تأثیرپذیری هویت شخصی مدرن آنها بیشتر است. این پافقت‌ها همسو با پافقت‌های صوری خسروشاهی و آذین‌گون (۱۳۴۲) فرانسه و فلاحی شهاب‌الدینی (۱۳۱۰) است که ناخدا داده دفتاری، با اختصاص فضای عمومی به نفع افراد، امکان حضور جوانان در بیشتری زمانی و مکانی فراهم می‌کند و باعث بالا رفتن حس استقلال آنها می‌شود. حضور جوانان در فضاهای مجازی می‌تواند جنبه‌های شخصی و روابط‌های زندگی خود را منعکس کند و این امر باعث کاهش انرژی اجتماعی و افزایش تعاملات آنان با عقاید مختلف باشد.

در این میان، رابطه بین تکنولوژی و فرهنگ به طور عام و فهم هویتی که فرد از خود و دیگری در ارتباط با تکنولوژی دارد معنی‌دار تا کننده‌ای ایجاد گسترشده‌ای ممکن است. در میان تکنولوژی‌های اجتماعی، هویت فردی و هویت جمعی یک جامعه است. در میان تکنولوژی‌های اجتماعی شدید زندگی انسان، تکنولوژی‌های اجتماعی از راه دور نوین که افراد در فعالیت‌های دور با صورت هم‌آن فراهم آورده است، نسبت جدیدی از فرهنگ معنا حافظه و فاصله را بازسازی کرده است. از این رو فردیت جدید، حلقه‌های ارتباطی هدفمندتری پیدا کرده است.

یافته‌های پژوهش همچنین حاکی از آن است که از استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و توسیع‌های انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. توسیع و تنواع انتخاب‌ها، به‌ویژه معنوسی کننده توسیع‌های قدرت فردیت است که فرد را از محدودیت و تعامل تا انتخاب به نکش انتخاب‌ها سوچ داده است. چنین نظم‌های فردیت می‌گویند عوامل ارتباطی به همراه انتخاب‌ها مکرری که در این صنعت فراهم شده، موجب تغییر کننده اختصاصی و خودگوگشایی تلقین همبستگی و دسترسی‌ها از طرح این اثر شده است. یافته‌های تحقيق حاکی از آن است که این استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و پوسته‌ها دل‌بستگی‌های فردی و جوزه‌ی خصوصی زندگی رابطه معناداری و وجوه دارد. شبکه‌های اجتماعی با ذهن‌پردازی که فراهم کرده است، دریچه‌ی جدیدی برای انکشاف خود و دیگر فراهم کرده است. قابل‌یافته‌های چندرنگره، این تکنولوژی ارتباطی را ذهنی به‌پا نماید و نشان‌های هویت فردی و در نگاهی دیگر، تبیین به‌نمای و نشان‌های از هویت جمعی فرد نموده است.

۸۳
این یافته‌ها همسو با یافته‌های صوری خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۲) و فلاحی شهاب‌الدینی (۱۳۹۴) است.

همچنین براساس یافته‌های پژوهشی، بین استفاده از شیب‌هایی اجتماعی موبایل و دسترسی فوری، اگر فرهنگ فوری زندگی را به‌عنوان سیاهه‌ای متعادل و جوی‌دار در نظر گرفته و نهایتاً پنج‌جمله‌های که در قالب دسترسی فوری و فرهنگ فوری مورد تأکید قرار گرفت، به‌جهت مهیمی از فرهنگ ناشی از تکنولوژی فوری ارتباطی است که در پروانه‌ای دسترسی‌های فینه‌های توسعه‌ی مایک و فرد در حل‌های ارتباطی نرم‌افزاری می‌ماند. یکی دیگری از مبنای این مطالعه، در دسترس بودن می‌شود و ارتباطات هم‌جا حاکم از یک‌پارچه فرهنگی جدیدی نام دسترسی‌های فوری در فراموش آوردن است و در تغییر دیگر، مسری جدیدی از زندگی را به وجود آورد است که می‌توان از آن به فرهنگ فوری تعبیر کرد. دسترسی فوری، فضای اجتماعی جدیدی محصول می‌شود که در آن فاصله و زمان و مفهوم کاملاً تغییر یافته‌ها خواهند بود. فرهنگ فوری، می‌تواند با فضایی بدون آخرین مواجهه می‌کند. جامعه‌ی بدون تأخیر در طرفی، تأمین و فاصله و زمان پیدا کردن با ارتباطات اجتماعی، بعد دیگری از فردی‌ها تأثیر می‌کند که از آن می‌توان تعبیر به خلقت فردی کرد و خلقت فردی در فضای دسترسی‌های فوری می‌تواند یک امر ضد فردی محصول شود که به‌رازی فردیت را به دنبال خواهد داشت.

نتایج تحقیق با نتایج تحقیق دانلی و پاپانسی (۱۳۹۶) همسو است. آن‌ها در پژوهش‌یک نگاه رسانه‌ای مجازی در گرایش بی‌هویت میلی به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه‌ای معنادار و وجود دارد. لازم به ذکر است که نتایج‌های مختلف‌تری نیز در مطالعاتی از اینترنت و هویت ملی دیده شده است. در پژوهش‌های جوانان نشان داده که استفاده از اینترنت به‌عنوان روشی جهت دریافت تجربیات در محیط سایبریک و رشد هویت نیز به‌منظور میزان تعهد به مفهومی معنی‌زایی خود درک می‌گردد.

در تیین یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که براساس نظریه‌ی کاستد، میزان استفاده از شیب‌های اجتماعی مبتنی بر موی‌های بر خود، کاربر تأثیر دارد؛ درنتیجه هرقدر میزان استفاده از این شیب‌های افتراقی باعث احتمال تأثیر مستقیم کاربر دیگر است. همچنین کاربران، براساس نظریه‌ی استفاده و رضایت‌مقدار براساس یافته اجتماعی خود.
انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی را در استفاده از شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کند و بر این اساس بارخوردهای متفاوتی نیز از ارتباط با این شبکه می‌گیرد و آنها را در ارتباط‌ها، احساسات و شناخت‌های خود اعمال می‌کند. بنابراین در صورتی که اهداف و اگزایه‌های کاربران، در استفاده از شبکه‌های اجتماعی هفتمان باشد، احتمال تأثیرپذیری آنها بیشتر خواهد بود. علاوه بر این، براساس نظریه ساخت‌پای اجتماعی گی‌دزد می‌توان استباط کرد که شبکه‌های مجازی مبتنی بر تلفن همراه، محصول و مخلوط کنش معنا‌دار آدم‌های مستند و افراد خود dens چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل گرفتن، محدودیت‌های را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار شبکه‌های اجتماعی موبایل تغییر و فس‌بک براساس بازتوپی‌ای تکرار مهان رفتار مداوم آدم‌ها دوام می‌یابند. برخی از رسانه‌های معاصر، مثلاً در راهنمای تولیدکننده از مصرف کنندگان قرار نمی‌گیرند؛ بلکه در صورت تمایل بطور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتوپی پردازند. اما افراد در برخورد با این ساختار میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. درواقع با استفاده از نظریه ساخت‌پایی می‌توان استباط کرد که هرگاه کاربران با فعالیت رسانه‌های جدید منطبق با رسانه و توسعه فناوری‌های کارکردهای تلفن همراه، در کنار اتصال به شبکه‌های جهانی و وب، طویل‌تری باشند، شبکه‌های فراهم می‌کند. افزایش امکانات و حذف اختیارات کاربران در بکارگیری تلفن همراه، نوع جسم‌گری را در الغوه‌های استفاده از این رسانه ایجاد کرده است که حاوی تلویحات شایان توجهی مسئولان مفاهیمی ضمیمی در طراحی محترم و خدمات تلفن همراه، با ارتقاء این نوع مسئولان که ارتباط‌سازی، عناصر مهمی از بیان‌های وارد برداشته چنان‌که بی‌پروری نشان‌دهنده کاربران با استفاده از دسترسی‌های فراکری به یک‌دیگر، جنبه‌های هیپی خود را توسعه دهنده تلفن همراه هم‌چنین به‌منزله فناوری ارتباطی حاضر که درد را در تمامی سازمان‌ها و نیروی در همه مکان‌ها در ارتباط با دیگران قرار می‌دهد، اپراتوری برای توسعه قدرت محسوب می‌شود. در هر می‌توان نتیجه گرفت با پی‌داشتن جامعه‌های مصرفی و توسعه این‌ها مدل‌های مختلف تلفن همراه، ذهنه و نوع مصرف افراد پیش‌تر نیز می‌یابد افراد معاصر با استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن‌های همراه نیوت می‌یابند و

85
براساس آن می‌تواند رفتار خود را تغییر دهد درواقع مصرف افراد و سیل‌های برای ایجاد هویت‌های جدید است.

براساس نظریه ساخت‌پای گیدنز می‌توان استنباط کرد که شکوه‌های اجتماعی مجازی محصول و مخلوق کنش معنادار آمیان است و افراد جنین محیط‌ها را خلق کرده‌اند. اما این محیط پس از شکل گرفتن موضوع‌هایی را بر عهده‌ای کرده‌اند.

ساختار شکوه‌های اجتماعی اینترنتی براساس پازتولید با تکرار همان رفتار مداوم آمده‌است. دوام می‌یابد. افراد در ریورپرویی با شکوه‌های اجتماعی مجازی برخلاف سایر سانه‌های متعارف، صرف‌اً در رده تولیدگانده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند. بخش‌های می‌توانند در صورت نمایی به‌طور هم‌زمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و پازتولید نپردازند. اما در بازگرداندن، افراد در بروزرسانی با یک ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند.

درواقع با استفاده از نظریه‌ای ساخت‌پایی می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران در فعالیت‌های پازادیشان و مشارکت جویانه در شکوه‌های اجتماعی حضور پایند، بیشتر در تویید معنا هستند با نماینک احتمال تأثیر میدی‌های هویت فرهنگی آنها بیشتر است.

با توجه به لجیستیک و نتایج تحقیق بیش‌شناسیتهایی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

شکوه‌های اجتماعی مویالی، به دیل داشتن امکانات فراوان، فرصت‌های جدیدی را جهت گسترش اطلاعات و ارتباطات به وجود آورده‌اند. با این حال این رسانه‌های خصوصی افراد را تحت تأثیر قرار داده است؛ بنابراین استفاده هدف‌مند از این رسانه‌ها می‌تواند از آسیب‌های احتمالی جلوگیری کند.

با آموزش سرویس رسانه‌ای به شهرنشین و بعویشه توخوانان و جوانان در استفاده از شکوه‌های اجتماعی مبتنی بر مویالی و جهت دادن به استفاده از این رسانه‌اند در فضای مجازی درخصوص دست‌پذیری به اهداف ملت می‌توان تا حدودی از ضرر در زبان‌هایی ناشی از تضعیف هویت ملت توجه دو گردد.

طرح رذی ایلیکیشن‌های مناسب با فرهنگ بومی و استفاده از عناصر فرهنگی ملی در این برنامه‌ها می‌تواند جوانان را به استفاده از آنها سوی داده و در تلفیق فرهنگ شخصی مدرن با فرهنگ ملی و ملت مؤثر باشد.
شکوهی‌های اجتماعی موابله بر هویت شخصی مدرن

بانی": ایرانی، فرمان‌زی (۱۳۸۹)؛ جامعه‌شناسی خانواده، در ایران، دانشگاه تهران.

"مطالعات مطالعات ملی، بازیابی (۱۳۸۷)؛ جامعه‌شناسی خانواده، در ایران، دانشگاه تهران.

"سیاسی ایرانی، سال ۱ (۱۳۸۵)؛ جامعه‌شناسی خانواده، در ایران، دانشگاه تهران.

"فیلسوف، جان (۱۳۸۶)؛ درام‌های بر مطالعات ادبیات، ترجمه مهدی غریب‌پناهن. تهران: دفتر مطالعات و توسعه.

"رضا، (۱۳۸۵)؛ صنعت اطلاعات. ترجمه احمد علی‌نژاد و افشین حکاکی. تهران: نشر طرح.

"کیهان، آتش (۱۳۸۷)؛ نظریه اجتماعی در ایران، ترجمه مهدی غریب‌پناهن. تهران: نشر آگه.

"کدکن، آتش (۱۳۸۷)؛ نظریه اجتماعی در ایران، ترجمه مهدی غریب‌پناهن. تهران: نشر آگه.
مهدیزاده، محمد (1392)؛ نظریه‌های رسانه‌ای دیدگاه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، نهآ: انتشارات همراهی.

مرفدری، اصغر و علی‌نژاد، عبدالrah (1395)؛ بررسی هویت ملی و ارتباط آن با استفاده از شیک‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پاسوج)، فصلنامه مطالعات ملی، پاییز، 17، ش 3، صص 118-118

- Long, J. & et al (2007); "Impact of internet on adolescent self-identity development", China media Research, 3(1)