

Developing a Model of the Role of New Media, with an Emphasis on Cyberspace and the Internet, in Students' Cultural Identity

Arash Ramezani Fokolaei¹✉, Babak Hosseinzadeh^{2*}✉, Seyyede Zahra Hoseini Daronkolae²✉, Kourosh Ghasemzadeh²✉

1. PhD Student, Department of Educational Sciences, Bab.C., Islamic Azad University, Babol, Iran

2. Department of Educational Sciences, Bab.C., Islamic Azad University, Babol, Iran

ABSTRACT

Received: 17 May 2026

Accepted: 02 Sep 2026

First Available: 05 Sep 2026

Final Publication: 22 May 2027

Keywords

New Media, Cyberspace, Internet,
Cultural Identity, University
Students, Fuzzy Delphi.

This study aimed to develop and validate a model explaining the role of new media, particularly cyberspace and the Internet, in the formation and transformation of university students' cultural identity. This applied study adopted an instrument-development orientation and a mixed-methods design. The qualitative study population comprised experts in educational sciences, social networks, and university academics. Fifteen eligible experts were selected through purposive snowball sampling and participated in semi-structured field interviews. The interview data were analyzed using thematic analysis to extract concepts, subthemes, and major dimensions relevant to the role of new media in students' cultural identity. Following the qualitative analysis, the extracted indicators were evaluated and validated using the fuzzy Delphi technique to establish expert consensus and eliminate indicators considered insufficiently important for inclusion in the final model. The fuzzy Delphi validation supported the final structure of the proposed model. Four indicators were eliminated because of insufficient importance, while 114 indicators organized into 14 components and four major dimensions were ultimately confirmed. The validated dimensions were "reconstruction and transformation of cultural identity in the digital environment," "education, awareness, and cultural governance in the digital environment," "social interactions and cultural communication in the digital environment," and "cultural challenges, harms, and consequences of the digital environment." The validated components indicated a dual role of new media: they can promote the representation of local, religious, and national identity, media literacy, social capital, and intercultural interaction, while simultaneously contributing to hybrid identities, identity crises, erosion of traditional normative boundaries, adverse media consequences, and passive internalization of global culture. The validated model demonstrates that the relationship between new media and students' cultural identity is multidimensional and bidirectional. Strengthening media literacy, purposeful cultural education, and effective institutional governance may therefore maximize the identity-enhancing capacities of digital media while mitigating their potentially adverse cultural and identity-related consequences.

How to cite:

Ramezani Fokolaei, A., Hosseinzadeh, B., Hoseini Daronkolae, S. Z., & Ghasemzadeh, K. (2027). Developing a Model of the Role of New Media, with an Emphasis on Cyberspace and the Internet, in Students' Cultural Identity. *Study and Innovation in Education and Development*, 7(2), 1-28.

* Corresponding Author:

Babak Hosseinzadeh

E-mail: babak2002@iau.ac.ir



© 2027 the authors. Published by Institute for Knowledge, Development, and Research.

This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) License.

EXTENDED ABSTRACT**INTRODUCTION**

The rapid expansion of digital technologies, the Internet, and social media has fundamentally transformed the environments in which individuals communicate, acquire knowledge, establish social relationships, and construct their identities. New media have moved beyond their conventional role as channels for transmitting information and have become complex socio-cultural environments in which values, beliefs, lifestyles, behavioral norms, and representations of the self are continually produced and negotiated. This transformation is particularly important for young people and university students, whose developmental stage involves active exploration and consolidation of personal, social, national, religious, and cultural identities. Social media platforms provide young users with extensive opportunities for self-expression, interpersonal communication, participation in virtual communities, and exposure to diverse cultural narratives; however, these opportunities are accompanied by risks related to identity instability, social comparison, excessive media engagement, and psychological vulnerability (2, 4).

Cultural identity constitutes a central component of individuals' understanding of themselves in relation to their social, historical, national, religious, and cultural environments. In the digital age, cultural identity can no longer be regarded as a completely stable or predetermined construct because individuals are continuously exposed to competing cultural symbols, lifestyles, values, and narratives. Social media facilitate encounters with both local and global cultures and may consequently contribute to the reconstruction, hybridization, strengthening, or weakening of particular dimensions of cultural identity. Evidence indicates that social media use is associated with changes in social interaction and self-identity and can influence how individuals understand and represent themselves within contemporary society (1). Similarly, research using a mixed-method approach has demonstrated that social media are closely connected with the ways individuals negotiate and experience cultural identity in contexts characterized by interaction between indigenous cultural traditions and emerging media influences (3).

For university students, these processes are especially significant because digital media constitute a major component of educational, social, recreational, and cultural life. Through social networks, students do not merely consume information but actively produce and redistribute cultural content, present selected aspects of themselves, participate in online groups, and interact with people from diverse cultural backgrounds. Media representation can therefore affect identity and self-perception by influencing the

social images, expectations, and meanings through which individuals evaluate themselves and others (5). At the same time, digital environments can provide novel spaces for expressing and reproducing national identity. Research has demonstrated that social media platforms may contribute to strengthening national identity among university students when they are used to circulate shared cultural symbols, values, narratives, and collective experiences (8).

The relationship between social media and identity is nevertheless not uniformly positive or negative. Digital media may facilitate cultural awareness, participation, social capital, and the representation of indigenous, national, and religious identity, while they may simultaneously expose users to globalized values and patterns that challenge established cultural boundaries. Research among Iranian youth has indicated that domestic and foreign social media may exert divergent effects on national identity, highlighting the importance of the type and cultural origin of the media environment rather than simply the amount of media use (6). Studies focusing on young people's cultural identity have similarly emphasized that social media can influence cultural values, lifestyle preferences, and identity formation through sustained exposure to different cultural representations (7). Furthermore, digital fan communities and online cultural participation demonstrate that national identity can be reproduced in new forms and combined with transnational digital cultures rather than necessarily being eliminated by globalization (9).

The adverse dimensions of digital media also require careful consideration. Intensive engagement with social media may be associated with identity disturbance, fragmented self-representation, increased dependence on external feedback, and psychological strain (10). Fear of missing out, loneliness, and the continuous comparison of one's life with selectively presented online identities can further influence young people's experience of identity and belonging (4). Excessive Internet use is also relevant to identity formation. Previous studies have linked Internet addiction with identity styles and identity-related difficulties, suggesting that the relationship between digital engagement and identity is partly determined by how individuals organize and regulate their sense of self (11). Research involving adolescents with Internet addiction and identity crisis likewise emphasizes the interconnected nature of problematic Internet use and identity-related difficulties (12).

Religious identity may additionally function as an important source of meaning and behavioral regulation in young people's engagement with digital environments. Findings concerning the predictive role of religious identity in Internet addiction indicate that

identity resources can be related to patterns of online behavior and may influence individuals' vulnerability or resilience in digital contexts (13). At another level, the increasing importance of digital identity management in technological systems illustrates how identity itself has become a central feature of participation in digital environments. Research on digital identity management and access control demonstrates that identity has become essential even in highly technical domains involving secure digital transactions and intelligent systems (14). Collectively, these developments demonstrate that identity in the digital era is simultaneously cultural, social, psychological, behavioral, and technological.

Despite the growing body of research on social media, national identity, religious identity, Internet addiction, self-identity, and psychological consequences of digital engagement, existing studies often examine these dimensions separately. A comprehensive framework is therefore needed to explain how new media simultaneously contribute to cultural identity reconstruction, educational and cultural awareness, social and intercultural interaction, and emerging cultural challenges among university students. Accordingly, the present study aimed to develop and validate a comprehensive model explaining the role of new media, with particular emphasis on cyberspace and the Internet, in the cultural identity of university students.

METHODS AND MATERIALS

The present study was applied in terms of purpose, adopted an instrument-development orientation, and used a mixed-method design integrating qualitative analysis with a quantitative-oriented expert validation procedure. The study population in the qualitative phase consisted of experts in educational sciences, specialists in social networks and digital media, and university academics possessing relevant professional or scholarly experience. Fifteen participants who met the inclusion criteria were selected through purposive snowball sampling.

Data were collected through semi-structured field interviews designed to explore the perceived mechanisms, dimensions, opportunities, and challenges through which new media and cyberspace influence students' cultural identity. The interview data were analyzed using thematic analysis. Open coding was initially conducted to identify meaningful statements and concepts directly related to the research question. Similar codes were subsequently compared, organized, and integrated into axial categories, subthemes, and overarching themes. This iterative process was continued through repeated examination of the interviews and refinement of the conceptual categories.

Following thematic analysis, the extracted indicators were submitted to a fuzzy Delphi procedure to assess their validity and establish expert consensus regarding their relevance to the proposed model. Indicators considered insufficiently important were excluded, whereas indicators achieving the required level of expert agreement were retained. The final model was constructed by organizing the validated indicators within their corresponding components and main dimensions.

FINDINGS

The thematic analysis initially generated 349 open codes from the semi-structured interviews. Through continuous comparison, conceptual integration, and categorization, these codes were organized into a hierarchical thematic structure describing the role of new media, particularly cyberspace and the Internet, in students' cultural identity.

The results identified four main dimensions. The first dimension was reconstruction and transformation of cultural identity in the digital environment, comprising four components: production and representation of indigenous cultural identity; strengthening religious, national, and ethical identity; identity transformations among students; and transformation of lifestyle and cultural behavior.

The second dimension was education, awareness, and cultural governance in the digital environment, comprising three components: media literacy and critical thinking; education, awareness, and cultural socialization; and cultural policymaking and institutional intervention. This dimension reflected the importance of students' ability to evaluate media content critically, acquire cultural awareness, integrate indigenous values with technological possibilities, and use digital media responsibly.

The third dimension was social interactions and cultural communication in the digital environment, comprising three components: social relationships and social capital; transformation of communication in digital environments; and globalization and cultural interaction. The indicators within this dimension reflected expanded multidirectional communication, cultural networking, increased access to information, transnational interaction, development of global and hybrid identities, and the integration of local, national, and global cultural elements.

The fourth dimension was cultural challenges, harms, and consequences of the digital environment, consisting of four components: ethics, norms, and digital responsibility; identity-cultural challenges and crises; negative media-related harms and consequences; and passive acceptance and internalization of global culture. Indicators within this dimension included weakening of traditional cultural boundaries, cultural

alienation, identity conflicts, dependency on social approval, reduced real-world interaction, media addiction, weakening of family and traditional identity resources, and gradual internalization of imported values and global cultural patterns.

The fuzzy Delphi validation resulted in the elimination of four indicators considered to have insufficient importance. Consequently, 114 indicators organized into 14 components and four main dimensions were retained and confirmed as the final structure of the model.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings demonstrate that the influence of new media on students' cultural identity is multidimensional and bidirectional rather than linear or uniformly positive or negative. Digital environments function simultaneously as arenas for cultural reconstruction, education, social participation, intercultural communication, and potential cultural disruption. Students are therefore not merely passive recipients of digital content; they participate actively in selecting, reproducing, modifying, and communicating cultural meanings.

The first dimension indicates that cyberspace can contribute to the reconstruction of cultural identity by providing opportunities for the production and positive representation of indigenous, national, religious, and ethical values. At the same time, continuous interaction with diverse cultural content may result in selective, hybrid, and multidimensional identities. Students may combine elements of traditional culture with modern and global lifestyles, producing identity configurations that differ from conventional forms of cultural identification.

The second dimension highlights the central role of education, media literacy, critical thinking, and institutional governance. Exposure to digital content does not necessarily lead to the same cultural consequences for all students. The ability to critically evaluate information, recognize cultural bias, distinguish reliable from manipulative content, and consciously integrate technological possibilities with indigenous cultural values can substantially affect the direction of media influence. Universities therefore have an important role in transforming students from passive media consumers into critical and responsible digital participants.

The third dimension demonstrates that new media have restructured social and cultural communication. Digital platforms can strengthen social relationships, facilitate collective cultural action, increase social capital, and enable students to communicate across geographical and cultural boundaries. Such interactions can broaden cultural

awareness and create opportunities for global engagement. Nevertheless, they can also make cultural boundaries more fluid and facilitate the emergence of transnational and hybrid forms of identity.

The fourth dimension emphasizes that the cultural opportunities of digital media coexist with significant risks. Excessive, uncritical, or passive engagement may contribute to cultural alienation, identity conflict, weakening of traditional value boundaries, media dependency, reduced face-to-face interaction, and progressive internalization of external cultural patterns. Consequently, the cultural effects of digital media depend substantially on how they are used, the content to which students are exposed, and the educational and institutional frameworks surrounding their use.

Overall, the validated model provides an integrated framework consisting of 114 indicators, 14 components, and four major dimensions for understanding the role of new media in students' cultural identity. The model suggests that effective cultural policy should neither treat cyberspace exclusively as a threat nor regard technological access as inherently beneficial. Instead, universities and cultural institutions should adopt a balanced approach that promotes media literacy, responsible digital participation, indigenous cultural content production, critical thinking, and meaningful social interaction while simultaneously identifying and mitigating identity-related and cultural risks. Such an approach can strengthen the constructive capacities of new media while reducing their potentially disruptive consequences for students' cultural identity.

ارائه مدل نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر فضای مجازی یا اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان

آرش رضانی فوکلائی^۱، بابک حسین‌زاده^{۲*}، سیده زهرا حسینی درونکلایی^۳، کوروش قاسم‌زاده^۴

۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

۲. گروه علوم تربیتی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف ارائه و اعتبارسنجی مدلی برای تبیین نقش رسانه‌های نوین، با تأکید بر فضای مجازی و اینترنت، در شکل‌گیری و تحول هویت فرهنگی دانشجویان انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از منظر موضوعی مبتنی بر رویکرد توسعه ابزار و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها آمیخته بود. جامعه بخش کیفی شامل خبرگان علوم تربیتی، متخصصان حوزه شبکه‌های اجتماعی و استادان دانشگاه بود که از میان آنان ۱۵ نفر با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های میدانی نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با استفاده از تحلیل مضمون بررسی شدند. در مرحله نخست، کدگذاری داده‌های مصاحبه برای استخراج مفاهیم، مضامین فرعی و ابعاد اصلی مدل انجام شد. سپس، به‌منظور بررسی اعتبار و دستیابی به اجماع خبرگان درباره شاخص‌های استخراج‌شده، از تکنیک دلفی فازی استفاده شد و شاخص‌های فاقد اهمیت کافی از مدل حذف شدند. نتایج تحلیل و اعتبارسنجی با تکنیک دلفی فازی به تأیید ساختار نهایی مدل منجر شد؛ به‌گونه‌ای که چهار شاخص کم‌اهمیت حذف و ۱۱۴ شاخص در قالب ۱۴ مؤلفه و چهار بعد اصلی مورد تأیید قرار گرفتند. ابعاد تأییدشده شامل «بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال»، «آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال»، «تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال» و «چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال» بودند. مؤلفه‌های مدل نشان دادند که رسانه‌های نوین هم‌زمان دارای ظرفیت تقویت و بازنمایی هویت بومی، دینی و ملی، ارتقای سواد رسانه‌ای، سرمایه اجتماعی و تعامل فرهنگی و نیز ظرفیت ایجاد هویت‌های ترکیبی، بحران‌های هویتی، تضعیف مرزهای ارزشی و درونی‌سازی فرهنگ جهانی هستند. مدل نهایی نشان می‌دهد نقش رسانه‌های نوین در هویت فرهنگی دانشجویان ماهیتی چندبعدی و دوسویه دارد؛ بنابراین، تقویت سواد رسانه‌ای، آموزش فرهنگی هدفمند و حکمرانی نهادی می‌تواند ضمن بهره‌گیری از ظرفیت‌های هویت‌ساز فضای دیجیتال، آثار فرهنگی و هویتی نامطلوب آن را کاهش دهد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۱

تاریخ چاپ اولیه: ۱۴۰۵/۰۶/۱۴

تاریخ چاپ نهایی: ۱۴۰۶/۰۳/۰۱

کلیدواژه‌ها

رسانه‌های نوین، فضای مجازی، اینترنت، هویت فرهنگی، دانشجویان، دلفی فازی.

شیوه ارجاع دهی:

رضانی فوکلائی، آرش، حسین‌زاده، بابک، حسینی درونکلایی، سیده زهرا، و قاسم‌زاده، کوروش. (۱۴۰۶). ارائه مدل نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر فضای مجازی یا اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان. پژوهش و نوآوری در تربیت و توسعه، ۷(۲)، ۱-۲۸.

نویسنده مسئول:

بابک حسین‌زاده

پست الکترونیکی: babak2002@iau.ac.ir

© ۱۴۰۶ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.



انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.

گسترش فناوری‌های ارتباطی و ظهور رسانه‌های نوین در دو دهه اخیر، شیوه‌های تعامل، یادگیری، ارتباطات بین‌فردی و مشارکت فرهنگی انسان‌ها را به‌طور بنیادین دگرگون کرده است. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی دیگر صرفاً ابزارهایی برای تبادل پیام یا دسترسی سریع به اطلاعات نیستند، بلکه به محیط‌هایی اجتماعی و فرهنگی تبدیل شده‌اند که در آنها افراد بخشی از هویت، ارزش‌ها، نگرش‌ها و سبک زندگی خود را شکل می‌دهند، بازنمایی می‌کنند و مورد بازنگری قرار می‌دهند. دسترسی گسترده به اینترنت، حضور مستمر در پلتفرم‌های اجتماعی و ارتباط با گروه‌ها و فرهنگ‌های مختلف باعث شده است مرز میان محیط واقعی و محیط دیجیتال در فرآیند هویت‌یابی افراد، به‌ویژه نسل جوان، بیش از گذشته کمرنگ شود. در چنین بستری، رسانه‌های نوین می‌توانند هم بستری برای تقویت آگاهی فرهنگی و احساس تعلق اجتماعی باشند و هم زمینه مواجهه فرد با ارزش‌ها، الگوها و هنجارهایی را فراهم آورند که ممکن است با نظام فرهنگی جامعه مبدأ همسو یا متعارض باشند. از این منظر، مطالعه نقش رسانه‌های نوین در هویت فرهنگی نه فقط یک مسئله ارتباطی، بلکه موضوعی آموزشی، روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی است (1, 2).

هویت فرهنگی یکی از بنیادی‌ترین ابعاد هویت اجتماعی افراد است و از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، الگوهای رفتاری، نمادها، سنت‌ها، زبان، تعلقات ملی و دینی و برداشت فرد از جایگاه خود در یک جامعه فرهنگی تشکیل می‌شود. این نوع هویت به افراد کمک می‌کند تا درک منسجمی از «خود» در ارتباط با گروه، تاریخ، جامعه و فرهنگ خود داشته باشند و احساس تعلق، پیوستگی و تمایز فرهنگی را تجربه کنند. با این حال، در عصر دیجیتال هویت دیگر نمی‌تواند به‌عنوان ساختاری ثابت و تغییرناپذیر در نظر گرفته شود. فضای مجازی امکان مواجهه مداوم با روایت‌های متفاوت هویتی و الگوهای فرهنگی گوناگون را فراهم کرده و فرد را در معرض فرآیندی مستمر از انتخاب، بازتعریف و مذاکره هویتی قرار داده است. پژوهش‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی و هویت نشان می‌دهند که تعامل آنلاین می‌تواند برداشت افراد از خود، روابط اجتماعی و جایگاه آنان در گروه‌های فرهنگی را تغییر دهد و شرایطی را برای شکل‌گیری هویت‌های چندوجهی و ترکیبی فراهم سازد (1, 3).

جوانان و دانشجویان در میان گروه‌های مختلف اجتماعی، جایگاه ویژه‌ای در این تحولات دارند. دوره جوانی و دانشجویی یکی از مهم‌ترین مقاطع شکل‌گیری و تثبیت هویت محسوب می‌شود؛ زیرا فرد در این دوره با تغییرات گسترده‌ای در شبکه‌های ارتباطی، استقلال فردی، تصمیم‌گیری، تجربه‌های آموزشی، روابط اجتماعی و مواجهه با دیدگاه‌های مختلف روبه‌رو می‌شود. هم‌زمان، دانشجویان از فعال‌ترین کاربران رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند و بخش قابل توجهی از ارتباطات علمی، اجتماعی، فرهنگی و حتی فراغتی خود را در فضای آنلاین تجربه می‌کنند. این هم‌زمانی میان مرحله حساس هویت‌یابی و حضور گسترده در رسانه‌های نوین، اهمیت بررسی پیامدهای فرهنگی فضای مجازی در جمعیت دانشجویی را افزایش می‌دهد. شواهد نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر ابعاد مختلف شکل‌گیری هویت در جوانان اثرگذار باشند و ضمن ایجاد فرصت‌هایی برای خودبیانگری

و عضویت در اجتماعات جدید، خطراتی همچون آشفتگی هویتی، فشار اجتماعی و وابستگی به ارزیابی دیگران را نیز به همراه داشته باشند (2, 4).

یکی از ویژگی‌های مهم رسانه‌های نوین، فراهم کردن امکان «بازنمایی هویت» است. کاربران در شبکه‌های اجتماعی تنها مصرف‌کنندگان محتوا نیستند، بلکه به‌طور مستمر از طریق انتشار متن، تصویر، ویدئو، انتخاب موضوعات موردعلاقه، عضویت در گروه‌ها و تعامل با دیگران، تصویری از خود ارائه می‌دهند. این بازنمایی ممکن است بازتابی از هویت واقعی فرد باشد یا شکل انتخاب‌شده، آرمانی یا بازسازی‌شده‌ای از هویت او را منعکس کند. در نتیجه، فضای مجازی به محیطی تبدیل شده است که در آن هویت نه فقط تجربه می‌شود، بلکه تولید، نمایش و ارزیابی نیز می‌گردد. بررسی بازنمایی رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف نشان داده است که چگونگی نمایش افراد و گروه‌ها در رسانه می‌تواند بر ادراک آنان از خود و ویژگی‌های هویتی‌شان اثر بگذارد. برای نمونه، مطالعه بازنمایی رسانه‌ای ورزشکاران زن نشان می‌دهد که تصویرسازی رسانه‌ای می‌تواند با هویت و خودآگاهی آنان ارتباط پیدا کند و چارچوب‌هایی را برای ارزیابی اجتماعی و فردی فراهم سازد (5). بنابراین، رسانه را می‌توان یکی از سازوکارهای مؤثر در شکل‌گیری و بازسازی هویت در دنیای معاصر دانست.

در سطحی گسترده‌تر، رسانه‌های دیجیتال زمینه انتقال سریع عناصر فرهنگی از مرزهای جغرافیایی را نیز فراهم کرده‌اند. افراد می‌توانند بدون جابه‌جایی مکانی، روزانه با سبک‌های زندگی، نمادها، ارزش‌ها، الگوهای مصرف، محصولات فرهنگی و نگرش‌های متعلق به جوامع مختلف روبه‌رو شوند. این وضعیت می‌تواند فرصت‌هایی برای شناخت فرهنگی، افزایش مدارای اجتماعی و توسعه ارتباطات بین فرهنگی فراهم آورد؛ اما در عین حال ممکن است به کمرنگ شدن برخی مرزهای فرهنگی یا پذیرش تدریجی ارزش‌های جدید بینجامد. یافته‌های یک مطالعه آمیخته درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در نحوه تجربه و بازتعریف هویت فرهنگی کاربران نقش داشته باشد و تعامل میان مؤلفه‌های فرهنگی بومی و محتوای رسانه‌ای جدید را افزایش دهد (3). از این رو، پیامد رسانه‌های نوین بر هویت فرهنگی را نمی‌توان صرفاً در قالب «تقویت» یا «تضعیف» هویت تحلیل کرد، بلکه باید آن را فرآیندی چندلایه و وابسته به نوع رسانه، محتوا، شیوه استفاده و ویژگی‌های کاربران دانست.

اهمیت این موضوع در جوامعی که دارای پیشینه فرهنگی، ملی و دینی برجسته‌اند بیشتر است. در ایران، هویت جوانان در پیوند با عناصر ملی، دینی، خانوادگی و فرهنگی شکل می‌گیرد و در عین حال آنان با جریان‌های گسترده رسانه‌ای داخلی و خارجی مواجه‌اند. از این رو، نوع پلتفرم و منشأ محتوای رسانه‌ای می‌تواند در جهت و شدت اثرگذاری بر هویت ملی و فرهنگی تفاوت ایجاد کند. یافته‌های پژوهش درباره اثرات متفاوت رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی بر هویت ملی جوانان ایرانی، بر این مسئله تأکید دارد که همه رسانه‌های اجتماعی را نمی‌توان از نظر پیامد هویتی یکسان فرض کرد و تفاوت در ساختار، محتوا و محیط فرهنگی رسانه‌ها می‌تواند پیامدهای متفاوتی برای احساس هویت ملی جوانان داشته باشد (6). همچنین بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری

هویت فرهنگی جوانان نشان داده است که این رسانه‌ها می‌توانند از طریق مواجهه با الگوها و روایت‌های فرهنگی مختلف بر برداشت نسل جوان از ارزش‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی اثرگذار باشند (7).

در کنار هویت فرهنگی، هویت ملی نیز در محیط‌های دیجیتال به شیوه‌های جدیدی بازنمایی و بازتولید می‌شود. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بستری برای برجسته کردن نمادهای ملی، ایجاد روایت‌های مشترک و شکل‌گیری مشارکت جمعی پیرامون موضوعات ملی فراهم کنند. پژوهش انجام‌شده در میان دانشجویان دانشگاه ذی‌قار نشان داده است که استفاده از پلتفرم‌های رسانه اجتماعی می‌تواند در تقویت هویت ملی دانشجویان نقش داشته باشد (8). این یافته اهمیت توجه به ظرفیت مثبت فضای مجازی را نشان می‌دهد؛ زیرا برخلاف دیدگاه‌هایی که شبکه‌های اجتماعی را صرفاً به‌عنوان عاملی برای تضعیف هویت‌های بومی قلمداد می‌کنند، این فضا می‌تواند به ابزاری برای بازنمایی و تقویت عناصر ملی و فرهنگی نیز تبدیل شود. به بیان دیگر، چگونگی تولید محتوا، کیفیت سیاست‌گذاری فرهنگی، سطح سواد رسانه‌ای و مشارکت فعال کاربران می‌تواند تعیین کند که فضای مجازی در جهت حفظ و تقویت هویت فرهنگی عمل کند یا زمینه‌ساز فاصله گرفتن از آن شود.

تحولات هویتی در محیط دیجیتال همچنین با پدیده‌های نوظهوری همچون فرهنگ هواداری آنلاین، برند شخصی و اجتماعات مجازی پیوند یافته است. مطالعه تعامل میان هویت ملی، فرهنگ هواداری دیجیتال و برندسازی ورزشکاران ورزش‌های الکترونیک نشان داده است که هویت ملی در فضای دیجیتال می‌تواند در قالب‌های جدید و در پیوند با اجتماعات آنلاین و فرهنگ مصرف رسانه‌ای بازتولید شود (9). این موضوع نشان می‌دهد که هویت فرهنگی و ملی نه‌تنها در برابر محیط دیجیتال از بین نمی‌رود، بلکه ممکن است شکل‌های متفاوتی از ظهور و بازنمایی را تجربه کند. افراد در این فضا می‌توانند عناصر هویتی خود را با عضویت در اجتماعات فراملی، هواداری دیجیتال و تعامل با برندها و شخصیت‌های رسانه‌ای ترکیب کنند و به هویت‌هایی دست یابند که همزمان دارای ابعاد محلی، ملی و جهانی هستند.

با وجود این ظرفیت‌ها، پیامدهای منفی احتمالی فضای مجازی نیز قابل چشم‌پوشی نیست. استفاده افراطی یا ناسازگارانه از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند با آشفتگی هویت، کاهش انسجام درونی و وابستگی بیشتر به بازخورد اجتماعی ارتباط داشته باشد. پژوهشی درباره آشفتگی هویت در عصر دیجیتال نشان داده است که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در شرایط فشار روانی و اجتماعی می‌تواند با پیامدهای نامطلوب هویتی همراه باشد (10). افزون بر این، مشارکت گسترده در رسانه‌های اجتماعی ممکن است به احساس ترس از دست دادن فرصت‌ها یا تجربه‌ها، مقایسه اجتماعی و تنهایی منجر شود. مطالعه جوانان در زمینه تعامل با رسانه‌های اجتماعی، تنهایی و ترس از دست دادن نشان داده است که تجربه هویت در شبکه‌های اجتماعی با این متغیرهای روانی و اجتماعی پیوند دارد و تعامل دیجیتال می‌تواند هم زمینه ارتباط و تعلق و هم زمینه آسیب‌پذیری روان‌شناختی را فراهم سازد (4). از این رو، بررسی هویت فرهنگی در فضای دیجیتال نیازمند توجه هم‌زمان به فرصت‌ها و مخاطرات رسانه‌های نوین است.

یکی دیگر از پیامدهای مهم استفاده گسترده از اینترنت، احتمال شکل‌گیری الگوهای وابستگی و اعتیاد اینترنتی است. اعتیاد به اینترنت تنها یک مسئله رفتاری نیست، بلکه ممکن است با نحوه سازمان‌دهی هویت فرد نیز ارتباط داشته باشد. پژوهش انجام‌شده در زمینه مدل‌سازی اعتیاد به اینترنت بر اساس سبک‌های هویت نشان داده است که سبک هویت می‌تواند در تبیین الگوهای استفاده مسئله‌ساز از اینترنت نقش داشته باشد (11). همچنین پژوهش مرتبط با نوجوانان دارای اعتیاد اینترنتی و بحران هویت بر هم‌زمانی این دو مسئله و اهمیت مداخلات روان‌شناختی در این گروه تأکید کرده است (12). بنابراین، زمانی که ارتباط با رسانه‌های دیجیتال از حالت هدفمند و کنترل‌شده خارج می‌شود، ممکن است نه تنها عملکرد روزانه، بلکه انسجام هویتی فرد را نیز تحت تأثیر قرار دهد.

ابعاد دینی هویت نیز می‌توانند در نحوه مواجهه افراد با فضای مجازی نقش ایفا کنند. هویت دینی برای بخشی از جوانان یکی از منابع مهم ارزش‌گذاری، معنا و جهت‌دهی رفتاری است و می‌تواند بر انتخاب محتوا، شیوه تعامل آنلاین و میزان آسیب‌پذیری در برابر استفاده افراطی از اینترنت اثرگذار باشد. یافته‌های پژوهشی درباره نقش هویت دینی در پیش‌بینی اعتیاد اینترنتی نشان داده است که میان هویت دینی و الگوهای رفتاری مرتبط با استفاده از اینترنت ارتباط وجود دارد (13). از این منظر، هویت فرهنگی دانشجویان را باید ساختاری چندبعدی دانست که مؤلفه‌های ملی، دینی، اجتماعی و فردی آن در تعامل با محیط دیجیتال قرار می‌گیرند. رسانه‌های نوین ممکن است برخی از این ابعاد را تقویت کنند، برخی را به چالش بکشند و در برخی موارد میان آنها تعارض یا ترکیب ایجاد کنند. علاوه بر پیامدهای فرهنگی و روان‌شناختی، توسعه فناوری‌های دیجیتال مفهوم هویت را از منظر فنی نیز وارد مرحله جدیدی کرده است. امروزه مفهوم «هویت دیجیتال» در حوزه‌هایی نظیر امنیت، اقتصاد دیجیتال و قراردادهای هوشمند نیز اهمیت یافته و مدیریت آن به یکی از پیش‌شرط‌های تعامل ایمن در محیط‌های فناورانه تبدیل شده است. پژوهش مرتبط با مدیریت هویت دیجیتال و کنترل دسترسی در قراردادهای هوشمند نشان می‌دهد که هویت در محیط دیجیتال حتی در سطح فنی و تراکنشی نیز به یک عنصر مرکزی برای اعتماد، احراز هویت و تنظیم تعاملات تبدیل شده است (14). هرچند این بعد فنی با مفهوم هویت فرهنگی متفاوت است، گسترش آن نشان می‌دهد که محیط دیجیتال به‌طور کلی در حال بازتعریف شیوه شناسایی، معرفی و تعامل افراد با دیگران است. این دگرگونی می‌تواند زمینه‌ای گسترده‌تر برای فهم اهمیت هویت در جوامع دیجیتال فراهم کند.

از سوی دیگر، نقش رسانه‌های اجتماعی در تعاملات اجتماعی نمی‌تواند از هویت فرهنگی جدا در نظر گرفته شود. هویت فرهنگی در بستر ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد و شبکه‌های اجتماعی ساختار این ارتباطات را تغییر داده‌اند. پژوهش درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تعامل اجتماعی و خودهویی نشان داده است که این پلتفرم‌ها بر نحوه شکل‌گیری روابط اجتماعی و ادراک افراد از خود تأثیر می‌گذارند (1). امکان تشکیل شبکه‌های گسترده، عضویت در گروه‌های مبتنی بر علایق مشترک و تعامل بدون محدودیت جغرافیایی، می‌تواند سرمایه اجتماعی و فرصت‌های یادگیری فرهنگی را افزایش دهد. در مقابل، جایگزینی بیش از حد روابط حضوری با روابط دیجیتال، وابستگی به تأیید اجتماعی آنلاین و حضور در محیط‌های همگن ممکن است کیفیت برخی تعاملات واقعی و تجربه

تعلق اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. این دوگانگی نشان می‌دهد که تحلیل نقش رسانه‌های نوین باید فراتر از حجم استفاده از رسانه، به کیفیت و نوع تعاملات نیز توجه داشته باشد.

در مجموع، شواهد موجود حاکی از آن است که تأثیر رسانه‌های نوین بر هویت جوانان ماهیتی پیچیده، دوسویه و چندبعدی دارد. از یک سو، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند زمینه خودبیانگری، تعامل فرهنگی، آگاهی اجتماعی، تقویت هویت ملی و توسعه شبکه‌های ارتباطی را فراهم سازند (8, 9). از سوی دیگر، مواجهه مستمر و کنترل نشده با محتوای متنوع، فشار مقایسه اجتماعی، اعتیاد اینترنتی، تعارض ارزشی و آشفتگی هویت از جمله مخاطراتی هستند که در مطالعات مختلف مورد توجه قرار گرفته‌اند (2, 10, 12). همچنین تفاوت اثر رسانه‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که نوع و بستر رسانه از متغیرهای مهم در تحلیل هویت فرهنگی است (6). در چنین شرایطی، اتخاذ رویکردی که بتواند هم ظرفیت‌های مثبت و هم آسیب‌ها، سازوکارهای آموزشی و نقش سیاست‌گذاری فرهنگی را در یک چارچوب منسجم توضیح دهد، ضروری به نظر می‌رسد.

با وجود مطالعات انجام‌شده درباره رابطه رسانه‌های اجتماعی با هویت ملی، هویت دینی، خودهویتی، اعتیاد اینترنتی و پیامدهای روان‌شناختی استفاده از فضای مجازی، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود تنها بر یک بعد محدود از این رابطه تمرکز کرده‌اند. در نتیجه، همچنان نیاز به مدلی جامع وجود دارد که بتواند نقش رسانه‌های نوین را در بازسازی هویت فرهنگی دانشجویان، آموزش و آگاهی فرهنگی، تعاملات اجتماعی و نیز چالش‌ها و پیامدهای نامطلوب محیط دیجیتال به‌طور هم‌زمان در نظر گیرد. چنین مدلی می‌تواند به مدیران دانشگاهی، سیاست‌گذاران فرهنگی و برنامه‌ریزان آموزشی کمک کند تا به‌جای نگاه صرفاً محدودکننده یا خوش‌بینانه به فضای مجازی، رویکردی متوازن و مبتنی بر شناخت سازوکارهای اثرگذاری آن اتخاذ کنند. همچنین، شناسایی مؤلفه‌های اصلی این فرایند می‌تواند زمینه طراحی برنامه‌های ارتقای سواد رسانه‌ای، تقویت هویت بومی و ملی، توسعه مسئولیت‌پذیری دیجیتال و کاهش آسیب‌های هویتی و فرهنگی را فراهم سازد.

از این‌رو، هدف پژوهش حاضر ارائه و اعتبارسنجی مدلی برای تبیین نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر فضای مجازی یا اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان بود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع کاربردی، از لحاظ موضوعی از رویکرد توسعه‌ی ابزار، از نظر روش گردآوری داده‌ها روش آمیخته است که از ترکیب روش‌های کیفی و کمی استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کیفی، شامل خبرگان حوزه علوم تربیتی و حوزه شبکه‌های اجتماعی و اساتید دانشگاه می‌باشند. نمونه پژوهش کیفی از میان نخبگان و متخصصان (با ملاک ورود) ۱۵ نفر که به روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند و مصاحبه میدانی نیمه ساختاریافته با آن‌ها انجام شد. به منظور گردآوری

اطلاعات از ابزار مصاحبه استفاده شد. اعتبار شاخص‌های بدست آمده با استفاده از تکنیک دلفی فازی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک تحلیل مضمون و تکنیک دلفی فازی استفاده شد.

یافته‌ها

به منظور ارائه مدل نقش رسانه‌های نوین با تاکید بر فضای مجازی یا اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان از تکنیک تحلیل مضمون و دلفی فازی استفاده شد. در بخش تحلیل مضمون پس از انجام مصاحبه‌های اولیه کدگذاری باز آغاز گردیده و در هر مرحله مصاحبه‌ها مورد بازبینی قرار گرفته و سعی شد که با توجه به موضوع مطالعه، برچسب (عنوان) مناسبی برای جملات کلیدی در مصاحبه‌ها انتخاب گردد. تعداد کدهای استخراج شده اولیه ۳۴۹ عدد بوده است. جداول زیر نحوه کدگذاری باز و برچسب زدن برای گزاره‌های استخراج شده از مصاحبه را به تصویر کشیده است. همانطور که قابل مشاهده است به هر گزاره یک کد اختصاص داده شده است. سعی بر این بوده است که انتخاب کدها با دقت کامل و با توجه به هدف پژوهش انجام شود؛ به نحوی که یک گزاره یکسان در ذهن سایر پژوهشگران برداشت و معنایی مشابه داشته باشد. مضامین اصلی، کدهای محوری و شاخص‌های احصا شده در جدول زیر نشان داده شده اند.

جدول ۱: مضمون بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال

مضمون اصلی	کد محوری	شاخص‌ها
بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال	تولید و بازنمایی هویت فرهنگی بومی	روایتگری فرهنگی بومی و بازنمایی مثبت تولید محتوای فرهنگی بومی جذاب و خلاقانه برگزاری برنامه‌ها و کمپین‌های فرهنگی هویت‌محور الگوسازی فرهنگی و حضور نخبگان در فضای مجازی وفاداری به ارزش‌های فرهنگی در محتوای بومی بازنمایی هویت جمعی در رسانه‌های دانشگاهی اشاعه فرهنگ ایرانی اسلامی در دانشگاه تقویت آگاهی دینی-فرهنگی در تولیدات مجازی
	تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی	تقویت هویت دینی، ملی و معنوی در رسانه‌ها تقویت هویت ملی و اخلاقی اصیل تقویت مبانی فکری و هویتی تحکیم بنیان هویت فرهنگی و اخلاقی بازسازی هویت فرهنگی از طریق آموزش درست بازیابی هویت فرهنگی در آموزش و تربیت رسانه‌ای بازسازی هویت فرهنگی تسهیل‌گر توسعه پایدار
	تحولات هویتی دانشجویان	تغییر الگوهای شناختی، فرهنگی و رفتاری دانشجویان شکل‌گیری هویت انتخابی و شخصی دانشجویان شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی و چندفرهنگی درونی‌سازی ارزش‌های جدید و هویت ترکیبی شکل‌گیری هویت مجازی و فاصله از هویت واقعی

بازتعریف هویت دانشجویان از تعامل دیجیتال	
ایجاد الگوهای هویتی جدید در جامعه علمی	
شکل‌گیری چندوجهی هویت فرهنگی	
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تفکر و نگرش دانشجویان	تحول سبک زندگی و رفتار
بازتولید سبک‌های زندگی رسانه‌ای	فرهنگی
تأثیر رسانه بر سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی	
تغییر در گویش، پوشش و رفتار ظاهری	
ایجاد تغییرات تدریجی در پوشش و رفتار	
شکل‌گیری سبک زندگی ترکیبی و مدرن	

جدول ۲: مضمون آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال

مضمون اصلی	کد محوری	شاخص‌ها
آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال	سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی	ارتقای تفکر نقاد و تحلیل فرهنگی انتقادی مهارت‌گزینش و پالایش محتوا در رسانه‌ها ارتقای سواد رسانه‌ای و اخلاق مصرف رسانه جذب منفعلانه محتوا بدون تحلیل نقاد ضعف در سواد رسانه‌ای و بروز انحراف فرهنگی آموزش شناخت نقاط ضعف رسانه‌ها آموزش سوگیری فرهنگی در دانشگاه آموزش شناخت سوگیری رسانه‌ای و مقابله فرهنگی ضعف در درون‌سازی سواد رسانه‌ای افزایش توانایی دانشجو در مواجهه با رسانه گسترش دیدگاه انتقادی و تفکر فرهنگی مستقل افزایش دسترسی اطلاعات و سواد انتقادی
آموزش، آگاهی و جامعه‌پذیری فرهنگی	و	آموزش تلفیق ارزش‌های بومی با امکانات فناوری افزایش آگاهی فرهنگی دانشجویان بازاندیشی در باورها و ارزش‌های شخصی آموزش جامعه‌پذیری فرهنگی در محیط دیجیتال آموزش توجه به هویت فردی و اجتماعی رشد و تعادل فرهنگی در صورت آموزش صحیح توسعه مهارت‌های ارتباطی فرهنگی
سیاست‌گذاری و مداخله نهادی		سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی در محیط دانشگاه ایجاد معنا و هدف در زندگی دیجیتال دانشجویان توسعه متوازن فرهنگی در استفاده هدفمند استفاده مسئولانه و بهینه از فضای مجازی اصلاح و مقابله با آسیب‌های فرهنگی در دانشگاه

جدول ۳: مضمون تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال

مضمون اصلی	کد محوری	شاخص‌ها
تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال	روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی	روابط عاطفی مثبت میان دانشجویان در فضای آنلاین حس مشارکت اجتماعی و کاهش اضطراب و انزوای جوانان

تعامل میان دانشجویان با هویت علمی و فرهنگی	
تقویت سرمایه اجتماعی دانشجویان	
شکل‌گیری کنش جمعی فرهنگی در میان دانشجویان	
بازیابی حس تعلق و همبستگی دانشگاهی	
تقویت اعتماد اجتماعی و وفاق فرهنگی آنلاین	
رشد ارتباطات چندسویه و تعامل فرهنگی	
گذار از روابط سنتی به روابط مجازی گسترده	تحول ارتباطات در فضای دیجیتال
سیالیت و سرعت بالای ارتباطات در شبکه‌ها	
تسهیل هویت ارتباطی و مدرن	
تعامل‌پذیری بالا و شبکه‌سازی فرهنگی	
ارتباط دوسویه کاربران و نقش فعال مصرف‌کننده	
سرعت و وسعت انتقال فرهنگی	
دسترسی وسیع و تبادل اطلاعات	
ایجاد هویت فراملی و ارتباطات بدون محدودیت مکانی	جهانی‌شدن و تعاملات فرهنگی
شکل‌گیری هویت جهانی و فراملی جدید	
مواجهه و تعامل با فرهنگ‌های جهانی	
جهانی‌شدن سبک زندگی	
کاهش فاصله فرهنگی و همگرایی	
آشنایی با سبک‌های زندگی دیگر جوامع	
جهانی‌شدن ارتباطات و کمرنگ شدن مرزها	
تلفیق فرهنگی میان سطوح محلی، ملی و جهانی	
تداخل فرهنگ محلی و جهانی	
بازنمایی و هم‌گرایی هویت‌های چندفرهنگی	

جدول ۴: مضمون چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال

مضمون اصلی	کد محوری	شاخص‌ها
چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال	اخلاق، هنجار و مسئولیت‌پذیری دیجیتال	تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تعاملات دیجیتال تقویت اخلاق رسانه‌ای و فرهیختگی دیجیتال ارتقای اخلاق ارتباطی و واکسینه فرهنگی بازتعریف اخلاق و هنجارهای ارتباطی ایجاد چالش‌های اخلاقی و رفتاری در تعاملات مجازی از بین رفتن مرزهای اخلاقی و عرفی شکل‌گیری نگرش‌های جدید اخلاقی-فرهنگی
چالش‌ها و بحران‌های هویتی-فرهنگی		احساس بی‌پناهی، محرومیت و نبود اعتماد در فضای شبکه خودباختگی و ازخودبیگانگی فرهنگی تضعیف هویت دینی و ملی در میان جوانان چالش فکری ناشی از تعارض هویت دینی و فرهنگی بحران تعلق و بی‌ریشگی فرهنگی در شبکه‌ها بحران هویت فرهنگی ناشی از رسانه‌های بی‌حد بحران معنا در سبک زندگی دیجیتال
آسیب‌ها و پیامدهای منفی رسانه‌ای		وابستگی به تایید اجتماعی و خودشیفتگی مجازی گسست فرهنگی و فاصله از ارزش‌های بومی و خانوادگی اعتیاد رسانه‌ای، انزوا و اضطراب اجتماعی

محتوای سطحی و هیجان‌محور رسانه‌ها	
کاهش نقش خانواده در هویت جوانان	
ضعف تعاملات واقعی و تمرکز بر مجازی	
تضعیف خانواده و بنیان‌های اجتماعی	
تضعیف سرمایه فرهنگی به علت استفاده منفعل	
کاهش تمرکز و وابستگی ذهنی به رسانه	
ارائه الگوهای وارونه فرهنگی	
ضدیت با عرف و رفتارهای ساختارشکنانه	
شکل‌گیری رفتار ساختارشکنانه در جوانان	
تضعیف مرزهای ارزشی و هنجاری	
اثرات نامطلوب فردی و اجتماعی ناشی از ناآگاهی رسانه‌ای	
پذیرش منفعلانه و	تقلید و الگوبرداری از فرهنگ غربی
درونی‌سازی فرهنگ جهانی	پذیرش افکار جدید و ارزش‌های وارداتی
	تضعیف مرزهای فرهنگی سنتی
	تغییر نگرش و درونی‌سازی محتوای جدید
	تغییر نظام ارزشی و درونی‌سازی تدریجی محتوا
	الگوبرداری فرهنگی از روایت‌های مجازی
	درونی‌سازی فرهنگ جهانی در نسل جوان
	تضعیف نقش منابع سنتی هویت‌ساز

بر اساس تحلیل مضمون انجام شده رسانه‌های نوین با تاکید بر فضای مجازی یا اینترنت در چهار بعد بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال، آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال، تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال و چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال بر هویت فرهنگی دانشجویان نقش داشته‌اند. بعد بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال، آموزش دارای مضمون‌های فرعی (تولید و بازنمایی هویت فرهنگی بومی، تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی، تحولات هویتی دانشجویان، تحول سبک زندگی و رفتار فرهنگی)، بعد آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال دارای مضمون‌های فرعی (سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، آموزش، آگاهی و جامعه‌پذیری فرهنگی، سیاست‌گذاری و مداخله نهادی)، بعد تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال و چالش‌ها دارای مضامین فرعی (روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی، تحول ارتباطات در فضای دیجیتال، جهانی‌شدن و تعاملات فرهنگی)، و بعد آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال دارای مضامین فرعی (اخلاق، هنجار و مسئولیت‌پذیری دیجیتال، چالش‌ها و بحران‌های هویتی-فرهنگی، آسیب‌ها و پیامدهای منفی رسانه‌ای، پذیرش منفعلانه و درونی‌سازی فرهنگ جهانی) شناسایی شد.

پس از انجام تکنیک دلفی فازی، تعداد ۴ شاخص کم اهمیت حذف شده و تعداد ۱۱۴ شاخص در غالب ۴ بعد و

۱۴ مولفه شناسایی شده است.

جدول ۵. لیست نهایی مضامین اصلی، مضامین فرعی و مفاهیم (شاخص ها)

مضمون اصلی	مضامین فرعی	شاخص ها
بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال	تولید و بازنمایی هویت فرهنگی بومی	روایتگری فرهنگی بومی و بازنمایی مثبت تولید محتوای فرهنگی بومی جذاب و خلاقانه برگزاری برنامه‌ها و کمپین‌های فرهنگی هویت‌محور الگوسازی فرهنگی و حضور نخبگان در فضای مجازی وفاداری به ارزش‌های فرهنگی در محتوای بومی بازنمایی هویت جمعی در رسانه‌های دانشگاهی اشاعه فرهنگ ایرانی اسلامی در دانشگاه تقویت آگاهی دینی-فرهنگی در تولیدات مجازی
	تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی	تقویت هویت دینی، ملی و معنوی در رسانه‌ها تقویت هویت ملی و اخلاقی اصیل تقویت مبانی فکری و هویتی تحکیم بنیان هویت فرهنگی و اخلاقی بازسازی هویت فرهنگی از طریق آموزش درست بازیابی هویت فرهنگی در آموزش و تربیت رسانه‌ای بازسازی هویت فرهنگی تسهیل‌گر توسعه پایدار تغییر الگوهای شناختی، فرهنگی و رفتاری دانشجویان شکل‌گیری هویت انتخابی و شخصی دانشجویان شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی و چندفرهنگی درونی‌سازی ارزش‌های جدید و هویت ترکیبی بازتعریف هویت دانشجویان از تعامل دیجیتال ایجاد الگوهای هویتی جدید در جامعه علمی شکل‌گیری چندوجهی هویت فرهنگی
	تحولات هویتی دانشجویان	
	تحول سبک زندگی و رفتار فرهنگی	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تفکر و نگرش دانشجویان بازتولید سبک‌های زندگی رسانه‌ای تأثیر رسانه بر سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی تغییر در گویش، پوشش و رفتار ظاهری ایجاد تغییرات تدریجی در پوشش و رفتار شکل‌گیری سبک زندگی ترکیبی و مدرن
آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال	سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی	ارتقای تفکر نقاد و تحلیل فرهنگی انتقادی مهارت گزینش و پالایش محتوا در رسانه‌ها ارتقای سواد رسانه‌ای و اخلاق مصرف رسانه آموزش شناخت نقاط ضعف رسانه‌ها آموزش سوگیری فرهنگی در دانشگاه آموزش شناخت سوگیری رسانه‌ای و مقابله فرهنگی افزایش توانایی دانشجو در مواجهه با رسانه گسترش دیدگاه انتقادی و تفکر فرهنگی مستقل افزایش دسترسی اطلاعات و سواد انتقادی آموزش تلفیق ارزش‌های بومی با امکانات فناوری افزایش آگاهی فرهنگی دانشجویان بازاندیشی در باورها و ارزش‌های شخصی
	آموزش، آگاهی و جامعه‌پذیری فرهنگی	

آموزش جامعه‌پذیری فرهنگی در محیط دیجیتال	
آموزش توجه به هویت فردی و اجتماعی	
رشد و تعادل فرهنگی در صورت آموزش صحیح	
توسعه مهارت‌های ارتباطی فرهنگی	
سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی در محیط دانشگاه	سیاست‌گذاری و مداخله
ایجاد معنا و هدف در زندگی دیجیتال دانشجویان	نهادهای
توسعه متوازن فرهنگی در استفاده هدفمند	
استفاده مسئولانه و بهینه از فضای مجازی	
اصلاح و مقابله با آسیب‌های فرهنگی در دانشگاه	
روابط عاطفی مثبت میان دانشجویان در فضای آنلاین	تعاملات اجتماعی و روابط اجتماعی و سرمایه
حس مشارکت اجتماعی و کاهش اضطراب و انزوای جوانان	ارتباطات فرهنگی در اجتماعی
تعامل میان دانشجویان با هویت علمی و فرهنگی	فضای دیجیتال
تقویت سرمایه اجتماعی دانشجویان	
شکل‌گیری کنش جمعی فرهنگی در میان دانشجویان	
بازبازی حس تعلق و همبستگی دانشگاهی	
تقویت اعتماد اجتماعی و وفاق فرهنگی آنلاین	
رشد ارتباطات چندسویه و تعامل فرهنگی	
گذار از روابط سنتی به روابط مجازی گسترده	تحول ارتباطات در فضای
سیالیت و سرعت بالای ارتباطات در شبکه‌ها	دیجیتال
تسهیل هویت ارتباطی و مدرن	
تعامل‌پذیری بالا و شبکه‌سازی فرهنگی	
ارتباط دوسویه کاربران و نقش فعال مصرف‌کننده	
سرعت و وسعت انتقال فرهنگی	
دسترسی وسیع و تبادل اطلاعات	
ایجاد هویت فراملی و ارتباطات بدون محدودیت مکانی	جهانی‌شدن و تعاملات
شکل‌گیری هویت جهانی و فراملی جدید	فرهنگی
مواجهه و تعامل با فرهنگ‌های جهانی	
جهانی‌شدن سبک زندگی	
کاهش فاصله فرهنگی و همگرایی	
آشنایی با سبک‌های زندگی دیگر جوامع	
جهانی‌شدن ارتباطات و کمرنگ شدن مرزها	
تلفیق فرهنگی میان سطوح محلی، ملی و جهانی	
تداخل فرهنگ محلی و جهانی	
بازنمایی و هم‌گرایی هویت‌های چندفرهنگی	
تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تعاملات دیجیتال	چالش‌ها، آسیب‌ها و اخلاق، هنجار و
تقویت اخلاق رسانه‌ای و فرهیختگی دیجیتال	مسئولیت‌پذیری دیجیتال
ارتقای اخلاق ارتباطی و واکنش فرهنگی	پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال
بازتعریف اخلاق و هنجارهای ارتباطی	
ایجاد چالش‌های اخلاقی و رفتاری در تعاملات مجازی	
از بین رفتن مرزهای اخلاقی و عرفی	
شکل‌گیری نگرش‌های جدید اخلاقی-فرهنگی	
احساس بی‌پناهی، محرومیت و نبود اعتماد در فضای شبکه	چالش‌ها و بحران‌های
خودباختگی و ازخودبیگانگی فرهنگی	هویتی-فرهنگی
تضعیف هویت دینی و ملی در میان جوانان	

چالش فکری ناشی از تعارض هویت دینی و فرهنگی	
بحران تعلق و بی‌ریشگی فرهنگی در شبکه‌ها	
بحران هویت فرهنگی ناشی از رسانه‌های بی‌حد	
بحران معنا در سبک زندگی دیجیتال	
وابستگی به تایید اجتماعی و خودشیفتگی مجازی	آسیب‌ها و پیامدهای منفی
گسست فرهنگی و فاصله از ارزش‌های بومی و خانوادگی	رسانه‌ای
اعتیاد رسانه‌ای، انزوا و اضطراب اجتماعی	
محتوای سطحی و هیجان‌محور رسانه‌ها	
کاهش نقش خانواده در هویت جوانان	
ضعف تعاملات واقعی و تمرکز بر مجازی	
تضعیف خانواده و بنیان‌های اجتماعی	
تضعیف سرمایه فرهنگی به علت استفاده منفعل	
کاهش تمرکز و وابستگی ذهنی به رسانه	
ارائه الگوهای وارونه فرهنگی	
ضدیت با عرف و رفتارهای ساختارشکنانه	
شکل‌گیری رفتار ساختارشکنانه در جوانان	
تضعیف مرزهای ارزشی و هنجاری	
اثرات نامطلوب فردی و اجتماعی ناشی از ناآگاهی رسانه‌ای	
تقلید و الگوبرداری از فرهنگ غربی	پذیرش منفعلانه و
پذیرش افکار جدید و ارزش‌های وارداتی	درونی‌سازی فرهنگ جهانی
تضعیف مرزهای فرهنگی سنتی	
تغییر نگرش و درونی‌سازی محتوای جدید	
تغییر نظام ارزشی و درونی‌سازی تدریجی محتوا	
الگوبرداری فرهنگی از روایت‌های مجازی	
درونی‌سازی فرهنگ جهانی در نسل جوان	
تضعیف نقش منابع سنتی هویت‌ساز	

با توجه به نتایج ارائه شده در جدول شاهد این بودیم که کد محوری تولید و بازنمایی هویت فرهنگی بومی شامل شاخص‌های (روایتگری فرهنگی بومی و بازنمایی مثبت، تولید محتوای فرهنگی بومی جذاب و خلاقانه، برگزاری برنامه‌ها و کمپین‌های فرهنگی هویت‌محور، الگوسازی فرهنگی و حضور نخبگان در فضای مجازی، وفاداری به ارزش‌های فرهنگی در محتوای بومی، بازنمایی هویت جمعی در رسانه‌های دانشگاهی، اشاعه فرهنگ ایرانی اسلامی در دانشگاه، تقویت آگاهی دینی-فرهنگی در تولیدات مجازی)، کد محوری تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی شامل شاخص‌های (تقویت هویت دینی، ملی و معنوی در رسانه‌ها، تقویت هویت ملی و اخلاقی اصیل، تقویت مبانی فکری و هویتی، تحکیم بنیان هویت فرهنگی و اخلاقی، ازسازی هویت فرهنگی از طریق آموزش درست، بازیابی هویت فرهنگی در آموزش و تربیت رسانه‌ای، بازسازی هویت فرهنگی تسهیل‌گر توسعه پایدار)، کد محوری تحولات هویتی دانشجویان شامل شاخص‌های (تغییر الگوهای شناختی، فرهنگی و رفتاری دانشجویان، شکل‌گیری هویت انتخابی و شخصی دانشجویان، شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی و

چندفرهنگی، درونی‌سازی ارزش‌های جدید و هویت ترکیبی، بازتعریف هویت دانشجویان از تعامل دیجیتال، ایجاد الگوهای هویتی جدید در جامعه علمی، شکل‌گیری چندوجهی هویت فرهنگی)، کد محوری تحول سبک زندگی و رفتار فرهنگی شامل شاخص‌های (تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تفکر و نگرش دانشجویان، بازتولید سبک‌های زندگی رسانه‌ای، تأثیر رسانه بر سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی، تغییر در گویش، پوشش و رفتار ظاهری، ایجاد تغییرات تدریجی در پوشش و رفتار، شکل‌گیری سبک زندگی ترکیبی و مدرن)، کد محوری سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی شامل شاخص‌های (ارتقای تفکر نقاد و تحلیل فرهنگی انتقادی، مهارت گزینش و پالایش محتوا در رسانه‌ها، ارتقای سواد رسانه‌ای و اخلاق مصرف رسانه، آموزش شناخت نقاط ضعف رسانه‌ها، آموزش سوگیری فرهنگی در دانشگاه، آموزش شناخت سوگیری رسانه‌ای و مقابله فرهنگی، افزایش توانایی دانشجو در مواجهه با رسانه، گسترش دیدگاه انتقادی و تفکر فرهنگی مستقل، افزایش دسترسی اطلاعات و سواد انتقادی)، برای کد محوری آموزش، آگاهی و جامعه‌پذیری فرهنگی شاخص‌های (آموزش تلفیق ارزش‌های بومی با امکانات فناوری، افزایش آگاهی فرهنگی دانشجویان، بازاندیشی در باورها و ارزش‌های شخصی، آموزش جامعه‌پذیری فرهنگی در محیط دیجیتال، آموزش توجه به هویت فردی و اجتماعی، رشد و تعادل فرهنگی در صورت آموزش صحیح، توسعه مهارت‌های ارتباطی فرهنگی)، برای کد محوری سیاست‌گذاری و مداخله نهادی شاخص‌های (سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی در محیط دانشگاه، ایجاد معنا و هدف در زندگی دیجیتال دانشجویان، توسعه متوازن فرهنگی در استفاده هدفمند، استفاده مسئولانه و بهینه از فضای مجازی، اصلاح و مقابله با آسیب‌های فرهنگی در دانشگاه)، برای کد محوری روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی شاخص‌های (روابط عاطفی مثبت میان دانشجویان در فضای آنلاین، حس مشارکت اجتماعی و کاهش اضطراب و انزوای جوانان، تعامل میان دانشجویان با هویت علمی و فرهنگی، تقویت سرمایه اجتماعی دانشجویان، شکل‌گیری کنش جمعی فرهنگی در میان دانشجویان، بازیابی حس تعلق و همبستگی دانشگاهی، تقویت اعتماد اجتماعی و وفاق فرهنگی آنلاین، رشد ارتباطات چندسویه و تعامل فرهنگی)، برای کد محوری تحول ارتباطات در فضای دیجیتال شاخص‌های (گذار از روابط سنتی به روابط مجازی گسترده، سیالیت و سرعت بالای ارتباطات در شبکه‌ها، تسهیل هویت ارتباطی و مدرن، تعامل‌پذیری بالا و شبکه‌سازی فرهنگی، ارتباط دوسویه کاربران و نقش فعال مصرف‌کننده، سرعت و وسعت انتقال فرهنگی، دسترسی وسیع و تبادل اطلاعات)، برای کد محوری جهانی‌شدن و تعاملات فرهنگی شاخص‌های (ایجاد هویت فراملی و ارتباطات بدون محدودیت مکانی، شکل‌گیری هویت جهانی و فراملی جدید، مواجهه و تعامل با فرهنگ‌های جهانی، جهانی‌شدن سبک زندگی، کاهش فاصله فرهنگی و همگرایی، آشنایی با سبک‌های زندگی دیگر جوامع، جهانی‌شدن ارتباطات و کمرنگ شدن مرزها، تلفیق فرهنگی میان سطوح محلی، ملی و جهانی، تداخل فرهنگ

محلی و جهانی، بازنمایی و هم‌گرایی هویت‌های چندفرهنگی)، برای کد محوری اخلاق، هنجار و مسئولیت‌پذیری دیجیتال شاخص‌های (تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در تعاملات دیجیتال، تقویت اخلاق رسانه‌ای و فرهیختگی دیجیتال، ارتقای اخلاق ارتباطی و واکسینه فرهنگی، بازتعریف اخلاق و هنجارهای ارتباطی، ایجاد چالش‌های اخلاقی و رفتاری در تعاملات مجازی، از بین رفتن مرزهای اخلاقی و عرفی، شکل‌گیری نگرش‌های جدید اخلاقی-فرهنگی)، برای کد محوری چالش‌ها و بحران‌های هویتی-فرهنگی شاخص‌های (احساس بی‌پناهی، محرومیت و نبود اعتماد در فضای شبکه، خودباختگی و ازخودبیگانگی فرهنگی، تضعیف هویت دینی و ملی در میان جوانان، چالش فکری ناشی از تعارض هویت دینی و فرهنگی، بحران تعلق و بی‌ریشگی فرهنگی در شبکه‌ها، بحران هویت فرهنگی ناشی از رسانه‌های بی‌حد، بحران معنا در سبک زندگی دیجیتال)، برای کد محوری آسیب‌ها و پیامدهای منفی رسانه‌ای شاخص‌های (وابستگی به تایید اجتماعی و خودشیفتگی مجازی، گسست فرهنگی و فاصله از ارزش‌های بومی و خانوادگی، اعتیاد رسانه‌ای، انزوا و اضطراب اجتماعی، محتوای سطحی و هیجان‌محور رسانه‌ها، کاهش نقش خانواده در هویت جوانان، ضعف تعاملات واقعی و تمرکز بر مجازی، تضعیف خانواده و بنیان‌های اجتماعی، تضعیف سرمایه فرهنگی به علت استفاده منفعل، کاهش تمرکز و وابستگی ذهنی به رسانه، ارائه الگوهای وارونه فرهنگی، ضدیت با عرف و رفتارهای ساختارشکنانه، شکل‌گیری رفتار ساختارشکنانه در جوانان، تضعیف مرزهای ارزشی و هنجاری، اثرات نامطلوب فردی و اجتماعی ناشی از ناآگاهی رسانه‌ای)، برای کد محوری پذیرش منفعلانه و درونی‌سازی فرهنگ جهانی شاخص‌های (تقلید و الگوبرداری از فرهنگ غربی، پذیرش افکار جدید و ارزش‌های وارداتی، تضعیف مرزهای فرهنگی سنتی، تغییر نگرش و درونی‌سازی محتوای جدید، تغییر نظام ارزشی و درونی‌سازی تدریجی محتوا، الگوبرداری فرهنگی از روایت‌های مجازی، درونی‌سازی فرهنگ جهانی در نسل جوان، تضعیف نقش منابع سنتی هویت‌ساز) مورد تایید قرار گرفتند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر فضای مجازی و اینترنت در هویت فرهنگی دانشجویان را می‌توان در چهار بعد اصلی شامل «بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال»، «آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال»، «تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال» و «چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال» تبیین کرد. همچنین، اعتبارسنجی مدل با استفاده از تکنیک دلفی فازی نشان داد که پس از حذف چهار شاخص کم‌اهمیت، ۱۱۴ شاخص در قالب ۱۴ مؤلفه و چهار بعد اصلی مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. این ساختار نشان می‌دهد که تأثیر رسانه‌های نوین بر هویت فرهنگی دانشجویان ماهیتی تک‌بعدی و خطی ندارد، بلکه دربرگیرنده مجموعه‌ای از فرایندهای هویت‌ساز، آموزشی، ارتباطی،

اجتماعی و در عین حال آسیب‌زا است. بر این اساس، فضای مجازی از یک سو می‌تواند بستری برای تقویت عناصر هویت بومی، ملی، دینی و اخلاقی، ارتقای آگاهی فرهنگی و گسترش تعاملات اجتماعی باشد و از سوی دیگر، می‌تواند به شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی، فاصله گرفتن از منابع سنتی هویت، تغییر سبک زندگی، تضعیف برخی مرزهای ارزشی و بروز بحران‌های هویتی منجر شود.

نخستین یافته اصلی پژوهش مربوط به بعد «بازسازی و تحول هویت فرهنگی در فضای دیجیتال» بود که شامل مؤلفه‌های تولید و بازنمایی هویت فرهنگی بومی، تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی، تحولات هویتی دانشجویان و تحول سبک زندگی و رفتار فرهنگی بود. این یافته نشان می‌دهد که رسانه‌های نوین صرفاً انتقال‌دهنده محتوا نیستند، بلکه خود به بستری برای ساخت، بازنمایی و بازتعریف هویت تبدیل شده‌اند. دانشجویان از طریق تولید محتوا، حضور در شبکه‌های اجتماعی، تعامل با گروه‌های مختلف و مواجهه با روایت‌های فرهنگی متنوع، به‌طور مستمر درباره هویت خود مذاکره می‌کنند و بخش‌هایی از هویت فرهنگی خود را برجسته، بازسازی یا تعدیل می‌کنند. این نتیجه با یافته‌های Nugraha و همکاران همسو است که نشان دادند رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر خودهویتی و تعاملات اجتماعی افراد تأثیر گذاشته و شکل ادراک فرد از خود را در بستر ارتباطات دیجیتال تغییر دهند (1). همچنین، Nawaz و Bhutta نشان دادند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی با نحوه تجربه و بازتعریف هویت فرهنگی پیوند دارد و مواجهه با محتوای متنوع، زمینه تعامل میان فرهنگ محلی و فرهنگ‌های جدید را فراهم می‌کند (3).

یافته مربوط به شکل‌گیری هویت‌های انتخابی، ترکیبی و چندفرهنگی را می‌توان با ماهیت شبکه‌ای و فرامرزی فضای مجازی توضیح داد. دانشجویان در محیط دیجیتال تنها با عناصر فرهنگی جامعه خود مواجه نیستند، بلکه به‌طور هم‌زمان با ارزش‌ها، سبک‌های زندگی، نمادها و الگوهای رفتاری جوامع مختلف در تماس هستند. در نتیجه، هویت آنان ممکن است به جای آنکه بر یک منبع فرهنگی واحد استوار باشد، حاصل ترکیب چند منبع هویتی شود. یافته Su و همکاران نیز نشان داد که در بستر فرهنگ دیجیتال، هویت ملی می‌تواند با فرهنگ هواداری، برندسازی دیجیتال و اجتماعات آنلاین پیوند بخورد و در قالبی جدید بازتولید شود (9). این یافته از این دیدگاه حمایت می‌کند که محیط دیجیتال الزاماً به حذف هویت ملی یا فرهنگی منجر نمی‌شود، بلکه می‌تواند شکل جدیدی از بیان و بازنمایی هویت را ایجاد کند. بنابراین، ظهور هویت‌های ترکیبی در میان دانشجویان را می‌توان نتیجه تعامل هم‌زمان عناصر محلی، ملی و جهانی در فضای مجازی دانست.

بخش دیگری از یافته‌های این بعد بر تقویت هویت دینی، ملی و اخلاقی از طریق رسانه‌های نوین تأکید داشت. این یافته از آن جهت اهمیت دارد که نقش فضای مجازی در برخی دیدگاه‌ها عمدتاً با تضعیف هویت سنتی و ملی مرتبط دانسته می‌شود، در حالی که نتایج حاضر نشان می‌دهد رسانه‌های نوین می‌توانند در صورت تولید محتوای مناسب و هدفمند، به بازنمایی و تقویت ارزش‌های فرهنگی نیز کمک کنند. یافته‌های Duhairish و Abdulrahman نشان داد که استفاده از پلتفرم‌های رسانه اجتماعی می‌تواند در تقویت هویت ملی دانشجویان نقش داشته باشد (8). همچنین، Rafiee نشان داد که هویت دینی می‌تواند با الگوهای استفاده از اینترنت ارتباط داشته باشد و به‌عنوان یکی از منابع هویتی مهم در مواجهه جوانان با فضای دیجیتال عمل کند (13). از این رو، می‌توان استدلال

کرد که رسانه‌های نوین ذاتاً تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده هویت نیستند، بلکه جهت اثرگذاری آنها تا حد زیادی به نوع محتوا، شیوه مصرف رسانه‌ای، سطح سواد رسانه‌ای و نحوه سیاست‌گذاری فرهنگی وابسته است.

یافته دیگر در این بعد مربوط به تحول سبک زندگی و رفتار فرهنگی دانشجویان بود. فضای مجازی می‌تواند از طریق تکرار و برجسته‌سازی برخی الگوهای رفتاری، پوشش، شیوه مصرف، زبان و سبک ارتباطی، به تغییر تدریجی سبک زندگی منجر شود. این نتیجه با مطالعه Motahari و همکاران همسو است که تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان را برجسته کرده‌اند (7). همچنین، یافته‌های Taheri-Zangeneh و Rezaeian نشان داد که رسانه‌های اجتماعی داخلی و خارجی می‌توانند تأثیرات متفاوتی بر هویت ملی جوانان ایرانی داشته باشند (6). این تفاوت نشان می‌دهد که نوع رسانه و منشأ محتوای مصرف‌شده می‌تواند تعیین کند که تغییرات سبک زندگی و نگرش‌های فرهنگی در چه جهتی رخ دهند. در نتیجه، تغییر سبک زندگی دانشجویان را نمی‌توان صرفاً نتیجه میزان استفاده از فضای مجازی دانست، بلکه باید به نوع پلتفرم، محتوای مورد استفاده و الگوهای تعامل رسانه‌ای نیز توجه کرد.

دومین بعد اصلی مدل، «آموزش، آگاهی و حکمرانی فرهنگی در فضای دیجیتال» بود که سه مؤلفه سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، آموزش و جامعه‌پذیری فرهنگی، و سیاست‌گذاری و مداخله نهادی را دربر می‌گرفت. این یافته نشان می‌دهد که نقش رسانه‌های نوین در هویت فرهنگی دانشجویان تنها از طریق مصرف محتوا شکل نمی‌گیرد، بلکه توانایی دانشجویان برای تحلیل، گزینش و ارزیابی محتوای رسانه‌ای نیز اهمیت تعیین‌کننده دارد. در شرایطی که حجم زیادی از اطلاعات، ارزش‌ها و روایت‌های فرهنگی در فضای آنلاین در گردش است، نداشتن مهارت ارزیابی انتقادی می‌تواند زمینه پذیرش منفعلانه و درونی‌سازی محتوا را افزایش دهد. در مقابل، برخورداری از سواد رسانه‌ای می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا محتوای رسانه‌ای را با آگاهی بیشتری تحلیل کرده و میان عناصر سازگار و ناسازگار با نظام ارزشی خود تمایز قائل شوند.

در تبیین این یافته می‌توان به نتایج Anwar اشاره کرد که نشان داد رسانه‌های اجتماعی هم فرصت‌هایی برای رشد و شکل‌گیری هویت فراهم می‌کنند و هم می‌توانند با پیامدهای روان‌شناختی و هویتی همراه باشند؛ از این رو، توجه به سیاست‌گذاری و آموزش در استفاده از رسانه‌های اجتماعی اهمیت دارد (2). همچنین، یافته‌های Mohammadi Pour درباره نوجوانان دارای اعتیاد اینترنتی و بحران هویت نشان می‌دهد که استفاده ناسازگارانه از اینترنت می‌تواند با مشکلات هویتی همراه باشد و مداخله‌های آموزشی و روان‌شناختی در این زمینه اهمیت دارند (12). بنابراین، تأکید مدل حاضر بر آموزش، آگاهی و مداخله نهادی را می‌توان پاسخی به همین نیاز دانست؛ زیرا دانشجو برای حضور مؤثر در فضای مجازی، علاوه بر دسترسی فناورانه، به توانایی ارزیابی انتقادی و مدیریت آگاهانه مصرف رسانه‌ای نیز نیاز دارد.

سومین بعد اصلی مدل مربوط به «تعاملات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی در فضای دیجیتال» بود و شامل روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی، تحول ارتباطات در فضای دیجیتال و جهانی‌شدن و تعاملات فرهنگی می‌شد. نتایج نشان داد که فضای مجازی امکان

گسترش ارتباطات چندسویه، افزایش دسترسی به اطلاعات، شبکه‌سازی اجتماعی، ایجاد حس مشارکت و برقراری ارتباط با فرهنگ‌های مختلف را فراهم می‌کند. این یافته با مطالعه Nugraha و همکاران همسو است که نشان دادند رسانه‌های اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر تعاملات اجتماعی و شکل‌گیری خود هویتی دارند (1). همچنین، Nawaz و Bhutta بر نقش شبکه‌های اجتماعی در تعامل میان کاربران و فرهنگ‌های مختلف و پیامدهای آن برای هویت فرهنگی تأکید کرده‌اند (3).

گسترش تعاملات فرهنگی می‌تواند به افزایش شناخت از فرهنگ‌های مختلف و شکل‌گیری هویت‌های فراملی منجر شود. دانشجویان در محیط دیجیتال می‌توانند بدون محدودیت جغرافیایی با افراد و گروه‌هایی از زمینه‌های فرهنگی مختلف ارتباط برقرار کنند. این ارتباطات می‌تواند از یک سو موجب افزایش آگاهی، تساهل و درک بین فرهنگی شود و از سوی دیگر، زمینه تغییر در تعلقات و مرزهای هویتی را فراهم آورد. یافته Su و همکاران نشان داد که فضای دیجیتال می‌تواند بستر شکل‌گیری اجتماعات فراملی و پیوند خوردن هویت ملی با اشکال جدید فرهنگ دیجیتال باشد (9). همچنین، نتایج Duhairish و Abdulrahman نشان داد که تعامل در پلتفرم‌های اجتماعی می‌تواند در شرایطی به تقویت احساس تعلق ملی منجر شود (8). بنابراین، جهانی‌شدن ارتباطات لزوماً به معنای از میان رفتن هویت محلی یا ملی نیست، بلکه ممکن است به بازتعریف آن در قالب‌های گسترده‌تر منجر شود.

چهارمین بعد مدل، «چالش‌ها، آسیب‌ها و پیامدهای فرهنگی فضای دیجیتال» بود که شامل اخلاق و مسئولیت‌پذیری دیجیتال، بحران‌های هویتی-فرهنگی، آسیب‌ها و پیامدهای منفی رسانه‌ای و پذیرش منفعلانه و درونی‌سازی فرهنگ جهانی بود. این بخش از یافته‌ها نشان می‌دهد که فضای مجازی در کنار ظرفیت‌های مثبت خود، می‌تواند زمینه بروز آسیب‌هایی مانند خودباختگی فرهنگی، کاهش پیوند با منابع سنتی هویت، وابستگی به تأیید اجتماعی، کاهش کیفیت تعاملات واقعی، تغییر مرزهای هنجاری و درونی‌سازی تدریجی ارزش‌های بیرونی را ایجاد کند. این یافته با مطالعه Obrenovic و همکاران همسو است که نشان دادند استفاده از رسانه‌های اجتماعی در عصر دیجیتال می‌تواند با آشفتگی هویت همراه باشد (10). همچنین، یافته‌های Doktorová و همکاران نشان داد که تعامل با رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با احساس تنهایی و ترس از دست دادن همراه شود و ابعاد روان‌شناختی تجربه هویت را تحت تأثیر قرار دهد (4).

یکی از مؤلفه‌های مهم این بعد، وابستگی به رسانه و کاهش نقش منابع سنتی هویت‌ساز بود. یافته‌های Mousivand و همکاران نشان داد که سبک‌های هویت با اعتیاد اینترنتی ارتباط دارند و می‌توانند در تبیین استفاده مسئله‌ساز از اینترنت نقش داشته باشند (11). یافته Mohammadi Pour نیز ارتباط میان اعتیاد اینترنتی و بحران هویت را در نوجوانان مورد توجه قرار داده است (12). این مطالعات از نتیجه پژوهش حاضر حمایت می‌کنند که استفاده افراطی و منفعلانه از فضای مجازی می‌تواند به کاهش انسجام هویتی و افزایش وابستگی به الگوهای بیرونی منجر شود. زمانی که فرد بخش عمده‌ای از ارزیابی خود را بر اساس بازخوردهای آنلاین و مقایسه با دیگران تنظیم کند، احتمال فاصله گرفتن از منابع پایدارتر هویت افزایش می‌یابد.

نتیجه دیگری که در این بعد قابل توجه است، تغییر اخلاق و هنجارهای ارتباطی در فضای دیجیتال بود. گسترش ارتباطات ناشناس یا نیمه‌ناشناس، سرعت انتشار اطلاعات و کاهش برخی محدودیت‌های تعامل حضوری می‌تواند هنجارهای جدیدی در رفتار آنلاین ایجاد کند. در همین زمینه، اهمیت هویت دیجیتال و کنترل دسترسی در محیط‌های فناورانه نیز افزایش یافته است. مطالعه Abizadeh و Minoui نشان داده است که مدیریت هویت دیجیتال به یکی از عناصر مهم تنظیم و ایمن‌سازی تعاملات در محیط‌های هوشمند تبدیل شده است (14). اگرچه تمرکز آن مطالعه بر بعد فنی هویت بوده است، یافته آن نشان می‌دهد که با گسترش تعاملات دیجیتال، مفهوم هویت و مسئولیت‌پذیری در محیط آنلاین اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. بر همین اساس، تقویت اخلاق رسانه‌ای و مسئولیت‌پذیری دیجیتال می‌تواند یکی از راهکارهای مهم برای کاهش آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی فضای مجازی باشد.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های نوین در رابطه با هویت فرهنگی دانشجویان دارای کارکردی دوگانه هستند. این رسانه‌ها می‌توانند هویت ملی و دینی را تقویت کنند، فرصت تولید محتوای بومی فراهم آورند، روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی را توسعه دهند و زمینه آگاهی و یادگیری فرهنگی را گسترش دهند؛ در عین حال، در صورت استفاده منفعلانه یا فقدان سواد رسانه‌ای، می‌توانند با آشفته‌گی هویت، تغییرات نامطلوب در سبک زندگی، وابستگی به تأیید اجتماعی و کاهش نقش منابع سنتی هویت همراه شوند (8, 10, 13). همچنین، نوع پلتفرم و محتوای رسانه‌ای نیز در جهت اثرگذاری اهمیت دارد؛ به گونه‌ای که تفاوت میان رسانه‌های داخلی و خارجی می‌تواند پیامدهای متفاوتی برای هویت جوانان داشته باشد (6). از این منظر، مدل ارائه‌شده در پژوهش حاضر می‌تواند تصویری جامع‌تر از تعامل میان دانشجویان، رسانه‌های نوین و هویت فرهنگی فراهم کند.

پژوهش حاضر با چند محدودیت همراه بود که باید در تفسیر یافته‌ها مورد توجه قرار گیرد. نخست، بخش اصلی داده‌های پژوهش بر دیدگاه خبرگان و صاحب‌های نیمه‌ساختاریافته استوار بود و بنابراین یافته‌ها ممکن است تا حدی تحت تأثیر تجربه‌ها، برداشت‌ها و زمینه حرفه‌ای مشارکت‌کنندگان قرار گرفته باشند. دوم، تعداد مشارکت‌کنندگان بخش کیفی محدود بود و هرچند انتخاب آنان بر اساس معیارهای تخصصی و تا رسیدن به کفایت مفهومی انجام شد، امکان دارد برخی دیدگاه‌های متفاوت در مدل بازتاب نیافته باشد. سوم، سرعت بالای تحول پلتفرم‌های دیجیتال و الگوهای استفاده کاربران موجب می‌شود برخی مؤلفه‌های شناسایی‌شده در گذر زمان دستخوش تغییر شوند. همچنین، تمرکز پژوهش بر جامعه دانشجویی و زمینه فرهنگی مشخص، تعمیم مستقیم نتایج به نوجوانان، گروه‌های سنی دیگر یا محیط‌های فرهنگی متفاوت را محدود می‌کند.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده مدل ارائه‌شده با استفاده از روش‌های کمی و نمونه‌های بزرگ‌تر مورد آزمون قرار گیرد و ساختار عاملی آن از طریق تحلیل عاملی تأییدی یا مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شود. همچنین می‌توان اثر هر یک از ابعاد مدل بر مؤلفه‌های مختلف هویت فرهنگی، مانند هویت ملی، دینی، محلی و سبک زندگی، به صورت جداگانه مطالعه کرد. بررسی نقش متغیرهایی مانند جنسیت، رشته تحصیلی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، نوع پلتفرم، سواد رسانه‌ای و وضعیت اجتماعی-اقتصادی نیز می‌تواند به تبیین دقیق‌تر تفاوت‌های فردی کمک کند. انجام مطالعات طولی برای بررسی تغییرات هویت فرهنگی در اثر استفاده

مستمر از رسانه‌های نوین و نیز مقایسه دانشجویان دانشگاه‌های مختلف و زمینه‌های فرهنگی متفاوت می‌تواند اعتبار و قابلیت تعمیم مدل را افزایش دهد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها برنامه‌های منسجمی برای ارتقای سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و مسئولیت‌پذیری دیجیتال دانشجویان طراحی و اجرا کنند. تولید محتوای فرهنگی جذاب و متناسب با زبان و نیازهای نسل جوان، استفاده فعال‌تر از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی برای بازنمایی فرهنگ بومی و ملی، و مشارکت دادن دانشجویان در تولید محتوای فرهنگی می‌تواند به تقویت جنبه‌های مثبت فضای دیجیتال کمک کند. همچنین، سیاست‌گذاران فرهنگی و مدیران دانشگاهی باید از رویکردهای صرفاً محدودکننده فاصله گرفته و به سمت مدیریت آگاهانه و توانمندسازی کاربران حرکت کنند. ایجاد مراکز مشاوره و آموزش برای استفاده سالم از رسانه‌ها، پایش آسیب‌های فرهنگی و روان‌شناختی ناشی از مصرف افراطی فضای مجازی و تقویت فرصت‌های تعامل واقعی و فعالیت‌های جمعی در دانشگاه نیز می‌تواند در کاهش پیامدهای منفی رسانه‌های نوین و حمایت از هویت فرهنگی دانشجویان مؤثر باشد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاق

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

1. Nugraha A, Kurnia A, Putra PIP, Rahman A, Dikrurahman D. The Impact of Social Media on Social Interaction and Self-Identity in Indonesian Society. Journal of Social Research. 2024;3(9). doi: 10.55324/josr.v3i9.2254.

2. Anwar M. The Impact of Social Media on Adolescent Identity Formation and Mental Health: Opportunities, Risks, and Policy Implications. *Psychology*. 2024;2(2):66-79. doi: 10.61194/psychology.v2i2.496.
3. Nawaz ZJ, Bhutta DMH. Usage of Social Media and Cultural Identity in Chitral: An Exploration Through Mix-Method Approach. *CRSSS*. 2024;2(2):51-65. doi: 10.59075/wsyr1071.
4. Doktorová D, Souad ELM, Tokovská. Social Media Engagement and Identity: The Loneliness and FOMO Experience of Young People. *Communication Today*. 2025;16(1). doi: 10.34135/communicationtoday.2025.16.1.10.
5. Şahin A, Soylu D, Toktas E, Köse N. The Impact of Media Representation on Female Athlete Identity and Self-Perception. *International Journal of Sport Studies for Health*. 2024;7(3).
6. Taheri-Zangeneh M, Rezaeian A. The Divergent Effects of Domestic and Foreign Social Media on the National Identity of Iranian Youth. *Communication Studies*. 2025;32(1):67-92.
7. Motahari MS, Alami P, Saeidi-Pour M, Pekani P, editors. An examination of the impact of social media on the formation of the cultural identity of youth. *Proceedings of the Fourteenth National Conference on New Research in Education, Psychology, Jurisprudence and Law, and Social Sciences*; 2024.
8. Duhairish RJK, Abdulrahman AA. The Effectiveness of Using Social Media Platforms in Strengthening National Identity Among Students of the University of Dhi Qar. *Lark Journal for Philosophy, Linguistics and Social Sciences*. 2025;17(2):461-86. doi: 10.31185/lark.4239.
9. Su Y, Wang D, Sun W. Mainstreaming Stardom: The Intersection of National Identity, Digital Fan Culture, and Esports Athlete Branding. *Internet Research*. 2025:1-26. doi: 10.1108/intr-03-2024-0516.
10. Obrenovic B, Godinić D, Du G, Khudaykulov A, Gan H. Identity Disturbance in the Digital Era During the COVID-19 Pandemic: The Adverse Effects of Social Media and Job Stress. *Behavioral Sciences*. 2024;14(8):648. doi: 10.3390/bs14080648.
11. Mousivand M, Zarean M, Kaboli M. Modeling internet addiction based on identity styles and academic performance: The mediating role. *Journal of Social Psychological Research*. 2021(44).
12. Mohammadi Pour R. Mindfulness training for adolescents with internet addiction and identity crisis in Qom County 2023.
13. Rafiee F. The Role of Religious Identity in Predicting Internet Addiction and the Tendency towards Drug Use (Case Study: Adolescent Female Students in Pardis, Tehran). *Quarterly Journal of New Ideas in Psychology*. 2023;16(20).
14. Abizadeh A, Minoui M. Access Control in Financial Smart Contracts Using Digital Identity Management and Machine Learning to Facilitate Internet of Things Transactions. *Financial Knowledge*. 2023;25(53):111-22.