

Representation of Cultural Identity in the Era of Virtual Social Networks: A Qualitative Study

1. Sima Ghahramani[✉]: Department of Social Communication Sciences, May.C., Islamic Azad University, Maybod, Iran

2. Ali Mohammad Mazidi Sharfabadi^{*✉}: Department of Social Communication Sciences, May.C., Islamic Azad University, Maybod, Iran.

3. Seyed Alireza Afshani[✉]: Professor, Department of Sociology, Social Sciences Faculty, Yazd University, Yazd, Iran

*Corresponding Author's Email Address: al.mazidi@iau.ac.ir

Abstract:

This study aims to explore and identify the conditions and factors influencing cultural identity changes among university students within the context of virtual social networks. This qualitative research employed grounded theory methodology. The study population consisted of 50 students from various academic levels and disciplines at Shiraz University. Data were collected through in-depth interviews and analyzed via open, axial, and selective coding. Purposeful and judgmental sampling methods were applied. The results revealed that virtual social networks have significantly impacted students' cultural identity by transforming their values, attitudes, and cultural behaviors. Four contextual conditions were identified as influential: national culture, digital culture, global culture, and the accelerated pace of cultural change in the digital era. The intensity of identity transformation varied depending on factors such as media usage patterns, individual control over content, and familial and societal support structures. Virtual social networks are not only platforms for communication but also powerful spaces for cultural identity reconstruction. While they present opportunities for intercultural exchange and self-expression, they also pose risks to traditional identity frameworks. These developments necessitate strategic cultural and educational interventions to maximize benefits and mitigate potential harm.

Keywords: Cultural identity; Virtual social networks; Cultural change; Grounded theory; Students; Digital culture

How to Cite: Ghahramani, S., Mazidi Sharfabadi, A. M., & Afshani, S. A. (2026). Representation of Cultural Identity in the Era of Virtual Social Networks: A Qualitative Study. *Management, Education and Development in Digital Age*, 2(3), 1-12.



بازنمایی هویت فرهنگی در عصر شبکه‌های اجتماعی مجازی: مطالعه‌ای کیفی

۱. سیما قهرمانی[✉]: گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران

۲. علی محمد مزیدی شرف آبادی[✉]: گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران

۳. سیدعلیرضا افشانی[✉]: استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: al.mazidi@iau.ac.ir

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی و تبیین شرایط و عوامل مؤثر بر تغییرات هویت فرهنگی دانشجویان در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی صورت گرفته است. پژوهش حاضر از نوع کیفی و مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. جامعه آماری شامل ۵۰ دانشجوی دانشگاه شیراز از رشته‌ها و مقاطع مختلف تحصیلی بود. داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق گردآوری و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و قضاوتی انجام شد. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب دگرگونی در نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای فرهنگی کاربران شده‌اند. شرایطی همچون فرهنگ ملی، فرهنگ دیجیتال، فرهنگ جهانی و شتاب تحولات فرهنگی در عصر دیجیتال به‌عنوان زمینه‌های مؤثر در شکل‌گیری تغییرات هویت فرهنگی شناسایی شدند. نتایج همچنین بیانگر آن است که تغییرات هویت فرهنگی با شدت و ضعف‌های مختلفی تحت تأثیر نحوه استفاده از این فناوری‌ها، کنترل فرد بر محتوا، و عوامل حمایتی خانواده و جامعه قرار دارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی نه تنها ابزارهایی برای ارتباط هستند، بلکه بستری برای بازتعریف و شکل‌گیری مجدد هویت فرهنگی محسوب می‌شوند. این تغییرات هم فرصت‌ها و هم تهدیدهایی را در پی دارند و مستلزم مدیریت آگاهانه توسط نهادهای فرهنگی و آموزشی هستند.

کلیدواژه‌گان: هویت فرهنگی؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ تغییرات فرهنگی؛ نظریه داده‌بنیاد؛ دانشجویان؛ فرهنگ دیجیتال

نحوه استناددهی: قهرمانی، سیما، مزیدی شرف آبادی، علی محمد، و افشانی، سیدعلیرضا. (۱۴۰۵). بازنمایی هویت فرهنگی در عصر شبکه‌های اجتماعی مجازی: مطالعه‌ای کیفی، مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال، ۲(۳)، ۱-۱۲.



مقدمه

در جهان معاصر، تغییرات پرشتاب فناوری به‌ویژه در عرصه ارتباطات، مفاهیمی بنیادین همچون هویت فرهنگی را با چالش‌های تازه‌ای مواجه ساخته است. ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از بارزترین نمودهای این تحولات، نه تنها الگوهای ارتباطی میان افراد را دگرگون کرده، بلکه ساختارهای هویتی آنان را نیز تحت تأثیر قرار داده است. در چنین بستری، پرسش از چگونگی بازنمایی، تضعیف یا بازسازی هویت فرهنگی، به‌ویژه در میان جوانان و دانشجویان، به یکی از مهم‌ترین مسائل جامعه‌شناسی فرهنگی تبدیل شده است. از آنجا که هویت فرهنگی، حاصل تعامل مستمر میان فرد و جامعه در زمینه نمادها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری است، هرگونه تغییر در ابزارهای ارتباطی می‌تواند به بازتعریف این مؤلفه منجر شود (Sarukhani, 2003).

به باور بسیاری از اندیشمندان، هویت امری ایستا نیست، بلکه در فرایندی پویا و زمینه‌مند، پیوسته در حال بازسازی است. این پویایی به‌ویژه در فضای دیجیتال، شدت بیشتری یافته است. رسانه‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهند تا با انتخاب محتوا، تعاملات مجازی و نمایش گزینشی از خود، هویت خویش را به شکل فعالانه‌ای مدیریت کنند (Buss et al., 2021). این فضاها بیش از آنکه بازتابی از هویت واقعی باشند، بستری برای تولید هویت‌های جدید و ترکیبی هستند؛ هویت‌هایی که نه تنها از شرایط محلی و ملی تأثیر می‌گیرند، بلکه در برابر امواج جهانی شدن نیز شکل می‌گیرند و بازتعریف می‌شوند (Zhang, 2019).

مطالعات مختلف به بررسی پیامدهای فرهنگی رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. پژوهش کوهساری (۲۰۲۲) نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی با فرآیند هویت‌یابی جوانان رابطه معناداری دارد و این رسانه‌ها بر شیوه بازنمایی و درک جوانان از خود اثرگذارند (Kohsari, 2022). عربی (۲۰۲۲) نیز در پژوهش خود نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به تضعیف هویت اجتماعی زنان به‌ویژه در ابعاد دینی و ملی شده‌اند (Arabi, 2022). این نتایج با یافته‌های غیاثوند (۲۰۱۸) نیز همخوان است که در بررسی تأثیر استفاده از فیسبوک بر هویت فرهنگی کاربران، تغییرات در ابعاد تاریخی، زبانی، دینی و فراغتی را مستند کرده است (Ghiasvand, 2018).

شبکه‌های اجتماعی مجازی با ماهیت فرامکانی و فراملی خود، امکان تعامل با فرهنگ‌های متنوع را فراهم کرده‌اند و در نتیجه، مفاهیمی مانند هویت ملی، بومی و دینی در مواجهه با فرهنگ جهانی دچار دگرگونی می‌شوند (Gol Mohammadi, 2007). در فضای مجازی، کاربران نه تنها با فرهنگ خود که با فرهنگ‌های بی‌شمار دیگری مواجه می‌شوند و همین مواجهه، فرآیند هم‌ذات‌پنداری یا گسست هویتی را در آنان تشدید می‌کند. در چنین بستری، به‌ویژه در میان جوانانی که هنوز در حال تثبیت شخصیت و هویت خود هستند، احتمال شکل‌گیری هویت‌های ناپایدار، پراکنده یا چندگانه افزایش می‌یابد (Fooladi, 2007).

یکی از ویژگی‌های اساسی عصر جدید، شتاب تغییرات فرهنگی به‌واسطه فناوری است. شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش سرعت انتقال ارزش‌ها، باورها و سبک‌های زندگی شده‌اند و در این میان، مرزهای سنتی و جغرافیایی در تعریف هویت روزبه‌روز کمرنگ‌تر می‌شوند. این پدیده همان چیزی است که فولادی (۲۰۰۷) از آن به‌عنوان «دور تند تغییرات فرهنگی» یاد می‌کند (Fooladi, 2007). امروزه افراد بیش از آنکه متأثر از نهادهای سنتی هویت‌ساز همچون خانواده یا مدرسه باشند، از جریان‌های فرهنگی مسلط در فضای مجازی تأثیر می‌پذیرند.

از سوی دیگر، پژوهشگران بین‌المللی نیز به بررسی این دگرگونی‌ها پرداخته‌اند. برای مثال، مطالعه‌ای توسط سیهونن (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که پروژه‌های هویتی نسل جوان به‌شدت تحت تأثیر الگوهای مصرف رسانه‌ای آنان قرار دارد و شبکه‌های اجتماعی نقش فعالی در بازتعریف مرزهای هویتی بازی می‌کنند (Sihvonen, 2023). در همین راستا، پژوهش ناز و بوتّا (۲۰۲۴) در منطقه چترال پاکستان نشان می‌دهد که مصرف شبکه‌های اجتماعی نه تنها هویت فرهنگی را تحت تأثیر قرار داده، بلکه در برخی موارد موجب بحران هویتی نیز شده است (Nawaz & Bhutta, 2024). اظهارات مشابهی را نیز مک‌گالن و همکاران (۲۰۱۷) در تحلیل بازنمایی رسانه‌ای مادران ورزشکار برجسته کرده‌اند که نشان می‌دهد چگونه روایت‌های رسانه‌ای، درک عمومی از هویت فردی و اجتماعی را بازسازی می‌کنند (McGannon et al., 2017).

همچنین هویت فرهنگی در عصر شبکه‌های اجتماعی به شکلی جدید با عملکرد الگوریتمی این پلتفرم‌ها پیوند خورده است؛ به‌طوری که انتخاب و فیلتر محتوا بر اساس علایق قبلی کاربر، نه‌تنها حوزه شناختی او را محدود می‌سازد، بلکه بر نوع شکل‌گیری هویت نیز اثرگذار می‌گردد (Hu et al., 2023). در چنین فضایی، هویت دیگر یک ساختار ثابت نیست، بلکه مجموعه‌ای سیال، وابسته به تعاملات دیجیتال و انتخاب‌های لحظه‌ای است.

نکته قابل تأمل در این میان، تضاد میان فرهنگ‌های بومی و جهانی است. همان‌طور که گل‌محمدی (۱۳۸۶) اشاره می‌کند، جهانی‌شدن با زدودن پیوندهای جغرافیایی از مفاهیم فرهنگی، منجر به از بین رفتن ثبات هویت فرهنگی می‌شود (Gol Mohammadi, 2007). فرهنگ ملی دیگر قادر نیست با اقتدار گذشته در برابر موج فرهنگ جهانی مقاومت کند. در نتیجه، جوانان به‌ویژه دانشجویان که در مرز این دو فرهنگ قرار دارند، با بحران هویتی مواجه می‌شوند و درصدد یافتن تعادلی میان این دو می‌گردند (Prykhodko, 2024).

مطالعه عزت (۲۰۲۰) نیز نشان داد که تأثیرگذاری اینستاگرام‌ها و اینفلوئنسرها بر هویت جوانان مصری چشمگیر بوده و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در بازتعریف نقش‌های اجتماعی و فردی آنان ایفا می‌کنند (Ezzat, 2020). در ایران نیز، پژوهش علیدوست زوگی و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در صنعت مد و پوشاک، نه‌تنها کارکرد اقتصادی داشته‌اند بلکه هویت اجتماعی کاربران را نیز شکل داده‌اند (Alidoost Zoghi et al., 2021).

در چنین شرایطی، لزوم بررسی تجربی این پدیده بیش از پیش احساس می‌شود. بررسی دقیق تجارب کاربران، به‌ویژه دانشجویان که در حال شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی خود هستند، می‌تواند شناختی عمیق‌تر از فرآیندهای هویت‌ساز در بستر شبکه‌های اجتماعی فراهم آورد. پژوهش حاضر در همین راستا با رویکرد کیفی و روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به بررسی شرایط و زمینه‌های مؤثر بر تغییرات هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه شیراز پرداخته است.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش جامعه آماری مورد استفاده برای اینکه بتوان داده‌های لازم برای تحلیل و در نهایت استخراج نظریه و مدل را از آن‌ها کسب نمود به دو گروه اصلی تقسیم می‌گردند. گروه اول افرادی که باید با آن‌ها مصاحبه صورت بگیرد و گروه دوم اسنادی که باید مورد مطالعه و بررسی قرار بگیرند. در همین راستا دانشجویان دانشگاه شیراز در این پژوهش به عنوان جامعه آماری می‌باشند. لازم به ذکر است اکنون این دانشگاه دارای بیش از ۲۰۰۰۰ دانشجو با ۲۰۰ دوره کارشناسی، ۳۰۰ دوره کارشناسی ارشد، یک دوره دکترای حرفه‌ای (دکتر دامپزشکی) و ۱۵۰ دوره دکتری می‌باشد. از طرف دیگر اسناد بالادستی و پژوهشی نزدیک به موضوعات فضای مجازی و مدیریت آن و نیز اسناد فرهنگی به عنوان جامعه آماری در این پژوهش مطرح می‌باشند. در این پژوهش از روش غیر احتمالی برای نمونه‌گیری استفاده گردید. در این پژوهش روش نمونه‌گیری، روش هدفمند و قضاوتی می‌باشد. تعداد کل نمونه انتخاب شده در این پژوهش ۵۰ نفر بوده است. بصورت کلی در روش نظریه‌پردازی داده بنیاد برای نمونه‌گیری باید از نمونه‌گیری نظری استفاده کرد و کفایت نمونه‌گیری نیز توسط این رویکرد مشخص می‌گردد. در ادامه این رویکرد ارائه خواهد شد. روش گردآوری داده در این پژوهش مصاحبه عمیق (ژرف) است. نوعی از مصاحبه که در پژوهشهای کیفی استفاده زیادی از آن می‌شود.

یافته‌ها

در این بخش به یافته‌های توصیفی اطلاعات اشاره می‌گردد این یافته‌ها شامل اطلاعات تحصیلی شامل رشته و مقطع تحصیلی و اطلاعات جمعیت شناختی شامل سن و جنس می‌باشند. که در قالب فراوانی و درصد مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی

ردیف	رشته	تعداد	درصد	درصد معتبر
۱	ترویج و آموزش کشاورزی	۱	٪۲	٪۲
۲	مهندسی شیمی	۲	٪۴	٪۴
۳	زبان و ادبیات فارسی	۱	٪۲	٪۲
۴	مهندسی مکانیک	۱	٪۲	٪۲
۵	علوم اقتصادی	۲	٪۴	٪۴
۶	ریاضی کاربردی	۱	٪۲	٪۲
۷	علوم خاک	۱	٪۲	٪۲
۸	بیماری‌شناسی گیاهی	۲	٪۴	٪۴
۹	هوش مصنوعی	۱	٪۲	٪۲
۱۰	مهندسی مواد	۱	٪۲	٪۲
۱۱	مخابرات سیستم	۲	٪۴	٪۴
۱۲	حقوق	۳	٪۶	٪۶
۱۳	ادبیات	۴	٪۸	٪۸
۱۴	فیزیک	۲	٪۴	٪۴
۱۵	ریاضی کاربردی	۴	٪۸	٪۸
۱۶	روانشناسی	۲	٪۴	٪۴
۱۷	علوم سیاسی	۳	٪۶	٪۶
۱۸	اقتصاد	۳	٪۶	٪۶
۱۹	مهندسی کشاورزی	۲	٪۴	٪۴
۲۰	فیزیوتراپی	۲	٪۴	٪۴
۲۱	مدیریت بازرگانی	۲	٪۴	٪۴
۲۲	جغرافیا	۳	٪۶	٪۶
۲۳	حسابداری	۲	٪۴	٪۴
۲۴	معماری	۳	٪۶	٪۶
جمع		۵۰	٪۱۰۰	۱۰۰

بر اساس مندرجات جدول ۱ پاسخگویان مورد مصاحبه دارای رشته‌هایی از قبیل ترویج و آموزش کشاورزی، مهندسی شیمی، زبان و ادبیات فارسی، مهندسی مکانیک، علوم اقتصادی، ریاضی کاربردی، علوم خاک، بیماری‌شناسی گیاهی، هوش مصنوعی، مهندسی مواد، مخابرات سیستم، حقوق، ادبیات، فیزیک، ریاضی کاربردی، روانشناسی، علوم سیاسی، اقتصاد، مهندسی کشاورزی، فیزیوتراپی، مدیریت بازرگانی، جغرافیا، معماری و حسابداری می‌باشند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مقطع تحصیلی

ردیف	مقطع تحصیلی	تعداد	درصد	درصد معتبر
۱	دکتر	۱۵	٪۳۰	٪۳۰
۲	کارشناسی ارشد	۲۱	٪۴۲	٪۴۲
۳	کارشناسی	۱۴	٪۲۸	٪۲۸
جمع		۵۰	٪۱۰۰	۱۰۰

بر اساس مندرجات موجود در جدول شماره ۲، در بخش آماری مربوط به مقطع تحصیلی پاسخگویان مشاهده می‌شود که ۳۰ درصد پاسخگویان در مقطه دکترا، ۴۲ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۲۸ درصد در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بوده اند.

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

ردیف	سن	تعداد	درصد	درصد معتبر
۱	۲۰-۲۵ سال	۱۰	۲۰٪	۲۰٪
۲	۲۵-۳۰ سال	۱۸	۳۶٪	۳۶٪
۳	۳۰-۳۵ سال	۱۶	۳۲٪	۳۲٪
۴	۳۵ سال و بالاتر	۶	۱۲٪	۱۲٪
جمع		۵۰	۱۰۰٪	۱۰۰٪

داده های آماری مندرج در جدول شماره ۳ نشان دهنده توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن می‌باشد؛ بر اساس جدول مذکور سنین بین ۲۰ تا ۳۵ سال و بالاتر تقسیم بندی شده اند. بیشترین گروه سنی را ۲۵-۳۰ سال با ۳۶ درصد آرا و کمترین آمار مربوط به گروه سنی ۳۵ سال و بالاتر با ۱۲ درصد می‌باشد. گروه های سنی ۳۰ تا ۳۵ سال با ۳۲ درصد و ۲۰-۲۵ سال با ۲۰ درصد در ادامه قرار می‌گیرند.

جدول ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس

ردیف	جنس	تعداد	درصد	درصد معتبر
۱	زن	۲۷	۵۴٪	۵۴٪
۲	مرد	۲۳	۴۶٪	۴۶٪
جمع		۵۰	۱۰۰٪	۱۰۰٪

ر اساس مندرجات جدول فوق ۵۴ درصد حجم نمونه معادل ۲۷ نفر از پاسخگویان را دانشجویان زن و ۴۶ درصد معادل ۲۳ نفر آنان را دانشجویان مرد تشکیل داده اند. به شرایطی که در زمان و مکان مشخصی که پدیده محوری و مقوله مرکزی در آن رخ میدهد بوجود می‌آیند و افراد و گروهها با عمل/ تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ میدهند، شرایط زمینه‌ای می‌گویند. این شرایط حاصل چگونگی ارتباط و بر هم کنش شرایط دیگر (علی و مداخله گر) نیز هستند. جدول ذیل کدهای نهایی، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای است که در این پژوهش استخراج شده است.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

مقوله	مفهوم	گزاره
فرهنگ جامعه	فرهنگ جامعه زیرساخت	تاثیر نظام ارزشی جامعه بر نظام ارزشی شبکه
	فرهنگ شبکه	تاثیر هویت متصور مردم بر هویت کاربران در شبکه
		تاثیر الگوهای ارتباطی و رفتاری مردم در جامعه بر الگوهای ارتباطی و رفتاری آن‌ها در شبکه اجتماعی
	معنای شبکه در فرهنگ جامعه	نقش فرهنگ جامعه در معنا بخشی به مفهوم شبکه اجتماعی در جامعه
فرهنگ دیجیتال	تاثیر فرهنگ دیجیتال بر فرهنگ کاربری	نقش فرهنگ جامعه در تعیین کارکردهای شبکه اجتماعی در جامعه
		شکل گیری فرهنگ کاربری کاربران ایرانی در بستر فرهنگ دیجیتال
		انتقال همزمان فرهنگ استفاده از دیگر ابزارهای دیجیتال به فرهنگ کاربری
	معنای شبکه در فرهنگ	نقش فرهنگ دیجیتال در تعیین کارکردهای شبکه اجتماعی

نقش فرهنگ دیجیتال در معنا بخشی به مفهوم شبکه اجتماعی در فضای مجازی	دیجیتال	
تأثیر فرهنگ جهانی بر فرهنگ «شبکه‌های اجتماعی مجازی» بین المللی	گسترش و نهادینه شدن فرهنگ جهانی	فرهنگ جهانی
تأثیر فرهنگ جهانی بر فرهنگ جامعه	نقش فرهنگ جهانی در حذف هویت ملی	
تضعیف عناصر فرهنگ ملی در فرهنگ جامعه	تأثیر رشد فناوری بر سرعت تغییرات	دور تند
تقویت عناصر فرهنگ جهانی در فرهنگ جامعه	تغییرات فرهنگی	فرهنگی در عصر
افزایش سرعت ارتباط و انتقال پیام بین کاربران	نقش تلفن همراه در تغییرات	دیجیتال
ظهور فناوری جدید و تغییرات فرهنگی جدید	سریع فرهنگی	
نزدیک شدن فناوری به انسان		
تأثیر تلفن همراه در افزایش تعامل انسان و فناوری		

در این پژوهش «فرهنگ ملی» «فرهنگ دیجیتال»، «فرهنگ جهانی»، «دور تند تغییرات فرهنگی در عصر دیجیتال» و «هویت فرهنگی» به عنوان شرایط زمینه‌ای شناخته شده‌اند.

پس از تحلیل و کدگذاری داده‌ها در نهایت ۴ مقوله فرعی از ۸ مفهوم اتخاذ شده از ۱۷ کد نهایی برای شرایط زمینه‌ای استخراج گردید. در نهایت نتایج نشان داد شرایط زمینه‌ای بروز مقوله محوری به شرح زیر شناسایی شده است:

۱. فرهنگ ملی

۲. فرهنگ دیجیتال

۳. فرهنگ جهانی

۴. دور تند تغییرات فرهنگی در عصر دیجیتال

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر که با روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و بر اساس مصاحبه‌های عمیق با ۵۰ نفر از دانشجویان دانشگاه شیراز انجام شد، نشان‌دهنده نقش گسترده و پیچیده شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییر و بازتعریف هویت فرهنگی این قشر از جامعه است. بر اساس نتایج حاصل از کدگذاری داده‌ها، چهار عامل اصلی یعنی «فرهنگ ملی»، «فرهنگ دیجیتال»، «فرهنگ جهانی» و «شتاب تغییرات فرهنگی در عصر دیجیتال» به عنوان شرایط زمینه‌ای شکل‌گیری این تغییرات شناسایی شدند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه فضایی نوظهور و میان فرهنگی، بستری را برای تعامل میان عناصر متنوع هویتی فراهم کرده‌اند که نتیجه آن شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی، چندلایه و سیال در میان کاربران، به ویژه جوانان تحصیل کرده بوده است.

مطابق با تحلیل داده‌ها، مصاحبه‌شوندگان به صراحت اذعان داشتند که استفاده مستمر از شبکه‌های اجتماعی، آنان را با ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و نمادهایی مواجه ساخته است که نه تنها با فرهنگ ملی بلکه با آموزه‌های بومی و دینی آنها فاصله دارد. این یافته با نتایج پژوهش عربی (۲۰۲۲) مطابقت دارد که نشان داد استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی موجب تضعیف هویت دینی و خانوادگی آنها شده است (Arabi, 2022). همچنین کوهساری (۲۰۲۲) به رابطه مستقیم میان میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و تغییر در فرآیند هویت‌یابی جوانان اشاره کرده است (Kohsari, 2022).

یکی دیگر از یافته‌های کلیدی پژوهش، نقش الگوریتم‌ها و ساختارهای محتوایی شبکه‌های اجتماعی در تسریع انتقال و اشاعه الگوهای فرهنگی جهانی بود. این یافته نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نه فقط منعکس کننده فرهنگ هستند، بلکه سازوکارهایی برای بازتولید فرهنگی محسوب می‌شوند. این مسأله با دیدگاه گل محمدی (۲۰۰۷) همسو

است که فرآیند جهانی شدن را عامل تضعیف پیوندهای جغرافیایی و ملی در ساخت هویت فرهنگی می‌داند (Gol Mohammadi, 2007). همچنین فولادی (۲۰۰۷) از این پدیده با عنوان «دور تند تغییرات فرهنگی» یاد می‌کند که از سرعت روزافزون تحولات در سبک زندگی و ارزش‌های اجتماعی ناشی می‌شود (Fooladi, 2007).

نتایج این مطالعه همچنین با یافته‌های بین‌المللی هم‌راستا است. برای نمونه، پژوهش سیهونن (۲۰۲۳) نشان داد که الگوی مصرف رسانه‌ای جوانان رابطه مستقیمی با پروژه‌های هویتی آنان دارد و شبکه‌های اجتماعی نقش کلیدی در بازتعریف هویت شخصی و جمعی ایفا می‌کنند (Sihvonon, 2023). پژوهش مک‌گانن و همکاران (۲۰۱۷) نیز بر همین اساس به نقش بازنمایی رسانه‌ای در ساخت هویت بازگشت مادران ورزشکار به فضای اجتماعی اشاره دارند (McGannon et al., 2017). این موضوع در فضای مجازی امروز، به‌ویژه برای کاربران دانشگاهی که در حال تثبیت هویت حرفه‌ای و فرهنگی خود هستند، بسیار تعیین‌کننده است.

یکی از جنبه‌های نوآورانه این پژوهش، اشاره به «فرهنگ دیجیتال» به‌عنوان بستری مستقل و تأثیرگذار بر رفتار کاربران است. فرهنگ دیجیتال که ناشی از تعامل مداوم با فناوری‌های نوین است، نه تنها الگوهای رفتاری کاربران را شکل می‌دهد بلکه معنا و کارکرد شبکه‌های اجتماعی را نیز در ذهن آنان بازتعریف می‌کند. این یافته با پژوهش هو و همکارانش (۲۰۲۳) هم‌خوان است که نشان دادند استفاده از رسانه‌های اجتماعی با حمایت اجتماعی و تغییر هویت فرهنگی ارتباط دارد (Hu et al., 2023).

همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که فرهنگ جهانی و هژمونی فرهنگی کشورهای غربی، به‌ویژه ایالات متحده، تأثیر قابل توجهی بر نحوه بازنمایی هویت در شبکه‌های اجتماعی دارد. این تأثیر هم در محتوای تولیدی کاربران و هم در نمادهای مصرفی آنان مشهود است. عزت (۲۰۲۰) در مطالعه خود بر جوانان مصری نشان داد که تأثیر اینفلوئنسرها در شکل‌دهی هویت اجتماعی و سبک زندگی نسل جوان بسیار بالا بوده است (Ezzat, 2020). همچنین پژوهش علیدوست زوگی و همکاران (۲۰۲۱) در صنعت پوشاک ایران بیانگر آن است که هویت اجتماعی مصرف‌کنندگان تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی شکل گرفته است (Alidoost Zoghi et al., 2021).

یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که فرهنگ ملی همچنان به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در فرایند تغییر هویت فرهنگی کاربران حضور دارد، اما نقش آن در مقایسه با گذشته کمرنگ‌تر شده و به جای آن، هویت‌های جهانی، ترکیبی و حتی گاهی متضاد جایگزین شده‌اند. این یافته با نتایج مطالعه پریخودکو (۲۰۲۴) هم‌راستا است که به تأثیر رسانه‌های تصویری بر هویت فرهنگی در بستر جنگ و بحران اشاره می‌کند (Prykhodko, 2024).

پژوهش حاضر همچنین نشان داد که هویت فرهنگی نه تنها متأثر از محتوا، بلکه از سازوکار تعامل کاربران با محتوا نیز شکل می‌گیرد. کاربران با انتخاب گزینشی محتوا، ایجاد پروفایل شخصی، مشارکت در گروه‌ها و فعالیت در قالب‌های خاص، در بازتولید هویت خود مشارکت دارند. این مسأله نشان می‌دهد که هویت امری بازتابی نیست بلکه محصول تعامل فعال با فناوری است. این موضوع با یافته‌های باس و همکارانش (۲۰۲۱) در زمینه مدیریت هویت ترنسجندرها در شبکه‌های اجتماعی نیز تطابق دارد (Buss et al., 2021).

در مجموع، این پژوهش تأیید می‌کند که شبکه‌های اجتماعی مجازی بسترهای پیچیده و چندوجهی برای بازسازی هویت فرهنگی کاربران فراهم آورده‌اند. تغییرات فرهنگی ناشی از این شبکه‌ها، نه تنها اجتناب‌ناپذیر، بلکه در بسیاری موارد، سریع، عمیق و غیرقابل بازگشت هستند. هویت فرهنگی دانشجویان در این فضاها نه صرفاً بر اساس سنت‌ها و تعلقات بومی، بلکه در مواجهه با جریان‌های جهانی، الگوریتم‌های پلتفرم‌ها و تعاملات انتخابی بازتعریف می‌شود. این مسأله مستلزم بازنگری جدی در سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای کشور است.

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش، تمرکز صرف بر دانشجویان دانشگاه شیراز به‌عنوان جامعه آماری بود که ممکن است نتایج را به‌طور کامل قابل تعمیم به دیگر اقشار جوان جامعه نکند. همچنین استفاده از روش کیفی و مصاحبه‌های عمیق، در حالی که برای کشف معانی و مفاهیم فرهنگی مناسب است، ولی ممکن است دقت آماری نتایج را کاهش داده باشد. افزون بر این، گرچه مشارکت‌کنندگان از رشته‌های متنوعی بودند، اما امکان دارد نگرش‌های شخصی آنان به شبکه‌های اجتماعی نیز در تحلیل‌ها تأثیرگذار بوده باشد.

پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده از روش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) برای افزایش تعمیم‌پذیری و دقت یافته‌ها استفاده شود. همچنین بررسی تطبیقی بین دانشگاه‌های مختلف ایران و نیز تحلیل اثرات انواع مختلف شبکه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام، توئیتر، تلگرام) می‌تواند درک جامع‌تری از الگوهای تغییر هویت فرهنگی فراهم آورد. پژوهش بر تفاوت‌های جنسیتی، قومیتی و مذهبی در نحوه بازسازی هویت نیز می‌تواند به غنای مطالعات آینده بیفزاید. ضروری است سیاست‌گذاران فرهنگی و آموزشی کشور، با طراحی برنامه‌های سواد رسانه‌ای، مهارت‌های انتقادی و هویتی جوانان را در فضای مجازی تقویت کنند. نهادهای فرهنگی باید بسترهایی برای تولید محتوای بومی و جذاب در شبکه‌های اجتماعی فراهم سازند تا از نفوذ یک‌جانبه فرهنگ جهانی جلوگیری شود. دانشگاه‌ها نیز می‌توانند با برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی، به ارتقای آگاهی دانشجویان نسبت به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر هویت فردی و فرهنگی آنان کمک کنند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازین اخلاقی

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

Extended Summary

Introduction

In recent decades, the rapid development of communication technologies, particularly virtual social networks, has significantly reshaped the way individuals interact, form communities, and define their identities. In the digital age, cultural identity is no longer confined within traditional frameworks of geography, ethnicity, or national boundaries. Instead, it becomes fluid, multifaceted, and increasingly influenced by global digital interactions. Social media platforms, as the most dominant tools of virtual communication, provide users—especially the youth—with a space to explore, perform, and reconstruct their identities. The consequences of such digital engagement on users' cultural identity are profound and multifaceted, particularly in societies undergoing sociocultural transitions.



Scholars have long emphasized that identity is not a static entity but a dynamic process that evolves through interaction with the environment. In the context of digital media, this evolution accelerates as users are continuously exposed to various cultural norms, ideologies, and lifestyles. According to Sarukhani (2003), communication is the foundation of social life and plays a decisive role in shaping cultural norms and social cohesion (Sarukhani, 2003). With the advent of social networks, the nature of communication has changed dramatically, thereby influencing identity formation processes.

Digital platforms offer users an opportunity to selectively present aspects of their lives, shape narratives, and interact across cultural boundaries. This virtual environment allows for the emergence of hybrid and sometimes contradictory cultural identities. As Buss et al. (2021) argue, digital platforms empower users to manage their identities across platforms, navigating through conflicting social expectations (Buss et al., 2021). Similarly, Zhang (2019) highlights that in the global society, new media serve as accelerators of cultural convergence and identity reconstruction (Zhang, 2019).

Numerous studies have explored how social networks affect identity, especially among younger demographics. Arabi (2022) demonstrated that virtual social networks negatively influence women's social identity in Bushehr, particularly undermining religious and national identity components (Arabi, 2022). Kohsari (2022) found that frequent use of social networks correlates with significant changes in youth identity formation, often leading to fragmented and unstable senses of self (Kohsari, 2022). Likewise, Ghiasvand (2018) revealed that Facebook usage impacts various cultural dimensions of identity, including language, religion, history, and leisure (Ghiasvand, 2018).

Globalization further complicates the relationship between media and identity. Gol Mohammadi (2007) argues that globalization, by removing the geographic boundaries that traditionally shaped cultural identity, contributes to identity instability in local communities (Gol Mohammadi, 2007). Fooladi (2007) builds on this notion by suggesting that digital technologies have accelerated cultural transformations, creating a high-speed environment where values, traditions, and identities evolve at an unprecedented pace (Fooladi, 2007).

The influence of social media on cultural identity is also observed in international contexts. Sihvonen (2023) shows that media consumption among youth plays a critical role in their identity projects, reflecting how online engagement shapes self-perception and cultural affiliation (Sihvonen, 2023). Nawaz and Bhutta (2024) report similar findings from their study in Chitral, indicating that excessive social media use can lead to identity confusion and cultural detachment (Nawaz & Bhutta, 2024). McGannon et al. (2017) reinforce the significance of media representation in shaping public perceptions and personal identities, particularly in the case of women athletes (McGannon et al., 2017).

In parallel, Hu et al. (2023) argue that social media enables cultural identity change through its facilitation of social commerce and peer interaction (Hu et al., 2023). The algorithmic nature of content filtering also plays a vital role in the customization of users' digital experiences, often narrowing cultural exposure and shaping identity through curated realities. Ezzat (2020) confirms this in the Egyptian context, where social media influencers significantly impact youth identity and lifestyle (Ezzat, 2020). Similarly, Alidoost Zoghi et al. (2021) show that in Iran's clothing industry, brand identity and social media marketing directly influence consumers' cultural self-representation (Alidoost Zoghi et al., 2021).

These studies underline the complex, and often contradictory, effects of virtual social networks on cultural identity. In light of the above, this research aims to explore the underlying conditions, mechanisms, and outcomes of cultural identity transformation among university students in Iran, with a particular focus on Shiraz University. By using a grounded theory

approach, this study seeks to construct a conceptual model of how cultural identity is negotiated and reshaped in the digital age.

Methods and Materials

This study employed a qualitative research design based on grounded theory methodology. The research population consisted of 50 students from various academic disciplines and levels at Shiraz University. Data collection was conducted through in-depth interviews using purposive and judgmental sampling strategies. The interview transcripts were analyzed through open, axial, and selective coding to identify core categories and themes. The study also incorporated cultural and policy documents related to social media and national identity as secondary data sources to complement the interviews.

Findings

The results revealed that virtual social networks significantly impact the cultural identity of students by altering their attitudes, values, and behaviors. Four key contextual conditions emerged from the data: (1) national culture, (2) digital culture, (3) global culture, and (4) the accelerated pace of cultural change in the digital era.

Participants reported that their interaction with social media introduced them to diverse cultural norms and lifestyles that sometimes conflicted with their traditional cultural backgrounds. These contradictions prompted either the adoption of new identity elements or resistance to perceived cultural intrusion. Moreover, participants emphasized that the digital culture—emerging from their everyday interaction with smartphones, apps, and online platforms—shaped their expectations, communication styles, and self-expression norms.

The influence of global culture was another prominent theme. Many students acknowledged the appeal of global trends and values—particularly those propagated by Western media—often at the expense of local traditions. This dynamic was interpreted as both liberating and disorienting. Additionally, participants noted the increasing speed of cultural transformation facilitated by technology, leading to generational gaps and identity fluidity.

Finally, the analysis identified mechanisms of identity negotiation, such as selective self-presentation, group affiliation, and digital storytelling, through which students actively constructed and reconstructed their cultural identities in the online sphere.

Discussion and Conclusion

The findings of this study confirm that virtual social networks serve as complex cultural environments that influence how users perceive, perform, and reformulate their identities. These platforms not only expose users to a multitude of cultural influences but also offer interactive tools for experimenting with identity expressions. Students, as active digital citizens, navigate through these networks with varying levels of agency, choosing which aspects of identity to highlight or suppress.

The four contextual factors identified—national culture, digital culture, global culture, and the speed of cultural transformation—interact dynamically to shape students' cultural identity experiences. While national culture remains an influential reference point, its prominence diminishes under the pressures of global media content and algorithmically curated interactions. Students often find themselves at the intersection of conflicting identity demands, resulting in either integration, compartmentalization, or dissonance.

This study contributes to the understanding of identity formation in digital societies by highlighting the dialectical relationship between structure and agency. It shows that while digital infrastructures guide user behavior and content exposure, individuals maintain the capacity to negotiate their identities meaningfully. However, the constant exposure to globalized content, coupled with weak digital literacy, can create vulnerabilities to identity distortion or erosion.



From a policy and educational standpoint, the results underscore the need for culturally responsive digital literacy programs that empower young users to navigate virtual spaces critically and constructively. Educational institutions and cultural organizations should play a proactive role in fostering awareness about the socio-cultural implications of digital engagement.

In conclusion, cultural identity in the era of virtual social networks is not only being reshaped but also reimagined. This study demonstrates that identity is no longer solely rooted in traditional cultural systems but is increasingly performed, negotiated, and transformed within the algorithmic architectures of social media. Understanding this transformation is essential for developing informed strategies that support cultural sustainability and individual well-being in the digital age.

References

- Alidoost Zoghi, P., Chirani, E., & AzadehDel, M. (2021). The role of social media marketing and brand social identity in the clothing industry with emphasis on the criteria of the Supreme Council of the Cultural Revolution. *The Islamic Revolution Approach*, 15(55), 177-194. <https://www.magiran.com/paper/2349099>
- Arabi, Z. (2022). *The impact of virtual social networks on the social identity of women (ages 18 to 45) in Bushehr* Master's thesis, Payame Noor University of Bushehr Province, Bushehr Payame Noor Center].
- Buss, J., Le, H., & Haimson, O. L. (2021). Transgender identity management across social media platforms. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/01634437211027106>
- Ezzat, H. (2020). Social Media Influencers and the Online Identity of Egyptian Youth. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 12(1), 119-133. https://doi.org/10.1386/cjcs_00017_1
- Fooladi, M. (2007). *Investigating the causes and factors of cultural stability and change in Iran*. Qom: Office of Islamic Propagation, Qom Seminary.
- Ghiasvand, M. (2018). *Investigating the impact of Facebook usage on the cultural identity of users* Master's thesis in Diplomacy in International Economic Organizations - Cultural and Media Studies, Islamic Azad University, East Tehran Branch, Qiam Dasht].
- Gol Mohammadi, A. (2007). *Globalization of culture and identity*. Tehran: Ney Publishing.
- Hu, S., Ji, F., & Li, D. (2023). Impacts of Social Media Usage in Facilitating Social Commerce: The Roles of Social Support and Cultural Identity Change. *International Conference on Human-Computer Interaction*, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-35921-7_19
- Kohsari, M. (2022). *Investigating the relationship between the use of virtual social networks and youth identity formation (A case study of youth in Region 15 of Tehran)* Master's thesis, Yazd University, Faculty of Humanities and Social Sciences - Department of Social Sciences].
- McGannon, K. R., McMahon, J., Schinke, R. J., & Gonsalves, C. A. (2017). Understanding Athlete Mother Transition in Cultural Context: A Media Analysis of Kim Clijsters' Tennis Comeback and Self-Identity Implications. *Sport Exercise and Performance Psychology*, 6(1), 20-34. <https://doi.org/10.1037/spy0000079>
- Nawaz, Z. J., & Bhutta, D. M. H. (2024). Usage of Social Media and Cultural Identity in Chitral: An Exploration Through Mix-Method Approach. *CRSSS*, 2(2), 51-65. <https://doi.org/10.59075/wsyr1071>
- Prykhodko, N. (2024). Traumas of War and Cultural Identities: Visual Media in the Ukrainian Context. *Bulletin of Mariupol State University Series Philosophy Culture Studies Sociology*, 14(28), 109-118. <https://doi.org/10.34079/2226-2830-2024-14-28-109-118>
- Sarukhani, B. (2003). *Sociology of communication*. Tehran: Information Publications.
- Sihvonen, J. (2023). Media Consumption and the Identity Projects of the Young. *Journal Citation Reports*, 23(2), 171-189. <https://doi.org/10.1177/1103308815569391>
- Zhang, K. (2019). New media and cultural identity in the global society. <https://www.igi-global.com/chapter/new-media-cultural-identity-global/42819>

