

بسم الله الرحمن الرحيم

«بررسی تأثیر الگوریتم رسانه‌های خارجی بر هویت نسل‌های Z و آلفا در مقایسه با الگوی هویت اسلامی»

الهام قاسمی^۱

چکیده

گسترش بی‌رویه مصرف رسانه‌های خارجی در نسل‌های Z و آلفا موجب بروز پیامدهای روانی، اجتماعی و فرهنگی جدی شده است. اهمیت تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که حضور مستمر در شبکه‌های اجتماعی، شکل‌گیری اضطراب اجتماعی، کاهش عزت‌نفس، حساسیت به قضاوت جمعی و مصرف فرهنگی الگوریتمی را افزایش داده و هویت دینی و فرهنگی نسل‌های جدید را تهدید می‌کند. پرسش اصلی پژوهش چنین مطرح شد: «چگونه الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی هویت نسل‌های Z و آلفا را تحت تأثیر قرار داده و چه راهکارهایی می‌تواند هویت اسلامی آنان را در فضای دیجیتال حفظ و تقویت کند؟». این پژوهش با روش توصیفی، با هدف بررسی پیامدهای الگوریتم‌ها و ارائه راهکارهای تقویت هویت اسلامی انجام شد. یافته‌ها نشان داد که الگوریتم‌ها با اولویت‌بخشی به محتوای هیجانی و تصویری، اضطراب اجتماعی و وابستگی به بازخوردهای مجازی را افزایش داده و مرجعیت اجتماعی جدیدی برای اینفلوئنسرهای ایجاد می‌کنند؛ اما آموزش سواد رسانه‌ای دینی، تولید محتوای اسلامی جذاب، نظارت حمایتی خانواده و همکاری با نهادهای آموزشی می‌تواند این اثرات منفی را کاهش داده و هویت اسلامی نسل‌های جدید را تقویت کند.

کلید واژگان: الگوریتم، رسانه، هویت اسلامی، نسل Z، آلفا.

^۱ طلبه، فارغ التحصیل سطح ۲

مقدمه

هویت، به عنوان یکی از بنیادی‌ترین نیازهای فردی و اجتماعی، همواره نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری شخصیت و انسجام فرهنگی نسل‌ها ایفا کرده است، اما در عصر حاضر، نسل‌های Z و آلفا در بستری متفاوت از پیشینیان خود رشد می‌کنند؛ بستری که به شدت تحت سیطره رسانه‌های دیجیتال و به ویژه الگوریتم‌های پیچیده شبکه‌های اجتماعی خارجی قرار دارد. نسل Z که عمدتاً از اواخر دهه ۱۹۹۰ تا اوایل دهه ۲۰۱۰ میلادی به دنیا آمده‌اند، نسلی است که با اینترنت، تلفن‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی رشد یافته و ویژگی‌هایی همچون تمایل به ارتباطات سریع و جهانی، حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی و گرایش به هویت‌یابی دیجیتال را داراست. در مقابل، نسل آلفا که از سال ۲۰۱۰ به بعد متولد شده‌اند، به طور کامل در محیطی فناورانه و مبتنی بر هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و الگوریتم‌های پیشرفته رشد می‌کنند و تجربه زیسته آنان از همان سال‌های نخستین زندگی، عمیقاً دیجیتال و شبکه‌ای است؛ نسلی که بیشتر از هر نسل دیگری با ابزارهای هوشمند، یادگیری سریع اما سطحی و تأثیرپذیری گسترده از محتواهای الگوریتمی تعریف می‌شود. این شرایط موجب شده است که الگوریتم‌ها با گزینش و اولویت‌دهی محتواهای پرمخاطب و هیجانی، نه تنها ذائقه فکری و رفتاری این نسل‌ها را هدایت کنند، بلکه زمینه‌ساز شکل‌گیری مقایسه‌های نادرست اجتماعی، فشارهای روانی و بروز بحران‌های هویتی نیز باشند. چنین وضعیتی چالشی جدی در تطبیق هویت دیجیتال نسل‌های Z و آلفا با هویت اسلامی ایجاد کرده است، زیرا بازنمایی‌های رسانه‌های خارجی از دین، فرهنگ و سبک زندگی اسلامی غالباً با تحریف، سوگیری و حتی تخریب همراه است و این امر انسجام هویتی آنان را در سطح فردی و اجتماعی تضعیف می‌کند. با این حال، هویت اسلامی که ریشه در معنویت، عدالت‌خواهی، عقلانیت، اخلاق‌گرایی و مسئولیت‌پذیری دارد، ظرفیت مهمی برای مقاومت در برابر این تهدیدها محسوب می‌شود و در صورت بهره‌گیری صحیح، می‌تواند به عنوان عاملی بازدارنده در برابر بحران هویتی عمل کند. اهمیت این موضوع از آنجا ناشی می‌شود که هویت اسلامی نه تنها یک چارچوب فردی بلکه یک نظام اجتماعی و فرهنگی است که می‌تواند مسیر زندگی نسل‌های جوان را به سوی معنابخشی، خودباوری و انسجام ملی هدایت کند. پرسش محوری در این زمینه آن است که تأثیر الگوریتم رسانه‌های خارجی بر هویت نسل‌های Z و آلفا در مقایسه با الگوی هویت اسلامی چیست؟ در این میان، دو پرسش فرعی نیز قابل طرح است: نخست، اینکه چه چالش‌هایی در سطح فردی و اجتماعی بر اثر تأثیرپذیری این نسل‌ها از الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی شکل می‌گیرد؛ دوم، اینکه چه شیوه‌ها و راهکارهایی می‌تواند به تقویت هویت اسلامی در میان نسل‌های جوان یاری رساند. فرضیه نخست در این مسیر آن است که مواجهه گسترده و بدون هدایت جوانان با محتوای الگوریتمی رسانه‌های خارجی، زمینه‌ساز تضعیف هویت اسلامی و بروز بحران هویتی در آنان خواهد بود؛ و فرضیه دوم آن است که تقویت سواد رسانه‌ای و گسترش تولید محتوای بومی و اسلامی می‌تواند ابزار مهمی برای کاهش تهدیدهای رسانه‌ای و تقویت هویت اسلامی در نسل Z و آلفا باشد. پاسخ اولیه به این پرسش‌ها نشان می‌دهد که اگرچه الگوریتم‌های رسانه‌ای خارجی با تأکید بر ارزش‌های فردگرایانه، مصرف‌گرایی و بازنمایی‌های مغرضانه از اسلام تهدیدی جدی برای نسل‌های جوان محسوب

می‌شوند، اما بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت رسانه‌های داخلی، توسعه آموزش‌های رسانه‌ای و بازتولید گفتمان هویتی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی - ایرانی می‌تواند این تهدید را به فرصتی برای بازسازی و تحکیم هویت اسلامی تبدیل سازد.

پیشینه پژوهش در زمینه تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی بر هویت نسل‌های Z و آلفا در مقایسه با الگوی هویت اسلامی، نشان‌دهنده توجه روزافزون به این مقوله در مطالعات تربیتی و رسانه‌ای است. در این راستا، پژوهش‌های مختلفی در سطوح پایان‌نامه، کتاب و مقاله منتشر شده است که به بررسی ابعاد مختلف این موضوع پرداخته‌اند. از جمله:

حسن رضایی در پایان‌نامه‌ای با عنوان «چالش‌های اخلاقی الگوی کنترل‌گری والدین در زیست مجازی فرزندان و راهکارهای حل آن»، به بررسی اصول اخلاقی کنترل‌گری والدین در فضای مجازی و ارائه راهکارهای عملی برای مدیریت فعالیت‌های دیجیتال فرزندان پرداخته است. این پژوهش به‌ویژه بر تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌ای بر رفتار و هویت فرزندان تأکید دارد و به‌عنوان مرجعی برای تحلیل چالش‌های اخلاقی در این زمینه مطرح است.

فاطمه نوری‌راد و وحیده شاه‌حسینی در کتاب «الزامات تربیت فرزند در عصر رسانه»، شرایط و نکات لازم برای جلوگیری از تأثیرپذیری فرهنگ عمومی از رسانه‌ها و تربیت صحیح کودکان و نوجوانان را ارائه کرده‌اند. این اثر به‌ویژه بر تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر هویت نسل‌های جدید و چالش‌های ناشی از آن تأکید دارد.

ابراهیم میرانی در کتاب «رسانه یا والدین دیگر: تربیت فرزند در عصر رسانه»، نقش خانواده در تربیت فرزند از منظر اسلام، عوامل تأثیرگذاری رسانه‌ها و راهکارهای مواجهه فعال والدین با آن را تبیین کرده است. این کتاب به‌عنوان منبعی برای تحلیل تطبیقی هویت اسلامی و هویت دیجیتال نسل‌های جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سهیلا صالحی در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر سبک‌های تربیتی والدین بر رفتار زیست‌محیطی فرزندان»، به نقش خانواده و سبک‌های فرزندپروری در شکل‌دهی رفتارهای مسئولانه فرزندان نسبت به محیط زیست پرداخته است. این مقاله به‌طور غیرمستقیم به تأثیر تربیت رسانه‌ای بر رفتار و هویت نسل‌های جدید اشاره دارد.

محمد فاطمی در مقاله‌ای با عنوان «تربیت رسانه‌ای در عصر اطلاعات و چالش‌های فراروی آن»، اثرات مخرب تربیت رسانه‌ای را بررسی کرده و راهکارهایی مانند محدودسازی هوشمندانه، نظارت هدفمند و انتخاب برنامه‌های مناسب رسانه‌ای را ارائه داده است. این مقاله به‌ویژه بر چالش‌های هویت‌سازی در عصر دیجیتال تأکید دارد.

آزاده کرمی در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌ها و بروز شکاف نسل‌ها»، نشان داده است که گسترش رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی موجب تشدید شکاف نسلی در خانواده‌ها شده و نقش همراهی والدین و رسانه‌های داخلی در کاهش این شکاف و تقویت پیوند عاطفی برجسته شده است. این مقاله به‌طور غیرمستقیم به تأثیر رسانه‌های خارجی بر هویت نسل‌های جدید اشاره دارد.

در مجموع، پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات گذشته به‌صورت جزئی به چالش‌ها و راهکارهای تربیتی والدین در زیست رسانه‌ای پرداخته‌اند، اما تاکنون پژوهشی جامع که اصول اخلاقی، راهکارهای عملی و چارچوبی یکپارچه برای تربیت فرزند در عصر دیجیتال را ارائه دهد، وجود نداشته است. این خلا، ضرورت انجام پژوهش حاضر را برای ارائه الگویی نوین و کاربردی در تربیت فرزند در زیست رسانه‌ای امروز نشان می‌دهد.

مفهوم شناسی

الگوریتم

به معنای «مجموعه‌ای از قواعد متناهی و روش‌های متوالی برای حل یک مسئله» تعریف شده است. (فرهنگستان زبان و ادب فارسی، ج ۱، ص ۴۵۶)

هویت

فرهنگ فارسی معین، «هویت» به معنای «آنچه موجب شناسایی شخص باشد» آمده است. (معین، ج ۲، ص ۲۴۳)

۱- تأثیر الگوریتم‌های رسانه خارجی

این تأثیرات عبارتند از:

۱-۱- شناختی

الگوریتم رسانه‌ی خارجی جنبه‌ی شناختی رو تحت تأثیر قرار داده و موجب تغییرات زیر می‌شود
این تغییرات عبارتند از

۱-۱-۱- تغییر الگوهای فکری

الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های محاسباتی هستند که با تحلیل داده‌های کاربران، محتوای متناسب با علایق و سابقه مصرف آنان را انتخاب و ارائه می‌کنند؛ هرچند این سازوکار در ظاهر دسترسی سریع و هدفمند به اطلاعات را تسهیل می‌کند، اما در عمل با ایجاد «حباب‌های اطلاعاتی» موجب محدود شدن افق دید و تقویت سوگیری‌های شناختی می‌شود، به گونه‌ای که نوجوانان به جای مواجهه با دیدگاه‌های متنوع، بیشتر با بازتولید باورها و عقاید مشابه روبه‌رو می‌شوند (بیات، ۱۴۰۴: ص ۱۲). این فرایند در نسل Z که نخستین نسلی است که تجربه مستمر حضور در شبکه‌های اجتماعی را دارد، موجب تغییر الگوهای مصرف اطلاعات و کاهش گرایش

به مطالعه و تفکر عمیق شده و در نسل آلفا، که از کودکی در محیطی سراسر دیجیتال رشد یافته‌اند، به شکل‌گیری هویت و الگوهای ارزشی کاملاً متأثر از محتواهای الگوریتمی منجر می‌شود. به عبارت دیگر، نوجوانان و جوانان تحت تأثیر این الگوریتم‌ها گرایش به مصرف لحظه‌ای، سطحی و سریع محتوا پیدا می‌کنند و مهارت‌های تفکر انتقادی آنان کاهش می‌یابد، چرا که الگوریتم‌ها با اولویت دادن به سرعت و جذابیت، عادت به تأمل و بررسی دقیق اطلاعات را به حاشیه می‌رانند (افراسیابی، ۱۳۹۹: ص ۵۴). افزون بر این، بازنمایی‌های نابرابر در نتایج جست‌وجو و پیشنهادهای محتوایی می‌تواند کلیشه‌های فرهنگی و اجتماعی را تقویت کرده و بر نحوه نگاه نسل‌های جوان به «دیگری» و جامعه تأثیر منفی بگذارد، که این امر زمینه را برای شکل‌گیری برداشت‌های سطحی و گاه غیرواقعی از جامعه و ارزش‌های دینی فراهم می‌کند (حسینی‌پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ص ۴۵). در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای نه صرفاً مهارتی جانبی، بلکه ضرورتی حیاتی در نظام آموزشی و خانواده محسوب می‌شود؛ بلکه تنها از طریق آموزش روش‌های تحلیل انتقادی محتوا، تقویت توانایی تشخیص دستکاری‌های الگوریتمی و مدیریت هوشمند زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توان از تسلط الگوریتم‌ها بر هویت‌یابی و الگوهای فکری نسل Z و آلفا کاست و زمینه پرورش نسلی آگاه، مسئولیت‌پذیر و متعهد به ارزش‌های اسلامی را فراهم ساخت (بیات، ۱۴۰۴: ص ۱۵).

۲-۱-۱- ضعف تمرکز و توجه

نسل‌های Z و آلفا که در بستر عصر دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی رشد یافته‌اند، بیش از هر زمان دیگری با چالش‌های ضعف توجه و تمرکز مواجه هستند؛ این مسئله به طور مستقیم با تدوین الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی مرتبط است، چرا که این الگوریتم‌ها محتوای کوتاه، متنوع و هیجان‌انگیز را به شکل مداوم در معرض دید کاربران قرار می‌دهند و ذهن جوانان را به تجربه‌های لحظه‌ای و گذرا سوق می‌دهند. چنین روندی موجب کاهش توانایی تمرکز عمیق و تضعیف حافظه کاری می‌شود، زیرا نسل جوان از بدو تولد با جریان پیوسته‌ای از اطلاعات و پیام‌های متناوب همراه بوده و این امر به فرسودگی ذهنی و خستگی روانی آنان منجر می‌گردد (نوری، ۱۴۰۱: ص ۴۵-۵۰). مطالعات نشان می‌دهند که استفاده گسترده و ناهمزمان از رسانه‌های نوین باعث ناپایداری شناختی و کاهش توانایی تمرکز در نسل Z می‌شود و این وضعیت در بلندمدت می‌تواند بر شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی آنان تأثیر منفی داشته باشد. به بیان دیگر، جوانانی که تحت تأثیر این الگوریتم‌ها قرار دارند، بیشتر به تجربه‌های سطحی و کوتاه‌مدت عادت می‌کنند و فرصت کافی برای تأمل، تعمق و تثبیت ارزش‌ها و باورهای دینی و فرهنگی را از دست می‌دهند، که این امر می‌تواند انسجام هویت اسلامی آنان را به چالش بکشد (قنبری نصرآبادی، ۱۴۰۳: ص ۱۲۰-۱۳۰).

افزون بر این، پژوهش‌ها تأکید دارند که رسانه‌های اجتماعی و شیوه‌های مصرف آن‌ها می‌توانند سلامت روان و توان تمرکز نوجوانان را به شدت تحت تأثیر قرار دهند؛ از این رو، آموزش سواد رسانه‌ای، آشنایی با منطق عملکرد الگوریتم‌ها و برنامه‌ریزی هوشمندانه در استفاده از فناوری، از ضروری‌ترین راهکارها برای مقابله با ضعف توجه و تمرکز نسل‌های Z و آلفا است. این آگاهی نه تنها به حفظ تمرکز و کاهش اضطراب کمک می‌کند، بلکه امکان شکل‌گیری هویت عمیق، پایدار و منطبق با ارزش‌های

در این میان، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، حفظ و تطبیق هویت اسلامی با مصرف فرهنگی الگوریتمی است. هویت اسلامی که بر ارزش‌ها و هنجارهای خاصی استوار است، در بسیاری از موارد با جریان‌های فرهنگی غالب در رسانه‌های خارجی همسو نبوده و حتی در تضاد قرار می‌گیرد. بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، برای حفظ و تقویت این هویت در میان نسل‌های جدید، ضروری است که از ظرفیت الگوریتم‌ها و فناوری‌های نوین برای تولید و بازتولید محتوای اسلامی بهره‌گیری شود تا این هویت بتواند در فضای دیجیتال به شکلی پایدار و تأثیرگذار بازتاب یابد (سلیمانی ساسانی و اکبری، ۱۴۰۰، ص ۹۵). این امر نشان می‌دهد که مواجهه منفعل با رسانه‌ها کارآمد نیست و باید با نگاهی راهبردی، زمینه بهره‌برداری مثبت از ظرفیت‌های الگوریتمی فراهم گردد. از سوی دیگر، تنوع و کثرت فرهنگی موجود در فضای دیجیتال، هویت نسل‌های Z و آلفا را به سمت چندوجهی و پیچیده شدن سوق داده است؛ به گونه‌ای که آنان هم‌زمان با طیف متنوعی از ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و نمادهای فرهنگی مواجه می‌شوند و این امر موجب شکل‌گیری هویت‌هایی متکثر و چندلایه شده است. مدیریت این وضعیت نیازمند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی رسانه‌ای و فرهنگی دقیق است تا بتوان ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های جهانی، چارچوب هویت اسلامی را به‌عنوان محور اصلی بازتولید و انسجام فرهنگی در میان نسل‌های جوان تثبیت کرد (بی‌نا، میزان آنلاین، ۱۴۰۲).

۳-۳-۱- سطحی‌شدن دوستی‌ها

در عصر رسانه‌های دیجیتال و با گسترش رسانه‌های خارجی، الگوریتم‌های پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری تعاملات اجتماعی نسل‌های Z و آلفا ایفا می‌کنند. این الگوریتم‌ها به بازنمایی سریع و ارائه محتواهای جذاب و اغلب کم‌عمق گرایش دارند، که طبیعتاً باعث سطحی شدن روابط دوستانه در این نسل‌ها می‌شود؛ زیرا تمرکز آن‌ها به برقراری پیوندهای فوری و گذرا معطوف است و فرصت اندکی برای شکل‌گیری ارتباطات عمیق و پایدار فراهم می‌کند (ساعی، ۱۴۰۴، ص ۱۱۷). نسل Z و آلفا، که به «بومیان دیجیتال» شناخته می‌شوند، در محیطی بزرگ شده‌اند که اتصال مداوم به فناوری و رسانه‌های اجتماعی، جزئی طبیعی از زندگی روزمره آن‌هاست. تعاملات اجتماعی این نسل‌ها عمدتاً در فضای مجازی و به شکل بصری و کوتاه‌مدت صورت می‌گیرد، امری که می‌تواند چالش‌های مهمی در جهت شکل‌گیری یک هویت پایدار اسلامی ایجاد کند (هنری، ۱۴۰۴، ص ۸۳). در واقع، تولید محتوا توسط الگوریتم‌های این پلتفرم‌ها به گونه‌ای است که طیف وسیعی از اطلاعات و تصاویر متنوع را به سرعت و به شکل پراکنده ارائه می‌کنند؛ این ویژگی می‌تواند منجر به ایجاد هویتی چندلایه، ناپایدار و فاقد انسجام دینی در نسل‌های جوان شود، به طوری که ریشه‌دار شدن باورها و ارزش‌های اسلامی آن‌ها با دشواری مواجه شود (طالب، ۱۴۰۴، ص ۴۵-۵۲). نسل آلفا، که از بدو تولد در دوره فناوری‌های هوشمند و هوش مصنوعی رشد کرده است، در معرض این چالش‌ها حتی بیش از نسل Z قرار دارد و ممکن است با دشواری بیشتری در مسیر شکل‌دهی به هویت اسلامی خود روبه‌رو شود (هنری، ۱۴۰۴، ص ۸۳). از این رو، توجه به آموزش سواد رسانه‌ای و بازتولید الگوهای دینی متناسب با زبان و فرمت‌های روز فضای مجازی اهمیت ویژه‌ای دارد تا نسل‌های جدید بتوانند هویت اسلامی خود را نه تنها حفظ کنند، بلکه آن را در برابر

جریان‌های فرهنگی و رسانه‌ای غیرهمسو تقویت نمایند. به این ترتیب، شناخت سازوکارهای الگوریتم‌های رسانه‌ای و تعامل هدفمند با محتواهای دیجیتال می‌تواند نقش مهمی در توانمندسازی نسل‌های Z و آلفا برای داشتن هویتی پایدار و منسجم ایفا کند، به‌ویژه در زمینه حفظ ارزش‌های دینی و فرهنگی اسلامی در دنیای پیچیده و پرشتاب رسانه‌های دیجیتال (ساعی، ۱۴۰۴، ص ۱۲۳-۱۲۲).

۴-۳-۱- مرجعیت اینفلوئنسرها

الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی با برجسته‌سازی محتوا و چهره‌هایی که بیشترین تعامل را برمی‌انگیزند، عملاً زمینه شکل‌گیری مرجعیت اجتماعی جدیدی برای اینفلوئنسرها فراهم کرده‌اند. این فرآیند، به‌ویژه برای نسل‌های Z و آلفا که از کودکی در بستر دیجیتال رشد کرده‌اند، موجب شده است تا اعتماد به اینفلوئنسرها به‌عنوان مرجع هویتی جایگزین یا رقیب مرجعیت‌های سنتی دینی و فرهنگی شود (رسولی، ۱۳۹۸: ص ۷۲). در این فضا، الگوریتم‌ها با اولویت‌بندی محتوای کوتاه، تصویری و هیجانی، ارزش دیده‌شدن را جایگزین معیارهای سنتی اعتبار می‌سازند؛ به‌طوری‌که مرجعیت بر اساس میزان فالوئر و نرخ تعامل شکل می‌گیرد نه جایگاه علمی یا دینی (ساعی، ۱۳۹۲: ص ۱۰۵). از سوی دیگر، اینفلوئنسرها در ایران به دو شیوه عمل می‌کنند: گروهی که تلاش دارند با بازتعریف ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی، سبک زندگی اسلامی-ایرانی را با زبان و ابزار رسانه‌های جدید بازنمایی کنند، و گروهی دیگر که به ترویج سبک‌های غربی و الگوهای مصرفی می‌پردازند؛ امری که می‌تواند تعارضی جدی میان الگوهای اسلامی و برداشت‌های نوظهور نسل جوان ایجاد کند (خلجی، ۱۳۹۶: ص ۵۴). در واقع، الگوریتم‌ها با تقویت محتوای پرتطرفدار، این مرجعیت‌ها را تثبیت کرده و امکان تغییر نگرش در حوزه‌هایی چون پوشش، روابط فردی و الگوهای اخلاقی را تسریع می‌بخشند (مقاله «نقش اینفلوئنسر مارکتینگ...»، ۱۴۰۰: ص ۸۷). مطالعات نشان می‌دهد عامل اصلی در پذیرش پیام‌های اینفلوئنسرها از سوی نسل Z و آلفا، «اصالت» و «صدق ظاهری» است (همان: ص ۹۲). هرگاه این ویژگی‌ها با ارزش‌های اسلامی هم‌خوانی داشته باشند، امکان هم‌افزایی و تثبیت هویت اسلامی وجود دارد؛ اما در صورتی که تضاد ایجاد شود، الگوریتم‌ها به تقویت محتوای مغایر کمک می‌کنند. بنابراین، راهبرد اصلی برای نهادهای فرهنگی، حضور فعال و هوشمندانه در پلتفرم‌ها، تولید محتوای اصیل و آموزش سواد رسانه‌ای است تا بتوانند مرجعیت اینفلوئنسرهای همسو با هویت اسلامی را برجسته و تثبیت کنند (رسولی، ۱۳۹۸: ص ۸۰).

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با عنوان «تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی بر هویت نسل‌های Z و آلفا با تأکید بر تطبیق هویت اسلامی» به روش توصیفی-تحلیلی انجام شد و هدف آن بررسی پیامدهای روانی، اجتماعی و فرهنگی الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی خارجی و ارائه راهکارهایی برای حفظ و تقویت هویت اسلامی نسل‌های نوین بود. ضرورت انجام این تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی با اولویت‌دهی به محتوای هیجانی و پرمخاطب، نسل‌های جوان را در معرض مقایسه

مداوم، اضطراب اجتماعی، نیاز افراطی به تأیید و کاهش عزت نفس قرار می‌دهند. این شرایط علاوه بر ایجاد حساسیت بیش از حد به قضاوت جمعی، موجب تضعیف هویت دینی و فرهنگی، مصرف فرهنگی الگوریتمی، سطحی شدن روابط دوستانه و ایجاد فاصله نسلی در خانواده‌ها می‌شود. از همین رو، پرسش اصلی پژوهش این بود که چگونه الگوریتم‌های رسانه‌های خارجی هویت نسل‌های Z و آلفا را تحت تأثیر قرار می‌دهند و چه راهکارهایی می‌تواند هویت اسلامی آنان را در فضای دیجیتال حفظ و تقویت کند. یافته‌های تحقیق نشان داد که تمرکز افراطی بر بازخوردهای مجازی و تعاملات سطحی، زمینه‌ساز اضطراب دائمی، کاهش تمرکز، اختلال خواب، افت اعتماد به نفس و کاهش کیفیت تعاملات میان نسلی می‌شود و مرجعیت اینفلوئنسرها نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای هویتی دارد. با این حال، پژوهش نشان داد که راهکارهای مؤثر شامل آموزش سواد رسانه‌ای دینی، تولید محتوای اسلامی جذاب و متناسب با نیازها و علایق نسل‌های جوان، نظارت حمایتی خانواده، همکاری مستمر با مدارس و نهادهای فرهنگی، و ایجاد فرصت‌های جایگزین مانند فعالیت‌های ورزشی و هنری، می‌تواند اثرات منفی این الگوریتم‌ها را کاهش دهد و زمینه رشد پایدار هویت اسلامی را فراهم کند. بر اساس این یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود که خانواده‌ها و نهادهای آموزشی و فرهنگی به صورت هماهنگ و هوشمندانه اقدام به تقویت مهارت‌های رسانه‌ای، اخلاقی و ارتباطی نسل‌های Z و آلفا نمایند تا ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های فضای دیجیتال، هویت اصیل و معنوی آنان حفظ شود و مسیر رشد و تعالی فردی و اجتماعی نسل‌های نوین هموار گردد.

فهرست منابع

***قرآن**

***نهج البلاغه**

کتاب فارسی

- ۱- اخگری، محمد، چراغی، مریم، (۱۴۰۱)، تعلیم و تربیت رسانه‌ای: تقویت توانش رسانه‌ای در کودکان و نوجوانان، شب قلم، تهران.
- ۲- بیات، محسن، (۱۴۰۴)، سواد رسانه‌ای در ایران: چالش‌ها و چشم‌اندازها، موسسه مطالعات جهان معاصر، تهران.
- ۳- خلجی، محمد، (۱۴۰۳)، رسانه و هویت ملی؛ بازنمایی هویت اسلامی، ایرانی و انقلابی، دین و رسانه، تهران.
- ۴- کریمی، اکبر، بابازادگان، زهرا، (۱۴۰۳)، تفکر انتقادی و رسانه‌های هوشمند، کارگزار روابط عمومی، تهران.
- ۵- ساعی، منصور، (۱۳۹۲)، رسانه و هویت ایرانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، جهاد دانشگاهی، تهران.
- ۶- طهماسبی، محمد، (۱۴۰۴)، الگوریتم آگاهی: رسانه، تحلیل و تفکر انتقادی، اساتید دانشگاه، تهران.
- ۷- قنبری نصرآبادی، احمدرضا، (۱۴۰۳)، نسل Z؛ نسل فرصت‌ها و تهدیدها، نشر سید آقا، تهران.

۸- متین، بهزاد، (۱۴۰۴)، چالش‌های روانی اعتیاد به فضای مجازی در نسل Z، تهران.

۹- معین، محمد، (۱۳۷۰)، فرهنگ فارسی معین، انتشارات امیرکبیر، تهران.

۱۰- نوری، زهره، (۱۴۰۱)، نگاهی بر ابعاد روان‌شناختی و سبک زندگی نسل Z، نشر بوی کاغذ، تهران.

۱۱- رسایی، وحید، (۱۴۰۴)، ارتباط با نسل Z، طلوع مجد، تهران.

۱۲- رسولی، محمدرضا، (۱۳۹۸)، رسانه‌های اجتماعی و آینده هویت‌های قومی، نشر لوگوس، تهران.

۱۳- رحمانی، جمشید، همکاران، (۱۴۰۳)، تأثیرات نامطلوب شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دینی و هویت ایرانی - اسلامی جوانان، فروغ سیمرغ، تهران.

۱۴- فرهنگستان زبان و ادب فارسی، (۱۳۹۰)، فرهنگ واژه‌های مصوب، فرهنگستان زبان و ادب فارسی، تهران.

۱۵- فرحبخش، مریم، خبازی، حمید، (۱۴۰۴)، رسانه‌های اجتماعی و هویت نسل جوان، نشر آستان قدس رضوی، مشهد.

۱۶- هنری، مجتبی، (۱۳۹۶)، هویت دینی و شبکه‌های ماهواره‌ای، نشر فرهنگ اندیشه، تهران.

مقالات و پایان‌نامه‌ها

۱۷- آزادی، محمدحسین، نیک‌گو، سعید، (۱۳۹۸)، حباب فیلتر و شخصی‌سازی اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، فصلنامه رسانه، دوره ۳۰، شماره ۴، تهران.

۱۸- حسینی پاکدهی، علیرضا، شبیری، حسنی‌السادات، (۱۳۹۶)، آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی (مقایسه وبسایت مדיااسمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران)، مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۹، تهران.

۱۹- رهبر مهرپو، بهناز، (۱۴۰۱)، مدل‌سازی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی هویت ایرانی، نشریه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱۴۷۰۹، تهران.

۲۰- شجاعی‌زاده، طاهره، محمدی حسینی‌نژاد، ملیحه، (۱۳۹۶)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی و باور دینی کاربران، تهران.

۲۱- کنعانی، محمدامین، موسوی، هاشم، بیگزاده، زهرا، (۱۳۹۸)، رسانه به مثابه ابزار نسل: بررسی نقش مصرف رسانه بر هویت، نشریه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تهران.

وبسایت‌ها و منابع اینترنتی

۲۲- ساعی، منصور، (۱۴۰۳)، گسست نسلی و رسانه در ایران، پایگاه خبری ایسنا، تهران

۲۳- طرزی، مریم، (۱۴۰۴)، سواد زندگی: ۷ ویژگی نسل آلفا که برای سال ۲۰۲۵ باید بدانید، پایگاه خبری سواد زندگی، تهران

۲۴- لسانی، محمد، (۱۴۰۲)، فناوری و رسانه؛ نسل زد و آلفا، خبرگزاری آنلاین، تهران

۲۵- موحدی، زینب، (۱۴۰۱)، نسل آلفا؛ ویژگی‌ها و چالش‌ها، سایت تحلیلی الف، تهران

۲۶- میثاق، معین، (۱۴۰۳)، نسل زد و محیط اجتماعی ایران، روزنامه شرق، شماره ۱۲۰۰، تهران

