

اینترنت و هویت اجتماعی

دانشگاه تهران - نشریه جهانی

مریم رفعت جاهد

استادیار گروه انسان‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران rafatjah@ut.ac.ir

علی شکوری

دانشیار گروه برنامه ریزی اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران shakoori@ut.ac.ir

چکیده :

این مقاله تاثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی (از جمله هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی) را با استفاده از روش پیمایشی مورد مطالعه قرار داده است. این مطالعه در شهر سمنان در میان دو گروه از دختران، یعنی آنهایی که از اینترنت استفاده می‌کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند، صورت گرفته است. این مطالعه و تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی تفاوت معناداری وجود دارد و هویت دینی، قومی و خانوادگی و هویت شخصی در افراد گروه اول، نسبت به افراد گروه دوم از قوت کمتری برخوردار بود. به نظر می‌رسد این موضوع از یک سو نشانگر کاهش تاثیر کانال‌های سنتی در فرایند هویت‌سازی و از سوی دیگر بیانگر تحول کیفی مولفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید است که غالباً خارج از کنترل مراجع سنتی و غیررسمی (خانواده، قومیت و دین) و ساختارهای رسمی (نهادهای متولی نظارت اجتماعی و برنامه‌ریزی فرهنگی) قرار دارد. نتیجه این که، با وجود تلاش‌های نهادی سنتی رسمی و غیررسمی در هدایت هویت‌های فردی و اجتماعی، استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی افراد مورد مطالعه تاثیر تعیین‌کننده‌ای داشته است.

کلید واژه‌ها : اینترنت، هویت اجتماعی، تکنولوژی‌های اطلاعاتی، بحران هویتی، جامعه شبکه‌ای.

مقدمه

امروزه کمتر کسی در این گزاره شك می‌کند که جهان وارد عصر تازه‌ای شده که نماد آن اهمیت یافتن اطلاعات است. بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه‌ی تازه‌ای کرده است. دانیل بل آن را جامعه‌ی فراصنعتی، امانوئل کاستلز، جامعه‌ی شبکه‌ای و تادائو اومه سائو آن را جامعه‌ی اطلاعاتی نامیده است. جامعه‌ی اطلاعاتی را جامعه‌ای می‌دانند که در آن دسترسی به اطلاعات، افزایش یافته و اطلاعات اهمیت زیادی در زندگی روزمره پیدا کرده و سبب تغییراتی در ساختارهای شغلی شده است. به سبب گسترش دامنه‌ی تاثیر رسانه‌های جمعی، به ویژه ماهواره و اینترنت و سایر فناوری‌های اطلاع‌رسانی، جامعه‌ی اطلاعاتی امروزه بُعدی جهانی پیدا کرده و منحصر به کشور یا کشورهای خاصی نمی‌شود.

اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات، توسعه فناوری‌های دیجیتال و فشرده‌گی زمان و مکان از ویژگی‌های این عصر است. موتور محرکه‌ی این تحولات، انقلاب و انفجار اطلاعات و تحولات پرشتاب علمی و فناوریانه بوده است. در این فرآیند، ابتدا رایانه‌ها به جامعه راه می‌یابند و سپس رایانه‌های شخصی به منازل و حوزه‌های خصوصی افراد و خانواده‌ها وارد می‌شوند و بزرگراه اطلاعات را از وسط منازل عبور می‌دهند. وصل شدن رایانه‌ها به خطوط تلفن و دسترسی آسان و نسبتاً کم‌هزینه به اینترنت، افراد را به اطلاعات انبوه و جهانی متصل ساخته و این همه، جنبه‌های مختلف زندگی ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد. یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جامعه‌ی اطلاعاتی تاثیر می‌پذیرد، هویت است.

هویت دارای ابعادی مختلف است. بعد روانشناختی آن که به نام هویت شخصیتی خوانده می‌شود و شامل تعریف فرد از ویژگی‌های منحصر به فرد فیزیکی و روانشناختی خودش است، با هویت اجتماعی تفاوت دارد. هویت اجتماعی به تعریفی که فرد بر اساس تعلق و عضویت در گروه‌های اجتماعی از خودش می‌کند، دلالت می‌کند و شامل هویت‌های مختلفی است. برخی از این ابعاد هویت خانوادگی، هویت قومی و هویت دینی است.

هویت فردی از مجموع هویت شخصیتی و هویت‌های اجتماعی فرد تشکیل می‌شود. در جوامع سنتی، هویت بیشتر متأثر از عوامل انتسابی، از پیش مشخص شده و ثابت است. انسان‌ها شبیه یکدیگرند و انسجام بیشتری در ابعاد مختلف هویت وجود دارد. لذا افراد جامعه به لحاظ هویت‌یابی چندان دچار تغییر و دگرگونی نمی‌شوند و اساساً کمتر مسئله‌ای به نام بحران هویت به وجود می‌آید. اما در جوامع جدید منابع هویت‌یابی متعدد و بیشتر اکتسابی است، زیرا انسان‌ها در گروه‌ها و قشرهای اجتماعی متعددی عضو هستند. لذا هویت انسان‌ها در معرض تغییر است. این‌جاست که مسئله‌ی هویت و چالش‌های هویتی بروز می‌کند.

جامعه‌ی اطلاعاتی باعث تحولات گسترده از جمله تحول در مفهوم زمان و مکان شده است. فراهم آمدن منابع و مراجع جدید، ذهنیت و هویت افراد را دچار دگرگونی کرده است و این مسئله به منطقه یا کشور خاصی محدود نمی‌شود بلکه تمام جوامع را کم‌وبیش دربرگرفته است. جامعه‌ی ما نیز چون دیگر جوامع، در معرض تغییر و دگرگونی قرار گرفته است و آثار و پیامدهای آن را نیز تجربه می‌کند. جوانان، مستعدترین گروهی هستند که تحت تاثیر این تحولات قرار گرفته‌اند.

کردستان از جمله مناطقی است که یکی از قومیت‌های مهم و پرجمعیت ایران را در خود جای داده است، گسترش فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی و شبکه‌های ماهواره‌ای و کانال‌های کرد زبان، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد کافی‌نت‌ها و کلوب‌های مختلف در

منطقه و رشد شهرنشینی از پدیده های اخیر هستند که به نظر می رسد به تغییرات عمده ای در ارزش ها و نگرش ها و شیوه های زندگی افراد منجر گشته و تغییرات هویتی، به ویژه در جوانان شهرنشین این منطقه ایجاد کرده باشد. سوالی که در این شرایط مطرح می شود این است که استفاده از اینترنت چه تأثیراتی بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی دختران جوان بر جای گذاشته است؟ از آنجا که هویت اجتماعی، زمینه ساز رفتارهای فردی و اجتماعی است مطالعه چندچون این تغییرات به ویژه در جوانان از یک سو مسائل و آسیب های احتمالی را آشکار می سازد و از سوی دیگر می تواند در جهت برنامه ریزی و رفع مشکلات و نیازهای جوانان، مفید و موثر واقع شود. به ویژه آنکه، با وجود بحث های نسبتاً گسترده در مورد هویت، مطالعه ی جدی درباره تأثیر تحولات مذکور بر دختران جوان کمتر انجام شده است. از این رو شناخت علمی این موضوع برخی از کاستی های موجود در ادبیات را برطرف خواهد کرد. مباحثی که از این پس خواهد آمد در چهار بخش ارائه می شود. بخش اول ادبیات نظری تحقیق را در بر می گیرد و بخش دوم به روش تحقیق و فنون گردآوری داده ها اختصاص دارد. در بخش سوم یافته های پژوهش ارائه شده است و بخش چهارم به جمع بندی مباحث و یافته ها اختصاص دارد.

جامعه اطلاعاتی و تحول فرهنگی

در خصوص چگونگی پیدایش جامعه ی اطلاعاتی، مانوئل کاستلز به انقلاب فناوری که حول محور فناوری های اطلاعات متمرکز است اشاره می کند که در سال های پایانی قرن بیستم، چشم انداز اجتماعی زندگی انسان را دگرگون ساخته و با سرعتی شتابان در کار شکل دهی مجدد بنیان مادی جامعه است (کاستلز، 1380: 28).

با این همه، کاستلز مفهوم «جامعه ی اطلاعاتی» را با احتیاط و به صورت مشروط به کار می برد و معتقد است نام بردن از یک جامعه ی اطلاعاتی به معنای همگونی جهانی همه شکل های اجتماعی نیست. سخن گفتن از جامعه ی اطلاعاتی یا جامعه ی متکی بر اطلاعات به دو شرط نیازمند است: از یک سو اعضای این جامعه در شکل کنونی خود، سرمایه داری هستند و از سوی دیگر تنوع و چندگونگی فرهنگی و نهادی آنها باید مورد توجه قرار گیرد. بدین معنی اگرچه ژاپن، اسپانیا، چین، برزیل و ایالات متحده آمریکا همگی جزء جوامع اطلاعاتی به شمار می آیند اما «هویت خویش را در دیگ جوشان و جهان گسترده و همسان ساز سرمایه داری متکی به اطلاعات از دست نمی دهند» (کاستلز، 1380: 48). به نظر کاستلز سرمایه داری اگرچه به مثابه دیگ جوشان جهان گستر و همسان ساز عمل کرده اما واقعیت این است که در این کار خود موفقیتی کسب نکرده و برای مثال اگرچه ژاپن و آمریکا هر دو جزء کشورهای سرمایه داری به حساب می آیند اما با یکدیگر متفاوت هستند و هر کدام هویتی متمایز از دیگری و منحصر به فرد دارند. بنابراین کاستلز به جای اصطلاح جامعه ی اطلاعاتی، ترجیح می دهد جامعه ی شبکه ای را به کار ببرد.

به لحاظ تاریخی، کاستلز دگرگونی فناوری را که منجر به ایجاد و اختراع «شاهراه اطلاعاتی» شده با اختراع بزرگ حروف الفبا در یونان 700 سال پیش از میلاد مشابه می داند و معتقد است برای نخستین بار در تاریخ رسانه، آبرمتن یا فرازبانی شکل گرفته است که شیوه های مکتوب، شفاهی، دیداری و شنیداری ارتباطات انسانی را در چارچوب یک سیستم، یکپارچه می سازد. این پدیده که «شاهراه اطلاعاتی» نام دارد، به دلیل قابلیت یکپارچه سازی متن، تصویر و صدا در یک سیستم و شبکه جهانی، ماهیت ارتباطات را دستخوش دگرگونی های بنیادین ساخته است و از آنجا که ارتباطات نقش تعیین کننده ای در شکل دهی فرهنگ دارد، فرهنگ نیز به تبع دگرگونی های فناوری از جدید، دگرگونی های بنیادی دیگری را از سر می گذراند (همان: 383). در نظر کاستلز یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری های اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ است. از این رو در اثر ایجاد و گسترش شاهراه های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است (همان: 384).

ویلیام مارتین، جامعه ی اطلاعاتی را جامعه ای معرفی می کند که در آن کیفیت زندگی همانند چشم اندازهای تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی به میزان روبه تزیادی به اطلاعات و بهره برداری از آن وابسته است. در چنین جامعه ای، استانداردهای زندگی، الگوهای کار و فراغت، نظام آموزشی و بازار کار به گونه کاملاً محسوس تحت الشعاع پیشرفت هایی قرار گرفته که در قلمرو اطلاعات و دانش ها روی داده است (محسنی، 1380: 20-21).

در همین رابطه، جان فیدر از انقلابی یاد می کند که در زمینه ی اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه انسان های روی کره زمین را تحت تأثیر قرار داده است. انقلابی که مبتنی و متکی بر رایانه و دارای آثار گسترده اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. یعنی از سویی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می شود و از سوی دیگر، اثرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان ها برجای می گذارد (فیدر، 1380: 5-4).

فرانک ویستر تعریف مشابهی از «جامعه ی اطلاعاتی» که بر نوآوری وسیع فناوری های اطلاعاتی مبتنی است به دست می دهد. به نظر او در وهله ی نخست در اثر موفقیت علمی در پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات، کاربرد فناوری های اطلاعاتی، تقریباً به همه ی گوشه و کنارهای جوامع و غالب نقاط کره زمین گسترش یافته و استفاده از کامپیوترها همگانی شده است. سپس تحول دیگری در زمینه ی مخابرات صورت گرفته و به توزیع گسترده ی اطلاعات در سطح جامعه، منجر شده که مردم جهان را هر چه بیشتر در بزرگراه های اطلاعاتی و در معرض بهره گیری از اطلاعات قرار می دهد. به عبارت دیگر مخابرات، کامپیوتری شده است و این بدان معنی است که کامپیوترهای موجود در سراسر جهان به یکدیگر متصل و مرتبط می شوند. این روند که اکنون به وقوع پیوسته، این امکان را به افراد داده است که با کمترین هزینه و در دوردست ترین نقاط دنیا به شرط این که برق و مخابرات داشته باشند، به بزرگراه اطلاعاتی دسترسی و در آن امکان حضور داشته باشند. آثار فرهنگی این وضعیت را در جاها و موارد مختلف می توان مشاهده کرد. کانال های مختلف رادیویی و تلویزیونی، سایت های متعدد اینترنتی، هزاران رسانه ی جمعی و مطبوعات، آگهی های دیواری و تبلیغاتی، مجلات و کتاب های متنوع، همگی نشان از تأثیرات فرهنگی جامعه ی اطلاعاتی دارند. اما این تأثیرات به آنها محدود نمی شود، بلکه لباس هایی که می پوشیم، سبک آرایش مو و صورت، غذاهایی که می خوریم، آداب معاشرت و معماری منازل نیز در همین زمینه، قابل ذکر است. فرهنگ معاصر به شکلی عجیب و غریب، اطلاعات و ارزش های قبل از خود و فرهنگ های دیگر را در خود نهفته دارد و از آنها استفاده می کند (ویستر، 1382: 52-11).

یورگن هابرماس به عنوان یکی از مهمترین نظریه‌پردازان انتقادی به ظهور فن‌آوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن در فرآیند جهانی‌شدن تأکید کرده است. به نظر وی، اگرچه مهم‌ترین بعد این جهانی‌شدن، جهانی شدن اقتصاد بوده اما در عرصه‌های فرهنگی نیز گرایش به تولیدات فرهنگی خاص نوعی همسانی در فرهنگ‌ها را به دنبال داشته است. وی معتقد است که فرهنگ کالایی شده آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است (هابرماس، 1384: 102).

همچنین هابرماس در اثر معروف خود با عنوان «دگرگونی ساختاری حوزه عمومی» به چگونگی پیدایش حوزه عمومی در جوامع سرمایه‌داری پرداخته و اظهار کرده که اطلاعات، هسته مرکزی حوزه عمومی است و رسانه‌های جمعی و نهادهای اطلاعاتی در ایجاد و گسترش این حوزه نقش داشته‌اند. اما در اواخر سده بیستم، غلبه اندیشه‌های فایده‌گرایانه و بنگاه‌های اقتصادی و یکتاگرایی در حاکمیت قدرت‌های بین‌المللی، جهانی‌شدن اقتصاد و خصوصی‌سازی، سبب نابودی «حوزه عمومی» شد. در نتیجه، بخشی از اطلاعات از دسترس عموم خارج شده و نوعی فرهنگ کالایی شده و توده‌ای در سطح جامعه رواج یافته است. هابرماس، رفع این معضل را در گرو گسترش عقلانیت ارتباطی و تضعیف عقلانیت ابزاری می‌بیند و سعی می‌کند که نظریه و راه‌حلی برای گسترش کنش ارتباطی در سطح جامعه رواج دهد چرا که در مسیر کنش ارتباطی است که هویت و نگرش انسانی شکل می‌گیرد و از حالت شیء‌بودگی و مسخ‌شدگی فاصله می‌گیرد و آنها را از نفوذ فرهنگ توده‌ای یکسان‌ساز بیرون می‌آورد (ویستر، 1382: 180).

هویت

هویت از دو دیدگاه روانشناختی و جامعه‌شناختی قابل بحث است. اولین روان‌شناسی که ایجاد هویت را مهم‌ترین عامل پیشرفت شخصی در دوره نوجوانی دانسته و آن را گامی حیاتی در جهت نیل به حیاتی شادمانه و مولد معرفی کرده اریک اریکسون است. از نظر اریکسون موفقیت در زندگی و دستیابی به اهداف و آرمان‌های انسانی در دوران بزرگسالی به نحوه شکل‌گیری هویت وابسته است که بیشتر در دوران نوجوانی و جوانی روی می‌دهد. فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داورها و هنجارهای مورد قبول خانواده و جامعه را زیر سوال می‌برد و در جست‌وجوی راحل و پاسخ‌های مناسب به کنودکاو می‌پردازد. نتایج موفقیت‌آمیز فرآیند رشد روانی و اجتماعی در دوران کودکی، امکان حل تعارضات روانی و اجتماعی را در مراحل بعدی زندگی به فرد می‌دهد. لذا در مقابل آشفتگی و بحران هویت، فرآیند «شکل‌گیری هویت» و انسجام هویتی قرار دارد (لطف‌آبادی، 1379: 74).

جیمز مارسیا هویت نوجوانان را در چهار وضعیت دسته‌بندی می‌کند که از نظر تأثیری که مولفه‌های نوین مانند فن‌آوری‌های جدید رسانه‌ای بر تحول هویتی دارد، الهام‌بخش است:

الف) دستیابی به هویت: در این وضعیت، فرد با توجه به مطالعه و تحلیل و کشفی که از قبل در مورد بدیل‌های مختلف به عمل آورده، به یک مجموعه روشن و نظم یافته از ارزش‌ها و هدف‌هایی که خود، آنها را انتخاب کرده، متعهد می‌شود. از این‌رو دارای احساس سلامت روانی، همانندی و ثباتی نسبی در طول زمان و آگاه از راهی است که طی می‌کند.

ب) تعلیق هویت: افرادی که در این وضعیت قرار دارند به نظر مارسیا هنوز نتوانسته‌اند تکلیف خود را نسبت به آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه روشن کنند و به جست‌وجوی جمع‌آوری اطلاعات مشغول هستند. این افراد امید دارند بتوانند ارزش‌ها و هنجارهایی را شناسایی کنند که در زندگی راهنمای آنان باشد.

پ) توقف هویت: در این وضعیت فرد به ارزش‌ها و آرمان‌هایی معتقد است که در گذشته هیچ تلاش یا جست‌وجویی برای شناسایی یا کشف آنها نکرده و عمل به آنها صرفاً از آن روی است که از سوی گروه‌های مرجع به او معرفی شده یا به عنوان تکلیف به او تحمیل شده است. لذا فرد در این وضعیت هویتی از پیش تعیین شده دارد و خودش در شکل‌گیری هویت هیچ نقشی نداشته و صرفاً تماشاگری منفعل بوده است.

ت) پراکندگی و عدم انسجام هویت: افرادی که در این وضعیت قرار گرفته‌اند معمولاً جهت‌گیری روشنی در زندگی خود ندارند. آنها نه به ارزش‌ها و باورهای معینی رسیده‌اند و نه کوششی برای نیل به آن به عمل می‌آورند. انفعال و انزوای این گروه به این علت است که فکر می‌کنند تلاش برای دستیابی به مجموعه‌ای روشن و منسجم از ارزش‌ها و آرمان‌ها کاری بسیار دشوار است و آنها از عهده آن بر نمی‌آیند (لطف‌آبادی، 1379: 78-81).

چگونگی برخورد فرد با مسئله هویت و همچنین فرآیند شکل‌گیری هویت، صرف‌نظر از عوامل فردی و شخصیتی به عوامل اجتماعی نیز بستگی دارد. برای مثال در جامعه‌ای که نوجوان با انبوهی از اطلاعات، آرمان‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و شیوه‌های مختلف زندگی روبرو است به سادگی نمی‌توان در وضعیت‌های دستیابی به هویت یا توقف هویت قرار گرفت. در این دوران هویت فرد ممکن است دارای ترکیبی از فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و آرمان‌های مختلف باشد. به عبارت دیگر ممکن است وضعیت «تعلیق هویت» زمان بیشتری از زندگی فرد را دربرگیرد و چه بسا فرد را دچار بحران هویت یا عدم انسجام هویت نماید.

این مسئله در مورد دختران و هویت جنسیتی آنها نیز صادق است. به ویژه در جوامع جهان سوم که امکان جست‌وجو و تحقیق در مورد ارزش‌ها و هنجارها برای دختران بسیار اندک است و آنان معمولاً در هویتی از پیش تعیین شده متوقف می‌مانند. اما شرایط اجتماعی، امکان تحصیل برای دختران، بزرگ شدن شهرها و دگرگونی خانواده و روابط خانوادگی به ویژه رسانه‌های جمعی، دختران جوان را نسبت به توقف در وضعیت هویتی خویش معترض ساخته و در جهت بازتعریف و بازسازی هویت‌های تحمیلی فعال کرده است. در نتیجه، شماری از این دختران، دورانی را تجربه می‌کنند که مارسیا از آن به عنوان «تعلیق هویت» سخن گفته است. افزایش طلاق و آمار دختران فراری، افزایش میزان دختران دانشجو و تقاضا برای حضور در صحنه‌های مختلف اجتماعی و پیدایش احساس نابرابری و تبعیض در آنان را باید در این راستا ارزیابی کرد.

در میان دیدگاه‌های جامعه‌شناختی، نظریه‌ی کنش متقابل نمادین، بیش از دیگر دیدگاه‌ها مسئله هویت و شکل‌گیری آن را مورد مطالعه و تحلیل قرار داده است. براساس این دیدگاه، معناها به طور کلی و هویت به طور خاص در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. جرج هربرت مید، نظریه‌پرداز برجسته‌ی این دیدگاه، نظریات بدیعی در زمینه‌ی هویت ارائه می‌دهد. اگر بپذیریم که هویت

پاسخی است به پرسش من کیستم؟ به نظر مید مجموعه ی ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (ریترز، 1377: 279).

مانفرد کان، چهره ی شاخص دیگر این دیدگاه، معتقد است که «خود» در جریان تعامل اجتماعی و با درونی شدن «نگرش‌های» دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد. دیگرانی که فرد با آنها تعامل یا به نحوی از آنها آگاهی دارد. کان، خود، را مجموعه‌ای از نگرش‌ها و انتظارات دیگران تعریف می‌کند و برای شناخت هویت، آزمون بیست جمله‌ای من کیستم را مطرح می‌سازد (دوران، 1380: 91).

کان بعدها دریافت که پاسخ‌های پرسش «من کیستم» را می‌توان به دو گروه اجتماعی consensual و نیمه‌اجتماعی semi consensual تقسیم کرد. پاسخ‌های اجتماعی به هویت‌هایی مربوط می‌شود که برای دیگران آشکار است و شامل مواردی مثل طبقه، جنسیت و تعلق مذهبی است. اما پاسخ‌های نیمه‌اجتماعی شامل آن دسته از پاسخ‌هایی است که در تشخیص هویت خصوصی‌تر تلقی می‌شوند. مانند خوشحالی یا غمگینی، بدبینی یا خوش‌بینی و نظیر آن. براساس نظر کان، افراد ابتدا به هویت‌های اجتماعی و سپس به هویت‌های نیمه اجتماعی فکر می‌کنند و احتمالاً تشخیص هویت اجتماعی آسان‌تر از هویت نیمه‌اجتماعی است زیرا افراد معمولاً خودشان را در تماس با دیگران می‌شناسند (همان: 92).

ریچارد جنکینز با الهام از مید، گافمن و بارث، معتقد است برای درک و فهم هویت فردی و هویت اجتماعی، می‌توان از يك الگوی هویت‌شناسی واحد استفاده کرد. در این الگو، هویت دارای دو وجه «بیرونی» و «درونی» است که پیوسته با یکدیگر در تعامل‌اند. هویت فردی مبتنی بر تفاوت و تمایز میان افراد است و جایگاه فرد را در رده‌بندی‌ها نمایان می‌سازد و هویت اجتماعی نشان‌دهنده تشابهات است و به تعریفی که فرد براساس تعلق به يك گروه یا رده اجتماعی از خودش می‌کند، اطلاق می‌شود. با این حال هویت فردی به شدت از هویت یا هویت‌های اجتماعی فرد تأثیر می‌گیرد. به اعتقاد جنکینز تعاملی دوسویه میان هویت و زندگی اجتماعی جریان دارد. از سویی هویت، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و از سویی دیگر در جریان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد، تغییر می‌کند و بازسازی می‌شود (جنکینز، 1381: 15).

آنتونی گیدنز بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید کرده و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد به برداشت کان از هویت نزدیک است. در این برداشت از هویت هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی لحاظ شده اما بر بعد فردی و نقشی که خود فرد در دنیای مدرن در شکل‌گیری و بازسازی هویت دارد و بر جنبه پویا و متغیر هویت تأکید بیشتری شده است. گیدنز جنبه‌های روانشناختی و چالش‌های هویتی را در دوران جدید مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازنمایی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است صورت می‌گیرد ویژگی دوران جدید و نتیجه ی گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، 1378).

با توجه به مطالب فوق می‌توان ویژگی‌های هویت را به شرح زیر خلاصه کرد:

هویت اجتماعی، نوعی خودشناسی در ارتباط با دیگران است. فرآیند هویت‌سازی به فرد امکان می‌دهد که برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. در واقع، هویت از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است که به فرد امکان می‌دهد تا با دیگران به صورتی معنادار و پایدار ارتباط برقرار کند. باین‌حال، هویت، پدیده‌ای ذاتی نیست بلکه تاریخی و وابسته به موقعیت و محصول کنش اجتماعی است. درحالی‌که هویت از انسداد و ثبات، گریزان است با نوعی ثبات شخصیتی و دوام نسبی، همراه است.

برای مفهوم هویت اجتماعی ابعاد متفاوتی ذکر شده از جمله:

- هویت دینی که به رابطه‌ی انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند اطلاق می‌شود. سنگ بنای هویت دینی تعهد و پایبندی است (شرفی، 1374: 95).

هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه ی دینی است. مهم‌ترین دستاوردهای هویت دینی پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادی، جهت بخشیدن به زندگی، وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است (شرفی، 1374: 102-99).

- هویت شغلی یکی از هویت‌های اجتماعی مهم انسان به شمار می‌آید اما تنها افراد شاغل و عمدتاً مردان را در بر می‌گیرد. داشتن شغلی که ارزش اجتماعی داشته باشد، عزت‌نفس را افزایش می‌دهد و به ایجاد حس ایمنی و هویت باثبات کمک می‌کند. شغل از آن جهت در زندگی اجتماعی فرد مهم است که به‌رهوری مادی، منزلت، قدرت و نفوذ اجتماعی تا حدود زیادی به آن بستگی دارد.

- هویت خانوادگی به یکی از مهم‌ترین گروه‌های مرجع یعنی والدین و خانواده مربوط می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی و سبک زندگی والدین بر روی هویت شخصی و اجتماعی فرد به شدت تأثیر می‌گذارد و بدنه ی هویت فرد در کودکی و نوجوانی شکل می‌گیرد (نوابی نژاد، 1377: 237).

هویت خانوادگی را می‌توان تعیین نسبت میان جوان و خانواده و میزان تعلق او به خانواده دانست. عوامل متعددی در ایجاد و تقویت هویت خانوادگی نقش دارند از جمله مقبولیت، تکریم منزلت، تبادل عاطفی، مشورت و تفاهم با اعضای خانواده به ویژه با والدین (شرفی، 1374: 63).

- هویت قومی: در مطالعه و تحلیل مسائل مربوط به هویت قومی و گروه‌های قومی در جامعه‌شناسی اتفاق نظر وجود ندارد. براساس دیدگاه کنش‌گرایی شش ویژگی برای قومیت وجود دارد که شامل وابستگی خونی و نژاد، زبان، سرزمین، مذهب و رسوم مشترک است (احمدی، 1379: 47). درنهایت، هویت قومی را می‌توان باورهای مشترک و احساس تعلق براساس وابستگی‌های خونی، نژادی، زبانی، سرزمینی و خویشاوندی دانست. براساس این موارد نوعی احساس تعلق در فرد نسبت به عناصر و نهادهای مشترک آن قوم به وجود می‌آید که می‌تواند تعیین‌کننده ی رفتار شخص باشد.

اگر بخواهیم مباحث نظری را خلاصه کنیم موارد زیر قابل ذکرند:

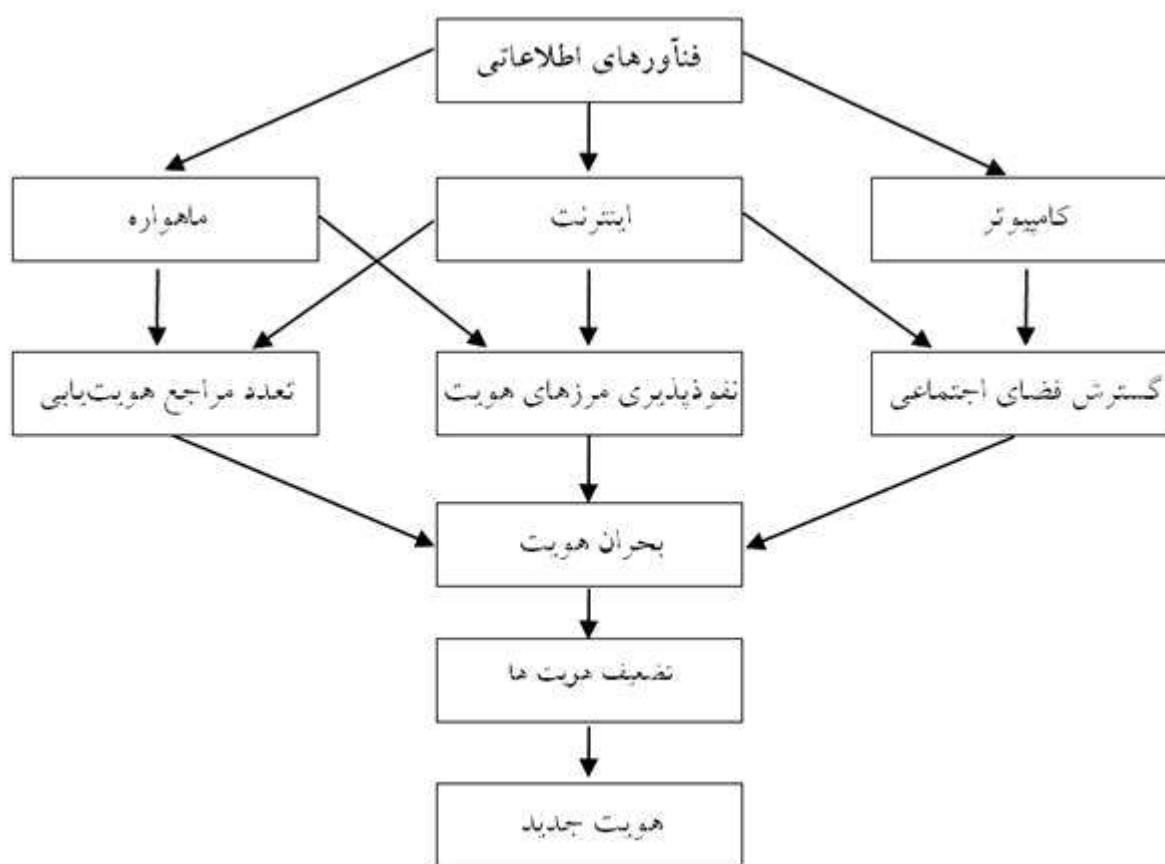
- در دوران معاصر مسئله ی هویت بیش از هر عصري، ذهن انسان امروزي را به خود مشغول داشته است. حضور انسان در شاهراه هاي اطلاعاتي و دسترسي او به امکانات جامعه ی اطلاعاتي، هویت هاي سنتي و هویت سازي سنتي را با دشواري و چالش هاي عمده اي روبهرو ساخته است.

- در جوامع امروزي، فرد با مراجع مختلف و متنوعي برخورد مي کند که هرکدام ارزش هاي خاص و سبك زندگي ويژه اي را ترويج مي کند. از سوي ديگر تمامي مرزهاي هويتي مثل خانواده، محله، قوميت و مليت به شدت نفوذپذير شده اند.

- در دنياي کنوني، خانواده اقتدار و مرجعيت گذشته خود را از دست داده است. علاوه بر اين گسترش فضاي اجتماعي و عام شدن بسياري از امور خاص و درهم تنيدگي جهان، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزي در انتخاب هویت هايي منسجم و يگانه با مشکل و حتي بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگي و انشقاق گردد. لذا آنچه به چشم مي خورد فرآيند آرام و پيوسته انتقال هویت از نسلي به نسل ديگر نيست بلکه در دنياي کنوني بيشتري شاهد بحران هاي هويتي و به همان نسبت بازسازي هاي هويتي هستيم.

- دگرگوني هاي اقتصادي، اجتماعي و فرهنگي دوران معاصر و گسترش رسانه هاي عمومي و فناوري هاي اطلاعاتي زمينه دگرگوني ارزش ها و بازتعريف هویت را در دختران و زنان پديد آورده است و از تأثير کانال هاي سنتي هویت يابي کاسته است.

- با توجه به مطالب ياد شده مي توان ادعا کرد که ميان استفاده از امکانات جامع ي اطلاعاتي و هویت دختران، ارتباط وجود دارد. بدین معني که با ظهور و گسترش فناوري هاي اطلاعاتي و ارتباطاتي به ويژه کامپيوتر، اينترنت و ماهواره، هویت و معنا و مبناي آن دچار تغيير شده است و از پديده هاي نسبتاً پايدار و منسجم به پديده اي متغير و سيال و چندپاره تبديل شده است. اين موارد را در مدل نظري ذيل مي توان خلاصه کرد:



شایان ذکر است که آزمون این مدل نظري و همه ی اجزاي آن کاري است بس دشوار که از حد يك تحقيق فراتر مي رود. در حقيقت مدل فوق از همه مباحث نظري مطرح شده در اين فصل برگرفته شده و در اين تحقيق صرفاً آن بخش از مدل مورد آزمون قرار مي گيرد که ناظر بر تأثير اينترنت بر هویت اجتماعي است.

روش شناسي

در اين پژوهش با توجه به هدف و ماهيت تحقيق از روش پيمائش و فون پرسشنامه و مصاحبه براي گردآوري اطلاعات استفاده شده است.

با توجه به ادبيات نظري، فرض اساسي در اين پژوهش آن است که استفاده از اينترنت بر هویت اجتماعي (قومي، مذهبي، خانوادگي و هویت شخصي) دختران جوان تأثير دارد.

برخي از مفاهيم و شاخص هاي مورد استفاده نياز به تعريف دارند که در زير به آنها مي پردازيم:

هویت اجتماعي متغير وابسته ی اين پژوهش داراي ابعاد خانوادگي، قومي، شخصي و ديني است. هريك از اين ابعاد را با شاخص هاي چندگويه اي و عمدتاً با طيف ليکرت مورد سنجش قرار داده ايم.

هویت خانوادگي: هویت خانوادگي را مي توان تعيين نسبت ميان جوان و خانواده دانست که نوع پيوند و ميزان تعلق او به خانواده را

نشان می‌دهد (شرفی، 1381: 63).

این مفهوم را با سوالی که در قالب طیف لیکرت مطرح شده و دارای ده گویه و پاسخ‌هایی از «کاملاً موافق» تا «کاملاً مخالف» بوده مورد سنجش قرار داده و در نهایت میزان تعلق فرد به خانواده و برجستگی هویت خانوادگی به صورت کمی و در قالب یک عدد به دست آمده است.

هویت قومی: هویت قومی به باورهای مشترک و وابستگی خونی، نژادی، سرزمینی و یا خویشاوندی اطلاق می‌شود که علائق مشترک و پیوندهای اجتماعی بین اعضای یک قوم ایجاد می‌کند. این مفهوم نیز توسط طیف لیکرت و با سوالی ده‌گویه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است.

هویت شخصی: هویت شخصی به تعریف و برداشت شخص از خودش اطلاق می‌شود که در جریان اجتماعی شدن و در فرآیند تعامل با دیگران ایجاد می‌شود، هویت شخصی یکی از هویت‌های اجتماعی مهم است که در کودکی شکل می‌گیرد و اگرچه ویژگی‌های فردی و من فاعلی در آن تأثیر دارد ولی بخش زیادی از آن تحت تأثیر محیط، شرایط اجتماعی و به ویژه خانواده ساخته و یا بازسازی می‌شود. هویت شخصی بازتابی از زندگی روزمره و تجربیات شخصی فرد در اجتماع است و نحوه برخورد و ارتباط او با افراد دیگر را مشخص می‌سازد.

هویت شخصی را با مقیاس لیکرت و توسط یک سوال ده‌گویه‌ای اندازه‌گیری کرده و بدین وسیله برداشت و تعریف فرد را از خودش به صورت متغیری کمی درآورده ایم.

هویت مذهبی: هویت مذهبی به عنوان یکی از ابعاد هویت اجتماعی، متضمن سطحی از دینداری است که با «ما»ی جمعی یا همان اجتماع دینی یا امت مقارن است. در واقع هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق به جامعه دینی و احساس تعهد به دین است (چیت‌ساز قمی، 1383: 194). این متغیر نیز توسط طیف لیکرت و با شاخصی چندگویه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است.

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی: متغیر مستقل این تحقیق هستند که عمدتاً شامل کامپیوتر، ماهواره و اینترنت هستند. اما درحقیقت مهم ترین محور این فناوری‌ها، بزرگراه‌های اطلاعاتی هستند که اینترنت یکی از نمونه‌های مهم آن است. این وسیله فضایی مجازی برای ارتباط انسان‌ها ایجاد می‌کند که دارای عناصر تازه و فاقد مرزهای جغرافیایی، سیاسی و حتی جنسیتی است (محسنی، 1380: 20). ماهواره یکی دیگر از وسایل ارتباطی جدید است و ماهواره‌های تلویزیونی، برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی را به شکل امواج رادیویی از طریق پایگاه‌های زمینی دریافت می‌کنند و سپس آن برنامه‌ها را روی طول موج معین پخش می‌کنند.

جوانان کسانی هستند که دوره کودکی را پشت سر گذاشته‌اند، از امکانات و توانایی‌های جسمی و فکری بالایی برای رسیدن به اهداف خود به‌رهمندند. در تحقیق حاضر، دوره جوانی را از سن 15 تا 30 سالگی در نظر گرفته‌ایم.

تحصیلات: عبارت است از میزان سال‌هایی که فرد در مراکز آموزشی رسمی تحصیل کرده است و شامل چهار سطح متوسطه، فوق دیپلم، لیسانس و فوق‌لیسانس و بالاتر می‌شود.

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل همه دختران و زنان سنندجی بوده که در سال 1384 در سنین 15-29 سال قرار داشته‌اند. براساس سالنامه آماری استان کردستان در سال 1382 جمعیت زنان ساکن 15-29 ساله شهر سنندج 22482 نفر بوده است (سالنامه آماری استان کردستان: 1382). از آنجا که در نظر داشتیم دو گروه از دختران سنندجی را که به لحاظ دسترسی به اینترنت و استفاده از آن باهم تفاوت دارند مطالعه و با یکدیگر مقایسه کنیم و بدین وسیله تأثیر یا عدم تأثیر این وسیله‌ی مهم ارتباطی و اطلاعاتی را بر هویت آنها بسنجیم و از طرف دیگر چارچوب نمونه‌گیری را در اختیار نداشتیم به جای نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای (که مستلزم دانش و آگاهی درباره تعداد یا نسبت اعضای جامعه‌ی آماری در طبقه‌های مختلف است) از نمونه‌گیری سهمیه‌ای استفاده کردیم. نمونه‌گیری سهمیه‌ای از نمونه‌گیری‌های غیراحتمالی است و زمانی به کار می‌رود که چارچوب نمونه‌گیری موجود نباشد و آمار دقیقی از نسبت زیرگروه‌ها در جامعه مورد مطالعه در دست نداشته باشیم (دواس، 1376: 85).

از میان جامعه‌ی آماری فوق، (22482 نفر) با استفاده از فرمول کوکران نمونه‌های معادل 360 نفر انتخاب شد. برای بالابردن دقت و جبران پرسشنامه‌های ناقص، نمونه نهایی 390 نفر در نظر گرفته شد که با توجه به هدف تحقیق به دو گروه مساوی از افرادی که به اینترنت دسترسی دارند و از اینترنت استفاده می‌کنند و گروهی که از آن استفاده نمی‌کنند تقسیم شد.

اعتبار شاخص‌ها از طریق مراجعه به اساتید دانشگاه و صاحبان نظران مربوطه، مورد واری‌سی قرار گرفته است. به عبارت دیگر بر مبنای اعتبار صوری واری‌سی شده است.

برای واری‌سی دقت، روایی و ثبات ابزار اندازه‌گیری، ابتدا پرسشنامه را به صورت پیش‌آزمون (با 30 نفر پاسخگو) اجرا کرده و سپس ضرایب آلفای کرونباخ را محاسبه کردیم که در غالب موارد بیش از 70 درصد و نشان‌دهنده پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه است. برای آزمون فرضیات و پاسخگویی به سوال‌های تحقیق از آزمون مقایسه میانگین‌ها استفاده کرده‌ایم. در این پژوهش برای شناخت چندوجهی تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی بر هویت دختران جوان، ابتدا دو نمونه از جامعه‌ی آماری برحسب دسترسی و استفاده یا عدم دسترسی به اینترنت انتخاب کردیم. سپس با استفاده از آزمون t تفاوت دو گروه را محاسبه و تحلیل کرده ایم.

3- یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در دو بخش زیر ارائه می‌شود:

الف) ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی افراد نمونه

نتایج تحقیق حاکی از آن است که در هر دو گروه (دارای امکانات و فاقد امکانات مورد نظر) 66 درصد پاسخگویان متأهل و 34 درصد آنان مجرد بوده‌اند. به لحاظ وضعیت تحصیلات در میان کسانی که به ماهواره و اینترنت دسترسی دارند افراد دارای تحصیلات پایین‌تر از دیپلم دیده نمی‌شود اما حدود 9 درصد از افراد گروه فاقد این امکانات تحصیلاتی کمتر از دیپلم دارند و در مجموع کسانی که از امکانات اطلاعاتی و ارتباطی یاد شده استفاده می‌کنند به لحاظ سطح تحصیلات از میانگین تحصیلی بالاتری برخوردارند.

جدول 1- توزیع نسبت پاسخگویان بر حسب تحصیلات

تحصیلات	بهره‌مندی و استفاده از اینترنت	
	بلی	خیر
ابتدایی	-	1/3
راهنمایی	-	6/5
دیپلم	41	60
فوق دیپلم	8/30	4/15
لیسانس	1/22	8/12
فوق لیسانس و بالاتر	2/6	1/3
جمع	100	100

همچنین میانگین سطح تحصیلي والدین افرادی که از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر از میان سطح تحصیلات والدین در افراد فاقد امکانات یاد شده است. میزان اشتغال در مادران افراد بهره‌مند از امکانات موردنظر 5/37 درصد و بالاتر از مادران افراد بی‌بهره از آن (20 درصد) و بعد خانوار یا تعداد فرزندان در افراد استفاده‌کننده از اینترنت کمتر از افراد فاقد آن بوده است. به لحاظ توزیع سنی و وضعیت شغلی سعی کرده‌ایم که دو گروه دارای وضعیت همسانی باشند از این رو نسبت‌های دو گروه در رده‌های سنی و شغلی مشابه و نزدیک به یکدیگر است. گذشته از این 40 درصد افراد دارای امکانات اینترنت و کامپیوتر دارای اتاق مستقل هستند در حالی که این نسبت در گروه مقابل 30 درصد است.

جدول 2- میزان استفاده روزانه از کامپیوتر

میزان استفاده روزانه از کامپیوتر	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کمتر از 2 ساعت	51	2/26	2/26
2 تا 4 ساعت	73	4/37	6/63
4 تا 6 ساعت	44	6/22	2/86
6 تا 8 ساعت	19	7/9	9/95
بیشتر از 8 ساعت	8	1/4	100
جمع	195	100	

میزان استفاده روزانه از کامپیوتر در کسانی که دارای دسترسی به اینترنت هستند در 37 درصد پاسخگویان 2 تا 4 ساعت و در 26 درصد آنها کمتر از 2 ساعت است. 10 درصد این افراد 6 تا 8 ساعت در روز و 4 درصد آنها بیش از 8 ساعت در روز از کامپیوتر استفاده می‌کنند.

جدول 3- توزیع پاسخگویان بر حسب میزان استفاده روزانه از اینترنت

میزان استفاده روزانه از اینترنت	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کمتر از 2 ساعت	68	9/34	9/34
2 تا 4 ساعت	80	41	9/75
4 تا 6 ساعت	34	4/17	2/86
بیشتر از 6 ساعت	13	7/6	100
جمع	195	100	

به لحاظ میزان استفاده از اینترنت، 41 درصد پاسخگویان در روز 2 تا 4 ساعت و حدود 35 درصد آنان نیز کمتر از 2 ساعت از این وسیله ارتباطی و اطلاعاتی استفاده می‌کنند. و حدود 7 درصد نیز مربوط به افرادی است که بیش از 6 ساعت در روز با اینترنت کار می‌کنند.

جدول 4- توزیع استفاده کنندگان از اینترنت بر حسب داشتن دوست اینترنتی

درصد تراکمی		درصد	فراوانی	داشتن دوست اینترنتی
8/70	8/70	138	دارد	
100	2/29	57	ندارد	
	100	195	جمع	

ب) مطالعه و تحلیل رابطه ی استفاده از اینترنت و هویت اجتماعی (در ابعاد دینی، قومی، خانوادگی و شخصی) : تحلیل داده ها نشان می دهد که بین استفاده از اینترنت و هویت دینی رابطه معناداری وجود دارد. پرسش مربوط به این فرضیه این بود که آیا استفاده از اینترنت بر هویت دینی دختران جوان در شهر سنندج تأثیر می گذارد یا خیر؟ نتایج بدست آمده به شرح زیر است.

جدول 5- آزمون مقایسه میانگین های مربوط به هویت دینی در دو گروه مورد مطالعه

گروه مورد مطالعه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد	سطح معناداری
استفاده از اینترنت	195	801/2	728/0	05215/0	001/0
عدم استفاده از اینترنت	195	995/2	539/0	0387/0	

نتایج آزمون مقایسه میانگین ها در جدول شماره 5 نشان می دهد که تفاوت بین میانگین های دو گروه معنی دار است و این بدان معنی است که استفاده از اینترنت بر هویت دینی دختران سنندجی تأثیر می گذارد و تفاوت معناداری بین آنهايي که از این امکانات استفاده می کنند و آنهايي که استفاده نمی کنند وجود دارد. در عین حال این رابطه معکوس است. این امر شاید به این دلیل باشد که استفاده آزاد از امکاناتی چون اینترنت در خانواده های بیشتر رواج دارد که اعتقادات و وابستگی ها و در نهایت هویت دینی آنها ضعیف تر از دیگر خانواده ها است. اما این مسئله از عامل دیگری نیز سرچشمه می گیرد و آن این است که چون در جامعه ما از اینترنت و ماهواره به صورت منطقی استفاده نمی شود و این رسانه ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطاتی بیشتر مروج فرهنگ مادی نگر و لذتجو و فردگرایانه غربی هستند، یکی از جنبه های آسیب زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در نوجوانان و جوانان است.

جدول 6- آزمون مقایسه میانگین های مربوط به هویت قومی در دو گروه مورد مطالعه

گروه مورد مطالعه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد	سطح معناداری
استفاده از اینترنت	195	22/3	149/1	0821/0	005/0
عدم استفاده از اینترنت	195	47/3	466/0	0334/0	

نتایج جدول 6 در خصوص مقایسه میانگین ها در متغیر هویت قومی، وجود تفاوتی معنادار میان دو گروه برخوردار از این امکانات و فاقد این امکانات را نشان می دهد بدین معنا که هویت قومی کسانی که از اینترنت استفاده می کنند ضعیف تر از کسانی است که از این وسیله استفاده نمی کنند. این نتیجه با آنچه در زمینه همسان سازی فرهنگ کشورهای جهان سوم با کشورهای غربی صورت می گیرد نیز همخوانی دارد. از آنجا که ایجادکنندگان و پیام فرستندگان و برنامه سازان این تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی عمدتاً کشورهای توسعه یافته غربی هستند تعجبی هم ندارد که انبوه فیلم ها و سایت های پر مخاطب آنها هویت فرهنگی و قومی کشورهای مصرف کننده را تحت تأثیر قرار داده و تضعیف نماید. با این حال در سال های اخیر در اتاق های گفتگو مقاومت هایی در برابر این جریان به چشم می خورد که نشانه از ظهور و احیای هویت های قومی در اینترنت و ماهواره است.

سوال ما در فرضیه سوم آن بود که آیا بین استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی رابطه ی معناداری وجود دارد یا خیر؟

جدول 7- آزمون مقایسه میانگین های مربوط به هویت خانوادگی در دو گروه مورد مطالعه

گروه مورد مطالعه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد	سطح معناداری
استفاده از اینترنت	195	714/2	747/0	0535/0	00/0
عدم استفاده از اینترنت	195	017/3	543/0	0388/0	

نتایج حاکی از وجود تفاوت معنادار میان استفاده‌کنندگان از اینترنت و گروهی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. یعنی گروه اول هویت خانوادگی ضعیف‌تری از گروه دوم دارند. معمولاً جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند وقت کمتری را با افراد خانواده می‌گذرانند و در نتیجه تعلقات و ارتباطات عاطفی آنها با اعضای خانواده و به ویژه با والدین کمتر می‌شود. از طرف دیگر بخشی از مطالب و سایت های اینترنت با ارزشها و انتظارات والدین که عمدتاً نسل قدیمی و سنتی محسوب می‌شوند و طالب معنویت گرایی، جمع گرایی و رعایت نظم و اخلاق مذهبی هستند ناهمخوانی دارد. در واقع اینترنت شکاف بین نسلی میان والدین و فرزندان را افزایش می‌دهد به ویژه آن که در بسیاری از موارد مروج فرهنگ مادی نگر و منفعت طلب و فردگرایی کشورهای غربی است که هم این فناوری را پدید آورده اند و هم بیش از همه آن را تغذیه می‌کنند. تنها کسانی می‌توانند در برابر این تأثیرات مقاومت کنند که قدرت تحلیل این پیام های متعدد و متنوع را داشته باشند و به جای سرگرمی و وقت گذرانی با اینترنت بتوانند استفاده علمی و سازنده ای از آن به عمل بیاورند.

جدول 8- آزمون مقایسه میانگین های مربوط به هویت شخصی در دو گروه مورد مطالعه

گروه مورد مطالعه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد	سطح معناداری
استفاده از اینترنت	195	755/2	789/0	565/0	000/0
عدم استفاده از اینترنت	195	086/3	424/0	0304/0	

فرضیه چهارم مربوط به وجود رابطه بین استفاده از اینترنت و هویت شخصی دختران بود و این فرضیه در پاسخ به این سوال مطرح شد که استفاده از اینترنت چه آثاری بر هویت شخصی دختران مورد مطالعه بر جای می‌گذارد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در این زمینه نیز تفاوت معناداری بین میانگین دو گروه مورد مطالعه وجود دارد. بدین معنی که گروهی که از اینترنت استفاده می‌کنند اعتماد به نفس و خودپنداره ضعیف‌تری نسبت به گروه دیگر دارند و در مجموع هویت شخصی آنها ضعیف‌تر و پنداشت آنها از خودشان منفی‌تر است. در اجتماعات سنتی به دلیل انسجام اجتماعی و پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگ با مکان و سرزمین معین نیازهای هویتی تأمین می‌شود. اما ورود کامپیوتر و اینترنت آنها به زندگی فردو جذابیت آن و به ویژه فضای آزاد و فارغ از هویتی که برای فرد فراهم می‌کند موجب می‌شود که وی کمتر در میان خانواده و آشنایان حضور یابد و گاه در میان آنها احساس غربت کند و در فضای مجازی و در کنار انسان‌های بیگانه و ناآشنا احساس رهایی و امنیت بیشتری داشته باشد، لذا تعدد مراجع و کانال‌های ارتباطی و تنوع ارزشی و فرهنگی کسانی که فرد با آنها در تعامل قرار می‌گیرد، شخص را دچار آنومی ارزشی و سرگشتگی و هویت شخصی او را دستخوش ضعف و عدم انسجام می‌کند. استفاده غیرآسیب‌زا و سازنده از اینترنت نیاز به آموزش و بلوغ فکری و اجتماعی دارد و چنانچه فرد در کودکی از والدین و افراد شایسته و قابل اعتمادی برخوردار بوده باشد که نیازهای عاطفی او را به خوبی برطرف کرده باشند و احساس امنیت و اعتماد به نفس را تجربه کرده باشد و در عین حال بنیان‌های دینی و اخلاقی به نحو شایسته و با الگوهای عملی در او استوار شده باشد، قدرت مقاومت و ایستادگی او در برابر این جریان‌های آسیب‌زا بیشتر می‌شود و می‌تواند با بازاندیشی و تأمل در برابر پدیده‌های پیش‌رویش آنها را تحلیل کرده و بر چالش‌های هویتی فائق آید.

نتیجه‌گیری

فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، به ویژه اینترنت و ماهواره منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان شده و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است. بدین معنی که امروزه با استفاده از اینترنت و باحضور در این بزرگراه، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است. ظهور این پدیده اگرچه خود معلول تحولاتی چند بوده اما پس از ظهور، خود منشاء تحولات عدیده‌ای گردیده است. یکی از این تحولات تحول در مبنا و معنای مفهوم «هویت» از یک سو و «هویت اجتماعی» افراد به ویژه جوانان از سوی دیگر است.

در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها و به ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، هویت مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده است و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های هویتی را پدید آورده است و برخلاف گذشته، فرآیند انتقال هویت بیش از آن که در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها و خلاصه هویت‌شان از والدین خویش متأثر باشند از رسانه‌ها، صنعت فرهنگ، همسالان و جوانان دیگر که چه بسا از دیگر کشورها باشند، تأثیر می‌پذیرند. در این شرایط که ابعاد مختلف هویت تحت تأثیر عوامل یادشده، دستخوش تغییرات وسیع و سریع می‌شود، برای پژوهش حاضر موضوع تأثیر اینترنت بر روی هویت اجتماعی و شخصی دختران جوان در شهر سنندج را انتخاب کرده مورد مطالعه قرار داده‌ایم. نتایج این پژوهش را که به صورت پیمایشی اجرا شده به شرح زیر می‌توان خلاصه کرد:

نتایج تحقیق حاکی از آن است که در مجموع کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند به لحاظ سطح تحصیلات از میانگین تحصیلی بالاتری برخوردارند. همچنین میانگین سطح تحصیلی والدین افرادی که از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر از میان سطح تحصیلات والدین در افراد فاقد امکانات یاد شده است.

میزان اشتغال در مادران افراد بهره‌مند از امکانات موردنظر بالاتر از مادران افراد بی‌بهره از آن و بعد خانوار یا تعداد فرزندان در افراد استفاده‌کننده از اینترنت کمتر از افراد فاقد آن بوده است.

یافته‌های پژوهش در مورد اینکه آیا استفاده از اینترنت بر هویت دینی دختران جوان در شهر سنندج تأثیر می‌گذارد یا خیر؟ نشان می‌دهد که بین دخترانی که از این امکانات استفاده می‌کنند و آنهایی که استفاده نمی‌کنند به لحاظ هویت دینی تفاوت وجود دارد و رابطه بین این دو متغیر معکوس است. این امر شاید به این دلیل باشد که استفاده آزاد از امکاناتی چون اینترنت در خانواده‌هایی بیشتر رواج دارد که اعتقادات و وابستگی‌ها و درنهایت هویت دینی آنها ضعیف‌تر از دیگر خانواده‌ها است. اما این مسئله از عامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد و آن این است که چون در جامعه ما از اینترنت به صورت منطقی استفاده نمی‌شود و این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی بیشتر مروج فرهنگ مادی‌نگر و لذت‌جو و فردگرایانه غربی هستند، یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در نوجوانان و جوانان است.

در رابطه با استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر هویت قومی، یافته‌ها نشان داد که هویت قومی کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند ضعیف‌تر از کسانی بوده که از این وسیله استفاده نمی‌کنند. این نتیجه با آنچه در زمینه همسان‌سازی فرهنگ کشورهای جهان سوم با کشورهای غربی صورت می‌گیرد نیز همخوانی دارد. از آنجا که ایجادکنندگان و پیام‌فرستندگان و برنامه‌سازان این تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی عمدتاً کشورهای توسعه‌یافته غربی هستند تعجبی هم ندارد که انبوه فیلم‌ها و سایت‌های پرمخاطب آنها هویت فرهنگی و قومی کشورهای مصرف‌کننده را تحت‌تأثیر قرار داده و تضعیف نماید.

تحلیل داده‌ها در خصوص رابطه استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی آشکار ساخت که گروه اول هویت خانوادگی ضعیف‌تری از گروه دوم دارند. معمولاً جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند وقت کمتری را با افراد خانواده می‌گذرانند و در نتیجه تعلقات و ارتباطات عاطفی آنها با اعضای خانواده و به ویژه با والدین کمتر می‌شود. از طرف دیگر بخشی از مطالب و سایت‌های اینترنت با ارزشها و انتظارات والدین که عمدتاً نسل قدیمی و سنتی محسوب می‌شوند و طالب معنویت‌گرایی، جمع‌گرایی و رعایت نظم و اخلاق مذهبی هستند ناهمخوانی دارد. در واقع اینترنت شکاف بین نسلی میان والدین و فرزندان را افزایش می‌دهد.

تحلیل داده‌ها در مورد ارتباط میان استفاده از اینترنت و هویت شخصی نشان داد که در این زمینه نیز تفاوت معناداری بین میانگین دو گروه مورد مطالعه وجود دارد. بدین معنی که گروهی که از اینترنت استفاده می‌کنند اعتماد به نفس و خودپنداره ضعیف‌تری نسبت به گروه دیگر دارند و در مجموع هویت شخصی آنها ضعیف‌تر و پنداشت آنها از خودشان منفی‌تر است. در اجتماعات سنتی به دلیل انسجام اجتماعی و پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگ با مکان و سرزمین معین نیازهای هویتی تأمین می‌شود. اما ورود کامپیوتر و اینترنت آنها به زندگی فردو جذابیت آن و به ویژه فضای آزاد و فارغ از هویتی که برای فرد فراهم می‌کند موجب می‌شود که وی کمتر در میان خانواده و آشنایان حضور یابد و گاه در میان آنها احساس غربت کند و در فضای مجازی و در کنار انسان‌های بیگانه و ناآشنا احساس رهایی و امنیت بیشتری داشته باشد، لذا تعدد مراجع و کانال‌های ارتباطی و تنوع ارزشی و فرهنگی کسانی که فرد با آنها در تعامل قرار می‌گیرد، شخص را دچار آنومی ارزشی و سرگشتگی و هویت شخصی او را دستخوش ضعف و عدم انسجام می‌کند. استفاده غیرآسیب‌زا و سازنده از اینترنت نیاز به آموزش و بلوغ فکری و اجتماعی دارد و چنانچه فرد در کودکی از والدین و افراد شایسته و قابل اعتمادی برخوردار بوده باشد که نیازهای عاطفی او را به خوبی برطرف کرده باشند و احساس امنیت و اعتماد به نفس را تجربه کرده باشد و درعین حال بنیان‌های دینی و اخلاقی به نحو شایسته و با الگوهای عملی در او استوار شده باشد، قدرت مقاومت و ایستادگی او در برابر این جریان‌های آسیب‌زا بیشتر می‌شود و می‌تواند با بازاندیشی و تأمل در برابر پدیده‌های پیش‌رویش آنها را تحلیل کرده و بر چالش‌های هویتی فائق آید.

منابع:

منابع فارسی

جنکینز، ریچارد (1381). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، نشر شیرازه.
دواس، دی. ای (1376). روش پیمایشی در تحقیق اجتماعی، ترجمه مریم رفعت‌جاه و رخساره کاظم، مرکز ترجمه و نشر کتاب.
رابرتسون، رونالد (1382). جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، ترجمه کمال پولادی، نشر ثالث.
رفعت‌جاه، مریم (1383)، زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه

تهران.

- ریترز، جورج (1377). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- ساروخانی، باقر (1380). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، جلد اول، چاپ دوم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- شرفی، محمدرضا (1381). جوان و بحران هویت، چاپ سوم، انتشارات سروش.
- فیدر، جان (1380). جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه علی رادباوه و عباس گیلوردی، چاپ اول، نشر کتابدار.
- کاستلز، مانوئل (1380). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، جلد اول، ترجمه احد عقیلیان و افشین خاکباز، چاپ دوم، انتشارات طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (1380). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، جلد دوم قدرت هویت، ترجمه محسن چاوشیان، تهران، انتشارات طرح نو.
- گل محمدی، احمد (1381). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (1377). تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- محسنی، منوچهر (1380). جامعه‌شناسی. جامعه‌اطلاعاتی، نشر دیدار.
- ویستر، فرانک (1383). نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، چاپ دوم، نشر آگه.
- هابرماس، یورگن (1384). دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، ترجمه جمال محمدی، چاپ اول، نشر نی.

منابع انگلیسی

- Bocock, R. and Thompson, K. (eds) (1992). Social and Cultural Forms of Modernity. Cambridge. Polity Press
- Brown R. (1985), "Social Identity", in Adam and Jessica Kuppre (eds.) The Social Science Encyclopedia. London
- Giddens A. (1991). Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press
- Jenkins, Richard (1996). Social Identity. London. Routledge
- Rosengern, Karl Erik (1996). Media Effects and beyond: Culture, socialization and Life Style. London and New York. Routledge
- Turner, John C. (1999), "Some Current Issues in Research on Social Identity and Self-Categorization", In Noam Ellmeres; Russell Spears; Bertjan Doosje (eds.) Social Identity: Context, Commitment, Content. London: Blackwell Publishers
- Woodward Kath (2000). Questioning identity: Gender, Class, nation. London: Routledge in association with the Open University