

اینترنت و هویت اجتماعی

مریم رفعت جاه، استادیار گروه انسان شناسی، دانشکده ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران rafatjah@ut.ac.ir
علی شکوری، دانشیار گروه برنامه ریزی اجتماعی، دانشکده ی 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 سنندج در میان دو گروه از دختران، یعنی آنهایی که از اینترنت استفاده می کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی کردند، صورت گرفته است. مطالعه و تحلیل نشان داد 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 در گروه اول ضعیفتر از افراد گروه دوم می باشد. همچنین، هویت شخصی و خود انگاره افراد در گروه اول ضعیفتر از گروه دیگر مشاهده شد که به نظر می رسد این موضوع از یک سو نشانگر کاهش تاثیر کانال های سنتی در فرایند هویت سازی دختران و از سوی دیگر بیانگر تحول کیفی در مولفه های هویت یابی در عصر جدید باشد که غالباً خارج از کنترل مراجع سنتی و غیر رسمی (خانواده، قومیت و دین) و ساختارهای رسمی (نهادهای متولی نظارت اجتماعی و برنامه ریزی فرهنگی) است. نتیجه این که، باوجود تلاش نهادهای سنتی رسمی و غیررسمی در هدایت هویت های فردی و اجتماعی، استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی افراد مورد مطالعه تاثیر تعیین کننده ای داشته است.

واژه های کلیدی: اینترنت، هویت اجتماعی، تکنولوژی های اطلاعاتی، بحران هویتی، جامعه شبکه ای.

مقدمه

امروزه کمتر کسی در این گزاره شک 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^۱، امانوئل کاستلز، جامعه‌ی شبکه‌ای^۲ و تادائو اومه ساو آن را جامعه‌ی اطلاعاتی^۳ 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 دیجیتالی و فشرده‌گی زمان و مکان از ویژگی‌های این عصر است. موتور محرکه‌ی این تحولات، انقلاب و انفجار اطلاعات و تحولات پرشتاب علمی و فناورانه 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 تأثیر قرار می‌دهد. یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جامعه‌ی اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد، هویت^۴ است.

هویت دارای ابعاد مختلفی است. بعد روانشناختی آن که به نام هویت شخصیتی^۵ 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. این جاست 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 تأثیر 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 کلپ‌های مختلف در منطقه و رشد شهرنشینی از پدیده‌های اخیر هستند که به نظر می‌رسد به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر گشته و تغییرات هویتی، به ویژه در جوانان شهرنشین این منطقه ایجاد کرده باشد. سوالی که در این شرایط مطرح می‌شود این است که استفاده از اینترنت چه تاثیراتی بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی دختران جوان بر جای گذاشته است؟ از آنجا که هویت اجتماعی، زمینه‌ساز رفتارهای فردی و اجتماعی است مطالعه چندچون این

^۱ . Post industrial society

^۲ . Network society

^۳ . Information society

^۴ . Identity

^۵ . personal identity

تغییرات به ویژه در جوانان از یک سو مسائل و آسیب‌های احتمالی را آشکار می‌سازد و از سوی دیگر می‌تواند در جهت برنامه‌ریزی و رفع مشکلات و نیازهای جوانان، مفید و موثر واقع شود. به ویژه آنکه، با وجود بحث‌های نسبتاً گسترده در مورد هویت، مطالعه‌ی جدی درباره‌ی تاثیر تحولات مذکور بر دختران جوان کمتر انجام شده است. از این رو شناخت علمی این موضوع برخی از کاستی‌های موجود در ادبیات را برطرف خواهد کرد. مباحثی که از این پس خواهد آمد در چهار بخش ارایه می‌شود. بخش اول ادبیات نظری تحقیق را در بر می‌گیرد و بخش دوم به روش تحقیق و فنون گردآوری داده‌ها اختصاص دارد. در بخش سوم یافته‌های پژوهش ارایه شده است و بخش چهارم به جمع‌بندی مباحث و یافته‌ها اختصاص دارد.

جامعه‌اطلاعاتی و تحول فرهنگی

در خصوص چگونگی پیدایش جامعه‌ی اطلاعاتی، مانوئل کاستلز به انقلاب فناورانه‌ای که حول محور فناوری‌های اطلاعات متمرکز است اشاره می‌کند که در سال‌های پایانی قرن بیستم، چشم‌انداز اجتماعی زندگی انسان را دگرگون ساخته و با سرعتی شتابان در کار شکل‌دهی مجدد بنیان مادی جامعه است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۸).

با این همه، کاستلز مفهوم «جامعه‌ی اطلاعاتی» را با احتیاط و به صورت مشروط به کار می‌برد و معتقد است نام بردن از یک جامعه‌ی اطلاعاتی به معنای همگونی جهانی همه‌ی شکل‌های اجتماعی نیست. سخن گفتن از جامعه‌ی اطلاعاتی یا جامعه‌ی متکی بر اطلاعات به دو شرط نیازمند است: از یک سو اعضای این جامعه در شکل کنونی خود، سرمایه‌داری 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 می‌آیند اما «هویت خویش را در دیگ جوشان و جهان گسترده و همسان‌ساز سرمایه‌داری متکی به اطلاعات از دست نمی‌دهند» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۸). به نظر کاستلز سرمایه‌داری اگرچه به مثابه دیگ جوشان جهان‌گستر و همسان‌ساز 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 سرمایه‌داری به حساب می‌آیند اما با یکدیگر متفاوت هستند و هرکدام هویتی متمایز از دیگری و منحصر به فرد دارند. بنابراین کاستلز به جای اصطلاح جامعه‌ی اطلاعاتی، ترجیح می‌دهد جامعه‌ی شبکه‌ای^۱ را به کار ببرد.

به لحاظ تاریخی، کاستلز دگرگونی فناورانه را که منجر به ایجاد و اختراع «شاهراه اطلاعاتی»^۲ شده با اختراع بزرگ حروف الفبا در یونان ۷۰۰ سال پیش از میلاد مشابه می‌داند و معتقد است برای نخستین بار در تاریخ رسانه، آبرمتن یا فرازبانی شکل گرفته است که شیوه‌های مکتوب، شفاهی، دیداری و شنیداری ارتباطات انسانی را در چارچوب یک سیستم، یکپارچه می‌سازد. این پدیده که «شاهراه اطلاعاتی» نام دارد، به دلیل قابلیت یکپارچه‌سازی متن، تصویر و صدا در یک سیستم و شبکه‌ی جهانی، ماهیت ارتباطات را دستخوش دگرگونی‌های بنیادین ساخته است و از آنجا که ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی فرهنگ دارد، فرهنگ نیز به تبع دگرگونی‌های فناورانه‌ی جدید، دگرگونی‌های بنیادی دیگری را از سر می‌گذراند (همان: ۳۸۳).

در نظر کاستلز یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ‌هاست. از این رو در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است (همان: ۳۸۴). ویلیام مارتین، جامعه‌ی اطلاعاتی را جامعه‌ای معرفی می‌کند که در آن کیفیت زندگی همانند چشم‌اندازهای تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی به میزان روبه‌تزایدی به اطلاعات و بهره‌برداری از آن وابسته است. در چنین جامعه‌ای، استانداردهای زندگی، الگوهای کار و فراغت، نظام آموزشی و بازار کار به گونه‌ی کاملاً محسوسی تحت‌الشعاع پیشرفت‌هایی قرار گرفته که در قلمرو اطلاعات و دانش‌ها روی داده است (محسنی، ۱۳۸۰: ۲۱-۲۰).

در همین رابطه، جان فیدر از انقلابی یاد می‌کند که در زمینه‌ی اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه‌ی انسان‌های روی کره زمین را تحت‌تأثیر قرار داده است. انقلابی که مبتنی و متکی بر رایانه و دارای آثار گسترده اقتصادی،

^۱ . Network society

^۲ . Information superhighway

سیاسی و فرهنگی است. یعنی از سویی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می‌شود و از سوی دیگر، اثرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان‌ها بر جای می‌گذارد (فیدر، ۱۳۸۰: ۵-۴).

فرانک وبستر تعریف مشابهی از «جامعه‌ی اطلاعاتی» که بر نوآوری وسیع فنآوری‌های اطلاعاتی مبتنی است به دست می‌دهد. به نظر او در وهله‌ی نخست در اثر موفقیت علمی در پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات، کاربرد فنآوری‌های اطلاعاتی، تقریباً به همه‌ی گوشه و کناره‌های جوامع و غالب نقاط کره زمین گسترش یافته و استفاده از کامپیوترها همگانی شده است. سپس تحول دیگری در زمینه‌ی مخابرات صورت گرفته و به توزیع گسترده‌ی اطلاعات در سطح جامعه، منجر شده که مردم جهان را هر چه بیشتر در بزرگراه‌های اطلاعاتی و در معرض بهره‌گیری از اطلاعات قرار می‌دهد. به عبارت دیگر مخابرات، کامپیوتری شده است و این بدان معنی است که کامپیوترهای موجود در سراسر جهان به یکدیگر متصل و مرتبط می‌شوند. این روند که اکنون به وقوع پیوسته، این امکان را به افراد داده است که با کمترین هزینه و در دوردست‌ترین 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 می‌توان مشاهده کرد. کانال‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی، سایت‌های متعدد اینترنتی، هزاران رسانه‌ی جمعی و مطبوعات، آگهی‌های دیواری و تبلیغاتی، مجلات و کتاب‌های متنوع، همگی نشان از تأثیرات فرهنگی جامعه‌ی اطلاعاتی دارند. اما این تأثیرات به آنها محدود نمی‌شود، بلکه لباس‌هایی که می‌پوشیم، سبک آرایش مو و صورت، غذاهایی که می‌خوریم، آداب معاشرت و معماری منازل نیز در همین زمینه، قابل ذکر است. فرهنگ معاصر به شکلی عجیب و غریب، اطلاعات و ارزش‌های قبل از خود و فرهنگ‌های دیگر را در خود نهفته دارد و از آنها استفاده می‌کند (وبستر، ۱۳۸۲: ۵۲-۱۱).

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، ۱۳۸۴: ۱۰۲).

همچنین هابرماس در اثر معروف خود با عنوان **دگرگونی ساختاری حوزه‌ی عمومی** به چگونگی پیدایش حوزه‌ی عمومی در جوامع سرمایه‌داری پرداخته و اظهار کرده که اطلاعات، هسته‌ی 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 فایده‌گرایانه‌ی بنگاه‌های اقتصادی و یک‌قطبی‌شدن 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 شده‌ی 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 شی‌بودگی و مسخ‌شدگی فاصله می‌گیرد و آنها را از نفوذ فرهنگ توده‌ای یکسان‌ساز بیرون می‌آورد (وبستر، ۱۳۸۲: ۱۸۰).

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 نحوه‌ی شکل‌گیری هویت وابسته است که بی‌شتر در دوران نوجوانی و جوانی روی می‌دهد. فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داوری‌ها و هنجارهای مورد قبول خانواده و جامعه را زیر سوال می‌برد و در جست‌وجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب به کندوکاو 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، ۱۳۷۹: ۷۴).

جیمز مارسیا هویت نوجوانان را در چهار وضعیت دسته‌بندی می‌کند که از نظر تأثیری که مولفه‌های نوین مانند فناوری‌های 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 این رو 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 جستجوگری و 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، ۱۳۷۹: ۸۱-۷۸).

چگونگی برخورد فرد با مسئله‌ی 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 مجموعه‌ی ویژگی‌هایی که فرد برای خود برمی‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. یا یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (ریتزر، ۱۳۷۷: ۲۷۹).

مانفرد کان، چهره‌ی شاخص دیگر این دیدگاه، معتقد است که «خود» (Self) در جریان تعامل اجتماعی و با درونی شدن «نگرش‌های» (Attitude) 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، ۱۳۸۰: ۹۱).

کان بعدها دریافت که پاسخ‌های پرسش «من کیستم» را می‌توان به دو گروه اجتماعی و نیمه‌اجتماعی 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 هویت اجتماعی و سپس به هویت 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: ۹۲).

ریچارد جنکینز با الهام از مید، گافمن و بارث، معتقد است برای درک و فهم هویت فردی و هویت اجتماعی، می‌توان از یک 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 یک 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، ۱۳۸۱: ۱۵).

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 بازاندیشی در هویت را در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است ویژگی دوران جدید و نتیجه‌ی گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، ۱۳۷۸).

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، ۱۳۷۴: ۹۵).

هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق و تعهد به دین و جامعه‌ی دینی است. مهم‌ترین دستاوردهای هویت دینی پاسخ دادن به پرسش‌های بنیادی، جهت بخشیدن به زندگی، وحدت اعتقادی و معنا بخشیدن به جهان است (شرفی، ۱۳۷۴: ۱۰۲-۹۹).

- هویت شغلی یکی از هویت‌های اجتماعی مهم را دربرمی‌گیرد 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 تاثیر می‌گذارد و بدنه ی هویت فرد در کودکی و نوجوانی شکل می‌گیرد (نوابی‌نژاد، ۱۳۷۷: ۲۳۷).

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، ۱۳۷۴: ۶۳).

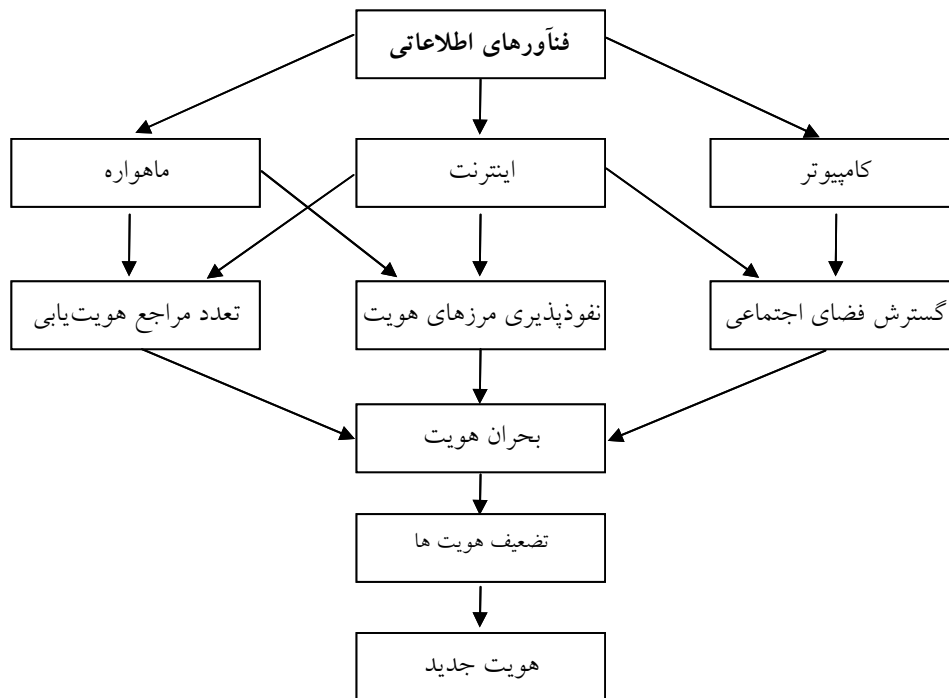
- هویت قومی: در مطالعه و تحلیل مسائل مربوط به هویت قومی و گروه‌های قومی در جامعه‌شناسی اتفاق نظر وجود ندارد. براساس دیدگاه کنش‌گرایی شش ویژگی برای قومیت وجود دارد که شامل وابستگی خونی و نژاد، زبان، سرزمین، مذهب و رسوم مشترک است (احمدی، ۱۳۷۹: ۴۷). درنهایت، هویت قومی را می‌توان باورهای مشترک و احساس تعلق 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 عصری، ذهن انسان امروزی را به خود مشغول داشته است. حضور انسان در شاهراه‌های اطلاعاتی و دسترسی او به امکانات جامعه ی اطلاعاتی، هویت‌های سنتی و هویت‌سازی سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است.

- در جوامع امروزی، فرد با مراجع مختلف و متنوعی برخورد می‌کند که هرکدام ارزش‌های خاص و سبک زندگی ویژه‌ای را ترویج می‌کند. از سوی دیگر تمامی مرزهای هویتی مثل خانواده، محله، قومیت و ملیت به شدت نفوذپذیر شده‌اند.

- در دنیای کنونی، خانواده اقتدار و مرجعیت گذشته خود را از دست داده است. علاوه بر این گسترش فضای اجتماعی و عام شدن بسیاری از امور خاص و درهم‌تنیدگی جهان، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت‌هایی منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد. لذا آنچه به چشم می‌خورد فرآیند آرام و پیوسته انتقال هویت از نسلی به نسل دیگر نیست بلکه در دنیای کنونی بیشتر شاهد بحران‌های هویتی و به همان نسبت بازسازی‌های هویتی هستیم.

- دگرگونی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دوران معاصر و گسترش رسانه های عمومی و فنآوری های اطلاعاتی زمینه دگرگونی ارزش ها و بازتعریف هویت را در دختران و زنان پدید آورده است و از تاثیر کانال های سنتی هویت یابی کاسته است. - با توجه به مطالب یاد شده می‌توان ادعا کرد که میان استفاده از امکانات جامع ی اطلاعاتی و هویت دختران، ارتباط وجود دارد. بدین معنی که با ظهور و گسترش فنآوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به ویژه کامپیوتر، اینترنت و ماهواره، هویت و معنا و مبنای آن دچار تغییر شده است و از پدیده‌ای نسبتاً پایدار و منسجم به پدیده‌ای متغیر و سیال و چندپاره تبدیل شده است. این موارد را در مدل نظری ذیل می‌توان خلاصه کرد:



شایان ذکر است که آزمون این مدل نظری و همه‌ی اجزای آن کاری است بس دشوار که از حد یک تحقیق فراتر می‌رود. در حقیقت مدل فوق از همه مباحث نظری مطرح شده در این فصل برگرفته شده و در این تحقیق صرفاً آن بخش از مدل مورد آزمون قرار می‌گیرد که ناظر بر تاثیر اینترنت بر هویت اجتماعی است.

روش‌شناسی

در این پژوهش با توجه به هدف و ماهیت تحقیق از روش پیمایش و فنون پرسشنامه و مصاحبه برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است.

با توجه به ادبیات نظری، فرض اساسی در این پژوهش آن است که استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی (قومی، مذهبی، خانوادگی و هویت شخصی) دختران جوان تاثیر دارد.

برخی از مفاهیم و شاخص‌های مورد استفاده نیاز به تعریف دارند که در زیر به آنها می‌پردازیم:

هویت اجتماعی متغیر وابسته‌ی این پژوهش دارای ابعاد خانوادگی، قومی، شخصی و دینی است. هریک از این ابعاد را با شاخص‌های چندگویه‌ای و عمدتاً با طیف لیکرت مورد سنجش قرار داده‌ایم.

هویت خانوادگی: هویت خانوادگی را می‌توان تعیین نسبت میان جوان و خانواده دانست که نوع پیوند و میزان تعلق او به خانواده را نشان می‌دهد (شرفی، ۱۳۸۱: ۶۳).

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 تاثیر دارد ولی بخش زیادی از آن تحت تاثیر 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. درواقع هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق به جامعه دینی و احساس تعهد به دین است (چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۳: ۱۹۴). 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 مهم‌ترین 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، ۱۳۸۰: ۲۰). 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.

جوان: 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 ۱۵ تا ۳۰ سالگی در نظر گرفته‌ایم.

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

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل همه دختران و زنان سنندجی بوده که در سال ۱۳۸۴ در سنین ۱۵-۲۹ سال قرار داشته‌اند. براساس سالنامه آماری استان کردستان در سال ۱۳۸۲ جمعیت زنان ساکن ۱۵-۲۹ ساله شهر سنندج ۲۲۴۸۲ نفر بوده‌است (سالنامه آماری استان کردستان: ۱۳۸۲). 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 تاثیر یا عدم تاثیر این وسیله 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، ۱۳۷۶: ۸۵).

از میان جامعه‌ی آماری فوق، (۲۲۴۸۲ نفر) با استفاده از فرمول کوکران نمونه‌ای معادل ۳۶۰ نفر انتخاب شد. برای بالابردن دقت و جبران پرسشنامه‌های ناقص، نمونه نهایی ۳۹۰ 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 صاحب‌نظران مربوطه، مورد واریسی قرار گرفته است. به عبارت دیگر برمبنای اعتبار صوری واریسی شده است.

برای واریسی دقت، روایی و ثبات ابزار اندازه‌گیری، ابتدا پرسشنامه را به صورت پیش‌آزمون (با ۳۰ نفر پاسخگو) اجرا کرده و سپس ضرایب آلفای کرونباخ را محاسبه کردیم که در غالب موارد بیش از ۷۰ 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 چندوچون تأثیر فنآوری‌های 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 کردیم.

۳- 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 موردنظر) ۶۶ درصد پاسخگویان متاهل و ۳۴ 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 ۹ 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 ۱- توزیع نسبت پاسخگویان بر حسب تحصیلات

تحصیلات	بهره‌مندی و استفاده از اینترنت	
	بلی	خیر
ابتدایی	-	۳/۱
راهنمایی	-	۵/۶
دیپلم	۴۱	۶۰
فوق دیپلم	۳۰/۸	۱۵/۴
لیسانس	۲۲/۱	۱۲/۸
فوق لیسانس و بالاتر	۶/۲	۳/۱
جمع	۱۰۰	۱۰۰

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 ۳۷/۵ درصد و بالاتر از مادران افراد بی‌بهره از آن (۲۰ 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 ۴۰ درصد افراد دارای امکانات اینترنت و کامپیوتر دارای اتاق مستقل هستند در حالی که این نسبت در گروه مقابل ۳۰ درصد است.

جدول ۲- میزان استفاده روزانه از کامپیوتر

میزان استفاده روزانه از کامپیوتر	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کمتر از ۲ ساعت	۵۱	۲۶/۲	۲۶/۲
۲ تا ۴ ساعت	۷۳	۳۷/۴	۶۳/۶
۴ تا ۶ ساعت	۴۴	۲۲/۶	۸۶/۲
۶ تا ۸ ساعت	۱۹	۹/۷	۹۵/۹
بیشتر از ۸ ساعت	۸	۴/۱	۱۰۰
جمع	۱۹۵	۱۰۰	

میزان استفاده روزانه از کامپیوتر در کسانی که دارای دسترسی به اینترنت هستند در ۳۷ درصد پاسخگویان ۲ تا ۴ ساعت و در ۲۶ درصد آنها کمتر از ۲ ساعت است. ۱۰ درصد این افراد ۶ تا ۸ ساعت در روز و ۴ درصد آنها بیش از ۸ ساعت در روز از کامپیوتر استفاده می‌کنند.

جدول ۳- توزیع پاسخگویان بر حسب میزان استفاده روزانه از اینترنت

میزان استفاده روزانه از اینترنت	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
کمتر از ۲ ساعت	۶۸	۳۴/۹	۳۴/۹
۲ تا ۴ ساعت	۸۰	۴۱	۷۵/۹
۴ تا ۶ ساعت	۳۴	۱۷/۴	۸۶/۲
بیشتر از ۶ ساعت	۱۳	۶/۷	۱۰۰
جمع	۱۹۵	۱۰۰	

به لحاظ میزان استفاده از اینترنت، ۴۱ درصد پاسخگویان در روز ۲ تا ۴ ساعت و حدود ۳۵ درصد آنان نیز کمتر از ۲ ساعت از این وسیله ارتباطی و اطلاعاتی استفاده می‌کنند. و حدود ۷ درصد نیز مربوط به افرادی است که بیش از ۶ ساعت در روز با اینترنت کار می‌کنند.

جدول ۴- توزیع پاسخگویان بر حسب داشتن دوست اینترنتی

داشتن دوست اینترنتی	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
دارد	۱۳۸	۷۰/۸	۷۰/۸
ندارد	۵۷	۲۹/۲	۱۰۰
جمع	۱۹۵	۱۰۰	

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 می‌گذارد یا خیر؟ نتایج بدست آمده به شرح زیر است.

جدول ۵- 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	۱۹۵	۲/۸۰۱	۰/۷۲۸	۰/۰۵۲۱۵	۰/۰۰۱
عدم استفاده از اینترنت	۱۹۵	۲/۹۹۵	۰/۵۲۹	۰/۰۳۸۷	

نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که تفاوت بین میانگین‌های دو گروه معنی‌دار است و این بدان معنی است که استفاده از اینترنت بر هویت دینی دختران سندنجدی تأثیر می‌گذارد و تفاوت معناداری بین آنهایی که از این امکانات استفاده می‌کنند و آنهایی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد. در عین حال این رابطه 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 و ماهواره به صورت منطقی استفاده نمی‌شود و این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطاتی 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.

جدول ۶- 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	۱۹۵	۳/۲۲	۱/۱۴۹	۰/۰۸۲۱	۰/۰۰۵
عدم استفاده از اینترنت	۱۹۵	۳/۴۷	۰/۴۶۶	۰/۰۳۳۴	

نتایج جدول ۶ در خصوص مقایسه میانگین‌ها در متغیر هویت قومی، وجود تفاوتی معنادار میان دو گروه برخوردار از این امکانات و فاقد این امکانات را نشان می‌دهد بدین معنا که هویت قومی کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند ضعیف‌تر از کسانی است 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. با این حال در سال‌های اخیر در اتاق‌های گفتگو مقاومت‌هایی در برابر این جریان به چشم می‌خورد که نشانه از ظهور و احیای هویت‌های قومی در اینترنت و ماهواره است.

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

جدول ۷- 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	۱۹۵	۲/۷۱۴	۰/۷۴۷	۰/۰۵۳۵	۰/۰۰
عدم استفاده از اینترنت	۱۹۵	۳/۰۱۷	۰/۵۴۳	۰/۰۳۸۸	

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 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 به ویژه آن که در بسیاری از موارد مروج فرهنگ مادی‌نگر و منفعت‌طلب و فردگرای کشورهای غربی است که هم این فناوری را پدید آورده‌اند و هم بیش از همه آن را تغذیه می‌کنند. تنها کسانی می‌توانند در برابر این تأثیرات مقاومت کنند که قدرت تحلیل این پیام‌های متعدد و متنوع را داشته باشند و به جای سرگرمی و وقت‌گذرانی با اینترنت بتوانند استفاده علمی و سازنده‌ای از آن به عمل بیاورند.

جدول ۸- آزمون مقایسه میانگین‌های مربوط به هویت شخصی در دو گروه مورد مطالعه

گروه مورد مطالعه	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین خطای استاندارد	سطح معناداری
استفاده از اینترنت	۱۹۵	۲/۷۵۵	۰/۷۸۹	۰/۵۶۵	۰/۰۰۰
عدم استفاده از اینترنت	۱۹۵	۳/۰۸۶	۰/۴۲۴	۰/۰۳۰۴	

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 تامین 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 انومی ارزشی و سرگستگی 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 فایق 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 با حضور 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 استفاده کننده 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 ارتباطاتی 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 تحت تأثیر 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 تامین 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 فایق آید.

منابع

منابع فارسی

- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، نشر شیرازه.
- دواس، دی. ای (۱۳۷۶). **روش پیمایشی در تحقیق اجتماعی**، ترجمه مریم رفعت جاه و رخساره کاظم، مرکز ترجمه و نشر کتاب.
- رابرتسون، رونالد (۱۳۸۲). **جهانی شدن تئوری های اجتماعی و فرهنگ جهانی**، ترجمه کمال پولادی، نشر ثالث.
- رفعت جاه، مریم (۱۳۸۳). **زنان و بازتعریف هویت اجتماعی**، پایان نامه دکترای جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷). **نظریه های جامعه شناسی در دنیای معاصر**، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۰). **روش های تحقیق در علوم اجتماعی**، جلد اول، چاپ دوم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- شرفی، محمدرضا (۱۳۸۱). **جوان و بحران هویت**، چاپ سوم، انتشارات سروش.
- فیدر، جان (۱۳۸۰). **جامعه اطلاعاتی**، ترجمه علی رادباوه و عباس گیلوردی، چاپ اول، نشر کتابدار.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **جامعه شبکه ای و عصر اطلاعات**، جلد اول، ترجمه احد عقیلیان و افشین خاکباز، چاپ دوم، انتشارات طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **جامعه شبکه ای و عصر اطلاعات**، جلد دوم قدرت هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، انتشارات طرح نو.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). **جهانی شدن، فرهنگ و هویت**، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). **تجدد و تشخیص**، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). **جامعه شناسی**. جامعه اطلاعاتی، نشر دیدار.
- وبستر، فرانک (۱۳۸۳). **نظریه های جامعه اطلاعاتی**، ترجمه اسماعیل قدیمی، چاپ دوم، نشر آگه.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴). **دگرگونی ساختاری حوزه عمومی**، ترجمه جمال محمدی، چاپ اول، نشر نی.

Bocock, R. and Thompson, K. (eds) (۱۹۹۲). **Social and Cultural Forms of Modernity**. Cambridge. Polity Press.

Brown R. (۱۹۸۵), “**Social Identity**”, in *Adam and Jessica Kuppre (eds.) The Social Science Encyclopedia*. London.

Giddens A. (۱۹۹۱). **Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age**. Cambridge: Polity Press.

Jenkins, Richard (۱۹۹۶). **Social Identity**. London. Routledge.

Rosengern , Karl Erik (۱۹۹۶). **Media Effects and beyond : Culture . socialization and Life Style** . London and Newyork . Routledge.

Turner, John C. (۱۹۹۹), “**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 (۲۰۰۰). **Questioning identity: Gender, Class, nation**. London: Routledge in association with the Open University.