

تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان

(مطالعه موردی: دبیرستانهای شهر اراک در سال ۸۸-۸۷)

دکتر علیرضا محسنی تبریزی^۱ محمدرضا هاشمی^۲

چکیده

اینترنت از جمله وسایل ارتباطی جدیدی است، که طی دو دهه مورد امعان نظر تعداد قابل توجهی از جوانان قرار گرفته است. اینترنت به عنوان یک ابزار برای تمامی قشرها، طبقات، گروهها، برای تمامی تحصیل کرده ها و غیر تحصیل کرده ها، برای زنان و مردان دارای برنامه و اطلاعات می باشد؛ هر فردی و شخصی یا گروه و طبقه ای به فراخور توانایی، ضرورت و نیاز خود از آن بهره برداری می کند.

هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان دبیرستانهای شهر اراک در سال تحصیلی ۸۸-۸۷ می باشد. نمونه مورد مطالعه تحقیق تعداد ۳۸۰ نفر از دانش آموزان شهر اراک می باشند بر اساس فرمول کوکران انتخاب شده اند روش تحقیق روش پیمایشی است و تکنیک پرسشنامه محقق ساخته بر اساس ادبیات تحقیق و چهار چوب نظری نسبت به جمع آوری داده ها اقدام نموده است. یافته ها تحقیق نشان داد: ۳۸۰ نفر شامل ۱۶۰ پسر و ۲۲۰ دختر به پرسشنامه توزیع شده پاسخ داده اند.

نتایج تحقیق نشان داد: تأثیر اینترنت را بر آموزش (افزایش باورها، انتخاب نوع ومدل لباس و سر و صورت، شیوهای بهتر زندگی کردن) موثر دانسته اند و بر عکس تأثیر اینترنت را بر روی روابط خانوادگی (اعتیاد اینترنتی، کاهش توجه به والدین، کاهش مشورتها و گفتگوها) خیلی کم موثر دانسته اند. پرسش شوندگان تأثیر اینترنت را بر عقاید مذهبی (دانش عقاید، گرایش جوانان به مراسمهای مذهبی و ارزشهای دینی) موثر دانسته اند.

نیکی برای برآزش مدل نظری از طریق کاربرد تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می دهد که متغیرهای مدت زمان استفاده کاربران از اینترنت، زمان استفاده کاربران از اینترنت مدت زمان آشنایی کاربران از اینترنت و زمینه استفاده کاربران از اینترنت رابطه و تأثیر معنی داری را با متغیر وابسته تحقیق نشان داده اند و در مجموع ۲۴ درصد از واریانس و تغییرات هویت اجتماعی کاربران را تبیین کردند، که در این میان متغیرهای مدت استفاده کاربران از اینترنت (۳۲ درصد)، و زمان استفاده کاربران از اینترنت (۴۶ درصد) و مدت زمان آشنایی کاربران از اینترنت (۱۹ درصد) و زمینه استفاده کاربران از اینترنت (۱۸ درصد) بیشترین میزان تأثیرگذاری بر هویت اجتماعی کاربران دارند.

واژگان کلیدی: اینترنت، هویت، هویت اجتماعی، دانش آموز، دبیرستان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۹/۱۵

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۱۱/۱۲

^۱ دانشیار گروه جامعه شناسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی واحد اراک hashemimr@yahoo.com

مقدمه

مادر جهانی متحول و دستخوش دگرگونی چشمگیر ودائمی زندگی می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۷۳: ۵۵۵) فن آوری و ارتباطات الکترونیک منجر به دگرگونی در عرصه زندگی نمادین بشر شده است. و از این طریق منشاء تحولات عمده ای در دانسته های بشری گردیده است. مفاهیم بنیادی، دانش ارتباط جمعی و علوم اجتماعی را دچار تغییر و تحولات اساسی کرد. از جمله مفاهیمی که در عصر ارتباطات الکترونیک در حوزه علوم انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار است مفهوم «هویت» است. تحولات الکترونیک این مفهوم را از حالت بسته و چهارچوب بندی شده ی سنتی خارج ساخته و انسان را به دنیایی متکثر و متنوع روبرو کرده است. از سوی دیگر تنوع و تکثیر در شکل گسترده و همه گیر خود، بر ابعاد مختلف زندگی اجتماعی بشر حاکم شد و به صورت پارادایم غالب عصر الکترونیک در آمد.

در عصر حاضر فن آوری اطلاعات از جمله اینترنت بر تمامی شئون زندگی فردی و اجتماعی افراد جامعه رسوخ نموده است. از جمله مواردی که در اینجا به آن خواهیم پرداخت تاثیر گذاری اینترنت بر روی هویت اجتماعی افراد، بویژه جوانان است.

در بررسی هویت نباید این نکته را نادیده گرفت، که هویت دارای سویه ای تاریخی نیز هست. چرا که عوامل سازنده هویت در طول زمان تغییر میکنند و دارای حالتی پویا و متحول اند. در مطالعه این مفهوم مهم اجتماعی باید ارتباط هویت ها با خود و با یکدیگر و ویژگی های درونی آنها در گستره تاریخی مورد بررسی قرار گیرد. هویت ها نه در انتزاع فردی و نه در انقطاع از سیر تاریخی، بلکه در دیالکتیک با خود و دیگری شکل می‌گیرند. سوال مهمی که در عصر گسترش ارتباطات الکترونیک پیش می‌آید این است که مرزهای هویتی کجا قرار می‌گیرند؟ و عوامل شکل دهنده هویت ها کدامند؟ این که در یک جامعه انسانی چه عامل یا عواملی مرزهای نمادین یک جامعه و به تبع آن هویت گروهی را مشخص می‌کند بستگی به عامل گفتمانی (discursive) دارد.

از این نظر جامعه مدرن، با جامعه به روایت «دورکیمی» آن کاملاً متفاوت است. در جامعه مدرن بر خلاف درک دورکیمی یک مرکز (center) وجود ندارد، که فعالیت اجتماعی در حول آن سامان یابد، بلکه جامعه مانند موجودیتی فارغ از مرکزیت یا حداکثر موجودیتی با مراکز متنوع فهمیده می‌شود. مفهوم مرز در اینجا دگرگون میشود و دیگر نمی‌توان از چارچوب مشخص و قاطعی به نام مرز صحبت کرد. فضای بدون مرز سبب ایجاد تکثیر یا معنایی میشود و از هر گونه

طبقه بندی و دسته بندی شدن میگزیزد. چرا که هر یک از مراکز به نوبه خود، منشاء معنا بخشی های متفاوت به پدیدار های اجتماعی میشوند. هویت حاصل از چنین فضایی، هویتی سیال، ناپایدار و نامحدود خواهد بود. در چنین حالتی، رابطه ی ساده و مشخص بین افراد با اجتماع و معنای ثابت هویت در دنیای سنتی از بین میرود و رابطه ای پیچیده، غیر متمرکز و منتج از مفهوم فضا در ارتباط با هویتها شکل میگیرد که فاقد شکل مشخص است و از هر گونه تعریف و صورت بندی مشخصی می گریزد.

همان گونه که ارتباطات شفاهی و چهره به چهره منطبق بر دوره سنتی است. در دوره مدرن نیز ارتباطات الکترونیک پایه شکل گیری دهکده جهانی ((مک لوهان)) می شود. در نهایت شکل تکامل یافته آن در فضای مجازی متجلی می شود، که میتوان از انطباق این دو شکل ارتباطی شفاهی و الکترونیک بر دو شکل زندگی (سنتی و مدرن) و در نهایت دو شکل هویتی (هویت سنتی و هویت مدرن) دفاع کرد.

اجتماع سنتی بر پایه ارتباطات شفاهی، گفت گو و تعامل مستقیم بین افراد شکل می گیرد. در چنین اجتماع ارگانیکی (به رغم تونیس) نوع حاکم ارتباطات سبب شکل گیری هویت ثابت سنتی می شود. در جوامع مدرن افراد تحت تاثیر رسانه های جدید قرار گرفته و همواره سوالاتی که من کیستم؟ از کجا آمده ام؟ باعث بوجود آمدن شک و تردید در بین آنها می گردد. اینجاست که شناخت هویت جمعی به افراد کمک میکند تا یک نظم نسبی در زندگی خود پیدا کنند. در بین رسانه های امروزی اینترنت از جمله وسایل ارتباطی است که در بین جوانان به علت چند بعدی بودن آن از جذابیت بالایی برخوردار است. افرادی که وارد این فضای مجازی می شوند هر روزه بیشتر می شود. جدای از دیدگاههایی که افراد نسبت به آن دارند باید به گونه ای زمینه و بستر لازم فراهم گردد که بتوان از آن حداکثر استفاده مثبت را کرد.

طرح مسئله

توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در دنیای مدرن امروز به یکی از مهمترین ابزار تکنولوژی برای بسیاری از صنایع دیگر همانند الکترونیک، مکانیک، هوا فضا و غیره ... تبدیل شده است. این فناوری مرزهای علم و صنعت را درنوردیده و به حیطه علوم انسانی وارد شده که نفوذ آن در پارادیم های این حوزه، چشم انداز جدیدی از ترکیب تکنولوژی با این علوم را پدید آورده است. شبکه های جهانی ارتباطی و اینترنت که در ارتباط تنگاتنگ با انتقال مفاهیم فرهنگی قرار دارند؛

همانند یک سیستم درهم تنیده با پیام رسانی به اقصی نقاط جهان، رسالت رسانه ای خویش را به انجام می‌رسانند. اینترنت بزرگترین سامانه ای است که تاکنون طراحی و اجرا شده است. اینترنت شبکه گسترده ای از اتصال میلیونها رایانه به یکدیگر است که با اشتراک صفحات پردازشگر خود تحت عنوان تارنما با یکدیگر ارتباط دارند. استعارات مختلفی برای اینترنت بکار برده میشود که به لحاظ کاربرد آن در هر حیطه معنای متفاوتی به خود میگیرد، فضای هوشمند، ماتریکس، بزرگراه اطلاعاتی، گیگای الکترونیکی و وی سیستم از جمله نامگذاری هاست که در این فناوری رایج میباشد.

اینترنت یکی از مهمترین دستاورهای انقلاب اطلاعاتی است که ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است. تاکنون هم حضور فیزیکی، وجه ممیزه تعامل و رابطه محسوب می شد؛ به قسمی که بطور ضمنی حکایت از ارتباطی بین شخصی داشت که با وجود دوری فیزیکی نیز بتوان آن را حفظ کرد. در حالی که حتی در ارتباطات تلفنی که نسل گذشته تکنولوژی کامپیوتری امروزی به حساب می آید بدون شک طرفین مکالمه، بدون اینکه یکدیگر را ببینند در فضای به اصطلاح مجازی به تعامل می پردازند. از این رو اینترنت را می توان واجد دو ویژگی دانست، یکی با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی تشابه و تفاوت بیشترین تاثیر را بر هویت اجتماعی می گذارد و دیگر آنکه گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات کامپیوتری امری ممکن و معمول است. بر روشنی و اهمیت مرزبندی های گروهی و در نتیجه معنای هویت اجتماعی تاثیر دارند. اما هویت اجتماعی بیشتر از هر گروهی برای جوانان مسئله ساز است. هویت اجتماعی نقش بسزایی در رشد نوجوان دارد و اگر نوجوان در پشت سر گذاشتن این مرحله دچار ناکامی نشود در سلامت روانی و سازگاری آینده او نقش مهمی را ایفا می کند. هویت اجتماعی در افراد معلول عوامل مختلفی است که از عوامل فردی و شخصی گرفته تا مسایل سیاسی - اجتماعی، فکری، عقیدتی، و حتی مسائل روانی، اغلب هر گونه خللی که در یکی از ابعاد گفته شده در فرد ایجاد شود بر کل شخصیت او تاثیر می گذارد (گیدنز، ۱۳۷۳: ۲۵۴).

در تحقیق حاضر بنا بر استدلال فوق بر آن هستیم که تاثیر کامپیوتر (با تاکید بر اینترنت) بر هویت اجتماعی (هویت مذهبی، هویت خانوادگی و هویت فردی) دانش آموزان پسر و دختر دبیرستانهای منطقه ۱ آموزش و پرورش شهر اراک به عنوان جامعه آماری انتخاب نموده تا به این پرسش پاسخ

دهند؛ که استفاده از اینترنت چه تاثیری بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی دانش آموزان بر جا میگذارد؛

هدف تحقیق

بررسی تاثیر اینترنت بر روی هویت اجتماعی دانش آموزان پسر و دختر مقطع دبیرستانهای منطقه یک شهر اراک بوده است. اهداف به دو صورت کلی و اختصاصی در این زمینه مطرح می شود.

اهداف کلی

هدف کلی این پژوهش تعیین و مطالعه جنبه های مختلف تاثیر فن آوری های جدید از جمله اینترنت بر روی هویت اجتماعی جوانان شهر اراک می باشد.

چهار چوب نظری تحقیق

هویت اجتماعی

احساس تعلق و همبستگی به یک جامعه است به گونه ای که عضوی از یک جامعه از سایر جوامع متمایز باشد و فرد در مقابل معیارها و ارزشهای جامعه خود احساس تعهد و تکلیف کند و در امور مختلف آن مشارکت جوید، انتظارات جامعه را خود پاسخ دهد و در مواقع بحرانی، سرنوشت جامعه و غلبه بر بحران برای او مهم باشد. در جامعه امروزی عواملی چون صنعتی شدن، توسعه تکنولوژی، گسترش اقتصادی، سرمایه گذاری و توسعه ارتباطات و فرآورد های فرهنگی آن نه تنها زندگی مادی اقتصادی مردم بلکه چارچوب نمادین آنها را دگرگون میکند. دانشها، مهارتها، باورها، ارزشها، قواعد و رسوم اخلاقی و مذهبی پیوسته مورد سوال و تردید قرار می گیرند. در چنین شرایطی افراد به هویت نیاز دارند. از طریق هویت می توان از پیچیدگی و سرعت تغییرات کاست و به انسانها توانایی آن را بخشید که نظمی نسبی در زندگی خود و دنیای اطرافشان ایجاد کنند (تقی ایمانی، ۱۳۸۲: ۸۱).

«هویت اجتماعی» و «هویت جمعی» نیز قابل رویت است و منظور آن حوزه ای از حیات اجتماعی است که فرد خود را با ضمیر «ما» متعلق و منتسب بدان میدانند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می کند. این هویت جمعی را می توان در سطوحی مرتبط از کوچک و خاص به بزرگ و عام چون خویشاوندی، هم طایفگی، هم محلی، هم روستای، هم زبانی، هم شهری، هم مذهب، و هم نوع تقسیم بندی کرد (شمشیری، ۱۳۸۷: ۴۰).

هویت اجتماعی با معناداری سر کار دارد و همیشه موضوعی برای گفتگو یا نوآوری بوده است. بر این اساس ما میتوانیم هویتی پایدار داشته باشیم، بلکه در طول زمان هویت ها دگرگون میشود. از

این روست که هویت فرایندی دانسته میشود که نه تنها یگانه نیست بلکه هر فردی چندین هویت دارد. هویت را می توان به فردی و جمعی بخش بندی نمود . تفاوت عمده این دو در این است که نخستین بر تفاوتها و دومین بر هماننها تاکید دارد (مقدس، ۱۳۸۴: ۱۲).

ابعاد هویت اجتماعی

بنابر تعریف تاجفل سه بعد را برای هویت اجتماعی می توان تصور کرد: آگاهی، علقه، و آمادگی برای عمل و چنان که مشخص است این سه بعد بر روی هم نگرش شخصی را تشکیل می دهند.

لیکن نگرش درباره عضویت در گروه، به دیگر سخن در هویت اجتماعی سه بعد می توان سراغ کرد: نخست آگاهی بر حدودی از مشترکات گروهی است. در نتیجه به همان اندازه پیشینه و خاطرات مشترک جزء عناصر هویتی محسوب می شود که برای مثال زبان و یا حدودی از نمادها و نشان ها و معانی مشترک امروز و همان اندازه که سرنوشت مشترک بنابراین نخستین بعد هویت اجتماعی فراهم آوردنده آگاهی بر حدودی از اشتراک در عقاید و ویژگی های مشترک است تا خود را «ما» بشناسیم.

دومین بعد هویت اجتماعی گرایش مثبت، علاقه و جذب به درون گروه است که به درستی آن را اساس هویت نیز دانسته اند، به دیگر سخن، همدلی یا احساس تعلق مشترک خمیرمایه اصلی «ما» و فقدان حداقلی از آن به معنی اضمحلال «ما» به من ها محسوب می شود. منظور از وجه ارزشی و احساس هویت در تعریف تاجفل نیز همین علاقه و جذب به درون گروه است . که با نوعی احساس تعهد «رابطه ای» همراه است که سومین بعد هویت اجتماعی را شکل می دهد.

چنانچه اشاره شد سومین بعد هویت اجتماعی آمادگی برای عمل در یک زمینه رقابتی (اگر نه خصمانه) بین گروهی (طبیعتا به نفع گروه) است. و این مهم افزون بر احساس تعلق، نیازمند احساس تعهد است؛ زیرا تعهد نوعی احساس وظیفه به دیگران و فاداری به هنجارها، ارزشها، اهداف، انتظارات آنان است و چنانکه اشاره شد منشاء این تعهد (تعهد رابطه ای) چیزی نیست مگر علاقه و وابستگی و دلبستگی عاطفی. در واقع همین وابستگی عاطفی و روابط گرم است که باید اجتماع و هرگونه تعهد و احساس مسئولیت اجتماعی محسوب می شود (دوران، ۱۳۸۴: ۱۱۳-۱۲۲).

هویت جمعی و هویت اجتماعی

در بررسی مفهوم هویت می بینیم که گاهی اصطلاح «هویت جمعی» (identity collective) گاهی اصطلاح «هویت اجتماعی» (social identity) در منابع جامعه شناختی بکار برده شده است. از این رو این پرسش پیش می آید که آیا هویت جمعی با هویت اجتماعی متفاوت است؟ اما در پاسخ باید گفت که افراد در گروهها و اجتماعات هستند. بدین ترتیب در تعریف هویت اجتماعی از نظر «ریچارد جنکینز» می بینیم که او در پاسخ این سوال که چگونه می توانیم هویت اجتماعی را تعریف کنیم؟ می نویسد؛ حداقل این مفهوم به شیوه هایی اطلاق می شود که افراد و جماعتها (collectivities) در روابط اجتماعی از افراد دیگر و دیگر جماعت ها متمایز می نمایند. هویت اجتماعی اساس منظم و معنی داری است بین افراد و جماعتها بر مبنای روابط تشابه و تمایز. بنا بر این در تعریف «هویت اجتماعی» می بینیم که از عناصری چون «جماعت ها» و افراد استفاده شده است. اینکه هویت جمعی و هویت اجتماعی را دو مفهوم با مصادیق و عناصر مجزا و متفاوت تصور کردن درست نیست (کفاشی و همکاران، ۱۳۸۴: ۹۲-۹۳).

جورج هربرت مید

افکار مید درباره فراگرد تفکر، عمیقاً ریشه در جهت گیری رفتار گرایانه اش دارد. از این دیدگاه عامل تعیین کننده در فراگرد تفکر، توانایی برای پرهیز موقتی از کنش است. یعنی زمانی که یک محرک پیش می آید، آدمها خواه ناخواه و بی درنگ واکنش مطلوب از خودشان نشان نمی دهند. آنها پیش از عمل کردن در یک موقعیت، از طریق سبک و سنگین کردن راههای گوناگون در ذهن شان تصمیم می گیرند که چه عملی را باید انجام دهند. وجود این راههای گوناگون، اعمال گزینش هوشمندانه یا بازاندیشانه را از طریق اتخاذ یک نوع واکنش ممکن در برابر انواع واکنشها، امکانپذیر می سازد. همین امر به انسان این توانایی بی همتا را می بخشد که کنش خود را سازمان داده و آن را تحت نظارت داشته باشد (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۷۸).

شرح مید از چگونگی تکوین آگاهی خود، از طریق رشد تدریجی قدرت بازی کردن در نقش دیگران از کودکی و نگرستن به اعمال خود از زاویه دیگران، یکی از بزرگترین دستاوردهایش است. از دیدگاه، وی ارتباط انسانی زمانی امکان پذیر می شود که «نماد در یک شخص همان واکنشی را برانگیزد که او خود در دیگری برمی انگیزد» (کوزر، ۱۳۷۰: ۴۴۶).

مید؛ جامعه را اصولاً فرآیندی از تجربه اجتماعی و درکنش اجتماعی میدانند این فرآیند به عنوان کنش فردی و یا اجتماعی نشان دهنده روابط فردی و یا ساخت و یا سازمان اجتماعی جامعه میباشد. هرگاه در این فرآیند «من اجتماعی» مسلط باشد معنای اشیاء برای مردم نه توسط «من» بلکه تحت سلطه ی اجتماعی و جبر تاریخی فرهنگ، سنت و یا اموری عادی تعریف و مشخص می شود و مابا جوامع از نوع ساده و یا مکانیکی دورکیم روبرو هستیم که به دلیل تبعیت از سنن و آداب و رسوم جاری، تشابهات بر تفاضلات مسلط است، و بنابراین جامعه سنتی و یا جامعه من اجتماعی شکل می گیرد. ولی هرگاه روحیه «من» بر جامعه حاکم بود مردم درکنش متقابل اجتماعی، نه بر اساس باورها و الگوهای کهنه و یا جاری، بلکه بر اساس نوآوریهای جمعی، یا کنش اجتماعی در حال ساخت عمل می کنند. به همین دلیل جامعه به اشکال نوینی از تجربه اجتماعی دست می یابد. به نظر مید، مثل بقیه جامعه شناسان این دوره جوامع عصر سرمایه داری از نوع جوامع من هستند، که در آنها تغییرات سریعتر و گسترده تر دیده می شود، زیرا روحیه مسلط «من» و نه «من اجتماعی» است (تنهایی، ۱۳۸۴: ۴۳۹).

آنتونی گیدنز

گیدنز به پدیده هویت در جامعه جدید توجه کرده است. او در کتاب تجدید و تشخیص هویت را تعریف کرده است، و فرآیند تشکیل آنرا مطرح نموده است. در این کتاب بیشتر روی هویت شخصی بحث شده است. از نظر گیدنز: هویت شخصی شکل دهنده مسیری است که آدمی باید آن را طی مدتی که طول عمر نامیده می شود از لابه لای قرارگاههای نمادین ببیماید. در جریان زندگی هر کسی دارای زندگینامه ای است که بازتاب اطلاعات اجتماعی و روان شناختی موجود درباره شیوه زندگی اوست. فرد بر حسب این زندگی نامه زندگی می کند و مثلاً این سوالات را که چگونه باید زندگی کنیم؟ چه بخوریم؟ به کجا برویم؟ رانهایتاً از صافی هویت شخصی خود گذرانده و در معرض عام قرار می دهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۳۲).

«خود» به منزله تصویری بازتابی از خویشتن است که فرد مسئولیت آن را برعهده دارد. حقیقت وجود ما همان نیست که هستیم بلکه چیزی است که از خویشتن می سازیم این درست نیست که بگوییم «خود» کاملاً خالی از محتوا است زیرا فرآیندهای روان شناختی معین در شکل گیر «خود» ما دخیل اند و بعضی نیازهای روانی خاص نیز پارامترهای مشخصی برای تجدید سازمان «خود» بوجود

می‌آورند. بازتابندگی خود مداوم است و همه گیر، در هر لحظه، یادست کم در فواصل زمانی منظم، فرد باید بر حسب اتفاقاتی که افتاده است، به نوعی بازپرسی از خود مبادرت ورزد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۲۲). هویت شخصی را باید خلق کرد و تقریباً بطور مداوم آن را، با توجه به تجربیات گاه متناقض زندگی روزمره و گرایشهای تقطیع کننده نهادهای امروزی، مورد تنظیم و تجدید قرارداد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۱۶).

گیدنز از جمله صاحب نظران معاصر در حوزه جامعه شناختی، معتقد است که مدرنیته و مظاهر گوناگون آن از جمله شهرنشینی، پولی شدن معاملات، تجاری شدن، بهداشتی شدن و نظایر آن، موجب شده که هویت شخص دو شقه یا دو قطبی شود؛ هویت اجتماعی (من اجتماعی) و هویت انفرادی (من فردی) بدین سان با توجه به فرآیند پیدایش وجود فرد و با در نظر گرفتن ضرورت‌های مربوط به ارتباط و واقعیت زندگی جمعی و نیز بررسی تاریخ تحول گروه‌ها و تمدن‌های گوناگون، آشکار شده است که تکوین هویت جمعی نسبت به تکوین هویت انفرادی شده از نظر زمانی تقدم دارد (شمشیری، ۱۳۸۷: ۳۱).

آموزش از نظر گیدنز

اصطلاح مدرسه از یک واژه یونانی به معنای فراغت یا تفریح گرفته شده است. در جوامع ماقبل صنعتی، تعلیم و تربیت تنها در دسترس افراد معدودی بود که وقت و پول لازم برای دنبال کردن آن را داشتند. رهبران مذهبی یا کشیشان اغلب تنها گروه‌های باسواد بودند، که از دانش خود برای خواندن و تفسیر متون مقدس استفاده می کردند. برای اکثریت عظیم مردم، رشد بر مبنای یادگیری همان عادات اجتماعی و مهارت‌های خاص بزرگترهایشان از طریق سرمشق گرفتن و تقلید از آنها بود. کودکان معمولاً در سن بسیار پایینی شروع به کمک به کارهای خانه، مزرعه، و صنایع دستی می کردند. خواندن در زندگی روزانه آنها ضروری یا حتی سودمند نبود، دلیل دیگر این که چرا تنها عده کمی از توانایی خواندن بهره مند بودند این بود که همه متون را باید با زحمت بسیار با دست نوشت و نسخه برداری کرد، و بنابراین متون کمیاب و گران قیمت بود (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۴۸).

مذهب از نظر امیل دورکیم

دورکیم از جمله پیشگامان علم جامعه شناسی محسوب می شود، از جمله نخستین اندیشمندان است که دست به تفکیک هویت فردی و جمعی زده است. وی معتقد است که در درون انسان دو وجود («جمعی عام و فردی خاص») نهفته است (شمشیری، ۱۳۸۷: ۳۰).

دورکیم رابایدیکی از اندیشمندان فرانسوی بشمار آورد که به مسئله ازدست دادن ایمان اندیشیده بود. او میگفت که در گذشته، دین شیرازه جامعه بود؛ وسیله ای که مردم با آن از علایق گوناگون روزانه شان تا اندازه زیادی دست می کشیدند و به پرستش مشترک چیزهای مقدس روی میآوردند بدین سان، دین بارویگردان ساختن مردم از اشتغالهای مفید فایده در زندگی روزانه، یک نیروی به تمام معنی ضد فردگرا و برانگیزنده تعلق اشتراکی به هدفهای اخلاقی بود. نظریه او تاکید بر پدیده های دینی نه به عنوان مقوله های اجتماعی بود. «دین یک نظام یکپارچه عقاید و اعمال مربوط به چیزهای مقدس است»، یعنی همان که جدا از پدیده های عادی است و از محرومات به شمار می آید (ریترز، ۱۳۷۰: ۱۹۷).

اما گردین که یک نیروی عظیم پیونددهندگی است در آستانه مرگ افتد بیماریهای جامعه نوین که گرایش به از هم گسیختگی دارند را چگونه می توان درمان کرد. دورکیم در اینجا یکی از جسورانه ترین جهش های تحلیلی اش را انجام میدهد. دین نه تنها یک آفرینش اجتماعی است بلکه همان جامعه است که خصلت خدایی پیدا کرده است (ریترز، ۱۳۷۰: ۱۹۸).

دورکیم به روشن ساختن کارکردهای ویژه دین می پردازد و به توصیف صورتهای گوناگون مذهبی بسنده نمی کند. هاری آلپرژ و هوشگر دورکیمی، چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم به عنوان نیروهای اجتماعی بخش، انسجام بخش، حیات بخش، و خوشبختی طبقه بندی کرده است. آیین های مذهبی از طریق انضباط بر نفس و خویشتن داری، انسانها را برای زندگی اجتماعی آماده می سازند. تشریفات مذهبی مردم را گرد هم می آورد و بدین سان پیوندهای مشترکشان را دو باره تصدیق می کنند و در نتیجه همبستگی اجتماعی را تحکیم می بخشند. اجرای مراسم مذهبی، میراث گروه اجتماعی را بقاء و احیاء می کند و ارزشهای پایدار آن رابه نسلهای آینده انتقال میدهد. و سرانجام دین یک کارکرد خوشبختی بخش دارد. زیرا با برانگیختن احساس خوشبختی در مومنان و احساس اطمینان به حقانیت ضروری جهان اخلاقی ای که خودشان جزئی از آنند با احساس ناکامی و فقدان ایمان در آنها مقابله می کند.

دین در وسیعترین سطح، به عنوان یک نهاد اجتماعی، به گرفتاریهای وجودی انسان معنای خاصی می بخشد، زیرا افراد رابه قلمرو فردی ارزشهای متعالی وابسته می سازد، همان ارزشهایی که در نهایت امر ریشه در جامعه دارند (همان منبع: ۲۰۰).

پس افراد با اعتقاد به مذهب و دین احساس هدفمند بودن می کنند و تحمل سختیها برایشان آسان شده و حیات اجتماعی معنا دار میشود (در سطح فردی) و (در سطح اجتماعی) نیز این عامل وحدت و همبستگی و یا انتقال ارزشهای مذهبی به نسل های بعدی موجب حیات-دینی خاصی میگردد. دین یکی از موثرترین و دائمی ترین پدیده ها است که از دیر باز تا کنون در جوامع انسانی حضور داشته، بر افراد و همچنین تحولات فرهنگی و اجتماعی جوامع اثر گذاشته است. دورکیم اعتقاد دارد که همه ادیان شناخته شده اعم از ابتدایی و تاریخی در یک چیز مشترک اند و آن تقسیم جهان به دو بخش، بخش غیر مقدس و مقدس ساخته شده است. بخش مقدس مرکب است از مجموعه ای از چیزها، باورها و مراسم. هرگاه امور مقدس با هم روابطی از نوع همانگی یا تبعیت داشته باشد، به نحوی که تشکیل دستگاهی برخوردار از نوعی وحدت درونی و مستقل از هر دستگاه دیگری را بدهند در این صورت مجموعه ی باورها و مراسم مربوط به آنها، مذهبی را بوجود می آورند. پس مذهب مستلزم وجود امری مقدس، سپس سازمان یافتن باورهای مربوط به امر مقدس، و بالاخره، مستلزم مراسم و اعمال است که به نحوی کم و بیش منطقی مشتق از باورها هستند (آرون، ۱۳۷۲: ۳۷۶).

بدین ترتیب آیین های دینی با مقولات باورهای جمعی و اخلاقیات و نیز پیوند شرکت کنندگان به یکدیگر باعث همبستگی جامعه می شود. کارکرد دین در جامعه، یکپارچه کردن و انسجام آن است. دین نظامی است از تقویت متقابل باورها، آیین ها و نمادها. آنچه حائز اهمیت است خود باورهاست که باعث می شود افراد معتقد آیین ها را اجرا کرده و بدین ترتیب باورها و احساسات جمعی را که باعث همبستگی اجتماعی میشوند تقویت کنند (استونز، ۱۳۸۳: ۸۴).

نکته قابل توجه در تئوری دورکیم این است که کارکرد آگاهی جمعی نهایتاً به تأیید نیازهای جمعی می رسد، آگاهی به نوبه خود، نیازهای جمعی را تقویت میکند و نیازهای جمعی، باورهای اجتماعی را تحکیم می بخشد و آنها نیز قراردادهای جمعی را استوار میکند و قراردادهای جمعی آگاهی جمعی را شکل می دهد (تنهایی، ۱۳۸۷: ۴۹۳).

مطالعاتی که در کشورهای گوناگون انجام شده نشان میدهد که زمینه اجتماعی و خانوادگی عوامل مهم و موثر بر عملکرد تحصیلی بوده و بنابر این در (مشاغل) سطوح در آمدی بعدی بازتاب می یابند. اطلاعات درباره نیم میلیون دانش آموز گرد آوری شده، و یک رشته آزمونهایی نیز که تواناییهای کلامی و غیر کلامی، خواندن و مهارتهای ریاضی را ارزیابی می کرد؛ کلمن نتیجه گیری

کرد که منابع مادی فراهم شده در مدارس چندان تفاوتی در عملکرد آموزش به وجود نمی آورد، عامل تعیین کننده، زمینه اجتماعی و خانوادگی کودکان است. به گفته کلمن نابرابری که بوسیله خانه، محله، و محیط همالان به کودکان تحمیل می شوند انتقال می یابند و بعدا به صورت نابرابری درمی آیند که افراد در پایان مدرسه در زندگی بزرگسالی با آنها روبرو می شوند. اما شواهدی وجود داشت که دانش آموزان که از قشر های محروم بوده و دارای روابط نزدیک دوستی با دانش آموزان متعلق به گروه های مرفه تر بودند احتمال موفقیتشان در مدرسه بیشتر بود (گیدنز، ۱۳۸۷: ۴۵۴).

مایکل روتر

مطالعه ای که توسط مایکل روتر در لندن انجام شد. برخی یافته های کلمن مورد تأیید و برخی دیگر مورد انتقاد قرار گرفته اند. مایکل پیشرفت تحصیلی دانش آموزان پسر را در طول چندین سال مورد توجه قرار داد. نتایج بررسی نشان داد که مدارس در واقع بر پیشرفت تحصیلی کودکان تأثیر دارند. عواملی که زودتر آنها را حایز اهمیت می دانست تا اندازه زیادی در تحقیقات کلمن تحلیل نشده بودند: برای مثال، این عوامل شامل کیفیت کنش متقابل بین معلم و دانش آموز، جو همکاری و مراقبت میان معلمان و دانش آموزان و تدارک سازمان یافته مطالب درس بودند. مدارس که محیط عالی فراهم می کردند، همیشه از لحاظ منابع مادی یا ساختمان مجهز تر نبودند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۵۵).

دنیای امروز به ارتباط مستمر یا کنش متقابل میان مردمی که بسیار جدا از یکدیگرند وابسته است. اگر ما تا این اندازه به ارتباط از راه دور وابسته نبودیم، تعلیم و تربیت به صورت توده گیرانه ضروری بود و نه ممکن، در فرهنگ های قدیم سنتها در اجتماع محلی انتقال می یافت و اگرچه اندیشه های کلی فرهنگ به تدریج در مناطق وسیعی منتشر میگردید، فرآیندهای انتشار فرهنگی، طولانی، کند و ناپیوسته بود. امروزه، ما در کل جهان زندگی می کنیم، که از اوضاع و رویدادهای هزاران مایل دورتر آگاهیم. ارتباط الکترونیکی چنین آگاهی را تقریباً در هر لحظه فراهم می کند. تغییرات در انتشار اطلاعات، و در تکنولوژیهای اطلاعات، همانند هر جنبه تولید صنعتی بخشی از توسعه جوامع امروزی است. در قرن معاصر حمل نقل سریع تر و ارتباط الکترونیکی انتشار جهانی اطلاعات را بسیار شدت بخشیده اند (گیدنز، ۱۳۷۰: ۴۷۲).

فرضیه های تحقیق

- (۱) بین استفاده از اینترنت و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۴ (۱) بین استفاده از اینترنت و آموزش جوانان رابطه وجود دارد.
- ۴ (۱) بین استفاده از اینترنت و روابط خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد.
- ۴ (۱) بین استفاده از اینترنت و عقاید مذهبی جوانان رابطه وجود دارد.
- (۲) بین مدت زمان استفاده کاربران از اینترنت و هویت اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.
- (۳) بین زمینه میزان استفاده کاربران از اینترنت و هویت اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.
- (۴) بین زبان استفاده کاربران از اینترنت و هویت اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.
- (۵) بین مدت زمان آشنایی کاربران از اینترنت و هویت اجتماعی آنها رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

روش علی-مقایسه ای، نوعی از تحقیقات پیمایشی است که محقق با توجه به متغیر وابسته به بررسی علل اجتماعی وقوع آن می پردازد. از روش علی-مقایسه ای در تحقیقات علوم اجتماعی به جای روش های آزمایشی استفاده می شود. زیرا همانگونه که پیش تر نیز اشاره شد امکان کنترل و دستکاری متغیرها و پدیده های اجتماعی مشکل است. بنابر این محقق با کمک این روش به مطالعه روابطی که علاقمند است و امکان دستکاری آنها وجود ندارد می پردازد. پژوهشگر اطلاعات لازم برای بررسی علل وقوع یک حادثه را هنگامی جمع آوری می کند که آن حادثه رخ داده است و پژوهشگر هیچ گونه دخالت در بروز آن حادثه نداشته است. در این صورت او یک یا چند اثر (متغیر وابسته) را انتخاب می کند و با مطالعه شرایط و زمینه های قبلی در صدد جستجوی علل یا روابطی برای وقوع آن حادثه است (از کیا، ۱۳۸۲: ۳۵۰).

جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه دانش آموزان دبیرستانی نظری منطقه یک شهر اراک (شامل هنرستانها، دبیرستانهای شبانه روزی و دبیرستانهای فنی و حرفه ای نمی شود) اعم از دختر و پسر می باشند. که در ۳۵ دبیرستان دولتی روزانه مشغول به تحصیل می باشند. تعداد کل دانش آموزان دبیرستانهای منطقه یک شهر اراک ۱۶۲۵ نفر می باشد.

حجم نمونه

در این تحقیق با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۷۶ نفر به عنوان جمعیت نمونه انتخاب شدند. اما بنا بر پیشنهاد استاد راهنما، با در نظر گرفتن عدم برگشت تعدادی از پرسشنامه ها و یا نقص

داشتن در جواب آنها تعداد ۴۰۰ عدد پرسشنامه در اختیار دانش آموزانی قرار گرفت، که حداقل به مدت شش ماه با اینترنت در تماس بودند و محقق با حضور در جمع پاسخ دهندگان موارد لازم را به آنها توضیح داده است.

روایی پرسشنامه

در این روش پرسشنامه تهیه شده به تعداد هشت نفر از کارشناسان و مشورت بادبیران با سابقه علوم اجتماعی دانش آموزان ارائه گردید و از آنها خواسته می شود که در مورد توانایی پرسشنامه، (تاثیر اینترنت بر روی هویت اجتماعی دانش آموزان دبیرستانهای شهر اراک) اظهار نظر کنند. در پژوهش حاضر نیز از همین روش بهره گرفته شده است.

از کارشناسان خواسته شد به بهترین سوال در هر بخش مطابق فرضیات تحقیق امتیاز دهی نمایند، تا بر اساس میزان اهمیت هر سوال از دیدگاه آنان سوالات پرسشنامه استخراج گردد. بدیهی است سوالهای ۵ و ۱ امتیاز مناسبی را کسب نکردند، که بر همین اساس از پرسشنامه حذف شدند.

بعلاوه از کارشناسان خواسته شد که سوالهای دیگری را نیز که با مقتضیات تحقیق مناسب می دانند قید نمایند، نکته درخور توجه در این خصوص، ذکر مواردی از سوی تمامی خبرگان بود، این رخداد دقت نظر و علاقمندی این افراد را به موضوع بررسی آن میرساند.

نهایتاً بعد از منظور داشتن نظرات خبرگان به منظور تامین روائی ابزار گرد آوری داده ها، پرسشنامه نهایی با ۱۴ سوال بسته مرتبط با فرضیات تحقیق و ۱۱ سوال به منظور گروه بندی پاسخ دهندگان تنظیم گردید.

اعتبار

در این مفهوم ما برآنیم که ببینیم آیا این شاخصهایی که در تعریف عملی آورده ایم به معنای هویت اجتماعی می باشد یا خیر در این زمینه ما از اعتبار صوری استفاده می کنیم.

اعتبار صوری: منظور شناسایی اعتبار شاخصها یا معرفی پژوهش است از طریق مراجعه به داوران، برای این کار به متخصصان امور مربوطه مراجعه می کنیم (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۱۳۹). همانند روائی، روش های متعددی نیز برای محاسبه اعتبار یک پرسشنامه پوهشی وجود دارد، اما از بین این روشهای متعدد، روش آلفای کرونباخ بیشتر شناخته شده است و مورد استفاده قرار میگیرد. در این روش هر چه ضریب اعتبار به یک نزدیکتر باشد نشان دهنده اعتبار بیشتر پرسشنامه است.

همچنین بمنظور قوام یافتن اعتبار صوری پرسشنامه، پس از تدوین و تنظیم پرسشنامه، پس از تنظیم سئوال‌های چند تن از کارشناسان ارسال گردید و پس از حکم و اصلاح لازم واخذ نظر نهایی استاد راهنما و استاد مشاور و لحاظ نمودن نظرات ایشان در ارتباط با میزان سازگاری و پرسشنامه با اهداف تحقیق در اختیار پاسخ دهندگان قرار گرفت.

یافته های تحقیق

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب ترکیب سنی و جنسیت

جمع کل	سن		تعداد	جنسیت	جمع کل
	بین ۱۸ تا ۲۰ سال	بین ۱۷ تا ۱۵ سال			
۱۶۰	۶۴	۹۶		مرد	۱۶۰
%۱۰۰	%۴۰	%۶۰	درصد در جنسیت		
%۴۲/۱	%۵۹/۳	%۳۵/۳	درصد در رده سنی		
%۴۲/۱	%۱۶/۸	%۲۵/۳	درصد از	زن	۲۲۰
۲۲۰	۴۴	۱۷۶	تعداد		
%۱۰۰	%۲۰	%۸۰	درصد در جنسیت		
%۵۷/۹	%۴۰/۷	%۶۴/۷	درصد در رده سنی	کلی	۳۸۰
%۵۷/۹	%۱۱/۶	%۴۶/۳	درصد در از		
۳۸۰	۱۰۸	۲۷۲	تعداد		
%۱۰۰	%۲۸/۴	%۷۱/۶	درصد در جنسیت	کلی	۳۸۰
%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰	درصد در رده سنی		
%۱۰۰	%۲۸/۴	%۷۱/۶	درصد در کل		

مطابق جدول فوق ۳۸۰ نفر شامل ۱۶۰ پسر و ۲۲۰ دختر به پرسشنامه توزیع شده پاسخ داده اند. این تعداد به ترتیب ۴۲/۱٪ پسر و ۵۷/۹٪ دختر می باشد. از این تعداد ۲۷۲ نفر در رده سنی بین ۱۵ تا ۱۷ سال و ۱۰۸ نفر در رده سنی بین ۱۸ تا ۲۰ سال قرار دارند. که به ترتیب شامل ۷۱/۶٪ و ۲۸/۴٪ می باشند. همچنین در بین پاسخگویان پسر به این پرسشنامه ۶۰٪ در رده سنی ۱۵ تا ۱۷ سال و ۴۰٪ در رده سنی ۱۸ تا ۲۰ سال قرار دارند. همچنین این آمار در بین دختران ۸۰٪ به ۲۰٪ است.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب مدت زمان آشنایی با اینترنت

مدت زمان آشنایی	فراوانی	درصد فراوانی
شش ماه	۱۱۷	۳۰
دوازده ماه	۳۶	۹/۲
هجده ماه	۳۶	۹/۲
بیست و چهار ماه و بیشتر	۱۶۹	۴۳/۳
جمع	۳۵۸	۹۱/۸

از مجموع ۳۹۰ نفر ، ۳۲ نفر یعنی ۸/۲ درصد افراد به این سوال پاسخ نداده اند. در میان پاسخگویان به این سوال ۴۷/۲ درصد یعنی تقریباً نزدیک به نیمی از افراد سابقه آشنایی بیست و چهار ماه و بالاتر را با اینترنت دارا می باشند.

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب مکان استفاده اینترنت

مکان استفاده	فراوانی	درصد فراوانی
منزل	۳۱۳	۸۰/۳
کافی نت	۵۲	۱۳/۳
مدرسه	۲	۰/۵
غیره	۷	۱/۸
جمع	۳۷۴	۹۵/۹

با استناد به این پرسش به میزان (۸۳/۷ درصد) پاسخگویان در منزل و ۱۳/۹ از دانش آموزان در کافی نت از اینترنت استفاده می نمایند.

جدول شماره (۴) توزیع فراوانی پاسخ گویان بر مدت زمان استفاده از اینترنت در شبانه روز

مدت زمان	فراوانی	درصد فراوانی
یک تا دو ساعت	۲۸۲	۷۲/۳
سه تا چهار ساعت	۵۸	۱۴/۹
پنج تا شش ساعت	۱۲	۳/۱
بیشتر	۷	۱/۸
جمع	۳۵۹	۹۲/۱

بر این اساس (۸۷/۶ درصد) دانش آموزان پاسخگو زمانی بین یک تا دو ساعت در شبانه روز را صرف استفاده از اینترنت می نمایند.

تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان ۱۷۳

جدول شماره (۵) توزیع فراوانی پاسخ گویان بر زبان استفاده از اینترنت

زبان استفاده	فراوانی	درصد فراوانی
فارسی	۱۵۰	۳۸/۵
انگلیسی	۶۴	۱۶/۴
فارسی انگلیسی	۱۵۸	۴۰/۵
سایر زبانها	۷	۱/۸
جمع	۳۷۹	۹۷/۲

بر اساس جدول فوق (۳۹/۶ درصد) دانش آموزان از اینترنت به زبان فارسی و (۴۱/۷ درصد) دانش آموزان از زبان فارسی و انگلیسی در اینترنت استفاده مینمایند.

آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه شماره ۱: استفاده از اینترنت بر آموزش دانش آموزان موثر است

جدول شماره (۶) آزمون تی - یک طرفه تاثیر اینترنت بر آموزش دانش آموزان

فاصله اطمینان ۹۵٪		تفاوت میانگینها	حداقل سطح معناداری Sig	درجه آزادی df	آماره آزمون T	فرضیه ۱
کران بالا	کران پایین					
۰/۶۶۷۶	۰/۵۳۶۸	۰/۶۰۲۲	۰/۰۰۰	۳۸۸	۱۸/۱۱	

چون حداقل سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ است در سطح اطمینان ۹۵٪ پس دلیلی بر رد فرض H_0 مبنی بر تاثیر اینترنت بر آموزش دانش آموزان وجود ندارد. این موضوع از طریق فاصله اطمینان در سطح ۹۵٪ نیز قابل اثبات می باشد؛ بنابراین اینترنت در آموزش دانش آموزان موثر است.

فرضیه شماره ۲) استفاده از اینترنت بر روابط خانوادگی دانش آموزان موثر است

جدول شماره 7: آزمون تی - یک طرفه تاثیر اینترنت بر روابط خانوادگی دانش آموزان

فاصله اطمینان ۹۵٪		تفاوت میانگینها	حداقل سطح معناداری Sig	درجه آزادی df	آماره آزمون T	فرضیه ۲
کران بالا	کران پایین					
۰/۰۸۳۵	۰/۲۴۷۷	۰/۱۶۵۵	۰/۰۰۰	۳۸۸	۳/۹۶۴	

چون حداقل سطح معناداری کوچکتر از $0/05$ است در سطح اطمینان 95% فرض متوسط نمرات ارزشیابی با 3 ارد می شود. با توجه به منفی بودن کرانهای فاصله اطمینان داده شده در سطح 95% مشخص میگردد که از نظر دانش آموزان اینترنت بر روابط خانوادگی آنان تاثیر چندانی نداشته است. بنابراین اینترنت بر روابط خانوادگی دانش آموزان موثر نیست.

فرضیه شماره ۳) استفاده از اینترنت بر عقاید دینی دانش آموزان موثر است

جدول شماره ۸: آزمون تی - یک طرفه تاثیر اینترنت بر عقاید دینی دانش آموزان

فاصله اطمینان 95%		تفاوت میانگینها	حداقل سطح معناداری Sig	درجه آزادی df	آماره آزمون T	فرضیه ۳
کران بالا	کران پایین					
$0/0408$	$-/1177$	$0/285$	$0/340$	382	$-/955$	

چون حداقل سطح معناداری بزرگتر از $0/05$ است در سطح اطمینان 95% فرض H_0 مبنی بر برابری متوسط نمرات ارزشیابی با 3 ارد نمی شود. این موضوع از طریق فاصله اطمینان داده شده در سطح 95% نیز قابل اثبات است. بنابراین اینترنت بر اعتقادات دینی دانش آموزان تاثیر چندانی ندارد.

فرضیه شماره ۴) استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان موثر است

جدول شماره ۹: آزمون تی - یک طرفه تاثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان

فاصله اطمینان 95%		تفاوت میانگینها	حداقل سطح معناداری Sig	درجه آزادی df	آماره آزمون T	سوال تحقیق
کران بالا	کران پایین					
$0/1649$	$0/0542$	$0/1096$	$0/000$	381	$3/891$	

چون حداقل سطح معناداری بزرگتر از $0/05$ است در سطح اطمینان 95% فرض H_0 مبنی بر برابری متوسط نمرات ارزشیابی با 3 ارد می شود. این موضوع از طریق فاصله اطمینان داده شده در سطح 95% نیز قابل اثبات است. همچنین چون کرانهای فاصله اطمینان هر دو مثبت اند نتیجه میگیریم که استفاده از اینترنت بر روی هویت اجتماعی دانش آموزان شهر اراک موثر است.

تحلیل رگرسیونی چند گانه

در تحلیل رگرسیونی چند گانه، سهم تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بدون لحاظ کردن تقدم و تأخر در بین آنها مشخص می گردد. به منظور تشریح و تحلیل رگرسیون چند متغیره

تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان ۱۷۵

و دستیابی به مدل رگرسیونی هویت اجتماعی کاربران، ابتدا باید متغیرهایی که قرار است وارد معادله رگرسیونی شوند، مشخص نمود. به همین جهت تمامی متغیرهای مستقل به روش Enter انتخاب شده و در یک دستور رگرسیونی برای دستیابی به معادله نهایی، مورد استفاده قرار گرفت است. جدول (۳) مدل رگرسیونی چند متغیره هویت اجتماعی کاربران را نشان می دهد. همچنین شاخص ها و آماره های تحلیل رگرسیونی را مشخص است

جدول شماره (۱۰) مدل رگرسیونی چند متغیره هویت اجتماعی کاربران

متغیرهایی که وارد معادله شده اند					
سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۶/۸۶۵	+۰/۳۲	۰/۵۹۲	۴/۶۲۱	مدت استفاده کاربران از اینترنت
۰/۰۰۰	۴/۹۴۲	+۰/۱۸	۰/۲۶۸	۱/۳۰۱	زمینه استفاده کاربران از اینترنت
۰/۰۰۰	۵/۷۵۴	+۰/۱۹	۰/۳۵۹	۱/۶۳۸	مدت زمان آشنایی کاربران از اینترنت
۰/۰۰۰	۶/۶۸۱	+۰/۲۶	۰/۱۶۹	۱/۴۲۳	زبان استفاده کاربران از اینترنت
	۰/۰۰۰	۳۸/۱۲۱	- ۵/۴۹۹	۱۶۹/۷۴۲	عرض از مبدأ (Constant)

۰/۴۸	ضریب همبستگی چند گانه:
۰/۲۶	ضریب تعیین:
۰/۲۴	ضریب تعیین تصحیح شده (واقعی):
۲۴/۶۲	انحراف معیار:

همان گونه که در جدول شماره ۱۰ ملاحظه می شود، ضریب همبستگی چند گانه^۱، ضریب تعیین^۲ مساوی $R^2 = 0.26$ می باشد و بیانگر این مطلب است که تقریباً ۲۶ درصد از واریانس و تغییرات هویت اجتماعی کاربران توسط متغیرهای موجود در معادله تبیین می شود. با توجه به اینکه در روش Enter یا هر روش دیگر انتخاب متغیرها، به ازای افزایش یک متغیر مستقل، مقدار R^2 نیز افزایش پیدا می کند، برای رفع این محدودیت از ضریب تعیین تصحیح شده^۳ استفاده می شود، بدین ترتیب به صورت واقعی و تصحیح شده ۲۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق (هویت اجتماعی کاربران) توسط متغیرهای مستقل تبیین و پیش بینی می شود و ۷۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مربوط به واریانس باقیمانده است که به علت تأثیر عوامل و متغیرهای بیرونی و ناشناخته پدید آمده است. آماره های موجود در جدول شماره ۱۱ مبین این واقعیت است که متغیر مدت استفاده کاربران از اینترنت با بتای $+0.32$ ؛ زمینه استفاده کاربران از اینترنت با بتای

۱۹+ و متغیر زبان استفاده کاربران از اینترنت با بتای ۲۶+ ؛ مدت زمان آشنایی کاربران از اینترنت با بتای ۱۹+ از تأثیر گذاری معنادار بر هویت اجتماعی کاربران برخوردار می باشند.

بحث و نتیجه گیری

یافته ها نشان می دهند تعداد ۳۸۰ نفر شامل ۱۶۰ پسر ۲۲۰ دختر که به ترتیب (۴۲/۱ درصد) پسر (۵۷/۹ درصد) دختر جامعه آماری ما را تشکیل می دهند.

بر اساس نتایج بدست آمده، ۲۷۲ نفر در رده سنی بین ۱۵ تا ۱۷ سال و ۱۰۸ نفر در رده سنی ۱۸ تا ۲۰ سال قرار دارند، که به ترتیب (۷۱/۶ درصد) و (۲۸/۴ درصد) می باشد.

از تعداد ۳۸۷ نفر که به این گویه پاسخ گفته اند تعداد ۱۲۷ نفر (۳۲/۸ درصد) پدران دارای تحصیلات فوق دیپلم، لیسانس و بالاتر و ۱۳۰ نفر (۳۳ درصد) و زیر دیپلم هستند.

بر اساس یافته ها تعداد ۵۸ نفر (۱۵ درصد) مادران، دانش آموزان فقط دارای مدرک فوق دیپلم، لیسانس و بالاتر هستند و ۱۶۷ نفر (۴۳ درصد) زیر دیپلم و تعداد ۲۷ نفر (۷ درصد) بیسواد هستند.

بر اساس یافته های موجود تعداد ۳۲ نفر یعنی (۸/۲ درصد) به این سوال پاسخ نداده اند، و تعداد ۱۶۹ نفر (۴۷/۲ درصد) به مدت دو سال با اینترنت آشنایی پیدا نموده اند.

یافته نشان می دهد که تعداد ۳۱۳ نفر (۸۳/۷ درصد) دانش آموزان از اینترنت در منزل استفاده میکنند و ۵۲ نفر (۱۳/۹ درصد) در کافی نت ها.

یافته ها نشان دهنده آن است که تعداد ۳۵۹ نفر از دانش آموزان به این سوال پاسخ دادند ۲۸۲ نفر (۷۸/۶ درصد) بین ۱ الی ۲ ساعت از اینترنت استفاده می کردند و تعداد ۱۲ نفر (۳/۳ درصد) بین ۶ تا ۵ ساعت از وقت خود را با اینترنت صرف می کردند.

نتایج دهنده آن است که از تعداد ۳۷۹ نفر پاسخ دهنده به این گویه تعداد ۱۵۸ نفر (۴۷/۷ درصد) استفاده کنندگان از اینترنت از زبانهای فارسی -انگلیسی و تعداد ۱۵۰ نفر

(۳۹/۶ درصد) از زبان فارسی استفاده می کنند. یکی از مواردی که باید در بحث پیامدهای وسایل الکترونیکی از جمله اینترنت باید آن را جدا از مباحث دیگر فرهنگی بطور مجزا مد نظر قرار داد، زبان است. در اینترنت، غالباً زبان انگلیسی سلطه دارد و می خواهد خود را به همه (فرهنگ ها) کشور از جمله ایران تحمیل کند. نفوذ و گسترش زبان انگلیسی از طریق اینترنت در جای خود میتواند مهمترین تهدید علیه زبان فارسی قلمداد شود.

تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان ۱۷۷

یافته های نشان دهنده آن است تعداد ۱۷۷ نفر (۴۷/۶ درصد) از دانش آموزان از اینترنت به عنوان گذران اوقات فراغت؛ تعداد ۱۲۰ نفر (۲۳/۳ درصد) جهت کمک درسی و ۶۱ نفر (۶۱/۴ درصد) جهت کسب خبر از اینترنت استفاده می کنند.

یافته ها نشان می دهند که تعداد ۱۹۸ نفر (۵۳/۱ درصد) از دانش آموزان به روش خودآموزی و ۴۹ نفر (۱۳/۱ درصد) از روش آزمون و خطا و فقط (۷/۸ درصد) با شرکت در کلاسهای و دورههای آموزشی اینترنت را یاد گرفته اند. از آموزش بعنوان یک کالا سرمایه ای نام برده میشود که در مقاطع زمانی در روند رویه رشد هویت اجتماعی دانش آموزان موثر خواهد بود.

در یک جمع بندی نهایی از تحقیق می توان بیان داشت که بحث در باره هویت سابقه دیرینه ای دارد از قدیم الایام نیز مطرح بوده است. در جهان اسلام نیز خود شناسی مقدمه ای برای شناخت ذات سرمدی به شمار رفته است که این امر نشان از اهمیت خود شناسی و شناخت هویت است. هویت اجتماعی به معنای احساس تعلق و همبستگی با یک جامعه است و فرد در برابر ارزشها، هنجارها و سنتها جامعه خود احساس تعهد و تکلیف می کند. در جوامع امروزی، با رشد توسعه تکنولوژی روبرو هستیم؛ گسترش ارتباطات نه تنها زندگی مادی را نیز دچار تغییر و تحول ساخته است بلکه جنبه های معنوی انسانها مدام در حال سوال و تردید می باشد، و تنها از طریق هویت است که می توان انسان را از سردرگمی و ابهام رهایی بخشید و به زندگی او دو باره نظم نسبی عطا کرد.

امروزه به دلیل رشد و گسترش تکنولوژی ارتباطی از جمله اینترنت مرزهای هویتی تا حدی تحت تاثیر قرار گرفته اند. این مسئله را به وضوح می توان در جامعه امروزی در بین جوانان مشاهده کرد. سبک و نوع لباس پوشیدن، انتخاب نوع لباس، آرایش سر و صورت، بکارگیری کلمات و اصطلاحات و نوع موسیقی را میتوان به آن اشاره کرد. اینترنت به عنوان یک رسانه، نسبت به رسانه های سنتی از جمله روزنامه، رادیو... دارای کارکرد چند بعدی است و به علل همین چند بعدی (صوت، تصویر، صدا، ارسال و دریافت اطلاعات) بودن در بین جوانان از اهمیت و جذابیت بیشتری نسبت به رسانه های دیگر برخوردار گشته است. وارد شدن جوانان به دنیای مجازی یعنی ارتباط با کل جهان با انواع گرایشها عقاید، موضوعات و مسائل دینی و غیر دینی، جنسی و غیر جنسی مواجهه خواهند گردید؛ از آنجائیکه تحول و دگرگونی از ویژگیهای خاص این رسانه می باشد و این تغییرات به نوبه خود بر روی افکار جوانان تاثیر گذار خواهد بود. لذا در این

پژوهش بیشتر مخاطبان استفاده از اینترنت را در افزایش آگاهی و اطلاعات مهم تلقی نموده، زیرا یکی از ویژگیهای بارز جوامع امروزی تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی است و خصوصیات هر نسل با پیشرفت تکنولوژی و صنعت تغییر یافته است، و خرد فرهنگ خاص خود را جایگزین آن می کند و به همین دلیل در استفاده از اینترنت ابتدا آموزش مقدم بر بهره برداری می باشد که بیشتر پاسخگویان نحوه استفاده از اینترنت را بدون گذراندن دوره آموزشی و از طریق دوستان و روش آزمون و خطا فرا گرفته اند، که وارد شدن نوجوانان در این فضا بدون آگاهی و تجربه و هیچ کنترلی احتمال آسیب و بحران هویتی در آنها وجود دارد.

اگر چه رسانه های همانند تلویزیون باعث گرد آوری افراد خانواده به منظور استفاده از برنامه های آن می شود و در فرصتهای مقتضی افراد نسبت به موضوع برنامه یا مسائلی با یکدیگر به تعامل می پردازند و به گفته " جرج هربرت مید " یک من اجتماعی در بین اعضا خانواده حاکم بوده، ولی اینترنت بر خلاف رسانه های دیگر بیشتر به صورت فردی مورد بهره برداری قرار می گیرد، اعضا خانواده فقط در یک فضای فیزیکی مشترک خانوادگی قرار گرفته اند و هر فردی در دنیای خود سیر میکند و بیشتر من فاعلی غالب گشته است. افراد وارد دنیای مجازی شده، بدون هیچگونه شناخت واقعی از طرف مقابل، با آنها در ارتباط می باشد. اگر در گذشته ارتباط بیشتر با نزدیکان بوده و از لحاظ فضای دایره گسترده ای را شامل نمی گشت ولی امروزه اشخاص با وارد شدن به دنیا سایبر با آن طرف جهان که فرسنگها فاصله دارند ارتباط برقرار کرده و بعد زمانی و مکانی را از بین برده اند.

با توجه به بعد و گستردگی این رسانه، دانش آموزان نقش آن را در گسترش و اشاعه عقاید مذهبی موثر دانسته اند، که این امر باعث آشنای بیشتر افراد نسبت به مراسم مذهبی و ارزشهای دینی در داخل؛ و از جانب دیگر دسترسی در جهت رفع نیازهای مذهبی بر افراد آسان گردیده است. اگر چه تعدادی استفاده از اینترنت را باعث سست شدن عقاید ملی_ مذهبی دانسته اند، اما این نکته شایان ذکر است که در شرایط کنونی اطلاع رسانی در حوزه دین نیز گوی مانند فرآوردهای معنوی دیگر به عنوان تابعی از گسترش قدرتمندانه فناوری مطرح است. بنا بر این دین داران و معنویت ناگزیر از استفاده از این وسیله در شرایط کنونی می باشند.

بنابر این دانش آموزانی که در این پژوهش به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شده اند تاثیر اینترنت را بر آموزش (افزایش باورها، انتخاب نوع و مدل لباس و سر و صورت، شیوهای بهتر زندگی کردن

تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش آموزان ۱۷۹

(موثر دانسته اند و بر عکس تاثیر اینترنت را بر روی روابط خانوادگی (اعتیاد اینترنتی ، کاهش توجه به والدین ، کاهش مشورتها و گفتگوها) خیلی کم موثر دانسته اند . پرسش شوندگان تاثیر اینترنت را بر عقاید مذهبی (درنشر عقاید ، گرایش جوانان به مراسمهای مذهبی و ارزشهای دینی) موثر دانسته اند .

پی نوشتها

1-Multiple Correlation R
2-R Square

3-Adjusted R Square

منابع

- آرون ، ریمون (۱۳۷۰). **مراحل اساسی در جامعه شناسی**. ترجمه باقر پرهام . تهران: شرکت سهامی، استونز، رابرت (۱۳۷۹). **متفکران بزرگ جامعه شناسی**. تهران: نشر مرکز،
الن، بیرو (۱۳۶۶). **فرهنگ علوم اجتماعی**. ترجمه باقر سارو خانی. تهران: کیهان،
ازکیا ،مصطفی (۱۳۸۲). **روشهای کاربردی تحقیق**. تهران: کیهان،
تنهائی ،حسین ابوالحسن (۱۳۸۲). **در آمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی**. تهران: نشر مرنديز،
ربانی ،جعفر (۱۳۸۱). **هویت ملی**. تهران: انتشارات اولیاء و مریبان ، چاپ اول،
ریترز ، جورج (۱۳۷۴). **نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی،
عمید ،حسن (۱۳۷۴). **فرهنگ عمید**. تهران: انتشارات امیرکبیر ، چاپ دوم،
ساروخانی ،باقر (۱۳۷۱). **روشهای تحقیق در علوم اجتماعی**. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
ساروخانی ،باقر، (۱۳۶۷). **جامعه شناسی ارتباطات**. تهران: اطلاعات،
شریعی ،علی (۱۳۵۶). **بازگشت به خویشین و نیازهای انسان امروز**. تهران: انتشارات پرتو،
شمشیری ،بابک (۱۳۸۷). **در آمدی بر هویت ملی**. شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز،
شرفی ،محمد رضا (۱۳۸۰). **جوانان و بحران هویت**. تهران: انتشارات سروش،
کاستلز ،امانوئل (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات : اقتصاد جامعه و فرهنگ قدرت هویت**. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: طرح نو،
کوزر، لوئیس (۱۳۷۰). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی**. ترجمه محسن ثلاثی. [تهران]: چاپ مهارت،
کفاشی، مجید و سروش فتحی، جعفر ابراهیمی میتق (۱۳۸۴). "جامعه شناسی هویت (آرای کلاسیک و معاصر)". **فصلنامه علوم اجتماعی** خلخال. سال دوم . شماره ۶.
گیدنز آنتونی (۱۳۷۳). **جامعه شناسی**. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی،
گیدنز ،آنتونی (۱۳۸۵). **تجدید و تشخیص جامعه و هویت شخص در عصر جدید**. [تهران]: نشر فرنگار رنگ ، چاپ اول