

اینترنت و هویت اجتماعی

دکتر فرزاد نوابخش^۱، رسول خادم^۲، هاشم آرام^۳

چکیده

هویت اجتماعی بیش از هر گروهی برای جوانان به دلیل اینکه این مرحله از زندگی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی می باشد، مسئله‌ساز است. در این زمینه یکی از پدیده‌های انکار نشدنی در جهان و از جمله کشور ما، گسترش روزافزون کاربرد کامپیوتر از سوی جوانان است. به نظر می رسد که گسترش فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی و شبکه های ماهواره‌ای، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد کافی‌نت‌ها و کلپ‌های مختلف در منطقه و رشد شهرنشینی از پدیده‌های اخیر هستند که به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر گشته و تغییرات هویتی، به‌ویژه برای جوانان شهرنشین این منطقه ایجاد کرده باشد. این تحقیق با این فرض که اینترنت بر تمام ابعاد هویتی جوانان تأثیرگذار است، سعی در بررسی و شناخت این موضوع دارد. روش تحقیق پیمایش و ابزار استفاده شده پرسشنامه بوده که جهت مطالعه جوانان پسر بین ۱۵ تا ۲۹ سال شهر خلخال، بوسیله فرمول کوکران حجم نمونه ای به میزان ۳۶۴ نفر با توجه به شیوه نمونه گیری خوشه ای انتخاب شد. شیوه تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات بدست آمده در سطح آمار استنباطی (آزمون فرضیات) با توجه به آماره های متناسب پارامتریک و ناپارامتریک صورت پذیرفته است. یافته ها نشان می دهد میزان استفاده از اینترنت بر ابعاد هویتی (هویت فردی، هویت گروهی، هویت ملی و هویت خانوادگی) اثر می گذارد و تنها اثر معنی داری بر هویت دینی ندارد. همچنین پایگاه اجتماعی و اقتصادی استفاده کنندگان از اینترنت بر هویت فردی، هویت خانوادگی اثر می گذارد و بالا رفتن پایگاه موجب بالارفتن حس تعلقات فردی و خانوادگی می شود و بالعکس بالا رفتن پایگاه موجب پایین آمدن تعلقات دینی و جنسیتی می شود. نتایج کلی این تحقیق نشان می دهد استفاده از اینترنت تعلقات فردی (هویت فردی) جوانان را تقویت می کند و در مقابل تعلقات جمعی (هویت خانوادگی، گروهی و ملی) را تضعیف می کند و این امر به منزله یک مسأله اجتماعی است که زمینه ساز بحران هویتی جوانان می شود.

کلیدواژه ها: هویت، هویت اجتماعی، اینترنت، جوانان،

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۲/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۳/۱۹

^۱ استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، اراک.

^۲ هیأت علمی گروه جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، تهران شرق. *E-mail: Rasoulkhadem@yahoo.com*

^۳ دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، علوم و تحقیقات، تهران، ایران. *E-mail: hashem.aram@gmail.com*

بیان مسئله

در جوامع پیش از مدرن فرد به واسطه قدرت و اقتدار سنت‌ها و ساختارهای درون‌ملی، هویت می‌یافت و مکان و سرزمین با تقویت مرزهای طبیعی، اجتماعی و فرهنگی، هویت‌سازی را نه تنها آسان‌تر می‌ساخت، بلکه با تأمین نیاز به تداوم داشتن و پایدار بودن، از این لحاظ هم منبعی مهم در تأمین هویت به شمار می‌رفت. اما با شکل‌گیری، رشد و گسترش تجدد (مدرنیته) و جهانی‌شدن، به واسطه اقتدار و پیشرفت شگفت‌آور فناوری‌های نوین ارتباطی، روند گسست مکان (سرزمین، سنت‌ها و ساختارهای داخلی) و فضا را شتاب می‌بخشد و رشته‌های پیوند دهنده فضای اجتماعی با مکان و سرزمین معین را بیش از پیش پاره می‌کند. بدین ترتیب امر اجتماعی از دایره تنگ و محدود مکان‌رهایی می‌یابد و در فضای بسیار فراخ، گسترش می‌یابد. در این فرآیند، همان‌گونه که فضا بستر را نابود می‌کند، زمان نیز تداوم را از بین می‌برد. تحت تأثیر این فرآیند، زمان چنان فشرده می‌شود که دیگر نمی‌تواند در خدمت هویت‌یابی خاص قرار بگیرد و نظم سنتی مبتنی بر مکان‌های انحصاری و تداوم‌های معنابخش و هویت‌ساز نابود می‌شود و زمینه بحران هویت، از خود بیگانگی و عدم انسجام اجتماعی پیش می‌آید (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۱۹-۱۳۳).

اینترنت و ارتباطات کامپیوتری مبتنی بر آن، به منزله یکی از مهمترین دستاوردهای انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی، در آغاز هزاره سوم، ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است. تاکنون حضور فیزیکی، وجه‌میزه تعامل و رابطه محسوب می‌شد، ولی در ارتباطات کامپیوتری، طرفین رابطه بدون اینکه همدیگر را ببینند در فضایی به اصطلاح مجازی، با هزینه‌ای نسبتاً کم‌تر به تعامل می‌پردازند. اینترنت از طریق دو ویژگی که دارد بر هویت اجتماعی تأثیر دارد: یکی اینکه با درهم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی تشابه و تفاوت، بیشترین تأثیر را بر هویت‌های اجتماعی می‌گذارد و دیگر آنکه گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات کامپیوتری امری ممکن و معمول است، به روشنی و اهمیت مرزبندی گروهی و در نتیجه معنای هویت اجتماعی تأثیر دارد (دوران، ۱۳۸۱؛ محسنی تبریزی و هاشمی، ۱۳۹۰).

اما هویت اجتماعی بیش از هر گروهی، برای جوانان به دلیل اینکه این مرحله از زندگی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی می‌باشد، مسئله‌ساز است. در این زمینه یکی از پدیده‌های انکار نشدنی در جهان و از جمله کشور ما، گسترش روزافزون کاربرد کامپیوتر از سوی جوانان است. در این زمینه نتیجه تحقیق بیابانگرد (۱۳۸۷) نشان می‌دهد که بیشتر استفاده‌کنندگان از اینترنت جوانان هستند و ۳۵ درصد آنان به خاطر حضور در چت‌روم، ۲۸ درصد برای بازی‌های اینترنتی، ۳۰ درصد به منظور چک کردن پست الکترونیکی و ۲۵ درصد نیز به دلیل جستجو در شبکه‌های جهانی هستند (اکبری و اکبری، ۱۳۹۰: ۱۵۸؛ نوابخش و همکاران، ۱۳۹۱).

طبق گزارش‌های خبرگزاری مهر در سال (۱۳۹۱) آخرین بررسی‌ها از وضعیت شبکه مخابراتی کشور نشان می‌دهد که بالغ بر ۲۸/۵ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود دارد و ۳۳۴ دانشگاه نیز از طریق فیبر نوری به اینترنت دسترسی دارند. همچنین در زمینه ارائه خدمات اینترنتی باید گفت که ۱۱۵۴ شهر متصل به شبکه دیتا شده و تعداد کاربران اینترنت نیز با محاسبه کاربران اینترنت کم‌سرعت دایل‌آپ و پرسرعت حدود ۲۸/۵ میلیون نفر تخمین زده می‌شود (خبرگزاری مهر ۹۱/۲/۱۸). همچنین در آمار متناقض دیگری از سازمان داده‌ها و آمار اینترنت ذکر شده است که ایران با داشتن ۳۳ میلیون و ۲۰۰ هزار کاربر که معادل ۴۳ درصد جمعیت ۷۷ میلیونی ایران هستند مقام سیزدهم تعداد کاربران اینترنتی در جهان را به خود اختصاص داده است و جزو بیست کشوری است که کاربران اینترنتی زیادی دارند (مرادی، ۱۳۹۰).

این اقبال به اینترنت از سوی جوانان می‌تواند به رشد مهارت‌های مختلف یادگیری، مهارت تعامل با فرهنگ‌های مختلف، پردازش دانش و به‌کارگیری آن در قلمروهای زندگی و اجتماعی، گسترش ظرفیت‌های فرد برای فعلیت بخشیدن به هویت شخصی خود، سامان ذهنیت‌ها، تحکم پیوندها و انسجام اجتماعی و خلق هویت‌های نوین منجر شود و از سوی دیگر به تنش‌های هویتی در جامعه، تقویت هویت فرهنگ متقابل، بیگانگی و عدم توانایی در ایجاد ارتباط با واقعیت دامن بزند. به هر حال باید از اندیشه‌های

جبرگرایانه و منفی دور کرد و در این میان آنچه اهمیت دارد، نحوه استفاده از اینترنت به خصوص در کشورمان و در شهر خلخال می‌باشد و مفید و بالنده بودن آن یا مضر بودن آن به ظرفیت‌های فکری و قابلیت تصمیم‌گیری کنشگران و افرادی بستگی دارد که اطلاعات دریافتی را سامان‌دهی و پردازش می‌کنند. شهر خلخال نیز از جمله مناطقی است که در معرض تغییرات قرار گرفته است. شهر خلخال نیز جزء مناطقی است که استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اینترنت در آن گسترش یافته است و فناوری‌های اطلاعاتی و شبکه‌های ماهواره‌ای، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد کافی‌نت‌ها و کلوب‌های مختلف در منطقه و رشد شهرنشینی از پدیده‌های اخیر هستند که در سطح شهر مشهودند. در این زمینه مطابق آمارهای مخابرات و شرکت‌های سرویس دهنده خدمات اینترنت شهر خلخال حدود ۲۰۰۰ نفر از خدمات اینترنت پرسرعت "ای دی اس ال"، ۱۰۰ نفر "وایرلس بی سیم" استفاده می‌کنند، بقیه افراد از خدمات اینترنتی "دایل آپ" استفاده می‌کنند که پیش‌بینی تعداد آن‌ها بیش از اینترنت پرسرعت باشد. همچنین تعداد ۱۰ مرکز ارائه خدمات اینترنتی کافی‌نت، ۶ مرکز گیم‌نت، ۵ مرکز خدمات اینترنتی و پشتیبانی "آی اس پی" در سطح شهر فعالیت می‌کنند. این تحولات به نظر می‌رسد تغییرات عمده‌ای را در خلق ارزش‌های جدید و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی و تغییرات هویتی به ویژه جوانان ایجاد کرده باشد. سؤالی که در این شرایط مطرح می‌شود، اینست که استفاده از اینترنت چه تأثیراتی بر ابعاد مختلف هویت اجتماعی جوانان برجای گذاشته است.

به نظر می‌رسد که گسترش فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی و شبکه‌ای ماهواره‌ای، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد کافی‌نت‌ها و کلوب‌های مختلف در منطقه و رشد شهرنشینی از پدیده‌های اخیر هستند که به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر گشته و تغییرات هویتی، به ویژه جوانان شهرنشین این منطقه ایجاد کرده باشد. با توجه به اهمیت موضوع سوال اصلی این تحقیق عبارت است از؛ آیا اینترنت بر هویت اجتماعی جوانان شهر خلخال تأثیر دارد؟

اهداف تحقیق

- بررسی وضعیت هویت اجتماعی جوانان شهر خلخال
- بررسی تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی جوانان شهر خلخال

ملاحظات نظری

در توصیف اینترنت و بیان ویژگی‌ها و اهمیت آن از مفاهیمی مانند شبکه شبکه‌ها، تار عنکبوت الکترونیک، فضای مجازی، فضای سبیرنتیک و... نیز استفاده شده است. اما اگر نامگذاری‌ها متفاوت است همه در این نکته توافق دارند که اینترنت انقلابی با همان درجه از اهمیت چاپ، تلفن و تلویزیون است و هیچ کس نمی‌تواند در جهان معاصر موجودیت آن را نادیده بگیرد. اینترنت عکس‌العمل‌های متعددی را در دنیای رسانه‌ها ایجاد کرده است. و به این اعتبار در گروه بزرگراه‌های اطلاعاتی در مقام اول قرار گرفته است و غول «انفورماتیکی شدن جامعه» تلقی شده است و منشأ تغییراتی در قلمرو فرهنگ در مفهوم عام آن بوده است (محسنی، ۱۳۸۰: ۷۲).

اینترنت گروهی متشکل از هزاران شبکه‌ای است که مجموعه پروتکل (مقاله‌نامه) واحدی استفاده می‌کنند و در جهت عرضه مجموعه اطلاعاتی واحدی به کاربران یا مشتریان خود مشارکت دارند. اینترنت را از نظر جامعه‌شناسی می‌توان یک سیستم (نظام) دانست و یا به تعبیری دیگر مدخلی بر «جامعه الکترونیک» جامعه‌ای که از عناصر اصلی سیستم اینترنت یعنی تولیدکنندگان (سایت‌ها یا شبکه‌های مرتبط) واسطه‌ها (توزیع‌کننده‌ها) و مصرف‌کنندگان (کاربران) تشکیل شده است. نکته مهم اینست که تعداد شهروندان این جامعه بدون گذرنامه الکترونیک نیز همواره رو به افزایش است و جمعیت آن هر ساله دو برابر می‌شود. جامعه‌ای که سرشماری پذیر هم نیست. اینترنت یک بانک اطلاعاتی نیست، بلکه گسترده‌ترین و با اهمیت‌ترین شبکه کامپیوتری جهان است و شاید نمونه‌ای اولیه از بزرگراه‌های اطلاعاتی ربع اول قرن بیست و یکم باشد. اینترنت در حکم مخزنی از اطلاعات خوب و بد، زشت و زیبا، اخلاقی و غیراخلاقی می‌تواند تلقی شود. البته مسأله در این است که مرزهای میان این صفات دوگانه را جامعه‌های

مختلف چگونه تعریف کنند. با اتصال به شبکه اینترنت می‌توان با دیگران رابطه برقرار کرد، از اطلاعات علمی، فنی، سیاسی، ادبی، تاریخی و... بهره‌مند شد. به درون اوراق غیرقابل دسترس‌ترین کتاب‌ها نفوذ کرد، فیلم یا نوار ویدئویی مورد علاقه خود را تماشا کرد، برای عده زیادی در زمان بسیار کوتاه نامه ارسال کرد، از برنامه‌های رادیو و تلویزیونی مورد علاقه استفاده کرد، فعالیت‌های علمی و پژوهشی انجام داد، به آموزش خود در رشته‌های مختلف پرداخت، از فروشگاه‌های بزرگ کالاهای مورد علاقه را خرید، عملیات گوناگون بانکی را انجام داد و... و خلاصه رویای قدیمی بشر را که در بسیاری از افسانه‌ها متجلی شده بود یعنی آنچه بیشتر در علوم غریبه در کشور خود ما «طی الارض» نامیده بودند، کم و بیش تحقق بخشید. در جامعه جدید اینترنت جای غول‌های افسانه‌ای را گرفته است (همان).

اینترنت پدیده شگفت قرن، انقلاب مهمی در ارتباطات پدید آورده است. به زعم سلنو ویژگی عمده‌ای که در اینترنت وجود دارد و در سایر رسانه‌ها دیده نمی‌شود، تعامل است. اینترنت مانند صنعت چاپ امکان ایجاد اطلاعات را برای عموم فراهم می‌سازد. مانند تلفن تبادل اطلاعات را امکان‌پذیر می‌سازد، مانند کتاب و نشریات، امکان یادگیری و خودآموزی را به وجود می‌آورد، مانند سینما و تلویزیون امکان سرگرمی را فراهم می‌آورد و کلیه این کارها را به‌طور همزمان نیز انجام می‌دهد. اما ویژگی عمده آن در داشتن بازخورد و قابلیت تعامل است که سبب شخصی کردن ارتباطات می‌شود (نوابخش و دیگران، ۱۳۸۹؛ آذین و پیرمحمدی، ۱۳۸۷).

اینترنت نیز از نظر کارکردها، اثرات و پیامدها، همانند دیگر نوآوری‌های انسانی، دارای طرفداران و مخالفان خاص خود است که هر کدام برای اثبات دیدگاه خود دلایل خاصی می‌آورند. فیلیپ برتون در بحث از موضع‌گیری‌های افراد در برابر اینترنت، از سه دسته افراد نام می‌برد: طرفداران مطلق، مخالفان شدید و طرفداران کاربرد منطقی اینترنت. برتون می‌گوید طرفداران مطلق، شیفته اینترنت و قابلیت‌های آن هستند و معتقدند که اینترنت از طریق امکاناتی که در حوزه اطلاعات و ارتباطات انسانی فراهم می‌آورد، می‌تواند به پدیدار شدن یک آرمانشهر انسانی کمک کند. از نظر برخی از آن‌ها، همچون پیر لوی، به واسطه اینترنت تکامل جهانی و فرهنگی به اوج خود خواهد رسید و هر نوع محدودیتی که در این زمینه در طول تاریخ وجود داشته است از میان برداشته خواهد شد (ساروخانی و بابایی‌فرد، ۱۳۸۷). به گفته افراطی‌ترین شیفتگان اینترنت، نوید بلندمدت اینترنت اینست که به‌زودی هر کدام از ما می‌توانیم از محدودیت‌هایی که بدنمان بر ما تحمیل کرده فراتر رویم (دریفوس، ۱۳۸۳: ۷).

برتون می‌گوید: مخالفان اینترنت اساساً از مخالفان تکنولوژی هستند که در ضدیتشان با اینترنت بر ارزش‌های مذهبی، یا لاقابل تأویلی از این ارزش‌ها، تأکید دارند. در این زمینه می‌توان به متفکرانی همچون ژاک لول اشاره کرد که به نقد بنیادی تکنولوژی‌ها دست زده است. ساموئل تریگانو نیز از صاحب‌نظرانی است که با دنیای یک‌دست و یگانه دهکده جهانی مخالفت می‌کند؛ دنیایی که در خلال جریان‌های اطلاعاتی و اقتصادی شکل می‌گیرد که کادرهای عملی هویت انسان را نامطمئن می‌کنند. طرفداران کاربرد منطقی اینترنت خواهان انسانی شدن تکنولوژی و مخالف افراط و تفریط در رویارویی با هر نوع فراورده‌های انسانی هستند. در این زمینه می‌توان به یواک آرساک اشاره کرد که در رویارویی با رسانه‌های ارتباطی از یک موضع مذهبی الهام گرفته است. از نظر آرساک، انفورماتیک با حوزه معنا ارتباط دارد. بر همین اساس، گرایش مذهبی وی به سختی تحمل می‌کند که حوزه معنا، به‌عنوان حوزه‌ای که به دنیای روحانی تعلق دارد، تحت سیطره تکنولوژی‌ها قرار گیرد. برای این گروه که دارای تمایلات انسان‌گرایانه هستند، انسان در مرکز هستی قرار دارد و نه تکنیک. در چشم‌اندازی دیگر، این گروه طرفدار کنترل و تنظیم اینترنت از جمله تنظیم قضایی و قانونی آن هستند. برای اینکه آزادی ارتباط مترادف با بی‌هرج‌ومرجی و قانون جنگل نشود (ساروخانی و بابایی‌فرد، ۱۳۸۷؛ حاجبانی و فولادی سپهر، ۱۳۸۹).

از طرفداران این رویکرد، همچنین می‌توان از جیمز اسلوین اشاره کرد. به گفته اسلوین، امکان مشارکت آگاهانه، عمومیت بخشیدن به یک ایده و اثرگذاری بر دیگران در اینترنت، از طریق امکاناتی همچون گپ اینترنتی و پست الکترونیک یا ایمیل، بیشتر از رسانه‌های ارتباطی است. به نظر او اینترنت همانند یک سوپر مارکت است که به کاربران امکان گزینش از میان محصولات فکری

و فرهنگی گوناگون را فراهم می‌آورد (اسلوین، ۱۳۸۰: ۱۶۲-۱۶۳). کزیدی در این زمینه می‌گوید: روابط فرهنگی بین‌المللی در زمان معاصر بیش از آنکه یک تک‌گفتار اجباری به‌سوی جهانی صنعتی باشد، بیشتر شبیه به یک گفتگو به نظر می‌رسد؛ از اینترنت جریان پیچیده ارتباطات فرهنگی بین‌المللی را نه با نظریه‌های مربوط به امپریالیسم فرهنگی، استانداردسازی یا یکسان‌سازی فرهنگی، بلکه با نظریه جهانی - محلی شدن می‌توان توصیف و تبیین کرد (ساروخانی و بابایی‌فرد، ۱۳۸۷). از نظر امری و بیتز به لحاظ هویتی، کاربران ضرورتاً خود را به مرزهای هویتی و ملی خاص محدود نمی‌کنند، زیرا تکنولوژی‌های جدید اطلاعات باعث می‌شوند که آن‌ها اجتماعات و هویت‌های خاص ایجاد کنند. این هویت‌یابی و تشخیص اجتماعی، با فرصت‌ها و امکانات ساختار باز اینترنت کاملاً همخوانی و تناسب دارد و ایجاد اجتماع‌های مجازی و واقعی را امکان‌پذیر می‌سازد (همان).

فرضیه‌های تحقیق

- بین استفاده از اینترنت و هویت فردی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین استفاده از اینترنت و هویت گروهی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین استفاده از اینترنت و هویت ملی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین استفاده از اینترنت و هویت دینی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی جوانان رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی استفاده‌کنندگان از اینترنت و هویت اجتماعی آنان رابطه معنی داری وجود دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش از نوع پیمایشی می‌باشد و چون این پژوهش به بررسی جامعه شناختی تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی جوانان ۱۵-۲۹ سال پسر شهرستان خلخال در سال ۹۲ می‌پردازد، بنابراین طرح تحقیق در این پژوهش از نوع مقطعی می‌باشد. به منظور گردآوری داده‌ها، از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. رایج‌ترین پرسشنامه‌ها در جمع‌آوری داده‌های کمی، پرسشنامه محقق ساخته و پرسشنامه استاندارد شده می‌باشند. در این پژوهش از نوع پرسشنامه خود تنظیم یا محقق ساخته استفاده شده و نحوه گردآوری اطلاعات، پرسشنامه خوداظهاری است. جامعه آماری شامل کلیه پسران جوان ۱۵-۲۹ سال شهر خلخال بوده که تعداد آن‌ها طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۱، ۷۱۴۹ نفر گزارش شده است. با توجه به ویژگی‌های جامعه آماری و زیاد بودن جمعیت آن، برای انجام تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات به‌طور متوسط ۳۶۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین گردید. عدد فوق بر اساس فرمول کوکران به‌صورت زیر تعیین می‌گردد:

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N(d)^2+t^2.pq} = \frac{7149(1/96)^2.(0/5)(0/5)}{7149(0/5)^2+(1/96)^2.(0/5)(0/5)} = 364$$

$N = 7149$ = حجم جمعیت مورد مطالعه؛ Π = حجم جمعیت نمونه؛ $p = 0/5$ وجود صفت در حجم نمونه؛ $q = 0/5$ عدم وجود صفت در حجم نمونه؛ $d^2 = (0/05)^2$ درجه اطمینان؛ $t^2 = t$ ای استیودنت $t^2 (1/96)$ ضریب اطمینان.

مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای می‌باشد. به علت گستردگی حجم جامعه آماری بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، شهر خلخال را به ۵ منطقه جغرافیایی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم و در مرحله بعدی محله‌های به صورت خوشه مشخص نمودیم و در مرحله بعدی بلوک‌هایی به صورت خوشه مشخص و سپس در درون هر بلوک چندین خانوار انتخاب و سپس با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده اقدام به انتخاب نمونه‌ها نمودیم. جهت شناسایی اعتبار شاخص‌های پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده و پرسشنامه تهیه شده در اختیار اساتید و صاحب‌نظران خبره قرار گرفت و وفاق آن‌ها در مورد شاخص‌ها، دلیل روشنی برای اعتبار این پرسشنامه است. و برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. بدین طریق که پس از تهیه و تدوین شاخص‌ها و طراحی مقدماتی پرسشنامه، مطالعه مقدماتی انجام گرفت. این مطالعه مقدماتی روی یک نمونه ۳۰ نفری از جوانان ۱۵-۲۹ سال پسر شهر خلخال

صورت گرفت و بعد از استخراج نمرات مربوط به هر پرسشنامه و وارد نمودن آن در نرم افزار spss، آلفای کرونباخ برای متغیر ابعاد هویت اجتماعی به صورت زیر به دست آمد:

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ ابعاد هویت اجتماعی

شاخص	آلفا	شاخص	آلفا
هویت فردی	۰/۸۶	هویت دینی	۰/۸۲
هویت گروهی	۰/۸۱	هویت جنسیتی	۰/۶۷
هویت خانوادگی	۰/۶۵	آلفای کلی	۰/۷۷
هویت ملی	۰/۸۲		

با توجه به جدول بالا سؤالات پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار می باشد.

یافته های تحقیق (آمار استنباطی)

فرضیه ۱- بین استفاده از اینترنت و هویت فردی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۲ ضریب اتا برابر ۰/۴۵۲ می باشد بنابراین فرض صفر رد شده و رابطه معنی داری بین دو متغیر وجود دارد. با کمک آزمون t مستقل می توان گفت میانگین هویت فردی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می کنند اختلاف معنی داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۲: بررسی رابطه متغیر استفاده از اینترنت و هویت فردی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب اتا
استفاده از اینترنت	هویت فردی جوانان	۳۶۴	۰/۴۵۲

با توجه به جدول شماره ۳ مشاهده می شود میانگین متغیر هویت فردی برای افرادی که از اینترنت استفاده می کنند برابر ۳/۱ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی کنند برابر ۲/۶۸ است.

جدول ۳: جدول میانگین

میانگین	انحراف استاندارد
۳/۱۰۰۷	۰/۳۷۲
۲/۶۸	۰/۴۴۲

جدول شماره ۴ به بررسی آزمون میانگین هویت فردی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی کنند، می پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می شود با توجه به این که سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد می شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین ها از سطر دوم جدول (سطر عدم برابری واریانس ها) استفاده می گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۹/۶۵۲ و ۳۵۱/۸۸۱ است. سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می توان گفت بین هویت فردی افرادی که از اینترنت استفاده می کنند تفاوت معنی داری وجود دارد. افرادی که از اینترنت استفاده می کنند میانگین هویت فردیشان بیشتر است از کسانی که از اینترنت استفاده نمی کنند.

جدول ۴: بررسی آزمون میانگین

فاصله اطمینان ۹۵٪		آزمون برای برابری میانگین (Independent sample T-test)			آزمون برای واریانس		
حد پایین	حد بالا	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t	سطح معنی داری	آماره F	
۰/۳۲۹	۰/۴۹۸	۰/۰۰۰	۳۶۲	۹/۶۵۲	۰/۰۰۰	۲۳/۴۸	فرض برابری واریانس ها
۰/۳۲۹	۰/۴۹۸	۰/۰۰۰	۳۵۱/۸۸۱	۹/۶۵۲	-	-	فرض عدم برابری واریانس ها

فرضیه ۲- بین استفاده از اینترنت و هویت گروهی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۵ ضریب اتا برابر ۰/۸۱۶ می باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و رابطه معنی داری بین دو متغیر وجود دارد. با کمک آزمون t مستقل می توان گفت میانگین هویت گروهی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می کنند اختلاف معنی داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۵: بررسی رابطه متغیر استفاده از اینترنت و هویت گروهی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب اتا
استفاده از اینترنت	هویت گروهی جوانان	۳۶۴	۰/۸۱۶

با توجه به جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود میانگین متغیر هویت گروهی برای افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۲/۳۳ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند برابر ۳/۴۶ است.

جدول ۶: جدول میانگین

استفاده می‌کند	میانگین	انحراف استاندارد
استفاده می‌کند	۲/۳۳	۰/۲۱۲
استفاده نمی‌کند	۳/۴۶	۰/۵۳

جدول شماره ۷ به بررسی آزمون میانگین هویت گروهی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند، می‌پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می‌شود با توجه به این که سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد می‌شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین‌ها از سطر دوم جدول (سطر عدم برابری واریانس‌ها) استفاده می‌گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۲۶/۸۷۸- و ۲۳۷/۶۰۱ است. سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین هویت گروهی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند تفاوت معنی داری وجود دارد. افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند میانگین هویت گروهی‌شان بیشتر است از کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند.

جدول ۷: بررسی آزمون میانگین

آزمون برابری واریانس		آزمون برابری میانگین (Independent sample T-test)		آماره F		سطح معنی داری	
آماره t	سطح معنی داری	درجه آزادی	سطح معنی داری	حد بالا	حد پایین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
-۲۶/۸۷۸	۰/۰۰۰	۳۶۲	۰/۰۰۰	-۱/۰۵	-۱/۲۲		فرض برابری واریانس‌ها
-۲۶/۸۷۸	-	۲۳۷/۶۰۱	۰/۰۰۰	-۱/۰۵	-۱/۲۲		فرض عدم برابری واریانس‌ها

فرضیه ۳- بین استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۸ ضریب همبستگی برابر ۰/۶۳۹ می‌باشد بنابراین فرض صفر رد شده و رابطه معنی داری بین دو متغیر وجود دارد. با کمک آزمون t مستقل می‌توان گفت میانگین هویت خانوادگی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند اختلاف معنی داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۸: بررسی متغیر استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی
استفاده از اینترنت	هویت خانوادگی جوانان	۳۶۴	۰/۶۳۹

با توجه به جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود میانگین متغیر هویت خانوادگی برای افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۳/۴۴ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند برابر ۳/۳۶ است.

جدول ۹: جدول میانگین

استفاده می‌کند	میانگین	انحراف استاندارد
استفاده می‌کند	۳/۳۶	۰/۲۰
استفاده نمی‌کند	۳/۴۴	۰/۱۳۹

جدول شماره ۱۰ به بررسی آزمون میانگین هویت خانوادگی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند، می‌پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می‌شود با توجه به این که سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد می‌شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین‌ها از سطر دوم جدول (سطر عدم برابری واریانس‌ها) استفاده می‌گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۰/۶۷۴ و ۳۲۱/۲۵ است. سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین هویت خانوادگی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند تفاوت معنی داری وجود دارد. افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند میانگین هویت خانوادگی‌شان کمتر است از کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند.

جدول ۱۰: بررسی آزمون میانگین

آزمون برای میانگین (Independent sample T-test)			آزمون برای واریانس			فاصله اطمینان ۹۵٪	
حد پایین	حد بالا	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t	سطح معنی داری		آماره F
۰/۰۴۹	۰/۱۲۱	۰/۰۰۰	۳۶۲	۴/۶۷۴	۰/۰۰۰	۳۶/۷۰۶	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۰۴۹	۰/۱۲۱	۰/۰۰۰	۳۲۱/۲۵	۴/۶۷۴	-	-	فرض عدم برابری واریانس‌ها

فرضیه ۴- بین استفاده از اینترنت و هویت ملی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۱۱ ضریب همبستگی برابر ۰/۶۶۴ می‌باشد. بنابراین فرض صفر رد شده و رابطه معنی داری بین دو متغیر وجود دارد. با کمک آزمون t مستقل می‌توان گفت میانگین هویت ملی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند اختلاف معنی داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۱۱: بررسی رابطه متغیر استفاده از اینترنت و هویت ملی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی
استفاده از اینترنت	هویت ملی جوانان	۳۶۴	۰/۶۶۴

با توجه به جدول شماره ۱۲ مشاهده می‌شود میانگین متغیر هویت ملی برای افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۲/۶۸ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند برابر ۳/۲۸ است.

جدول ۱۲: جدول میانگین

میانگین	انحراف استاندارد
۲/۶۸	۰/۲۴
۳/۲۸	۰/۴۱

جدول شماره ۱۳ به بررسی آزمون میانگین هویت ملی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند، می‌پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می‌شود با توجه به این که سطح معنی داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد می‌شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین‌ها از سطر دوم جدول (سطر عدم برابری واریانس‌ها) استفاده می‌گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۱۶/۸۸- و ۲۸۹/۶۲ است. سطح معنی داری آزمون ۰/۰۰۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است فرض صفر رد شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین هویت ملی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند تفاوت معنی داری وجود دارد. افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند میانگین هویت ملیشان بیشتر است از کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند.

جدول ۱۳: بررسی آزمون میانگین

آزمون برای میانگین (Independent sample T-test)			آزمون برای واریانس			فاصله اطمینان ۹۵٪	
حد پایین	حد بالا	سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره t	سطح معنی داری		آماره F
-۰/۶۷	-۰/۵۳	۰/۰۰۰	۳۶۲	-۱۶/۸۸	۰/۰۰۰	۶۱/۴۲۳	فرض برابری واریانس‌ها
-۰/۶۷	-۰/۵۳	۰/۰۰۰	۲۸۹/۶۲	-۱۶/۸۸	-	-	فرض عدم برابری واریانس‌ها

فرضیه ۵- بین استفاده از اینترنت و هویت دینی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۱۴ ضریب همبستگی برابر ۰/۰۱۳ می‌باشد به علت پایین بودن مقدار ضریب اتا فرض صفر رد نشده و رابطه معنی داری بین دو متغیر وجود ندارد. به عبارتی استفاده از اینترنت بر هویت دینی جوانان تأثیری ندارد. با کمک آزمون t مستقل می‌توان گفت میانگین هویت دینی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند اختلاف معنی داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۱۴: بررسی رابطه متغیر استفاده از اینترنت و هویت دینی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی
استفاده از اینترنت	هویت دینی جوانان	۳۶۴	۰/۰۱۳

با توجه به جدول شماره ۱۵ مشاهده می‌شود میانگین متغیر هویت دینی برای افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۲/۶۹۶ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند برابر ۲/۶۸۸ است.

جدول ۱۵: جدول میانگین

میانگین	انحراف استاندارد
۲/۶۹۶	۰/۳۰۲
۲/۶۸۸	۰/۲۸

جدول شماره ۱۶ به بررسی آزمون میانگین هویت دینی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند، می‌پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می‌شود با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۷) بیشتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد نمی‌شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین‌ها از سطر اول جدول (سطر برابری واریانس‌ها) استفاده می‌گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۰/۲۴ و ۳۶۲ است. سطح معنی‌داری آزمون ۰/۸۱۱ است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ نیست فرض صفر رد نشده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین هویت دینی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۱۶: بررسی آزمون میانگین

آزمون برای میانگین (Independent sample T-test)				آزمون برای واریانس			فاصله اطمینان ۹۵٪
سطح معنی‌داری		درجه آزادی	آماره t	سطح معنی‌داری		آماره F	
حد بالا	حد پایین			سطح معنی‌داری	سطح معنی‌داری		
۰/۰۶۷	-۰/۰۵۲	۰/۸۱۱	۳۶۲	۰/۰۷	۰/۲۴	۳/۳	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۰۶۷	-۰/۰۵۲	۰/۸۱۱	۳۵۹/۹۵۸	-	۰/۲۴	-	فرض عدم برابری واریانس‌ها

فرضیه ۶ - بین استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی جوانان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۱۷ ضریب همبستگی ۰/۰۰۸ می‌باشد. به علت پایین بودن مقدار ضریب اتا فرض صفر رد نشده و رابطه معنی‌داری بین دو متغیر وجود ندارد. به عبارتی استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی جوانان تأثیری ندارد. با کمک آزمون t مستقل می‌توان گفت میانگین هویت جنسیتی جوانان آیا بین افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند اختلاف معنی‌داری وجود دارد یا خیر؟

جدول ۱۷: بررسی رابطه متغیر استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی
استفاده از اینترنت <td>هویت جنسیتی جوانان <td>۳۶۴</td> <td>۰/۰۰۸</td> </td>	هویت جنسیتی جوانان <td>۳۶۴</td> <td>۰/۰۰۸</td>	۳۶۴	۰/۰۰۸

با توجه به جدول شماره ۱۸ مشاهده می‌شود میانگین متغیر هویت جنسیتی برای افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۲/۱۱ و برای افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند برابر ۲/۱۲ است.

جدول ۱۸: جدول میانگین

میانگین	انحراف استاندارد
۲/۱۱	۰/۳۲
۲/۱۲	۰/۳۷

جدول شماره ۱۹ به بررسی آزمون میانگین هویت جنسیتی به تفکیک افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند، می‌پردازد. ابتدا فرض برابری واریانس دو جامعه بررسی می‌شود با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر (برابر واریانس دو جامعه) رد می‌شود.

در نتیجه جهت بررسی میانگین‌ها از سطر دوم جدول (سطر عدم برابری واریانس‌ها) استفاده می‌گردد. در آزمون t مستقل آماره آزمون و درجه آزادی به ترتیب برابر ۰/۱۴۹- و ۳۵۴/۸۶۱ است. سطح معنی‌داری آزمون ۰/۸۸۲ است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ نیست فرض صفر رد نشده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت بین هویت جنسیتی بین افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند و افرادی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول ۱۹: بررسی آزمون میانگین

آزمون برای میانگین (Independent sample T-test)				آزمون برای واریانس			فاصله اطمینان ۹۵٪
سطح معنی‌داری		درجه آزادی	آماره t	سطح معنی‌داری		آماره F	
حد بالا	حد پایین			سطح معنی‌داری	سطح معنی‌داری		
۰/۰۶۷	-۰/۰۷۸	۰/۸۸۲	۳۶۲	۰/۰۰۰	-۰/۱۴۹	۲۵/۵۸	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۰۶۷	-۰/۰۷۸	۰/۸۸۲	۳۵۴/۸۶۱	-	-۰/۱۴۹	-	فرض عدم برابری واریانس‌ها

فرضیه ۲- بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد.

در بررسی فرضیه فوق پایگاه اجتماعی - اقتصادی ترکیب خطی از درآمد، شغل و تحصیلات افراد می‌باشند. با توجه به جدول شماره ۲۰ مقدار سطح معنی‌داری آزمون همبستگی شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت فردی (۰/۰۰۳) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین ارتباط معنی‌داری بین هویت فردی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد و همبستگی مثبت ۰/۱۵۴ نشان‌دهنده آن است که با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت فردی نیز افزایش می‌یابد. همچنین سطح معنی‌داری برای آزمون همبستگی متغیر شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی با متغیر هویت خانوادگی (۰/۰۳۲) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین ارتباط معنی‌داری بین هویت خانوادگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد و همبستگی مثبت ۰/۱۱۲ نشان‌دهنده آن است که با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت خانوادگی نیز افزایش می‌یابد. سطح معنی‌داری برای آزمون همبستگی متغیر شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی با هویت دینی (۰/۰۰۰) و هویت جنسی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین ارتباط معنی‌داری بین هویت دینی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد و همچنین ارتباط معنی‌داری بین هویت جنسی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد. با توجه به همبستگی منفی بین دو متغیر هویت دینی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۰/۲۵۷-) و هویت جنسی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۰/۲۷۴-) می‌توان گفت با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد هویت دینی و جنسی کاهش می‌یابد.

جدول ۲۰: بررسی رابطه متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت اجتماعی جوانان

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت فردی	۳۶۴	۰/۱۵۴	۰/۰۰۳
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت جمعی	۳۶۴	-۰/۰۲۴	۰/۶۴۶
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت خانوادگی	۳۶۴	۰/۱۱۲	۰/۰۳۲
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت ملی	۳۶۴	-۰/۰۸۸	۰/۰۹۳
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت دینی	۳۶۴	-۰/۲۵۷	۰/۰۰۰
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هویت جنسی	۳۶۴	-۰/۲۷۴	۰/۰۰۰

- بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر میزان استفاده از اینترنت، نوع استفاده کاربردی از اینترنت، طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز، هدف از مراجعه به اینترنت و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت.

با توجه به جدول شماره ۲۱ مشاهده می‌شود میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان استفاده از اینترنت ۰/۱۴۶، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و نوع استفاده کاربردی از اینترنت ۰/۴۲، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز ۰/۳۵۲، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و هدف از مراجعه به اینترنت ۰/۳ و میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت ۰/۱۳۶ می‌باشد. این بدان معنا است که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر میزان استفاده از اینترنت، نوع استفاده کاربردی از اینترنت، طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز، هدف از مراجعه به اینترنت و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت تأثیر گذار می‌باشد.

جدول ۲۱: بررسی ارتباط متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و میزان استفاده از اینترنت، نوع استفاده کاربردی از اینترنت

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	ضریب همبستگی
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	میزان استفاده از اینترنت	۳۶۴	۰/۱۴۶
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۳۶۴	۰/۴۲
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۳۶۴	۰/۳۵۲
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	هدف از مراجعه به اینترنت	۳۶۴	۰/۳
شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی	مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت	۳۶۴	۰/۱۳۶

- تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز، نوع استفاده کاربردی از اینترنت، هدف از مراجعه به اینترنت، مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت.

- تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز

جهت بررسی تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر طول مدت استفاده از اینترنت از آزمون خی دو و ضریب کرامر استفاده می‌نماییم زیرا متغیر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز یک متغیر اسمی با رده‌های (کمتر از ۲ ساعت، ۲ تا ۴ ساعت، ۴ تا ۶ ساعت، ۶ تا ۸ ساعت، ۸ تا ۱۰ ساعت و بیشتر) است و سایر متغیرها مانند متغیر سن (رده‌های ۱۵-۱۹ سال، ۲۰-۲۴ سال و ۲۵-۲۹ سال)، متغیر تحصیلات (متوسطه، دیپلم، فوق دیپلم،

لیسانس و دکتری)، متغیر رشته تحصیلی (ادبیات و علوم انسانی، علوم پایه، فنی، هنر و ۷ علوم پزشکی) و وضعیت اشتغال (کارمند، آزاد، بیکار و بازاری) نیز اسمی می‌باشند.

با توجه به جدول شماره ۲۲ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون استقلال بین سن و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز (۰/۰۰۰) می‌باشد، تحصیلات و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز (۰/۰۲۵)، رشته تحصیلی و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز (۰/۰۰۰) چون سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین متغیرهای سن، تحصیلات و رشته تحصیلی با متغیر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز وابسته هستند. مقدار ضریب کرامر برای این ۳ متغیر نشان‌دهنده شدت وابستگی می‌باشد. با توجه به مقدار ضریب کرامر می‌توان گفت تأثیر سن، تحصیلات و رشته تحصیلی بر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز ضعیف می‌باشد.

سطح معنی‌داری آزمون متغیر وضعیت اشتغال و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز (۰/۶۶۴) بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرض صفر را پذیرفته و دو متغیر مستقل هستند.

جدول ۲۲: بررسی استقلال متغیرهای زمینه‌ای با طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز

متغیر اول	متغیر دوم	آماره خیدو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	ضریب کرامر
سن	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۳۰/۸۲	۸	۰/۰۰۰	۰/۲۹۱
تحصیلات	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۲۸/۸۲	۱۶	۰/۰۲۵	۰/۱۹۹
رشته تحصیلی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۶۴/۴۳	۱۶	۰/۰۰۰	۰/۲۹۸
وضعیت اشتغال	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۹/۴۵	۱۲	۰/۶۶۴	۰/۱۳۳

- تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر نوع استفاده کاربردی از اینترنت

جهت بررسی تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر نوع استفاده کاربردی از اینترنت از آزمون خیدو و ضریب کرامر استفاده می‌نمایم زیرا متغیر نوع استفاده کاربردی از اینترنت یک متغیر اسمی با رده‌های (علمی - آموزشی، ارتباطی و تفریحی - سرگرمی) است و سایر متغیرها مانند متغیر سن (رده‌های ۱۹-۱۵ سال، ۲۰-۲۴ سال و (۲۵-۲۹ سال)، متغیر تحصیلات (متوسطه، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و دکتری)، متغیر رشته تحصیلی (ادبیات و علوم انسانی، علوم پایه، فنی، هنر و ۷ علوم پزشکی) و وضعیت اشتغال (کارمند، آزاد، بی‌کار و بازاری) نیز اسمی می‌باشند.

با توجه به جدول شماره ۲۳ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون استقلال بین سن و نوع استفاده کاربردی از اینترنت (۰/۰۰۰)، تحصیلات و نوع استفاده کاربردی از اینترنت (۰/۰۰۰)، رشته تحصیلی و نوع استفاده کاربردی از اینترنت (۰/۰۰۰) و وضعیت اشتغال و نوع استفاده کاربردی از اینترنت (۰/۰۱۴) می‌باشد. از آنجا که مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت متغیرهای سن، تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت اشتغال بر نوع استفاده کاربردی از اینترنت تأثیر می‌گذارند.

با توجه به مقدار ضریب کرامر می‌توان گفت تأثیر متغیرهای سن، تحصیلات و رشته تحصیلی بر نوع استفاده کاربردی از اینترنت در سطح متوسط می‌باشد ولی تأثیر وضعیت اشتغال بر نوع استفاده کاربردی از اینترنت ضعیف می‌باشد.

جدول ۲۳: بررسی استقلال متغیرهای زمینه‌ای با نوع استفاده کاربردی از اینترنت

متغیر اول	متغیر دوم	آماره خیدو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	ضریب کرامر
سن	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۶۵/۱۸	۴	۰/۰۰۰	۰/۴۲۳
تحصیلات	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۵۰/۳۶	۸	۰/۰۰۰	۰/۳۷۲
رشته تحصیلی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۳۳/۸۳	۸	۰/۰۰۰	۰/۳۰۵
وضعیت اشتغال	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۱۵/۹۲	۶	۰/۰۱۴	۰/۲۰۹

- تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر هدف از مراجعه به اینترنت

با توجه به جدول شماره ۲۴ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون استقلال بین هدف از مراجعه به اینترنت و متغیرهای سن، تحصیلات، رشته تحصیلی و وضعیت اشتغال کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت هدف از مراجعه به اینترنت و متغیرهای سن، تحصیلات، رشته تحصیلی و وضعیت اشتغال وابسته هستند. با توجه به مقدار ضریب کرامر شدت وابستگی سن، تحصیلات و وضعیت اشتغال با هدف از مراجعه به اینترنت متوسط می‌باشد و شدت وابستگی رشته تحصیلی با هدف از مراجعه به اینترنت ضعیف می‌باشد.

جدول ۲۴: بررسی استقلال متغیرهای زمینه‌ای با هدف از مراجعه به اینترنت

متغیر اول	متغیر دوم	آماره‌خ‌دو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	ضریب کرامر
سن	هدف از مراجعه به اینترنت	۷۲/۸۶	۱۴	۰/۰۰۰	۰/۴۴۷
تحصیلات	هدف از مراجعه به اینترنت	۱۷۹/۸	۲۸	۰/۰۰۰	۰/۴۹۷
رشته تحصیلی	هدف از مراجعه به اینترنت	۷۳/۲۷	۲۸	۰/۰۰۰	۰/۳۱۷
وضعیت اشتغال	هدف از مراجعه به اینترنت	۱۷۵/۱۱۹	۲۱	۰/۰۰۰	۰/۵۵۶

- تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت

با توجه به جدول شماره ۲۵ مشاهده می‌شود سطح معنی‌داری آزمون استقلال بین مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت و متغیرهای سن، تحصیلات و رشته تحصیلی کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت و متغیرهای سن، تحصیلات و رشته تحصیلی وابسته هستند. با توجه به مقدار ضریب کرامر شدت وابستگی سن، تحصیلات و رشته تحصیلی با مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت ضعیف می‌باشد.

سطح معنی‌داری آزمون استقلال متغیر وضعیت اشتغال و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت ۰/۰۶ کمتر از ۰/۰۵ نمی‌باشد بنابراین فرض صفر پذیرفته شده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت دو متغیر مستقل هستند.

جدول ۲۵: بررسی استقلال متغیرهای زمینه‌ای با مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت

متغیر اول	متغیر دوم	آماره‌خ‌دو	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	ضریب کرامر
سن	مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت	۳۰/۵۴	۶	۰/۰۰۰	۰/۲۹
تحصیلات	مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت	۳۷/۸۴	۱۲	۰/۰۰۰	۰/۲۶۳
رشته تحصیلی	مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت	۴۰/۷۶	۱۲	۰/۰۰۰	۰/۲۷۳
وضعیت اشتغال	مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت	۱۶/۳۵	۹	۰/۰۶	۰/۱۷۳

- تأثیر نوع استفاده کاربردی از اینترنت و هر یک از ابعاد هویت اجتماعی

با توجه به جدول شماره ۲۶ مشاهده می‌شود مقدار ضریب آتا برای متغیر هویت جنسیتی بسیار پایین است، بنابراین رابطه معنی‌داری بین هویت جنسیتی با نوع استفاده کاربردی از اینترنت وجود ندارد. نوع استفاده کاربردی از اینترنت ۳۹/۶٪ از تغییرات هویت فردی، ۱۱/۸٪ از تغییرات هویت جمعی، ۱۶/۳٪ از تغییرات هویت خانوادگی، ۲۱/۸٪ از تغییرات هویت ملی و ۳۰/۶٪ از تغییرات هویت دینی را تبیین می‌نماید.

جدول ۲۶: بررسی رابطه نوع استفاده کاربردی از اینترنت با هر یک از ابعاد هویت اجتماعی

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب آتا	نتیجه
هویت فردی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۳۹۶	وجود رابطه
هویت جمعی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۱۱۸	وجود رابطه
هویت خانوادگی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۱۶۳	وجود رابطه
هویت ملی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۲۱۸	وجود رابطه
هویت دینی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۳۰۶	وجود رابطه
هویت جنسیتی	نوع استفاده کاربردی از اینترنت	۰/۰۹۹	عدم وجود رابطه

- تأثیر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز و هر یک از ابعاد هویت اجتماعی

با توجه به جدول شماره ۲۷ مشاهده می‌شود مقدار ضریب آتا برای تمام ابعاد هویت اجتماعی در حد مطلوبی است، بنابراین رابطه معنی‌داری بین ابعاد هویت اجتماعی با طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز وجود دارد. و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز ۱۶/۳٪ از تغییرات هویت فردی، ۱۳/۴٪ از تغییرات هویت جمعی، ۱۷/۴٪ از تغییرات هویت خانوادگی، ۱۴/۴٪ از تغییرات هویت ملی، ۲۱/۸٪ از تغییرات هویت دینی و ۲۶/۴٪ از تغییرات هویت جنسیتی را تبیین می‌نماید.

جدول ۲۷: بررسی رابطه طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز با هر یک از ابعاد هویت اجتماعی

متغیر اول	متغیر دوم	ضریب آتا	نتیجه
هویت فردی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۱۶۳	وجود رابطه
هویت جمعی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۱۳۴	وجود رابطه
هویت خانوادگی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۱۷۴	وجود رابطه
هویت ملی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۱۴۴	وجود رابطه
هویت دینی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۲۱۸	وجود رابطه
هویت جنسیتی	طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز	۰/۲۶۴	وجود رابطه

بحث و نتیجه‌گیری

فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن به‌ویژه اینترنت 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 اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری، نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است. ظهور این پدیده اگر چه خود معلول تحولاتی چند بوده، اما پس از ظهور، خود منشأ تحولات عدیده‌ای گردیده است. یکی از این تحولات، تحول در مبنا و 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، فرایند انتقال هویت بیش از آن که در زمینه ارزش‌ها، باورها، رفتارها و خلاصه هویتشان از والدین و محیط مادی و بومی 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 یاد شده، دستخوش تغییرات وسیع و سریع می‌شوند. در پژوهش حاضر موضوع تأثیر اینترنت بر روی هویت اجتماعی نوجوانان و جوانان شهر خلخال مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تجربی این پژوهش را که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها به دست آمده می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

اولین فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار بین استفاده از اینترنت و هویت فردی است. یافته‌های این پژوهش حاکی است که اختلاف معنی‌داری در میانگین هویت فردی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند و آنانی که استفاده نمی‌کنند، وجود دارد و میانگین رتبه هویت فردی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند بیشتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. نتایج این پژوهش با پژوهش رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۴)، نوابخش و همکاران (۱۳۸۹)، ناهمسوست. به دلیل این که در تحقیقات آنان نمونه آماری‌شان را بیشتر دانش‌آموزان تشکیل می‌دهد که معمولاً افراد در این سنین خودشناسی ضعیفی دارند. همچنین در این تحقیقات استفاده تفریحی از اینترنت نوع غالب استفاده از اینترنت را تشکیل می‌دهد که بیشترین تأثیر را بر روی ضعف هویت فردی دارد. ولی در این تحقیق افراد نمونه آماری جهت تبادل علمی، فکری و فرهنگی با افراد و جوامع دیگر و در نتیجه، ارتقای علمی و فکری خود استفاده می‌کنند. دانشجویان مقاطع بالاتر غالباً به علت مشغله‌های درسی، شغلی یا خانوادگی، فرصت چندانی برای پرسه‌زنی‌های بی‌هدف در اینترنت ندارند. به همین دلیل تلاش می‌کنند در همه حوزه‌های زندگی خود، از جمله حوزه علمی و شغلی، از فرصت‌های خود بیشترین استفاده را ببرند. نتایج این پژوهش از جهتی با پژوهش باستانی (۱۳۹۰)، احمدی‌پور و حدادی رنجبر (۱۳۸۸)، در تحقیقات داخلی و با پژوهش کیم (۲۰۰۳)، والکنبورگ و همکارانش (۲۰۱۲) در تحقیقات خارجی همخوانی دارد. این دسته از مشارکت‌کنندگان در فضای اینترنت به‌طور باز اندیشه‌ای هویت خود را جستجو و کندوکاو می‌کنند و خود را مشارکت‌کننده فعال فضای آموزشی و آزاد انسانی توصیف و ارزیابی می‌کنند و دانشجویان و جوانان با تحصیلات بالا ادراکشان را نسبت به هویتشان باز تعریف کرده و هویت خودشان را مجدداً ارزیابی می‌کنند. در این زمینه با توجه به نظریه ساخت‌یابی گیدنز، اینترنت امکانات جدیدی را فراهم می‌آورد که فرد با اتکا به آن می‌تواند به بعضی از محدودیت‌های خود چیره شود و به لحاظ هستی‌شناختی، اینترنت تجربه جدیدی از هویت و بودن را در جهان برای کاربرانش قرار می‌دهد که بر ساخت سپهر مجازی است و افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیا‌های جدید بسازند (معنی علمداری، ۱۳۸۴). همچنین در دیدگاه استوارت هال، آزادی عمل کنشگران امری قابل توجه است (مخاطبان فعال) و زمینه‌های اجتماعی - فرهنگی متفاوت مصرف‌کنندگان پیام‌های اینترنتی در چگونگی رمزگشایی و مصرف چنین پیام‌هایی مؤثر هستند.

نتایج به دست آمده از بعد هویت گروهی حاکی از آن است که بین استفاده از اینترنت و هویت گروهی جوانان رابطه وجود دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اختلاف معناداری در میانگین رتبه هویت گروهی جوانان وجود دارد و میانگین رتبه هویت گروهی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. آنان روحیه جمع‌گرایی و همبستگی اجتماعی ضعیفی دارند و معمولاً فردگرا بوده، نسبت به جامعه تعهد کمتری دارند، حس مشارکت ضعیفی دارند و نسبت به جامعه احساس تعلق کمتری می‌کنند. این نتیجه با نتایج تحقیقات نوابخش و همکاران (۱۳۸۹)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۴)، احمدی‌پور و حدادی رنجبر (۱۳۸۸)، همخوانی دارد. ریچارد جنکینز معتقد است که در دوران معاصر، تحت تأثیر جریانات نوسازی و نوگرایی هم تأمل و بازاندیشی بیشتری در کنش‌های هویت‌های انسانی صورت می‌گیرد و هم نهادها و رسانه‌های مدرن (اینترنت) و رده‌بندی‌های مستقر در آن‌ها نقش مؤثری در تحمیل هویت‌های بیرونی ایفا می‌کنند. بنابراین اینترنت می‌تواند با خلق ارزش‌های فردگرایی و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به شدت خاص تأثیرات هویتی عدیده‌ای بر جای گذارد.

سومین فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین دو متغیر استفاده از اینترنت و هویت خانوادگی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اختلاف معنی‌داری در میانگین رتبه هویت خانوادگی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند و آنانی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد و میانگین رتبه هویت خانوادگی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. نتایج این پژوهش با تحقیقات نوابخش و همکارانش (۱۳۸۹)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۴)، همسو می‌باشد. معمولاً جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، وقت کمتری را با خانواده می‌گذرانند و در نتیجه تعلقات و ارتباط عاطفی آن‌ها با اعضای خانواده و به‌ویژه با والدین کمتر است. از طرف دیگر بخشی از مطالب و سایت‌های اینترنتی با ارزش‌ها و انتظارات والدین که عمدتاً نسل سنتی محسوب می‌شوند و طالب معنویت‌گرایی، جمع‌گرایی هستند ناهمخوانی دارد. در واقع اینترنت با منابع متکثر شناخت شکاف بین نسلی میان والدین و فرزندان را افزایش می‌دهد.

چهارمین فرضیه اصلی پژوهش حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین دو متغیر استفاده از اینترنت و هویت ملی جوانان می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اختلاف معنی‌داری در میانگین هویت ملی جوانان دارد و میانگین رتبه هویت ملی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. به عبارتی دیگر هویت ملی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند ضعیف‌تر است. این نتیجه با نتایج تحقیقات مومنی و همکارانش (۱۳۸۸)، و در تحقیقات خارجی با تحقیق فانک و همکارانش (۱۹۹۶)، مطابقت دارد. به گفته جنکینز، نهادها و رسانه‌های مدرن و رده‌بندی‌های مستقر در آن‌ها نقش مؤثری در تحمیل هویت‌های بیرونی ایفا می‌کنند و می‌توانند در نگرش‌ها و باورهای کنشگران اجتماعی مؤثر واقع شوند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۰۷-۱۰۱). یافته‌های این بعد از هویت نشان می‌دهند که جامعه و نهادهای درونی آن نتوانسته‌اند کارکرد مناسب خود را به خوبی ایفا کنند و هنجارها و ارزش‌های فرهنگی را در نسل جوان نهادینه کنند.

نتایج به دست آمده از هویت دینی جوانان حاکی از آن بود که بین استفاده از اینترنت و هویت دینی رابطه وجود ندارد و آزمون تی‌تست نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری در هویت دینی جوانان وجود ندارد. به عبارتی استفاده از اینترنت بر هویت دینی جوانان تأثیر ندارد. و این نشان‌دهنده این است که علاوه بر تبلیغ گسترده تکثرگرایی دینی و سکولاریسم جوانان به هویت دینی خود علاقه دارند. نتایج این پژوهش با تحقیقات ساروخانی و بابایی‌فرد (۱۳۸۷)، باستانی (۱۳۹۰)، مطابقت دارد.

نتایج پژوهش همچنین نشان می‌داد که بین استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی رابطه وجود ندارد و اختلاف معنی‌داری در میانگین هویت جنسیتی جوانان وجود ندارد. به عبارتی استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی جوانان تأثیری ندارد. یافته‌های این بعد از هویت اجتماعی نشان می‌دهند که هنجارهای رفتاری جنسیتی درون جامعه توانسته‌اند کارکرد مناسبی داشته باشند و هنجارهای جنسیتی مربوط به هر جنس روشن و تعریف شده است و فشار هنجاری جهت مطابقت با هنجارهای رفتاری هر جنس وجود دارد. نتیجه این پژوهش با نتیجه تحقیق مومنی و همکارانش (۱۳۸۸)، مطابقت دارد.

نتایج بدست آمده از رابطه بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی استفاده کنندگان از اینترنت و هویت اجتماعی جوانان نشان داد که رابطه معنی داری بین آنان وجود دارد. مقدار سطح معنی داری آزمون همبستگی شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی و هویت فردی (۰/۰۰۳) کمتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین ارتباط معنی داری بین هویت فردی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد و همبستگی مثبت ۰/۱۵۴ نشان دهنده آن است که با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت فردی نیز افزایش می یابد. همچنین سطح معنی داری برای آزمون همبستگی متغیر شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی با متغیر هویت خانوادگی (۰/۰۳۲) کمتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین ارتباط معنی داری بین هویت خانوادگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد و همبستگی مثبت ۰/۱۱۲ نشان دهنده آن است که با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی اجتماعی، هویت خانوادگی نیز افزایش می یابد. سطح معنی داری برای آزمون همبستگی متغیر شاخص ترکیبی پایگاه اجتماعی - اقتصادی با هویت دینی (۰/۰۰۰) و هویت جنسی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می باشد بنابراین ارتباط معنی داری بین هویت دینی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد و همچنین ارتباط معنی داری بین هویت جنسی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد وجود دارد. با توجه به همبستگی منفی بین دو متغیر هویت دینی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۰/۲۵۷-) و هویت جنسی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۰/۲۷۴-) می توان گفت با بالا رفتن سطح پایگاه اقتصادی - اجتماعی فرد هویت دینی و جنسی کاهش می یابد.

همچنین در بررسی تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر میزان استفاده از اینترنت و نوع استفاده کاربردی از اینترنت مشخص شد که رابطه معنی داری بین آنان وجود دارد. همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان استفاده از اینترنت ۰/۱۴۶، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و نوع استفاده کاربردی از اینترنت ۰/۴۲، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز ۰/۳۵۲، میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و هدف از مراجعه به اینترنت ۰/۳ و میزان همبستگی پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت ۰/۱۳۶ می باشد. این بدان معنا است که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر میزان استفاده از اینترنت، نوع استفاده کاربردی از اینترنت، طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز، هدف از مراجعه به اینترنت و مشارکت و فعالیت در محیط اینترنت تأثیر گذار می باشد.

در بررسی تأثیر طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز و هر یک از ابعاد هویت اجتماعی روشن شد که رابطه معناداری بین ابعاد هویت اجتماعی با طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز وجود دارد و طول مدت استفاده از اینترنت در شبانه روز ۱۶/۳٪ از تغییرات هویت فردی، ۱۳/۴٪ از تغییرات هویت جمعی، ۱۷/۴٪ از تغییرات هویت خانوادگی، ۱۴/۴٪ از تغییرات هویت ملی، ۲۱/۸٪ از تغییرات هویت دینی و ۲۶/۴٪ از تغییرات هویت جنسیتی را تبیین می نمایند.

تأثیر نوع استفاده کاربردی از اینترنت بر هر یک از ابعاد هویت اجتماعی نشان داد که رابطه معناداری بین استفاده کاربردی از اینترنت و هویت فردی، جمعی، خانوادگی، ملی و دینی وجود دارد. بدین طریق که استفاده کاربردی از اینترنت بر هویت فردی، هویت جمعی، هویت خانوادگی، هویت ملی و دینی تأثیر گذار بوده است ولی ارتباط معناداری بین نوع استفاده کاربردی از اینترنت و هویت جنسیتی وجود ندارد. در مجموع نوع استفاده کاربردی از اینترنت ۳۹/۶٪ از تغییرات هویت فردی، ۱۱/۸٪ از تغییرات هویت جمعی، ۱۶/۳٪ از تغییرات هویت خانوادگی، ۲۱/۸٪ از تغییرات هویت ملی و ۳۰/۶٪ از تغییرات هویت دینی را تبیین می نمایند.

بر مبنای یافته های این پژوهش و با تکیه بر چهارچوب نظری می توان راهبردهای زیر را برای تقویت هر چه بیشتر هویت اجتماعی نوجوانان و جوانان هم در سطح ملی و هم در سطح شهر خلخال پیشنهاد نمود:

۱- با توجه به این که جوانان شهر خلخال با هویت فرهنگی و ملی خود آشنایی کافی ندارند، درک هویت ملی و پیوند ارزش های فرهنگی در جوانان، ضرورت خاصی را می طلبد. در باب تقویت هویت فرهنگی و ملی برخی راهکارها بدین ترتیب عرضه می شود:

- خانواده‌ها و مسئولان فرهنگی جامعه بایستی اهتمام بیشتری در تقویت هویت فرهنگی و ملی در جوانان نمایند. در کل جهت تحقق این امر، تأکید بر آموزش‌های عمومی و همگانی و تطابق آن با نیازهای نسل جدید جامعه ایرانی که در قالب برنامه‌های آموزشی مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های جمعی به‌ویژه رادیو و تلویزیون و شبکه‌های اطلاع‌رسانی قابل اجرا می‌باشد، بسیار ضروری است.

- شرکت دادن نوجوانان و جوانان در انجمن‌ها و گروه‌های داوطلبانه برای مشارکت آنان در تمام عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ضرورت می‌یابد.

- پرورش تفکر نقاد، در غالب موارد نسل جوان در صدد تقلیدهای شتابزده از الگوها و ساختارهای فرهنگی بیگانه هستند و همین امر آن‌ها را از استقلال در حوزه فکر و عمل باز می‌دارد در حالی که برخورد نقادانه و هوشمندانه با عناصر و مضامین فرهنگی دیگران نه تنها آسیب‌زا نیست، بلکه آسیب‌زدا نیز می‌باشد.

- ضرورت توجه جدی مسئولین به نیازهای آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جوانان.

۲- با توجه به یافته‌های پژوهش، استفاده از اینترنت باعث تضعیف هویت گروهی جوانان می‌شود:

- بنابراین ضروری است با گسترش روحیه جمع‌گرایی و ترویج آن در بین جوانان به روش‌های مناسب از ترویج فرهنگ فردگرایی و فرهنگ بی‌تفاوتی و سر در لاک خود فرو بردن در میان جوانان جلوگیری کنیم.

- پرداختن به اوقات فراغت جمعی، واقعی و بیرونی به جای اوقات فراغت فردی، مجازی و درونی از طرف جوانان.

- مشارکت جوانان در انجمن‌ها، گروه‌های داوطلبانه و سازمان‌های مردم‌نهاد و به عهده گرفتن مسئولیت.

۳- با توجه به یافته‌های پژوهش، آن‌هایی که از اینترنت استفاده می‌کنند هویت خانوادگی ضعیفی دارند. پیشنهاد می‌شود متولیان امر جامعه‌پذیری (خانواده‌ها، رسانه‌ها، آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و...)، ارزش‌های خانوادگی واحدی را مبتنی بر فرهنگ بومی و ایرانی در بین نوجوانان و جوانان ترویج و گسترش دهند تا از گسترش ارزش‌های خانوادگی غربی که مروج تکثرگرایی و فردگرایی هستند جلوگیری شود.

۴- با توجه به اینکه نوع استفاده کاربردی از اینترنت بر هویت اجتماعی جوانان تأثیرگذار است، لذا ضرورت مدیریت بهره‌گیری از اینترنت، استفاده آموزشی و علمی از اینترنت، تجدید نظر در خود یادگیری اینترنت به‌عنوان یک رسانه و نظارت خانواده‌ها بر اعضای خود در مورد استفاده درست از اینترنت پیشنهاد می‌شود.

۵- در بررسی تأثیر اینترنت بر روی هویت اجتماعی کاربران تحصیل کرده باید با احتیاط عمل شود، چرا که این افراد از رسانه‌های ارتباطی جهت تبادل علمی، فکری و فرهنگی با افراد و جوامع دیگر و در نتیجه، ارتقای علمی، فکری و فرهنگی خود استفاده می‌کنند و فرصت چندانی برای پرسه‌زنی‌های بی‌هدف در اینترنت را ندارند.

۶- توجه به سایر متغیرهای تأثیرگذار بر هویت و نقش ترکیبی و تعاملی آن با استفاده از رسانه‌های جمعی همچون اینترنت.

منابع

۱. آذین احمد و پیرمحمدی کبری (۱۳۸۷). بررسی نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان، **مجله پژوهشنامه علوم اجتماعی گرسار**، سال دوم، شماره دوم، تابستان ۸۷.
۲. ابراهیمی قربانعلی، بهنوئی گدنه (۱۳۹۰). بررسی جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی در بین جوانان، **مجله تخصصی جامعه‌شناسی**، سال اول، شماره ۳.
۳. احمدلو حمید، افروغ عماد (۱۳۸۱). رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز، **فصلنامه مطالعات ملی**، سال سوم، شماره ۱۳.
۴. احمدی حبیب، هاشمی سمیه، روحانی علی (۱۳۸۹). بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شه شیراز، **فصلنامه علمی - پژوهشی زن و جامعه**، سال اول، شماره ۴.
۵. احمدی پور طاهری، حداد رنجیر سمیه (۱۳۸۷). مطالعه رابطه استفاده از اینترنت با ابعاد هویت دانشجویان در دانشگاه ولی عصر، سال تحصیلی ۱۳۸۷-۱۳۸۸، **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال چهارم، شماره ۱۳.
۶. اسلوین جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه: عباس گیلوری و علی رادباوه. تهران: نشر کتابدار، چاپ اول.
۷. اکبری ابوالقاسم، اکبری مینا (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اجتماعی. تهران: رشد و توسعه، چاپ اول.
۸. برگر پیتر، برگر بریجیت، کلنر هانسفرید (۱۳۸۷). ذهن بی‌خانمان؛ نوسازی و آگاهی، ترجمه: محمد ساوجی. تهران: نشر نی، چاپ دوم.

۹. باستانی داریوش (۱۳۹۰). جوانان و هویت بازنديشانه (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان، **مجله مطالعات اجتماعی ایران**، دوره پنجم، شماره ۱.
۱۰. بلوردی طیبه، بلوردی زهیر مصطفی (۱۳۸۷). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت جدید اجتماعی دانشجویان سال ۱۳۸۷ (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان). **فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی**، سال سوم، شماره ۱۴.
۱۱. پاک‌سرشت سلیمان (۱۳۸۵). مصرف اینترنت در شبکه‌های فراغتی جوانان تهرانی، **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال دوم، شماره ۱۲.
۱۲. تامپسون جان پروکشیایر (۱۳۸۰). نظریه اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه: مسعود اوحدی. تهران: سروش، چاپ اول.
۱۳. تاجیک محمدرضا (۱۳۸۴). انسان مدرن و معنای هویت، **فصلنامه مطالعات ملی**، سال ششم، شماره ۱.
۱۴. جنکینز ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه: تورج یاراحمدی. تهران: نشر و پژوهش شیرازه، چاپ اول.
۱۵. حاجیانی ابراهیم و فولادی سپهر سارا (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین هویت ملی و هویت مذهبی در بین اقوام ایران، **مجله تخصصی پژوهشنامه علوم اجتماعی گرمسار**، سال چهارم، شماره چهارم، زمستان ۸۹.
۱۶. حیدری بیگوند داریوش (۱۳۸۰). مسأله بحران هویت جوانان، **نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران**، دوره دوم، شماره ۴.
۱۷. دریفوس هربرت ل (۱۳۸۳). دربارهٔ اینترنت، ترجمه: علی فارسی‌نژاد. تهران: نشر ساقی، چاپ اول.
۱۸. دوران بهزاد (۱۳۸۱). تأثیر اینترنت بر هویت همالان، **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال دوم، شماره ۵.
۱۹. ذکایی محمدسعید (۱۳۸۳). جوانان و فراغت مجازی، **فصلنامه مطالعات جوانان**، شماره ۶.
۲۰. رضایی محمد، غلامرضا کاشی محمدجواد (۱۳۸۴). چالش‌های بازتولید هژمونی دولت از طریق گفت‌وگو در مدرسه، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره ششم، شماره ۴.
۲۱. رفعت‌جاه مریم، شکوری علی (۱۳۸۴). اینترنت و هویت اجتماعی، **فصلنامه پژوهش زنان**، دوره اول، شماره ۲.
۲۲. زنجانی‌زاده هما، جوادی علی‌محمد (۱۳۸۴). بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره ششم، شماره ۲.
۲۳. ساروخانی باقر، بابایی فرد اسداله (۱۳۸۷). اینترنت، جهانی‌شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران، **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، سال چهارم، شماره ۱۳.
۲۴. ساعی ارسا ایرج (۱۳۸۴). جهانی‌شدن و بحران هویت قومی در ایران، **فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد واحد آشتیان**، سال اول، شماره ۴.
۲۵. شیخی غفور، عبدالحی عادل (۱۳۸۹). مطالعه جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری هویت منسجم ایرانی (مطالعه موردی جوانان شهر بوکان). **فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان**، سال اول، شماره دوم.
۲۶. عبدالحی محمد، حسین‌بر محمدعثمان (۱۳۸۱). گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره چهارم، شماره ۴.
۲۷. فکوهی ناصر، آذرنوش عیاری. (۱۳۸۸). اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی، **مجله جهانی رسانه**، شماره ۷.
۲۸. کاستلز مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه: حسن چاوشیان. تهران: طرح نو، چاپ اول.
۲۹. گیدنز آنتونی (۱۳۸۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز، چاپ چهارم.
۳۰. محسنی منوچهر (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی. تهران: دیدار، چاپ اول.
۳۱. محسنی تبریزی علیرضا و هاشمی محمد رضا (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان، **فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران**، سال سوم، شماره دوم، بهار ۹۰.
۳۲. معینی علمداری جهانگیر (۱۳۸۴). هویت و مجاز: تأثیر هویتی اینترنت، **فصلنامه مطالعات ملی**، سال ششم، شماره ۴.
۳۳. موتنی همایون، یوسفی رضا، معافی خدیجه، بریمانی ابوالقاسم، نیاز آذری کیومرث (۱۳۸۸). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر هویت دانشجویان، **فصلنامه تخصصی پژوهش‌نامه تربیتی**، شماره ۲۱.
۳۴. میرهاشمی مالک، حیدرپور لیلیا (۱۳۹۰). ارتباط عوامل اجتماعی با هویت اجتماعی دانش‌آموزان، **فصلنامه پژوهش اجتماعی**، سال چهارم، شماره ۱۲.
۳۵. نوابخش مهرداد، هاشمی‌نژاد فاطمه، زادشم‌پور وحید (۱۳۸۹). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران، **فصلنامه تخصصی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان**، سال اول، شماره ۱.

۳۶. نوابخش مهرداد و همکاران (۱۳۹۱). بررسی ابعاد هویتی سه گانه در بین جوانان و نقش آن در توسعه فرهنگی استان آذربایجان شرقی، **فصلنامه علمی**

و پژوهشی مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره اول، زمستان ۹۱..

۳۷. هابرماس یورگن (۱۳۸۹). جهانی شدن و آینده دموکراسی منظومه پساملی، ترجمه: کمال پولادی. تهران: نشر مرکز، چاپ پنجم.

38. www.dadna.ir.

39. www.mehrnew.com.

40. www.newmass.blogfa.com.