

# بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران

دکتر مهرداد نوابخش<sup>۱</sup>

فاطمه هاشم نژاد<sup>۲</sup>

وحید زاد شم پور<sup>۳</sup>

## چکیده:

پژوهش حاضر باهدف بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران انجام پذیرفت. روش تحقیق در پژوهش حاضر با توجه به موضوع، اهداف و سوالات و فرضیات تحقیق توصیفی زمینه‌یابی از نوع پیمایش می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را که کلیه جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران تشکیل می‌دهند. بر اساس جدول استاندارد کوهن و همکاران (۲۰۰۱) ۳۸۴ از جوان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران نمونه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. در این پژوهش نمونه‌گیری از نوع ترکیبی (خوشه‌ای چند مرحله‌ای، تصادفی ساده) است. برای گردآوری اطلاعات در این تحقیق از طریق زیر استفاده می‌گردد: الف-روش پرسشنامه‌ای ب-روش اسنادی و کتابخانه‌ای. پس از جمع‌آوری اطلاعات، همه داده‌ها وارد کامپیوتر شد و توسط نرم‌افزار آماری **spss** پردازش گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از اجرای پروژه حاضر با توجه به اهداف از پیش تعیین شده از آزمون‌های آماری. الف) آمار توصیفی ب) آمار استنباطی: که در بخش استنباطی به منظور آزمون فرضیات تحقیق از آزمون آماری فرض میانه استفاده شده است.

کلیدواژه: اینترنت، چت، هویت

۱. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

[meherdad\\_navabakhsh@yahoo.com](mailto:meherdad_navabakhsh@yahoo.com)

۲. دانشجوی دوره دکتری جامعه‌شناسی واحد علوم و تحقیقات و عضو هیات علمی واحد ساری

[T\\_hashemnejad@yahoo.com](mailto:T_hashemnejad@yahoo.com)

۳. دانشجوی دوره دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

[vahid\\_zadshampour@yahoo.com](mailto:vahid_zadshampour@yahoo.com)

## مقدمه

امروزه، انقلابی شگرف در فنونی ارتباطی و اطلاعاتی بوجود آمده است. شکل‌گذری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی دیجیتال، بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون کرده که هیچ‌گونه انزواگزینی و کناره‌گیری را بر نمی‌تابد و حتی دورافتاده‌ترین و سنتی‌ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان‌ها و شبکه‌های جهانی ناتوان هستند. این مرحله‌ی پیشرفته گاهی «جامعه‌ی اطلاعات محور» و گاهی «مرحله‌ی عالی تجدد» و گاهی هم «تجدد استحکامی» نامیده می‌شود. (Lyon;1999;49) «کاستلز» نیز معتقد است، حوزه‌ی فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته‌ی تاریخ می‌باشد، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد و به دنبال آن ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی نیز شکل جدیدی به خود می‌گیرد. (کاستلز، ۱۳۸۴، ۳۸۳)

پی‌آمد این امر شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت بوجود آورده است. (گرگی، ۱۳۸۵، ۵۳)

فرآیند هویت‌یابی در دوران مدرن تغییر شکل داده است. در گذشته، مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چراکه افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و ارتباط رودررو با اطراف ایشان در یک محیط ثابت و نیز سنت‌های بومی، محلی، بخش اعظم هویت آنها را شکل می‌داد. به دنبال مدرنیته و بسط تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند اینترنت، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کمرنگ شد، چراکه رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی قادرند فرد را از مکان خودش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبرو هستند و هویت‌یابی شکل غیرمحلی و جهانی پیدا می‌کند.

«گیدنز» برای شرح تغییر نقش مکان در مدرنیته‌ی متأخر از اصطلاح ازجاکنندگی استفاده می‌کند. او معتقد است که جدایی زمان در دوره مدرنیته‌ی متأخر، شرط وقوع فرآیند ازجاکنندگی، کنده شدن روابط اجتماعی از محیط‌های محلی، هم‌کنش و تجدید ساختار این محیط‌ها در راستای پهنه‌های نامحدود زمانی- مکانی است. (گیدنز، ۱۳۸۴، ۲۵)

«تامپسون» نیز برای تبیین روشن‌تر نقش رسانه‌ها در دنیای مدرن امر خصوصی و عمومی را

از هم تفکیک می‌کند. به نظر وی کنش عمومی؛ کنش قابل رویت است که آشکارا انجام می‌شود. چنان‌که هرکسی می‌تواند آن را ببیند، حال آن‌که کنش خصوصی نامرئی است، عملی است که در فضا و در پشت درهای بسته انجام می‌شود. (تامپسون، ۱۳۸۰، ۱۵۲)

به نظر می‌رسد که در کنار ظهور تکنولوژی‌ها و رسانه‌های جدید تغییرات دیگری مانند طولانی شدن دوره جوانی و نوجوانی، فردی شدن، اهمیت یافتن سبک زندگی برای جوانان، ازهم پاشیدگی شبکه‌های سنتی و نوسازی شهری از جمله زمینه‌های اصلی هستند که شرایط جدیدی را پیش روی جوانان قرار داده‌اند. این تحولات تکنولوژیکی علاوه‌بر تأثیر بر ذوق، سلیقه و نیاز ارتباطی آنها، گذراندن اوقات فراغت آنها را نیز تحت تأثیر قرار داده است. دو فرآیند «رسانه‌ای شدن» و «خانگی شدن» توصیف‌کننده‌ی گذران بخش عمده‌ای از فراغت جوانان در جوامع مدرن است. جوانان فراغت خود را بیش‌ازپیش در خلوت سپری می‌کنند و برای سرگرم شدن به‌طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند. (ذکایی، ۱۳۸۳، ۲)

### بیان مسأله

بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر تازه‌ای کرده است. «دانیل بل» آن‌را «جامعه فراصنعتی»، «امانوئل کاستلز» جامعه شبکه‌ای و بعضی آن‌را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند، جامعه‌ی اطلاعاتی را جامعه‌ای می‌دانند که در آن دسترسی به اطلاعات، افزایش یافته‌ها و اطلاعات اهمیت زیادی در زندگی روزمره پیدا کرده و سبب تغییراتی در ساختارهای شغلی شده است. به سبب گسترش دامنه‌ی تأثیر رسانه‌های جمعی، به ویژه ماهواره و اینترنت و سایر فناوری‌های اطلاع‌رسانی، جامعه‌ی اطلاعاتی امروزه بعدی جهانی پیدا کرد و منحصر به کشور خاصی نمی‌شود.

توسعه به فناوری‌های دیجیتالی و فشردگی زمان و مکان از ویژگی‌های این عصر است. در این فرآیند ابتدا رایانه‌ها به جامعه راه می‌یابند و سپس رایانه‌های شخصی به منازل و حوزه‌های خصوصی افراد و خانواده‌ها وارد می‌شوند و بزرگراه اطلاعات را از وسط منازل عبور می‌دهند. وصل شدن رایانه‌ها به خطوط تلفن و دسترسی آسان و نسبتاً کم هزینه به

اینترنت، افراد را به اطلاعات انبوه و جهانی متصل ساخته و این همه، جنبه‌های مختلف زندگی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جامعه‌ی اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد، هویت است. به همین دلیل است که ظهور جامعه‌ی اطلاعاتی و اثرات آن بسیار مورد توجه جامعه‌شناسان و سایر صاحب نظران قرار گرفته است.

### ظهور جامعه اطلاعاتی

درخصوص چگونگی پیدایش جامعه‌ی اطلاعاتی، دیدگاه‌های مختلفی ارائه شده است «مانوئل کاستلز» به انقلاب فناورانه‌ای که حول محور فناوری‌های اطلاعات متمرکز است اشاره می‌کند که در سال‌های پایانی قرن بیستم، چشم انداز اجتماعی زندگی انسان را دگرگون ساخته و با سرعتی شتابان درکارشکل دهی مجدد بنیان مادی جامعه است. (کاستلز، ۱۳۸۴، ۲۸)

با این همه «کاستلز» مفهوم «جامعه‌ی اطلاعاتی» را با احتیاط و به صورت مشروط به کار می‌برد و معتقد است نام بردن از یک جامعه‌ی اطلاعاتی به معنای همگونی جهانی همه‌ی شکل‌های اجتماعی نیست. سخن گفتن از جامعه‌ی اطلاعاتی یا جامعه‌ی متکی بر اطلاعات به دو شرط نیازمند است: از یک سو اعضای این جامعه در شکل کنونی خود، سرمایه‌داری هستند و از سوی دیگر تنوع و چندگونگی فرهنگی و نهادی آنها باید مورد توجه قرار گیرد. بدین معنی اگرچه ژاپن، اسپانیا، چین، برزیل و ایالات متحده‌ی آمریکا همگی جزء جوامع اطلاعاتی به شمار می‌آیند، اما هویت خویش را در دیگ جوشان و جهان گسترده و همسان‌ساز سرمایه‌داری متکی به اطلاعات از دست نمی‌دهند. (همان، ۴۸)

بنابراین کاستلز به جای اصطلاح جامعه‌ی اطلاعاتی، ترجیح می‌دهد جامعه‌ی شبکه‌ای را به کار ببرد. به نظر وی یکی از پیامدهای مهم گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات نوین مبتنی بر آن، دگرگونی فرهنگ ماست از این‌رو در اثر ایجاد و گسترش شاهراه‌های اطلاعاتی، فرهنگ نوینی در حال ظهور است. (همان، ۳۸۴)

«ویلیام مارتین»، جامعه‌ی اطلاعاتی را جامعه‌ای معرفی می‌کند که در آن کیفیت زندگی همانند چشم اندازهای تحول اجتماعی و توسعه‌ی اقتصادی به میزان روبه‌تزایدی، به اطلاعات و بهره‌برداری از آن وابسته است. در چنین جامعه‌ای، استانداردهای زندگی، الگوهای کار و

فراغت، نظام آموزشی و بازارکار به گونه‌ی کاملاً محسوسی تحت‌الشعاع پیشرفت‌هایی قرار گرفته که در قلمرو اطلاعات و دانش‌ها روی داده است. (محسنی، ۱۳۸۰، ۲۱-۲۰)

در همین رابطه، «جان فیدر» از انقلابی یاد می‌کند که در زمینه‌ی اطلاعات و ارتباطات در جهان روی داده و زندگی همه‌ی انسان‌های روی کره‌ی زمین را تحت تأثیر قرار داده است. انقلابی که مبتنی بر رایانه و دارای آثار گسترده‌ی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. یعنی از سوئی، اطلاعات را به کالایی تجاری و سودآور بدل کرده که تملک آن باعث قدرت می‌شود و از سوی دیگر، اثرات ماندگاری بر شخصیت و هویت انسان‌ها برجای می‌گذارد. (فیدر، ۱۳۸۰، ۴-۵)

«فرانک و بستر» تعریف مشابهی از «جامعه‌ی اطلاعاتی» که بر نوآوری وسیع فناوری‌های اطلاعاتی مبتنی است به دست می‌دهد. به نظر او در وهله‌ی نخست کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی، تقریباً به همه‌ی گوشه و کنارهای جوامع گسترش یافته و استفاده از کامپیوترها همگانی شده است. سپس تحول دیگری در زمینه‌ی مخابرات صورت گرفته و به توزیع گسترده‌ی اطلاعات در سطح جامعه، منجر شده که مردم جهان را هرچه بیشتر در بزرگراه‌های اطلاعاتی و در معرض بهره‌گیری از اطلاعات قرار می‌دهد. آثار فرهنگی این وضعیت را در جاها و موارد مختلف می‌توان مشاهده کرد. لباس‌هایی که می‌پوشیم، سبک آرایش مو و صورت، غذاهایی که می‌خوریم، آداب معاشرت و معماری منازل نیز در همین زمینه، قابل ذکر است. فرهنگ معاصر به شکلی عجیب، اطلاعات و ارزش‌های قبل از خود و فرهنگ‌های دیگر را در خود نهفته دارد و از آنها استفاده می‌کند. (وبستر، ۱۳۸۳، ۵۲)

«یورگن هابرماس» به عنوان یکی از مهم‌ترین نظریه پردازان انتقادی به ظهور فن‌آوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن در فرآیند جهانی شدن تأکید کرده است و به نظر وی، در عرصه‌ی فرهنگی نوعی همسانی ایجاد شده و فرهنگ‌طلایی شده‌ی آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند، بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است. (هابرماس، ۱۳۸۴، ۱۰۲)

## مفهوم هویت<sup>۱</sup>

هویت دارای ابعاد مختلف است. بعد روانشناختی آن به نام هویت شخصیتی خوانده می‌شود و شامل تعریف فرد از ویژگی‌های منحصر به فرد از ویژگی‌های منحصر به فرد فیزیکی و روانشناختی خودش است. با هویت اجتماعی تفاوت دارد. هویت اجتماعی به تعریفی که فرد بر اساس تعلق و عضویت در گروه‌های اجتماعی از خودش می‌کند، دلالت دارد و شامل هویت‌های مختلفی است. برخی از این ابعاد هویت خانوادگی، هویت قومی و هویت دینی است. هویت فردی از مجموع هویت شخصیتی و هویت‌های اجتماعی فرد تشکیل می‌شود. به عبارتی دیگر هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات، ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و همه‌ی شرایط. هویت داشتن دارای دوجنبه‌ی متفاوت است: همانند دیگران بودن در وظیفه‌ی خود و همانند خود بودن در گذر زمان. (Hekman;1999:11)

هویت شامل شباهت با خودی‌ها و تفاوت و تمایز با غیرخودی‌ها و دیگران است. داشتن احساس هویت انسانی و شایسته، دارای نشانه‌هایی است از قبیل: جنس اعتماد به نفس، احساس رضایتمندی از خود، قدرت مقابله با مشکلات، جهت‌گیری مثبت و شایسته در مواجهه با رویدادها و داشتن اراده‌ی مقاوم برای پیشبرد برنامه‌ها. در مقابل نداشتن هویت دارای آثار و علائمی است مانند: سردرگمی، بی‌توجهی به فرصت‌ها، فرار از مسؤولیت‌های اجتماعی، احساس از خود بیگانگی و نیز تقلید بی‌منطق و سطحی از دیگران. پس به نظر می‌رسد «بحران هویت»<sup>۲</sup> عدم توانایی نوجوانان در قبول نقشی است که جامعه از آنان انتظار دارد. (یوسفی، ۱۳۸۳، ۸۰)

بررسی‌ها نشان می‌دهد در جوامع سنتی، هویت بیشتر متأثر از عوامل انتسابی، از پیش مشخص شده و ثابت است. انسان‌ها شبیه یکدیگرند (انسجام مکانیکی<sup>۳</sup>) و انسجام بیشتری در ابعاد مختلف هویت وجود دارد. لذا افراد جامعه به احاطه هویت‌یابی چندان دچار تغییر و دگرگونی نمی‌شوند و اساساً کمتر مسأله‌ای به نام بحران هویت بوجود می‌آید. اما در جوامع جدید منابع هویت‌یابی متعدد و بیشتر اکتسابی است. زیرا انسان‌ها در گروه‌ها و قشرهای اجتماعی متعددی عضو

1-Identity

2-Identity crisis

3-Mechanical solidarity

هستند. لذا هویت انسان‌ها در معرض تغییر است. اینجاست که مسأله‌ی هویت و چالش‌های هویتی بوز می‌کند.

بررسی نشان می‌دهد که چهارعامل سهم اجتماعی می‌توانند برفرآیند هویت‌یابی نوجوانان تأثیر بگذارند که عبارتند از:

۱. پایگاه‌های پرورش که خود شامل خانواده، مدرسه، همسالان می‌شود.

۲. مسائل فرهنگی که متشکل از باورهای دینی و اعتقادات مذهبی، سنن، باورها و رفتارهای اجتماعی است.

۳. نظام اقتصادی و حکومتی که شامل ارزش‌های مبتنی بر وضعیت اقتصادی، گروه‌های سیاسی، قوانین و مقررات حکومتی است.

۴. رسانه‌های جمعی که شامل رادیو، تلویزیون، سینما، شبکه‌های ماهواره‌ای (مانند اینترنت و تلفن همراه)، کتب و مطبوعات است.

۵. هراندازه این عوامل باهم، همسوباشند، هویت فرد از یکپارچگی بیشتری برخوردار است. به نظر «از یک اریکسون» فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داورها وهنجارهای مورد قبول خانواده و جامعه را زیر سؤال می‌برد و در جستجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب به کندوکاو می‌پردازد. نتایج موفقیت‌آمیز فرآیند رشدروانی واجتماعی، امکان حل تعارضات روانی واجتماعی را درمراحل بعدی زندگی به فرد می‌دهد. لذا درمقابل آشفتگی و بحران هویت، فرآیند «شکل‌گیری هویت» و انسجام هویتی قرار می‌گیرد.

«جیمز مارسیا» هویت نوجوانان را درچهار وضعیت دسته‌بندی می‌کند که از نظر تأثیری که مؤلفه‌های نوین مانند فناوری‌های جدید رسانه‌ای بر تحول هویتی دارد، الهام بخش است: الف- دستیابی به هویت ب- توقف هویت پ- تعلیق هویت ت- پراکندگی وعدم انسجام هویت (همان، ۸۱) در میان دیدگاه‌های جامعه‌شناختی، نظریه‌ی کنش مقابل نمادین، بیش‌ازدیگر دیدگاه‌ها مسأله‌ی هویت و شکل‌گیری آن را مورد مطالعه و تحلیل قرار داده‌است. براساس این دیدگاه، معناها به‌طورکلی و هویت به‌طورخاص در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. «جرج هربرت مید» نظریه‌پرداز برجسته‌ی این دیدگاه، نظریات بدیعی در زمینه‌ی هویت ارائه می‌دهد. اگر بپذیریم که هویت پاسخی است به پرسش من کیستم؟ به نظر مید مجموعه‌ی ویژگی‌هایی که

فرد برای خود برمی‌شمارد در می‌تفامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او درباره‌ی خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. (ریترز، ۱۳۷۷، ۲۷۹) «مانفردکان» چهره‌ی شاخص دیگر این دیدگاه، معتقد است که «خود» در قالب هویت فرد، در جریان تعامل اجتماعی و با درونی شدن «نگرش‌ها» دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد. او برای شناخت هویت، آزمون بیست جمله‌ای «من کیستم» را مطرح ساخت و معتقد بود که افراد معمولاً خودشان را در تماس با دیگران می‌شناسند. (دوران، ۱۳۸، ۹۸)

«ریچارد جنکینز» با الهام از مید، گافمن و بارت، معتقد است برای درک و فهم هویت فردی و هویت اجتماعی، می‌توان از یک الگوی هویت‌شناسی واحد استفاده کرد. در این الگو، هویت دارای دو وجه «بیرونی» و «درونی» است که پیوسته با یکدیگر در تعامل‌اند. هویت فردی مبتنی بر تفاوت و تمایز میان افراد براساس تعلق به یک گروه یا رده اجتماعی می‌باشد. به اعتقاد جنکینز تعاملی دوسویه میان هویت و زندگی اجتماعی جریان دارد. ازسویی هویت، شرط لازم برای زندگی اجتماعی است و ازسویی دیگر در جریان زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد، تغییر می‌کند و بازسازی می‌شود. (جتکینز، ۱۳۸۱، ۱۵)

«آنتونی گیدنز» بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید کرده و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد به برداشت کان از هویت نزدیک است. در این برداشت از هویت هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی لحاظ شده اما بر بعد فردی و نقشی که خود فرد در دنیای مدرن در شکل‌گیری و بازسازی هویت دارد و بر جنبه‌ی پویا و متغیر هویت تأکید بیشتری شده است. گیدنز جنبه‌های روانشناختی و چالش‌های هویتی را در دوران جدید مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است، صورت می‌گیرد، ویژگی دوران جدید و نتیجه‌ی گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند. (گیدنز، ۱۳۸۴)

با توجه به مطالب فوق می‌توان ویژگی‌های هویت را به شرح زیر خلاصه کرد: هویت اجتماعی، نوعی خودشناسی در ارتباط با دیگران است. فرآیند هویت‌سازی به فرد امکان می‌دهد که برای



پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود پاسخی مناسب و قانع کننده پیدا کند. هویت محصول کنش اجتماعی است و با نوعی ثبات شخصیت و دوام نسبی همراه است. امروزه گسترش فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی، شبکه‌های ماهواره‌ای، گسترش ارتباطات مجازی و بدنبال آن افزایش این دسته از کاربران خصوصاً ارتباطات مجازی و به دنبال آن افزایش این دسته از کاربران خصوصاً در میان جوانان پدیده‌هایی هستند که باعث تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها و نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد شده‌اند و تغییرات هویتی را خصوصاً در جوانان ایجاد نموده‌اند.

با ظهور و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به ویژه کامپیوتر، اینترنت و ماهواره، هویت و معنا و مبنای آن دچار تغییر شده است و از پدیده‌ای نسبتاً پایدار و منسجم به پدیده‌ای متغیر و سیاه و چند پاره تبدیل شده است. در ذیل به دو نمونه از این شبکه‌های ماهواره‌ای که بیشترین تأثیر را داشته و کاربران بسیاری را مخاطب قرار داده‌اند، می‌پردازیم.

### اینترنت

اینترنت پدیده‌ی شگفت قرن، انقلاب مهمی در ارتباطات پدید آورده است 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 می‌کند. مانند تلفن تبادل اطلاعات را امکان‌پذیر می‌سازد، مانند کتاب‌ها و نشریات، امکان یادگیری و خودآموزی را بوجود می‌آورد، مانند سینما و تلویزیون امکان سرگرمی را فراهم می‌آورد و کلیه‌ی این کارها را به‌طور همزمان نیز انجام می‌دهد. اما ویژگی عمده‌ی آن در داشتن بازخور و قابلیت تعامل است که سبب شخصی کردن ارتباطات می‌شود. (selnow;2000;60)

اینترنت به عنوان ابزار اطلاعاتی پر قدرت، آسان‌ترین وسیله برای توانمند ساختن کشورهای در حال توسعه به منظور عبور از راه توسعه و پیشرفت است. اینترنت کاربران و ارتباط گران را به طور ۲۴ ساعته به هم مرتبط می‌کند. (Webster;2001) و در حال حاضر به عنان یک رسانه‌ی پست مدرن انسان را قادر به غلبه بر مکان و زمان نموده است.

نویسندگان بیشماری گسترش فناوری‌های اینترنتی و فضای ارتباطی جدید ساخته شده

توسط آنها را صرفاً به فرم تجلی ایده‌های مدرن به شکل ابزار و تکنیک مورد بررسی قرار داده‌اند. (Levy;2001;230)

«اسکوبار»، با تأکید بر همخوانی فناوری‌های رایج مانند اینترنت با انقلاب‌های فرهنگی موجود، مبانی فرهنگی غربی و توسعه‌ی فناوری را مورد بررسی قرار می‌دهد. (Escobar;1994) از نگاه «کاستلز»، فرهنگ مجازی برخاسته از فرهنگ برتر عملی و تکنولوژیکی، در فهرست ماموریت غلبه بر جهان قرار داشت. (castells;2001;16)

نویسندگان متأخرتر، فضای فرهنگ مجازی را کاملاً جدید و پسا مدرن دانسته، آن را نشانگر گسستی عمده و اساسی در الگوهای فرهنگی جامعه، هویت و ارتباطات در نظر می‌گیرند. به عنوان مثال «وب» معتقد است تصاویر مرزی فضای مجازی نشانه‌ی تغییر پسامدرن از انسان محصور به یک غیرانسان محصور مجهز به کامپیوتر است. (webb;1998) «پوستر» مدعی است فناوری‌های اینترنتی، فرهنگ دومی را پدید آورده است. فرهنگی غیر از مبادلات همزمان نشانه‌ها و صداها بین افراد در یک فضای واقعی (poster;2000;13) او پیش‌بینی می‌کند که پیامدهای فرهنگی این نوآوری، باید سبب تخریب و نابودی «مدرن» گردد و برای این بافت گزاره‌هایی از نظریات پسامدرن اندیشمندانی نظیر «هایدگر»، «بودریارد» و «دریدا» را که عقاید مدرن در خصوص پیشرفت، شخصیت اصیل تعریف پذیرد و وجود مبانی مطلق برای ساختار علم را به چالش کشیده‌اند، را زانو توین می‌کند. «پوستر» معتقد است دیدگاه‌های پسامدرن در خصوص زندگی و فرهنگ که فراتر از عقاید و آموزه‌های مربوط به ساختارهای ثابت اجتماعی ممکن است با فضای پویا، شناور و حتی به لحاظ فرهنگی متناقض با فضای مجازی، بیشترین پیوند و سازگاری را داشته باشد. (Meacfadyn;2002;6) رایج‌ترین موارد استفاده از اینترنت عبارتند از:

۱- استفاده از اطلاعات گوناگون موجود در شبکه‌ها به منظور انجام فعالیت‌های علمی و پژوهشی و دسترسی به کتاب‌ها و منابع کتابخانه‌ای.

۲- انجام امور اداری و تجاری

۳- برقراری ارتباط با سایرین به شیوه‌های گفتاری، نوشتاری و تصویری (چت، ایمیل و

مکالمه‌ی تلفنی)

۴- بهره‌مندی از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی

۵- آموزش از راه دور

### نگرش جامعه‌شناختی به پدیده‌ی اینترنت

جامعه‌شناسان از این زاویه سعی دارند تا تأثیرات اجتماعی اینترنت را بر روابط اجتماعی، کنش‌ها، و به کلی هویت اجتماعی کاربران مورد توجه قرار دهند این نگرش به طیفی از اثرات اجتماعی تکنولوژی‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی بر روابط و تعلقات اجتماعی، شکل دهی یک معنای عمومی جدید.

برای ارتباطات، صورت‌های جدید مشارکت‌های اجتماعی و بازاندیشی و تغییر در هویت‌های خود ساخته تأکید دارد.

محوریت یافتن ارتباط و سرگرمی، «از متن خارج شدن»<sup>۱</sup> مکان‌ها و تجارب اوقات فراغت، رواج شکل‌های سرگرمی غیر وابسته به زمان و مکان، چند وظیفه‌ای شدن رسانه‌های جدید و لذت بردن جوانان از توانایی انجام همزمان چند وظیفه و امکان‌پذیر ساختن انواع جدیدی از مشارکت‌های عاطفی و زیباشناختی و فرهنگی از جمله مشخصه‌های اصلی رسانه‌های جدید بویژه اینترنت می‌باشد.

رویکردهای غالب در بررسی تأثیرات اجتماعی و روانی اینترنت بر جامعه را در دو دسته کلی تکنولوژیکی و اجتماعی می‌توان قرار داد. رویکردهای تکنولوژیک نقش رسانه‌های جدید را در روابط و تبعات اجتماعی آن تعیین کننده می‌دانند و در بررسی نهایی تکنولوژی را شکل دهنده روابط اجتماعی و شکل‌های تحول آن تلقی می‌نمایند. نظریه‌های چندی از این منظر به رسانه‌های جدید توجه کرده‌اند. برای نمونه می‌توان «مدل حضور اجتماعی»<sup>۲</sup> که فردی بودن ارتباطات کامپیوتری را زمینه‌ساز اثرات اجتماعی کمتر آنها می‌داند، نظریه «غنا رسانه‌ای»<sup>۳</sup> که توانایی تأثیرگذاری بر روابط اجتماعی رسانه‌ها را تابع فلرفیت آنها در انتقال پیام‌ها و نشانه‌های اجتماعی می‌بیند و غنا رسانه‌ها را عامل تعیین کننده انتخاب آن از جانب کنشگران می‌داند و

1-de-contextualization

2-social presence model

3-media richness theory

نظریه «شیوه‌پردازش اطلاعات اجتماعی»<sup>۱</sup> اشاره کرد. که به دنبال تبیین اثرات محدود کننده ارتباطات اجتماعی می‌داند.

در مجموع رویکردهای فوق به ابعاد اجتماعی رسانه‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی به صورت حاشیه‌ای و با اهمیت کمتر نگریسته و در تحلیل نهایی قائل به قابلیت تقلیل اطلاعات کامپیوتری به بایتهای اطلاعاتی هستند. رویکردهای جایگزین در مطالعه اثرات رسانه‌ها در مقابل به عوامل اجتماعی توجه بیشتری نشان می‌دهند. نظریه‌هایی همچون «استفاده و التذاذ»<sup>۲</sup> «مبادله»<sup>۳</sup>، «سازه‌گرایی اجتماعی»<sup>۴</sup> و «نظریه‌های تعاملی»<sup>۵</sup> از جمله رویکردهای غالب در این دسته به شمار می‌آیند.

مدل «استفاده و التذاذ» که خود متأثر از نظریه‌های مبادله اجتماعی است، مدلی رایج در مطالعات توصیفی و اکتشافاتی درخصوص نحوه استفاده افراد از رسانه‌ها و تأثیر این استفاده بر رفتار آنهاست. دلایل و انگیزه‌های جذب جوانان به اینترنت و فضای مجازی و رفتار آنها در فضای مجازی زمینه‌های اصلی هستند که در این مدل به آنها توجه می‌شود.

نظریه تعاملی، تفسیری و سازه‌گرایی تلاشی برای تبیین نحوه ارتباط افراد با فضای مجازی، فهم آنها از این ارتباطات و مکانیسم‌های دخیل در آن محسوب می‌شود. رویکرد سازه‌گرایی با تلقی نسبی بودن تأثیرات تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، این تأثیرات را تابع «متن»<sup>۶</sup>، تفسیر و فهمی می‌دانند که کاربران و افراد حاضر در حوزه ارتباط از آن به عمل می‌آورند. ساخت‌های اجتماعی تعیین کننده معنای ارتباطات به شمار می‌آیند. این نظریه که ملهم از آرای پدیدارشناسی گارفینکل، برگر و لاکمن و اندیشمندانی همچون «دریدا» و «گرگن» است و اقیات اجتماعی را ساخته کنشگران دانسته، همزمان به نقش انتخاب، اراده و استقلال فرد (عامل) در تعامل با متن و ساختار اجتماعی توجه دارد.

- 
- 1-social in formation processing model
  - 2-uses and gratifications
  - 3-exchange
  - 4-social constructionism
  - 5-interactionism models
  - 6-context

از دیگر اندیشمندانی که به توصیف نحوه مذاکره و معتبر ساختن هویت در تعاملات رودررو و ایجاد قالبی برای ارزیابی معانی این رویارویی‌ها پرداخته، می‌توان به «گافمن» اشاره کرد که اندیشه‌های او در بررسی ارتباطات بین فردی از جانب محققان علوم رفتاری مورد استفاده بوده است.

با الهام از ارای «گافمن» می‌توان استدلال کرد که اینترنت چهارچوب‌های تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین فردی مهیا ساخته است که علیرغم محدودیت‌های ذاتی خود، فرصت‌های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می‌دهد، گافمن در کتاب خود موسوم به «استیگما» به توصیف تکنیک‌ها و امکاناتی می‌پردازد که افراد از آن برای رایه تصویری مطلوب و قابل پذیرش از خویش استفاده می‌کنند.

توصیف مجازی که کاربران از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود در فضای «چت روم» به عمل می‌آورند را می‌توان با توجه به این گزاره‌ها تبیین کرد. تلاش برای پیشدستی در گرفتن اطلاعات، شناسایی اولیه از مخاطب گفتگو، توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز و یا نادرست از برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی و نشان دادن همدردی و همسویی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب از جمله زمینه‌های نشان دهنده تدارکات و آمادگی‌های «پشت صحنه‌ای» افراد، برای نمایش «روی صحنه‌ی»<sup>۱</sup> خود هستند. ماهیت غیررودرروی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی همچنین می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی هویت، رفتارهای آزمایشی و رایه تصویری غیرواقعی فراهم سازد که ریسک «شرمندگی» در آن کمتر است. (ذکایی، ۱۳۸۳، ۲۸۱) در مجموع کاربست مفاهیم گافمن در ارتباطات اینترنتی می‌توان به تسریع مکانیسم‌ها و استراتژی‌های مورد استفاده در تعاملات بین فردی به کار رود.

برای ارزیابی تأثیر نیروهای ساختی همچون «طبقه» «جنسیت» و «مکان» در بهره‌مندی از اینترنت و گفتگوهای اینترنتی و نیز تأثیری که این‌گونه ارتباطات به نوبه خود بر این روابط بر جای مگذارد از مفهوم سازی «عادت»<sup>۲</sup> و «میدان»<sup>۳</sup> «بورديو»<sup>۴</sup> جامعه شناس فرانسوی می‌توان

1-front stage

2-habitués

3-field

4-Bourdieu

استفاده کرد. برای بوردیو، «عادات» شیوه‌های عمل و زیستی است که فاعلان اجتماعی در جریان اجتماعی شان کسب می‌کنند و از طریق تجربه عملی آموخته می‌شوند. در کتاب «منطق عمل»، بوردیو می‌نویسد: «دنیای عملی که در ارتباط با عادت شکل گرفته است، دنیایی است که روش‌های رسیدن به هدف، مسیرهای قابل انتخاب و موضوعاتی که واجه یک خصلت غایت‌شناسی دائمی هستند را از قبل مشخص ساخته است (Bourdieu;198) براین اساس باید گفت که میدان‌ها در حال تغییرند و رابطه بین عادت و میدان در معرض گسست است. ملزومات میدان ضرورتاً اشاره بر وجود عاداتی ندارند که بازیگران یک میدان مجهز به آن باشند. در اینجا نیز امکان کنش و انتخاب وجود دارد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرآیند بازآفرینی باقی می‌ماند با این حال شیوه‌هایی وجود دارد که مبنای مبارزه برای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می‌گرداند.

مفهوم سازی بوردیو از عادتو میدان را می‌توان در تحلیل فرهنگی و ساختاری از تأثیرات ارتباطات اینترنتی به کار برد. ارتباطات مجازی می‌تواند زمینه شکل‌گیری عاداتی جدید را فراهم سازد که شرایط (عادات) قبلی را به چالش می‌کشاند و در نتیجه آن «جابجایی‌هایی»<sup>۱</sup> صورت می‌گیرد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرآیند بازآفرینی باقی می‌ماند، با این حال شیوه‌های متنوعی مبنای مبارزه برای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می‌سازد. (مرکز پژوهش‌های ارتباطات، ۱۳۸۹)

## چت<sup>۲</sup>

چت یک کلمه‌ی انگلیسی به معنای گفتگوست. براین اساس «چت روم»<sup>۳</sup> نیز اتاق گفتگو تلقی می‌شود. چت روم در واقع فضایی است که در آن افراد بدون آن‌که یکدیگر را ببینند با «ایمیل»<sup>۴</sup> و از طریق اینترنت با هم در ارتباط هستند و به گفت‌وگوی نوشتاری و پردازند.

1-dislocation

2-chat

3-chat room

4-Email

چت رومها یا تالارهای گفتگو به عنوان بپیکي از پرطرفدارترین امکانات اینترنتی، شرایط جدیدی را پیرامون کاربران خود قرار داده و مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده‌اند. گمنامی سرعت ارتباطات وسایل بودن آن پیامدهای گسترده‌ای در روابط جنسیتی و الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان برجای می‌گذارد. تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا می‌تواند فضای آزادکننده‌ای را برای دسته‌ای از جوانان پدید آورده و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در فرهنگ جوانان کم‌رنگ سازد و در ارتباطات اینترنتی در محیط‌های چت، ضمن آن‌که تقویت‌کننده‌ی روابط غیروابسته به زمان و مکان گردیده است، به محملی برای جستجو و ارضای کنجکاوی‌های جوانان نیز تبدیل شده است. (ذکایی، ۱۳۸۳، ۲۷۷)

چت رومها تکنیک‌ها و امکاناتی را در اختیار فرد می‌گذارد که به آنها امکان می‌دهد تا تصویری مطلوب و قابل پذیرش از خود ارائه کنند.

کاربران ممکن است در چت رومها، توصیف مجازی از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود ارائه دهند که با ویژگی‌های واقعی آنها تفاوت بنیادی داشته باشد. این امر می‌تواند موجب بوجود آمدن هویت کاذب بنیادی داشته باشد. این امر می‌تواند موجب بوجود آمدن هویت کاذب بنیادی داشته باشد. این امر می‌تواند موجب بوجود آمدن هویت کاذب یا هویت موقت (آنی) در افراد بشود. هویت کاذب به این معنا است که فرد هویت‌هایی را تجربه می‌کند که هیچ کدام متعلق به او نیستند و هویت موقت یا آنی نیز به این معنا است که فرد در هر چت، هویتی را معرفی می‌کند که پایدار نیست و دام آنها تنها تا پایان آن چت ادامه دارد. به این ترتیب فرد هویت‌های متعدد و فراوانی را تجربه می‌کند که زودگذر و ناپایدارند.

«بل» معتقد است جهان مجازی با تأثیر گرفتن از صنعت همزمان ارتباطات، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره‌ی محدودی شکل می‌گیرد و به ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند. (عاملی، ۱۳۸۵)

درعین حال باید خاطر نشان کرد که هویت‌های چندگانه که در یک فرد دیده می‌شوند به این معنا نیست که همه‌ی آنها کاذب‌اند. (Truch;Hulme2004) نتایج تحقیق ذکایی (1383)، که بر روی ۱۷۰ جوان ۳۰-۱۵ ساله انجام گرفته نشان می‌دهد که لذت بخش دانستن فضا «چت»

بیشتر از جانب پسران ابراز شده است. این یافته بیانگر میل بیشتر پسران به برقراری ارتباط همزمان دوستانه با افراد غیرهمجنس و وابستگی بیشتری است که دختران به ارتباط و گفتگوهای اینترنتی پیدا می‌کنند. مشاهدات انجام شده در چت روم‌ها بیانگر میانگین سنی بالاتر کاربران مرد و تعداد بیشتر آنان است. به این ترتیب روابط در فضای مجازی چت گسترش روابط واقعی است که در جنس تجربه می‌کنند و اگرچه مرزبندی‌های جنسیتی در روابط مجازی کم‌رنگ‌تر از روابط حقیقی است، با این حال واقعیت بیولوژیک و به ویژه اجتماعی جنسیت در این روابط نیز خود را نشان می‌دهند.

جامعه‌شناسان معتقدند، ضعف مهارت‌های اجتماعی در برقراری ارتباط از سوی خانواده و نهادهای آموزشی، محدودیت‌های اجتماعی در گفت‌گوهای خصوصی، انزوای و نیازهای جنسی، نظر نوجوانان و جوانان را به چت روم‌ها جلب می‌کند.

### پیام کوتاه

به نظر می‌رسد که هم‌اکنون از جذابیت‌های چت برای نسل جوان کاسته شده و پیام کوتاه جایگزین آن شده است. چت به امکاناتی مانند کامپیوتر، اتصال به اینترنت و ارتباط هم‌زمان دو کنشگر نیاز دارد. در حالی که ارسال پیام کوتاه تنها به گوشی موبایل نیاز دارد. موبایل به علت همراهی همیشگی و دسترس‌پذیری این امکان را برای افراد فراهم می‌کند که در هر زمان و هر مکانی، امکان برقراری ارتباط با دیگری را داشته باشند. به عبارت دیگر می‌توان گفت بوسیله پیام کوتاه، فرد همواره آنلاین و قادر به پاسخگویی است. در حالی که بواسطه چت هیچ‌گاه این امکان وجود ندارد که فرد همواره آنلاین باشد. بنابراین با رواج استفاده از موبایل در بین جوانان و محبوبیت سرویس پیام کوتاه و درعین حال کاسته شدن از هیجان چت کردن به مرور زمان، به نظر می‌رسد در حال حاضر پیام کوتاه و استفاده از موبایل تأثیرات بیشتری نسبت به چت بر جوانان داشته باشد.

«لورنت» معتقد است که موبایل، در درون خانه که فضایی عمومی است، یک خلوت و تنهایی جدیدی بوجود آورده است. در نتیجه در آن کمتر کسی راه دارد. ایجاد این فضای شخصی و خصوصی در جمع، نقش مهمی در هویت فردی جوان ایفا می‌کند. برای مثال به آنها



اجازه می‌دهد تا بدون آگاهی دیگران پیامی را رد و بدل کنند یا قرار ملاقاتی را تنظیم کنند. فرآیند «ازجاکنندگی» که گیدنز به آن اشاره می‌کند را در استفاده از موبایل نیز می‌توان دید. دسترس‌پذیری دائمی این مکان را فراهم می‌کند که دو کنشگر بتوانند فارغ از زمان و مکان با هم ارتباط برقرار کنند. تلفن ثابت درهرخانه متعلق به همه‌ی اعضای خانواده است و بیشتر اوقات اعضای خانواده از تماس‌های یکدیگر آگاه می‌شوند. اما موبایل یک ابزار شخصی است که به فرد تعلق دارد و همیشه همراه اوست. در نتیجه وابستگی فرد به زمان و مکان را از بین می‌برد و امکان ارتباطات آزادانه‌تر و بدون کنترل دیگران را برای فرد ایجاد می‌کند.

در چت رومها به عنوان یک فضای مجازی مهم‌ترین احساسی که به ایجاد هویت مجازی کمک می‌کند گمنامی و پنهان بودن هویت واقعی فرد است درحالی که در پیام کوتاه ارسال شده توسط تلفن همراه، هویت فرد فاش می‌شود درحالی که امکان چنین شناختی در فضای مجازی و چت رومها وجود ندارد. در عین حال پیام کوتاه مانند چت، از آنجایی که امکان ارتباط نوشتاری و غیر رودررو را فراهم می‌کند، به جوانان کمک می‌کند تا راحت‌تر به ابراز احساسات و منویات خویش بپردازند.

### مروری بر مطالعات انجام شده

«تأثیر تجربه فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروه همسالان، و جامعه» توسط بهزاد دوران (۱۳۸۲) مورد بررسی قرار گرفته است نتایج این پژوهش رابطه معنی‌داری را میان فضای سایبرنتیک و هر یک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت همسالان، و هویت ملی) پاسخگویان را مشخص نساخت، و نشان می‌دهد که اینترنت بر هویت اجتماعی تأثیری ندارد، در این تحقیق استفاده از اینترنت و عدم استفاده از اینترنت و میزان استفاده از اینترنت متغیرهای مستقلی بوده‌اند که ازاهمیت فراوانی برخوردار بوده است ولی میزان انواع استفاده از دیگران مد نظر قرار نگرفته است.

زنجانی زاده و جوادی، پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه سه مشهد (در سال ۸۲-۸۳) انجام داده‌اند. این تحقیق به صورت پیمایشی و با ابزار پرسشنامه در بین دانش آموزان دبیرستان‌های دولتی ناحیه سه

مشهد در سال تحصیلی ۸۲-۸۳ انجام شد. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بوده است و حجم نمونه ۴۰۳ نفر می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که ۴۵٪ دانش‌آموزان از اینترنت استفاده می‌کنند، میانگین استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته بوده و میزان استفاده از چت، ۱۲۷ دقیقه در هفته رگسیون چند متغیره با وارد کردن تمام متغیرها، تأثیر اینترنت به خود اختصاص داده است، در تحلیل خانواده ۱۰٪ بوده است. همچنین در تحلیل رگسیون چند متغیره با وارد کردن متغیرها، تأثیر دسترسی به اینترنت بر ارزش‌های خانواده معنی‌دار نشد.

تحقیقات سازمان ملی جوانان نشان می‌دهد تعداد کاربران اینترنت در ایران با رشدی حدود ۹۰ درصد از ۷/۱ میلیون نفر ضریب نفوذ ۵/۲ درصد در سال ۸۰، به ۲/۳ میلیون نفر با ضریب نفوذ ۹/۴ درصد در پایان سال ۸۱ افزایش یافته است و پیش‌بینی می‌شود با توجه به افزایش نفوذ اینترنت در ایران تعداد کاربران اینترنت در مدارس و دانشگاه‌ها به مرز ۱۵ میلیون نفر می‌رسد. این افزایش تعداد کاربران اینترنت در ایران در حالی صورت می‌گیرد که بیش از ۳۵٪ استفاده‌کنندگان را قشر جوانان تشکیل می‌دهند. همچنین بر اساس این آمار میانگین دقت صرف شده برای استفاده از اینترنت ۵۲ دقیقه در هفته است که این رقم برای سنین ۲۱ تا ۲۴ سال در کشور به ۵۷ دقیقه می‌رسد.

زی هورجاناتان جی (۲۰۰۱) تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیتهای اوقات فراغت، آزادی‌های فردی و پنهان‌کاری مورد بررسی قرار داده‌اند. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت با اعضای خانواده است که بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری بوجود می‌آورد. در مورد اوقات فراغت سه متغیر از پنج متغیر که مربوط به روزنامه خواندن، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، ارتباط با دوستان، در بین استفاده‌کنندگان و کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند تفاوت معنی‌داری وجود دارد، تأثیر بر آزادی‌های مدنی مربوط به خشونت و محتوی وقیع و به دست آوردن نوع دوستان است، که در بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش سوبرامانیام (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که کودکان بیشتر از نوجوانان از کامپیوتر استفاده می‌کنند و این استفاده در بین پسران بیشتر از دختران است، سفیدپوستان بیشتر از سیاه‌پوستان از کامپیوتر استفاده می‌کنند. زمان زیادی سپری کردن برای استفاده کردن از اینترنت بر

معماری‌های شناختی اثر منفی ندارد، بلکه ممکن است ایمیل بر روابط بین شخصی و حفظ روابط اجتماعی کمک کند که محقق در این تحقیق معتقد است که اینترنت به افزایش روابط اجتماعی کمک کند.

بر اساس نتایج تحقیق رابرت کراوت، استفاده بیشتر از اینترنت با پیامدهای کاهش ارتباطات خانوادگی همراه بود، همچنین گزارش شده است افرادی که از اینترنت بیشتر استفاده کرده‌اند، تنهایی آنها افزایش یافته است. (اسلوین، ۱۵۲)

در پژوهشی بابایی (۱۳۸۲) به نتایج زیردست یافت که ایرانیان به چت علاقه‌مند هستند و غیر از محدود افراد متخصص معمولاً وارد محیط‌های تخصصی نمی‌شوند.

در پژوهشی دیگر که اسلامی (۱۳۸۳) در میان دانش آموزان انجام داده است نشان می‌دهد که بیشترین استفاده از اینترنت برای برقراری ارتباط و چت کردن است.

ضیایی پرور (۱۳۸۴) با پژوهشی تحت عنوان بررسی کارکردهای مثبت و منفی اینترنت و وبلاگ در ایران به نتایجی دست یافت که کاربران نوجوان ایرانی به راستی نمی‌دانند که امکان چه استفاده‌هایی از اینترنت وجود دارد. غالباً هدف مشخصی ندارند. استفاده آنها از بخش‌های سرگرمی، مسائل ضد اخلاقی و گفتگوهای بیهوده در اتاق‌های چت به همین دلیل است. اتاق‌های چت اینترنتی، یعنی گفتگو از طریق رایانه، از شلوغ‌ترین فضای اینترنتی در ایران است.

نتایج پژوهش علی‌پور (۱۳۸۵) با عنوان بررسی الگوی رفتار جستجو و اطلاع‌یابی نوجوانان دبیرستان‌های شهر تهران در استفاده از اینترنت نشان می‌دهد که رفتار جستجو و اطلاع‌یابی نوجوانان از استراتژی نظامند پیروی نمی‌کند. همچنین بین استراتژی جستجو و ویژگی شخصیتی نوجوانان ارتباط معناداری وجود ندارد. در ضمن یافته‌ها حاکی از آن است که نوجوانان در استفاده از اینترنت اولویت‌هایی را رعایت می‌کنند، که عبارت است از: (۱- اخبار و اطلاعات آموزشی و دانشگاهی ۲- اطلاعات مربوط به مدولباس ۳- اطلاعات مربوط به سلامتی و زیبایی ۴- اطلاعات و اخبار اجتماعی - سیاسی ۵- ورزش و وسایل ورزشی ۶- بازرگانی و خرید و فروش ۷- بازی، موزیک و فیلم)

### روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر با توجه به موضوع اهداف و سؤالات و فرضیات تحقیق توصیفی

زمینه‌یابی از نوع پیمایش می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را که کلیه جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران تشکیل می‌دهند. براساس جدول استاندارد کوهن و همکاران (۲۰۰۱) ۳۸۴ از جوان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران نمونه آماری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهند. در این پژوهش نمونه‌گیری از نوع ترکیبی (خوشه‌ای، طبقه‌بندی، تصادفی ساده) است. برای گردآوری اطلاعات در این تحقیق از طریق زیراستفاده می‌گردد: الف-روش پرسشنامه‌ای ب-روش اسنادی و کتابخانه‌ای. پس از جمع‌آوری اطلاعات، همه داده‌ها وارد کامپیوتر شد. سپس توسط نرم افزار آماری spss پردازش گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از اجرای پروژه حاضر با توجه به اهداف از پیش تعیین شده از آزمون‌های آماری الف) آمار توصیفی ب) آمار استنباطی: که در بخش استنباطی به منظور آزمون فرضیات تحقیق از آزمون آماری فرض میانه استفاده شده است. جهت کلیه عملیات آماری از نرم افزار spss نسخه ۱۶ استفاده شده است.

فرضیه ۱: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی آنان مؤثر است.

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد از میانگین
هویت فردی	۳۸۴	۰/۱۲۲۴	۱/۲۲۹۷۹	۰/۶۲۷۶

	t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
هویت فردی	۱۴/۴۹	۳۸۳	۰/۰۰۰	۷/۱۲۲۴	۶/۹۹۹۰	۷/۲۴۵۸

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی جوانان مؤثر است. زیرا t محاسبه شده ( $t = 14/49$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه‌ی آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی ( $t = 1/960$ ) بزرگتر است، بنابراین فرضیه‌ی صفر ( $H_0$ ) رد و فرضیه‌ی تحقیق قویاً توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی آنان مؤثر است.

فرضیه ۲: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت گروهی آنان مؤثر

است.

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد از میانگین
هویت گروهی	۳۸۴	۰/۲۱۰۸	۱/۴۰۱۱۵	۰/۷۱۵

	t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
هویت گروهی	۱۴/۸۳۵	۳۸۳	۰/۰۰۰	۸/۲۱۰۹۴	۸/۰۷۰۴	۸/۳۵۱۵

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت گروهی آنان مؤثر است. زیرا t محاسبه شده ( $t = 14/835$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی بزرگتر است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق قویا توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت گروهی آنان مؤثر است.

فرضیه ۳: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های خانوادگی آنان

مؤثر است.

	t	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
ارزشهای خانوادگی	۳/۰۳۳	۳۸۳	۰/۰۰۰	۶/۳۲۵۵۲	۶/۰۹۱۰	۶/۵۶۰۰

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های خانوادگی آنان مؤثر

است.

زیرا  $t$  محاسبه شده ( $t = 3/033$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی بزرگتر است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق قویاً توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: بین گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های خانوادگی آنان مؤثر است. فرضیه ۴: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های فرهنگی آنان مؤثر است.

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد از میانگین
ارزش‌های فرهنگی	۳۸۴	۰/۶۵۶۲	۱/۲۷۹۱۰	۰/۶۵۲۷

	$t$	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
ارزش‌های فرهنگی	۱۷/۲۹۴	۳۸۳	۰/۰۰۰	۷/۶۵۶۲۵	۷/۵۲۷۹	۷/۷۸۴۶

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های فرهنگی مؤثر است. زیرا  $t$  محاسبه شده ( $t = 17/294$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی بزرگتر است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق قویاً توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های فرهنگی مؤثر است. فرضیه ۵: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های دینی آنان مؤثر است.

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد از میانگین
ارزش‌های دینی	۳۸۴	۷/۹۰۸۹	۱/۲۲۱۸۷	۰/۶۲۳۵

	$t$	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
ارزش‌های دینی	۱۵/۴۰۰	۳۸۳	۰/۰۰۰	۱۰/۹۷۳۹۶	۱۰/۸۷۳۸	۱۱/۰۷۴۱

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های دینی آنان مؤثر است. زیرا  $t$  محاسبه شده ( $t=15/400$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی ( $t=1/960$ ) بزرگتر است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق قویاً توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های دینی آنان مؤثر است. فرضیه ۶: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های اجتماعی آنان مؤثر است.

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	انحراف استاندارد از میانگین
ارزشهای اجتماعی	۳۸۴	۰/۱۱۲۳	۱/۰۸۷۹۸	۰/۵۵۵۹

	$t$	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین اختلاف	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداقل)	۹۵٪ فاصله اطمینان (حداکثر)
ارزشهای اجتماعی	۲۷/۹۳۴	۳۸۳	۰/۰۰۰	۷/۱۱۲۲۷	۷/۰۰۳۰	۷/۲۲۱۶

گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های اجتماعی آنان مؤثر است.

زیرا  $t$  محاسبه شده ( $t=27/934$ ) در سطح اطمینان ۹۵٪، ( $\alpha = 0/05$ )، و درجه آزادی ۳۸۳ از ضریب همبستگی جدول بحرانی بزرگتر است، بنابراین فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق قویاً توسط داده‌ها تأیید می‌شود، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم که: گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر ارزش‌های اجتماعی آنان مؤثر است.

### نتیجه گیری

در گذشته هویت افراد و روابطشان با دیگران وابسته به فضای مادی بود که در آن زندگی می‌کردند مکان عنصری تعیین کننده بود. اما در حال حاضر به واسطه گسترش تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، محدودیت‌های زمان و مکان از بین رفته و فرد دیگر به مکان محلی و بومی خود وابسته نیست. بلکه می‌تواند مرزهای جغرافیایی را طی کند و با جهان بزرگتری در

ارتباط باشد. بنابراین تکنولوژی‌های جدید بر زندگی جوانان بی‌تأثیر نبوده است. تنوع طلبی و نوجویی از ویژگی‌های نسل جوان است که جوانان را به مصرف‌کننده‌ی عمده‌ی این تکنولوژی ما و محصولات مختلف آن تبدیل می‌کند. در سال‌های اخیر شاهد تغییر شکل گذران اوقات فراغت جوانان بوده‌ایم. در این بین، چت و پیام کوتاه بین جوانان از محبوبیت زیادی برخوردار است.

این دو قابلیت، تغییرات هویتی مانند هویت مجازی، هویت کاذب و هویت آنی روی جوانان دارد. در عین حال می‌تواند موجب تسهیل ارتباط با همسالان به ویژه جنس مخالف شود و نقش مهمی در هویت، نگرش‌ها و ارزش‌های جوانان داشته باشد.

به دلیل آن‌که هویت افراد در چت رومها پنهان است، روابط ایجاد شده، موجب سوء تفاهم و در نتیجه ضربه‌ی عاطفی می‌شود. ممکن است این روابط به دنیای واقعی کشیده شود و آثار زیانباری در بر داشته باشد پیام کوتاه نیز به علت سهولت استفاده و دسترسی توانسته است برقراری ارتباط میان جوانان را آسانتر از پیش نماید.

در هر حال نمی‌توان منکر جذابیت‌های ارتباط از طریق چت و پیام کوتاه شد. اما نباید از یاد برد که فضای مجازی، فضایی است که در عین داشتن تهدیدها و محدودیت‌ها، فرصت‌ها و قابلیت‌های زیادی را به همراه دارد. سیاست‌گذاران باید درجه‌ی نخست، نیازهای جوانان را به خوبی شناسایی کنند و در درجه‌ی دوم این فضا را به درستی مدیریت کنند و به سمت تولید محتوای مناسب و سالم در قالب‌های جذاب و متناسب با ذائقه جوانان بروند.

### پیشنهادها

۱. به نظر می‌رسد ضعف مهارت‌های اجتماعی در برقراری ارتباط از سوی خانواده و نهادهای آموزشی، محدودیت‌های اجتماعی در گفت و گوهای حضوری، انزواطلبی و نیازهای جنسی، باعث شده تاجوانان زمان بیشتری را کاربرد اینترنت و حضور در چت رومها اختصاص می‌دهند.

۲. جامعه‌شناسان عقیده دارند، به جای اقدامات قهری باید برنامه‌ای برای ارتقاء فرهنگی داشت. آموزش‌های لازم به نوجوانان از طریق رسانه‌ها، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش



سازنده‌ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب‌های ناشی از این فن‌آوری‌های ارتباطی را در برخواهد داشت.

پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها جهت آگاهی دانشجویان از دنیا پیرامون خود با تشکیل انجمن‌های دانشجویی بین دانشگاه‌ها موجبات رشد مهارت‌های اجتماعی آنها را فراهم نمایند. مباحثات الکترونیکی در عصر حاضر سبب تقویت بنیه علمی - پژوهشی دانشگاه‌ها و تبادل تجربیات بین دانشگاه‌ها و در نتیجه تقویت علمی دانشجویان می‌شود.

تشکیل انجمن‌های دانشجویی خاص رشته‌ای و بین دانشگاهی موجبات رشد علمی و تقویت حس ملی در بین دانشجویان می‌گردد.

در عصر ارتباطات و مبادلات با تشکیل مباحثات و انجمن‌های الکترونیکی زمینه آموزش مجازی و رشد علمی دانشگاه‌ها را فراهم ساخت.

توصیه‌های زیر هم در سطح ملی و هم در سطح استانی قابلیت اجرا برای پژوهشگران آینده را دارا می‌باشد:

۱- توصیه می‌شود رسانه آموزشی اینترنت را برجستگی و نحوه تفکر انتقادی دانش آموزان متوسطه اجرا تا سطح آگاهی و تأثیرگذاری آن مورد بررسی و مقایسه قرار گیرد.

۲- توصیه می‌شود در به اینترنت به عنوان رسانه‌ای که بر خودیادگیری تأکید می‌شود مورد بررسی قرار گیرد.

۳- توصیه می‌شود در تفکر انتقادی را در برنامه درسی الکترونیکی مورد بررسی قرار گیرد.

۴- توصیه می‌شود محیط‌های اینترنت هر یک به طور جداگانه بر رفتار و نگرش دانشجویان مورد بررسی قرار گیرد.

#### فهرست منابع:

۱. تامپسون، ج ب، رسانه‌ها و مدرنیته، نظر به اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه مسعود روحی، سروش، تهران، (۱۳۸۰).

۲. جتکینز ریچارد، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، نشر شیرازه، (۱۳۸۱).

۳. ذکایی، س، جوانان و فراغت مجازی، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶، (۱۳۸۳).

۴. ریتزر، جورج، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دنیای معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، (۱۳۷۷).
۵. کاستلز، م و اینس، م ریا، گفتگوهایی با امانوئل کاستلز، ترجمه ی حسن چادوشیان، هشرنی تهران، (۱۳۸۴).
۶. کاستلز، مانوئل، جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، جلد دوم قدرت هویت، ترجمه محسن چارشیان، انتشارات طرح نو، تهران، (۱۳۸۰).
۷. عاملی، سعید، فردگرایی جدید و تلفن همراه تکنولوژی فرد گرایی و هویت، مجله اینترنتی رسانه جهانی، (۱۳۸۵)، <http://dcsfs.ut.ac.ir/gmj>
۸. فیدر، جان، جامعه‌ی اطلاعاتی، ترجمه علی رادباوه و عباس گیلوردی، نشر کتابدار، (۱۳۸۰)، چاپ اول.
۹. گیدنز، آ. چشم اندازه‌های جهانی، ترجمه محمدرضا جلایی پور، طرح نو، تهران، (۱۳۸۴).
۱۰. گرگی، ع، اینترنت و هویت، فصلنامه مطالعات ملی ۲۵، سال هفتم، شماره ۱، (۱۳۸۵).
۱۱. ویستر فرانک، نظریه‌های جامعه‌ی اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، نشر آگه، (۱۳۸۳)، چاپ دوم.
۱۲. هابرماس، یورگن، دگرگونی ساختاری حوزه‌ی عمومی، ترجمه‌ی جمال محمدی، (۱۳۸۴)، چاپ اول.
۱۳. محسنی، منوچهر، جامعه‌شناسی، جامعه‌ی اطلاعاتی، نشر دیدار، (۱۳۸۰).
۱۴. یوسفی، نریمان، ف شکاف بین نسل‌ها، نشر جهاد دانشگاهی، تهران، (۱۳۸۳).
- 15- Lyon. D.(1999): Postmodernist. Open University press.
- 16- Hekman; s.(1999):Identity crises. In S.Hekman Feminism; Identity and Different. Ftank cars.
- 17- Selnow Gary(2000) : The Internet: The Soil of Democracy; Vital speeches of the Day; New York;nov:1
- 18- Thompson; I.(1998): Community Identity and world citizenship. In Archibugi;Held and kohler Re-imagining community. Cambridge: polity
- 19- Webster; frank(2001);culture and politics in the information Age; Tuotlege.
- 20- Levy; p.(2001).Cyber culture. Minneapolis: university of Minnesota press.
- 21- Castells; m(2001). The internet Galaxy. Reflections on the internet; business and society. oxford . viesity press.
- 22-Castells;M(2001).the internet Galaxy. reflections on the internet; business and society oxford. University press.
- 23-Poster;M(2000).the Digital culture and its intellectuals: from television ;to tape; to the internet. Berlin :freie University
- 24-Bourdieu;p(1984):a social critique of the judgment of Test; London: Rutledge.