

بررسی چالش‌های فضای مجازی بر نگرش هویتی فرزندان خانواده‌های ایرانی

احمد ابوحمزه^۱، حدیث نظری^۲

^۱استادیار، گروه آموزش تاریخ، دانشگاه فرهنگیان

abuhamze@cfu.ac.ir

^۲دانشجوی آموزگاری دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید مفتاح

hadisnazari1362@gmail.com

چکیده

روزانه تعداد زیادی از والدین در سراسر جهان با چالش تربیت و هویت دادن به کودک خود مواجه می‌شوند. تربیت امروز کودک با آنچه در دهه‌های گذشته صورت می‌گرفت بسیار متفاوت است. در این بین آنچه خود را بیش از سایر تفاوت‌ها نشان می‌دهد مفهومی به نام «فضای مجازی» است. فرزندان با فضای مجازی از ظرف مکان خارج شده و می‌توانند خارج از نظارت خانواده به محتوایی دسترسی داشته باشند که مناسب سن آنها نیست و این بیشتر از هر چیزی آینده خود فرزند، خانواده، و جامعه را در معرض خطر قرار می‌دهد. امروزه هویت مبنا و معنای گذشته خود را از دست داده است و شدت و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌ها و بحران‌های جدید به حدی است که در برخی موارد چالش‌های هویتی را پدید آورده است و برخلاف گذشته، فرایند انتقال هویت بیش از آن که در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها از والدین خویش متأثر باشند از فضای مجازی تأثیر می‌پذیرد. در این پژوهش به دنبال چالش‌هایی هستیم که فضای مجازی برای هویت ایجاد کرده است و اطلاعات و نتایج چنین پژوهشی می‌تواند برای دستگاه‌های سیاست‌گذار و برنامه‌ریزان فرهنگی از جمله شورای عالی فضای مجازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی، وزارت آموزش و پرورش و خانواده‌ها مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش این نوشته به شیوه کیفی-تحلیلی می‌باشد.

کلمات کلیدی: تربیت، فضای مجازی، هویت، اینترنت.

۱ مقدمه

زندگی اجتماعی بدون هویت و شناسه غیرممکن و بی معنی است چرا که اگر شخص دارای هویت فردی معین به خود نباشد که با آن شناخته شود و دیگران را بشناسد و خود را بشناساند، هرگز نخواهد توانست ارتباط و تعاملی صحیح و معنی‌دار با پیرامون خود برقرار کند و بدون وجود چهارچوبی برای مشخص ساختن هویت اجتماعی و هویت‌های فردی، او همان می‌باشد که دیگری هست و هیچ یک از انسان‌ها قادر نخواهد

بود که نسبت معناداری بین خود و غیر خود با دیگری برقرار کند. در واقع، بدون هویت، جامعه‌ای در کار نیست. از طرف دیگر، در صورت عدم وجود شباهت و وجوه اشتراک در میان افراد یک مجموعه و گروه یا جامعه اتحاد آنان و حفظ یکپارچگی‌شان سخت‌تر بوده و امکان فروپاشی جامعه بالا خواهد بود. هویت به مجموعه صفات، ویژگی‌ها، باورها، ارزش‌ها، عقاید و تجارب یک فرد گفته می‌شود که او را از دیگران متمایز می‌کند و شامل مجموعه ویژگی‌های جسمی، روحی، اجتماعی و فرهنگی است که فرد را به فرد دیگر متمایز می‌دهد و به او کمک می‌کند تا خودش را در جهان شناسایی کند و یک فرآیند پیچیده است که تحت‌تأثیر عوامل مختلفی نظیر فرهنگ، تربیت، تجربیات زندگی، روابط اجتماعی و عوامل بیولوژیکی شکل می‌گیرد. البته نقش والدین در شکل‌گیری هویت کودکان بسیار مطرح می‌باشد. مفهوم هویت اساساً به درک و فهم افراد از خودشان به عنوان یک وجود مشخص و متمایز اشاره دارد (کوت ۲۰۰۸) هویت به معنی «چه کسی بودن» از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن و معرفی شدن به چیزی یا جایی نشأت می‌گیرد (حاجیان ۱۳۷۹).

هویت فردی ممکن است شامل جوانب متعددی باشد، از جمله جنسیت، قومیت، مذهب، تمدن، وضعیت اجتماعی، شغل، عقاید سیاسی و موارد دیگر. هویت اجتماعی نیز بخشی از هویت فردی است که به ارتباطات و رابطه با دیگران مربوط می‌شود و در اثر عوامل اجتماعی شکل می‌گیرد. سن شکل‌گیری هویت در کودکان یک فرآیند پیچیده و طولانی است و به میزان تکامل فردی و عوامل مختلفی که در زندگی کودک تأثیر دارند بستگی دارد اما در کل، فرآیند شکل‌گیری هویت در کودکان در دوره‌های زمانی مختلف زیر قابل بررسی است:

دوره نوزادی (از تولد تا حدود ۲ سالگی): در این دوره، کودک با خود و محیط اطرافش آشنا می‌شود. او شروع به شناسایی خود، تشخیص نیازهای خود و برقراری ارتباط با افراد محیط خود می‌کند.

دوره کودکی مبتدی (حدود ۲ تا ۶ سالگی): در این دوره، کودک شروع به تشکیل تصاویر ذهنی از خود و وجودش می‌کند. او خود را به‌عنوان جزئی از خانواده و جامعه می‌بیند و درک مفاهیم ابتدایی هویت مانند جنسیت، نقش‌های اجتماعی و ارزش‌ها را تجربه می‌کند.

دوره کودکی میانی (حدود ۶ تا ۱۲ سالگی): در این دوره، کودک شروع به تفکر منطقی‌تر و پیچیده‌تر می‌کند. او بیشتر به خود توجه می‌کند و هویت شخصی خود را بیشتر درک می‌کند.

دوره نوجوانی (از ۱۲ تا ۱۸ سالگی): در این دوره، فرآیند شکل‌گیری هویت به‌شدت تسریع می‌یابد. نوجوانان در این مرحله با تغییرات فیزیکی، همسانی اجتماعی و تحولات عاطفی مواجه می‌شوند. آنها سعی می‌کنند هویت شخصی خود را بیابند و ارزش‌ها، عقاید و هدف‌های خود را شکل دهند.

عوامل متعددی می‌توانند بر هویت تأثیر بگذارند که با توجه به شرایط امروز جامعه، اینترنت و فضای مجازی نقش زیادی در هویت‌بخشی کودکان دارد. فضای مجازی شبکه‌ای است که به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تر می‌دهد. این فضا سیال و بی‌حد است و به‌آسانی در دسترس همگان قرار

می‌گیرد. به علت عدم حضور نشانه‌های فیزیکی و عینی در آن، هم بی‌جسم، بی‌مکان و تا حدی گمنام و به طرز محسوسی کنترل‌ناپذیر است.

فضای مجازی جهان ما را به هم پیوسته، درهم تنیده و چندوجهی کرده است. امروزه اینترنت قسمت مهمی از زندگی خانواده‌ها می‌باشد. مثلاً در زمان همه‌گیری کووید-۱۹، فضای مجازی نقش اصلی را در ارتباطات بین انسان‌ها و آموزش کودکان و دانشجویان ایفا کرد و حتی امروزه نیز قسمت قابل‌توجهی از آموزش به همین شیوه انجام می‌شود، به گونه‌ای که شیوه تدریسی «آموزش معکوس» یکی از پرطرفدارترین روش‌های آموزشی بین معلمان است.

اما اینکه می‌گوییم خانواده ایرانی منظورمان چیست؟ هرچند با توجه به جنگ نرمی که از طریق همین فضای مجازی علیه ذهن‌های خانواده به خصوص جوان‌ها و کودکانمان در جریان است و سبک تفکر خانواده‌های ایرانی در حال متمایل شدن به سبک خانواده‌های غربی است؛ اما باین حال داشتن دین مبین اسلام و فرهنگ غنی ایرانی (که در مناطق مختلف کشور متفاوت است) بیشتر از هر عامل دیگری در مقایسه خانواده ایرانی با خانواده غربی خودش را نشان می‌دهد. (هرچند در غرب، خانواده کم‌کم معنی‌اش را از دست داده است و صرفاً از خانواده به عنوان یک مفهوم جنسی یاد می‌کنند.)

۲ پیشینه پژوهش

باید با استفاده از استعدادهای جوان و با سیاست‌گذاری صحیح و بدون از دست دادن زمان به سمت خروج از حالت انفعال در فضای مجازی و حضور فعال در تولید محتوای اسلامی حرکت کنیم (مقام معظم رهبری). چیزی که امروز به عنوان فضای مجازی معروف شده در اصل، حقیقت است، چرا که مجاز را می‌توان کنار زد اما حقیقت را نمی‌توان، بنابراین فضای مجازی در اصل خودش حقیقت است و فضای فرهنگ و فکر و اندیشه فضای حقیقت است (آیت‌الله جوادی آملی).

هویت تعریفی است که فرد از خود و وجود خود می‌کند و به پرسش‌هایی چون «چیستم و چه می‌خواهم» پاسخ می‌دهد، مفهومی سیال و متغیر است که در جریان شکل‌گیری شخصیت فرد و فرایند جامعه‌پذیری و همچنین در بستر تحولات اجتماعی تکوین می‌یابد. در کنار تلقی فردی از هویت، هویت جمعی نمایانگر تعلق فرد به جامعه، گروه و یا تشکل خاصی است (حاجیان ۱۳۷۹).

به اعتقاد بورک هویت مجموعه معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد.

به جرئت می‌توان گفت که پرداختن به موضوع انواع هویت کودکان یکی از اساسی‌ترین مسائلی است که می‌توان در روان‌شناسی به آن پرداخت و همچنین در این رابطه مسئله مهمی که جای بحث دارد مسئله هویت اسلامی-ایرانی است. پرداختن به این موضوع می‌تواند راهبردهای آموزشی غیر قابل وصفی را در اختیار پژوهشگران قرار دهد (رضایی ۱۳۹۵).

هویت را غالباً به معنای حقیقت شی یا شخص که مشتمل بر صفات جوهری او باشد، می‌دانند یا به عبارت

دیگر آنچه منسوب به (هو) باشد و در تعریف دیگری همان طور که اریکسون می گوید: یک هویت شخصی مستحکم این امکان را برای یک جوان مهیا می کند که آشنایی خویش را با سایر مردم توسعه بدهد (شرفی ۱۳۹۴).

به عنوان جزئی انفکاک ناپذیر از هویت ملی ایرانیان، حکومت و دولت که دارای نقش تعیین کننده ای در تکوین هویت ملی است، نژاد و قومیت با تنوع قومی در ایران زمین و سنت ها و آیین های خاص ایرانی اشاره کرد (جواد محدثی).

هویت آنچه که موجب شناسایی شخص باشد، یعنی آنچه باعث تمایز یک فرد از دیگری باشد. پس هویت در خلأ مطرح نمی شود حتماً یک خود وجود دارد و یک غیره و گرنه شناسایی معنا پیدا نمی کند. هویت بیشتر در زمینه های اجتماعی است (عماد افروغ).

شاید اینترنت بارزترین مثال از مفهوم دهکده ی جهانی باشد زیرا آن به کمک سه عنصر اساسی یعنی اطلاعات، ارتباطات و فناوری به ابزار اطلاعاتی، ارتباطی و فراملیتی تبدیل شده است که به زمان، مکان و گروه خاصی تعلق ندارد و هرکسی در هر نقطه ای از جهان و در هر زمانی می تواند از اطلاعات آن بهره مند شود (خواجوی ۱۳۸۴).

هویت پویا و متحول است و هیچ گاه مفهومی ثابت نداشته است. یکی از مهم ترین مسائل پیرامون انواع هویت کودکان مسئله هویت اسلامی - ایرانی است که از عناصر ایجادکننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل گیری سایر هویت ها مخصوصاً هویت جمعی دارد (سیمی ۱۳۹۷).

۳ هویت از دید دیگر

بورک می گوید فرایند هویت یک نظام کنترلی است. هویت مجموعه ای از معانی است که برای خود در یک نقش اجتماعی یا وضعیت معین به معنای آنچه که یک شخص می باشد به کار می رود. این معانی به عنوان معیار یا مرجعی برای اینکه یک فرد خود را بشناسد و مورد ارزیابی قرار دهد، به کار می رود. وقتی یک هویت برانگیخته و فعال شده باشد، یک حلقه تثبیت می شود. این حلقه چهار جزء دارد که عبارتند از:

۱. معیار هویت یا موضع مرجع (مجموعه معانی خود): مجموعه معانی «خود» ویژگی های هویت را تعریف می کند. یعنی آنچه که به وسیله آن، یک فرد پی می برد که او کیست.

۲. ورودی از محیط یا وضعیت اجتماعی (شامل ارزیابی های بازتابی فرد، مانند درک معنای مرتبط با خود): ورودی ها همان معانی است که شخص از خودش در منظر دیگران تصور می کند.

۳. فرایندی که ورودی را با معیار مقایسه می کند (مقایسه گر)

۴. خروجی (رفتارهای معنادار) که در فرایند هویت نتیجه مقایسه است. یعنی بر اساس معانی که اشخاص در یک نقش برای خود دارند، طیف بندی می شود.

به عنوان مثال، هویت جنسی شخص ممکن است از درجات معین صفت مردانگی باشد یا هویت دانشجویی شخص ممکن است مجموعه‌ای هم‌زمان از درجات مسئولیت آکادمیک، طرفدار عقلایی بودن، اجتماعی بودن، اظهار مثبت شخص باشد. موضع‌ها و معیارهای فرایند هویت، معنی هویت فرد را تثبیت می‌کند. اگر ورودی با معیار سازگار باشد، فشار کاهش می‌یابد. فشار اجتماعی انقطاع در سازگاری فرایند هویت است. زمانی که هویت فعال شده است، انقطاع در آن باعث افزایش فشار در وضعیت‌هایی که به دنبال خواهد آمد، می‌شود. انقطاع مکرر بیشتر از انقطاع مقطعی باعث فشار می‌شود. همچنین زمانی که هویت قطع شده از اهمیت بیشتری برخوردار است، انقطاع فرایند هویت باعث فشار بیشتری می‌شود. از نظر بورک، مکانیسم‌های انقطاع فرایند هویت عبارت‌اند از:

۱. **حلقه‌های شکسته شده هویت:** اگر زنجیره فرایند کنترل هویت به وسیله حوادث خارجی، فرایند سازگاری خودبه‌خودی، مداوم و بهنجار را قطع کند، فرایند هویت نیز منقطع می‌شود. از نظر بورک حلقه به دو صورت شکسته می‌شود:

الف) وقتی که خروجی (رفتار) وارد محیط می‌شود. مثلاً وقتی که رفتار فرد در یک موقعیت کم‌اثر یا حتی بدون اثر باشد و بر محیط اثر نداشته باشد.

ب) در نقطه‌ای که ورودی از محیط دریافت می‌شود. مثلاً افراد ممکن است قادر به دریافت (فهم) معانی در محیط نباشند یا شاید آنها را به طور نادرست دریافت کرده باشند.

۲. **دخالت دیگر هویت‌ها:** منبع دوم فشار زمانی است که ارتباط منفی بین دو یا چندین هویت وجود داشته باشد. به طوری که اگر این ارتباط منفی سبب افزایش سازگاری نسبت به یک هویت شود، موجب کاهش سازگاری برای دیگر هویت‌ها می‌شود. به عنوان مثال، اگر یک هویت باقی‌مانده است، دیگر هویت‌ها باید منقطع شود (در هنگام تضاد نقش‌ها). بنابراین در اینجا، مسئله تعداد هویت‌ها نیست بلکه درجه‌ای است که در آن هویت‌های به خصوصی سبب انقطاع دیگر هویت‌ها می‌شوند.

۳. **یک نظام هویتی بیش از حد کنترل شده:** فشار نظام کنترلی هویت، سومین عاملی است که می‌تواند سطوح فشارهای نامناسب و آشفتگی را تعیین کند. یک نظام کنترل شده سخت‌گیر، نظامی است که تلاش می‌کند بین ارزیابی بازتاب شده (نشانه‌های ورودی) با هویت واقعی (معیار) تطابق تقریباً دقیقی به وجود آورد که این خود منجر به سطوح بالاتر و فراوان‌تری از فشارهای نامناسب، به خصوص در محیط‌هایی با منابع سیال یا ارزیابی‌های بازتاب شده و متغیر می‌گردد. این سازگاری فراوان هم می‌تواند سبب شکست فرایندی دیگر شود و هم به وسیله فرایندهای دیگر شکسته شود.

۴. **هویت‌های ضمنی:** چهارمین منبع انقطاع نتیجه اجرای یک نقش ضمنی است. این حالت وقتی رخ می‌دهد که یک نقش برای اجرا تمرین شده است، اما موانعی برای اجرای آن وجود دارد و بنابراین آن نقش اجرا نمی‌شود. در این موقع است که فرایند هویت شکسته می‌شود. افراد نیاز دارند که بازخوردها و اعمال را بیاموزند تا ادراک نامناسب از «خود» را به منظور سازگاری آن با معیار هویت

تغییر دهند؛ اما وقتی که یک نقش ضمنی و تصادفی وجود داشته باشد، این عمل غیرممکن است و افراد نمی‌توانند بین ادراک از خود و هویت سازگاری به وجود آورند.

۴ دسته‌بندی آسیب‌های فضای مجازی

هنگامی که افراد در درجه نخست به فعالیت‌های غیراجتماعی فضای مجازی سرگرم شوند، غرق شدن در آن می‌تواند آن‌ها را از اجتماع، مشارکت سازمانی و زندگی خانوادگی باز دارد. در مقابل وقتی افراد برای ارتباط و هماهنگی با دوستان، خویشان از فضای مجازی استفاده می‌کنند، فضای مجازی به ابزاری برای شکل‌گیری و حفظ سرمایه اجتماعی تبدیل می‌شود.

فضای مجازی؛ عدم تعهد اجتماعی و مسئولیت‌گریزی: فضای مجازی در عین این که برخی از انواع همبستگی اجتماعی که بر مبنای پیوندهای محل کار، همسایگی و خویشاوندی بدون واسطه استوار شده را از بین می‌برد، باعث ارتقای روابط موقتی و سست‌تر تعهد اجتماعی می‌شود. بنابراین، اینترنت صرفاً وسیله‌ای برای اطلاع‌رسانی نیست بلکه بر سایر جنبه‌های سرمایه اجتماعی از جمله کاهش تعهد اجتماعی تأثیر دارد (دهقانی، حیدری ۱۳۸۹). تحقیقات در آمریکا نشان می‌دهد که به ترتیب روزنامه، اینترنت و تلویزیون منابع معتبر برای مخاطبان هستند، در حالی که در ایران به ترتیب تلویزیون، اینترنت و روزنامه‌های کشور منابع معتبر برای افراد به شمار می‌رود ضمن این که پژوهش‌ها در ایران مشخص نموده که جوانان، اعتماد بیشتری به اخبار اینترنت دارند. این امر حاکی از آن است که در آینده این اعتماد بیشتر خواهد شد (دهقان ۱۳۸۵). هم‌چنین اعتیاد اینترنتی می‌تواند اختلالاتی در زمینه گسیختگی روابط اجتماعی و مسئولیت‌گریزی خانوادگی و اجتماعی را در بین جوانان ایجاد نماید و اینترنت باعث بروز مشکلات بسیار از جمله قانون‌گریزی و مسئولیت‌گریزی می‌شود.

فضای مجازی و دین‌داری: در شرایطی که یکی از بحران‌های عصر کنونی، احساس پوچی، سرگردانی و بی‌هدفی است؛ هویت بیش از پیش اهمیت می‌یابد و در هویت دینی ما، آن‌چه انسان را از پوچی خارج می‌کند، جهان‌بینی الهی است. چرا که مذهب به آدم‌ها ارزش می‌دهد؛ لذا یکی از آثار مهم هویت دینی، هدفمند کردن انسان‌ها است. به نظر می‌رسد مهم‌ترین پیامد منفی که ترویج و گسترش این شبکه‌ها می‌تواند در جامعه امروز ما داشته باشد، تبلیغات ضد دینی و القای شبهات به منظور تخریب باورها و اعتقادات در این رسانه‌هاست که ممکن است از سوی گروه‌های مغرض و با اهداف از پیش تعیین شده انجام گیرد. این تخریب در راستای همان جنگ نرم و رویکرد تهاجمی غرب در قبال جهان اسلام است که با هدف دین‌زدایی و حمله به مقدسات، افکار عمومی؛ به‌خصوص نخبگان را نشانه می‌گیرد و از آن‌جا که تشکیلات اداری و مراکز فعالیت این شبکه‌ها عمدتاً در غرب قرار گرفته‌اند این امر معنی‌دارتر و نمایان‌تر می‌شود.

فضای مجازی و دروغ: نتایج نشان می‌دهد روابط اینترنتی خیلی اتفاقی و فاقد بازخوردهایی است که در روابط چهره به چهره افراد به دست می‌آورند. در واقع اینترنت تعامل را تضعیف و احتمال فریب و دروغ

را در بین کاربران تقویت می کند (امام جمعه زاده، صادقی، رهبر ۱۳۹۲).

فضای مجازی و عزت نفس اجتماعی: بر اساس یافته های موجود میان اعتیاد به اینترنت در بین جوانان و عزت نفس اجتماعی و خانوادگی رابطه معناداری وجود دارد. به گونه ای که نوجوانانی که عزت نفس اجتماعی پایین تری دارند نمرات اعتیاد به اینترنت بالایی دارند. (امیرپور و بهرامیان ۱۳۹۲). از ویژگی های شخصیتی که می توانند به اعتیاد اینترنتی مرتبط باشند می توان به کمبود عزت نفس و کمبود مهارت های اجتماعی اشاره نمود. در زمینه اعتیاد به اینترنت می توان دریافت کسانی که بیش از حد از اینترنت استفاده می کنند، تنها، افسرده و بدون عزت نفس هستند. در این پژوهش، ۳۸ درصد شرکت کنندگان اظهار داشتند که اینترنت بر آن ها تأثیر منفی گذاشته است (رندوانیان، حیری، باقری، عطارزاده ۱۳۹۲).

فضای مجازی و هویت اجتماعی: از جمله متغیرهایی است که در اغلب پژوهش ها به عنوان تعلق گروهی و انسجام اجتماعی از آن یاد شده است. یافته ها نشان می دهد افرادی که بیشتر در معرض فضای مجازی قرار دارند از همبستگی ملی ضعیف تری برخوردار هستند. روابط اینترنتی و هویت خانوادگی آشکار می سازد جوانانی که از اینترنت استفاده می کنند وقت کمتری را با افراد خانواده می گذرانند و در نتیجه تعلقات و ارتباطات عاطفی آن ها با اعضای خانواده کمتر می شود. در ارتباط با هویت شخصی نشان داد که گروهی که از اینترنت استفاده می کنند اعتماد به نفس و خودپنداره ضعیفی داشته و در مجموع هویت شخصی آن ها ضعیف تر است. همچنین استفاده زیاد از اینترنت برای مقاصد آموزشی و تفریحی به خود و محیط اجتماعی و نزدیکان کمتر اهمیت داده شده و در نتیجه هویت آن ها دچار اشکال می شود. شبکه های مجازی نوعی بحران هویت را در میان طیف گسترده ای از جوانان به وجود آورده و ناهمگونی های هویتی را سبب شده به نحوی که تعادل اجتماعی را متأثر نموده است. یافته ها حاکی از آن است که در گستره بی حدومرز فضای مجازی مرزهای هویت قومی نه فقط از میان نرفته بلکه امکان تجلی بسیار بیشتری یافته اند چرا که اینترنت عرصه ای است که انواع هویت های خود را از سکون و انزوا بیرون کشیده و به آن ها مجال هر چه بیشتر شناختن را می دهد (ساروخانی، کوثری، رضایی قادی ۱۳۹۱).

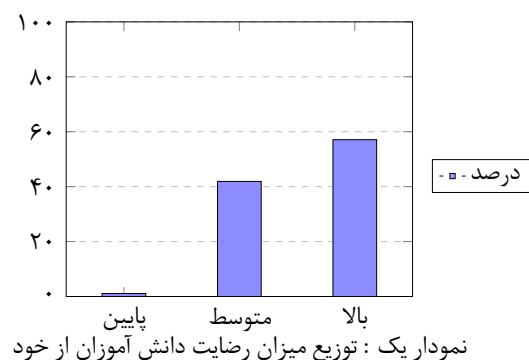
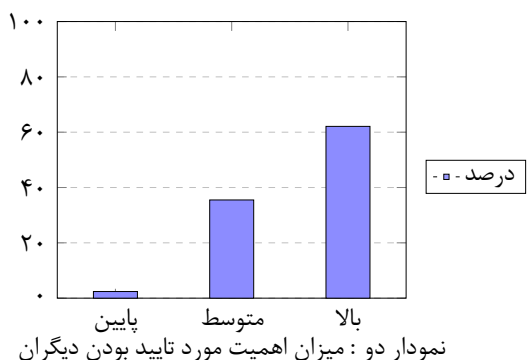
فضای مجازی و ایجاد هویت کاذب: ارتباط نوشتاری در اینترنت (چت) در بین جوانان از محبوبیت زیادی برخوردار است. این قابلیت می تواند تأثیرات هویتی مانند ایجاد هویت مجازی، هویت کاذب و هویت آنی بر روی جوانان داشته باشد و ارزش ها و اخلاق و هویت اجتماعی جوانان را تحت تأثیر خود قرار دهد. به واسطه پنهان بودن هویت افراد در چت روم ها روابط ایجاد شده می تواند موجب ایجاد سوء تفاهم و در نتیجه ضربه عاطفی شود و این روابط سرد به دنیای واقعی کشانده شود و آثار زیان باری در بر داشته باشد. چت و پیام کوتاه به علت سهولت استفاده و دسترسی توانسته است برقراری ارتباط را آسان تر از پیش نماید. در هر حال علی رغم جذابیت های ارتباطی از طریق چت نباید از یاد برد که فضای مجازی در عین داشتن تهدیدها و محدودیت ها، فرصت ها و قابلیت هایی را به همراه دارد (رحیمی، تاج آبادی، شعبانی ۱۳۹۱).

۵ یک راه حل کلی برای جلوگیری از اثرات مخرب اینترنت بر هویت کاربران

بهترین راه مقابله با اثرات بد فضای مجازی، خود فضای مجازی است. دولت و نظام باید آموزش‌های متعددی را برای خانواده‌ها که اولین سنگر برای فرزندان در مقابل تهدیدات مختلف است و پدر و مادرها باید همیشه جلوتر از فرزندان در این فضا باشند. این آموزش‌ها باید اصولی باشد، حتی المقدور رایگان باشد و دسترسی به آن‌ها آسان باشد. مثلاً دولت باید آموزش‌های مدیریت فضای مجازی یا مدیریت تلفن همراه فرزندان و انواع تربیت‌ها را باید در جاهایی که والدین حضور دارند (علی الخصوص مادران) در دسترس آن‌ها قرار بدهد. مانند تبلیغ‌های شبکه پویا، تبلیغ‌های قبل پخش ویدئوها در آپارات، تبلیغات فیلم‌های نمایش خانگی، تبلیغات در برنامه‌های آموزشی مانند شاد و آشنی که در دسترس مادران است و به راحتی با یک کلیک به آن دسترسی پیدا کنند.

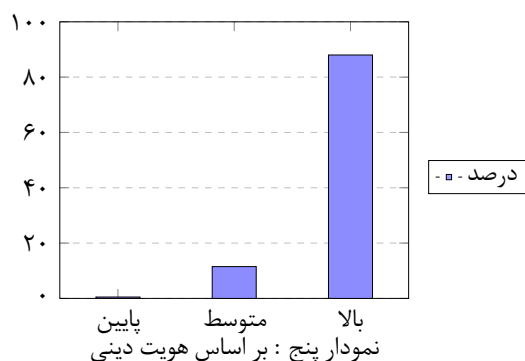
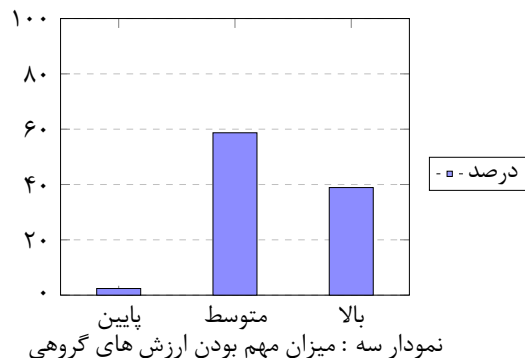
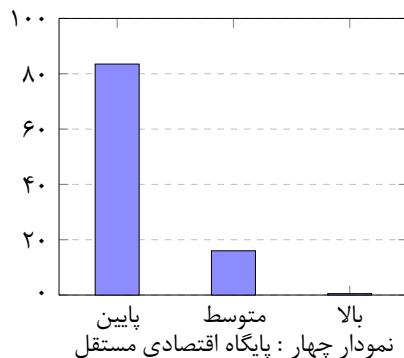
۶ بررسی چند پژوهش مرتبط با هویت

برزنونی در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دانش‌آموزان متوسطه شهر نیشابور» با جامعه آماری تمام دانش‌آموزان پایه اول و دوم و سوم متوسطه نیشابور (۱۵۳۳۶ نفر) به پژوهش با موضوع فوق پرداخته است. وی هویت دینی و ملی و خانوادگی را زیر مجموعه هویت اجتماعی می‌داند و داده‌ها به دست آمده را در این سه بعد طبقه‌بندی کرده است. قسمتی از داده‌های پژوهش وی به صورت شکل ۱ و ۲ می‌باشد:



شکل ۱: نتایج پژوهش ذکر شده در پایان‌نامه برزنونی

تأثیر فضای مجازی بر میزان رضایت اشخاص از خود به صورت معمولاً به صورت مثبت است جز در موارد مقایسه‌ای که شخص زندگی خود را با ظاهر زندگی دیگران مقایسه می‌کند و ممکن است باعث ایجاد ناامیدی‌هایی در شخص شود. تأثیر فضای مجازی بر مهم بودن نظر دیگران کمی پیچیده است، از طرفی شخص با اشتراک گذاشتن اتفاقات روزمره خود به نوعی به دنبال تایید گرفتن از دیگران است و از طرفی به



شکل ۲: نتایج پژوهش ذکر شده در پایان نامه برزنونی

شخص نوعی حس القا می کند که تصمیمات خود را به گونه ای بگیرد که نظر دیگران مهم نباشد. تأثیر فضای مجازی بر ارزش های گروهی در هویت های ملی به صورت مثبت است و تأثیر این فضا بر پایگاه اقتصادی به گونه ای است که شخص با ایجاد کسب و کار مجازی خود را مستقل کند. تأثیر این فضا بر هویت دینی به صورت شمشیری دو لبه است و ممکن است باعث تقویت یا تضعیف هویت دینی شخص شود. نتایج تحقیقات برزنونی نشان می دهد:

الف) نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که افزایش هماهنگی ارزش های گروهی موجب افزایش هویت اجتماعی خواهد شد. با توجه به نظریات بورک که افراد در نقش های جدید هویت های جدیدی به دست می آورند و تعارض در این هویت ها موجب اضطراب و گسستگی خواهد شد، پس با توجه به این که هویت اجتماعی افراد از طریق تعلق به گروه های یک جامعه و ارزش های اجتماعی آن گروه هاست، برای داشتن هویت اجتماعی قوی تری باید گروه های اجتماعی در یک جامعه خاص ارزش های متجانس و هم خوان یا نزدیک به هم داشته باشند. از طرفی نتایج تحقیقات پیشین نشان می دهد که نوجوانان بیشترین تأثیر را از گروه های دوستی دریافت می کنند؛ لذا پیشنهاد می شود:

۱. جهت رفع تعارض در ارزش های گروهی به دانش آموزان در قالب برنامه آموزشی مدارس به صورت

اینترنتی یا حضوری و همچنین در خانواده‌ها بیاموزیم که در انتخاب دوستان و عضویت در گروه‌های مختلف نهایت دقت را داشته باشند تا دچار چندگانگی ارزشی نشوند که منجر به افسردگی، پرخاشگری، متزلزل شدن شخصیت، نفاق، دورویی و ... خواهد شد.

۲. در سطح جامعه باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که نهادهای اجتماعی و رسانه‌ها و فضای مجازی اثر یکدیگر را خنثی نکنند و همه با هم یک الگوی ارزشی واحد را مطرح نمایند و ارزش‌های متضاد با یکدیگر را شناسایی و در جهت حذف آن اقدام نمایند.

۳. ارزش‌ها و هنجارها باید از نظر زمانی و مکانی متناسب با فهم و اندیشه‌های دانش‌آموزان باشد.

۴. نحوه ارتباط والدین و فرزندان مبتنی بر استدلال و توافق باشد و فضای گفتگو در برخورد با جریان‌های متعارض ایجاد شود.

ب) نتایج تحقیق نشان می‌دهد که درونی کردن ارزش‌ها یکی از متغیرهای مستقل است که به صورت مستقیم بر هویت اجتماعی و دینی و به صورت غیرمستقیم بر هویت خانوادگی تأثیر می‌گذارد. لذا برای داشتن هویت اجتماعی قوی لازم است که دانش‌آموزان ارزش‌های جامعه را درونی کنند و بدون استفاده از قوه قهریه ارزش‌های جامعه را به مرحله اجرا بگذارند. مطابق نظریات پارسونز ارزش‌ها و باورها از نظام فرهنگی از طریق هنجارها و در قالب نقش‌ها وارد نظام اجتماعی می‌شود و سپس در شخصیت افراد درونی می‌شود. لذا باید در فرایند جامعه‌پذیری افراد برای پذیرش نقش‌ها آماده شوند. بنابراین پیشنهاد می‌شود بازنگری در محتوای کتب درسی در فرایند سیستم آموزشی، آگاه‌سازی والدین در قالب برنامه‌های انجمن اولیا و آموزش خانواده، مشاوره‌های فردی و گروهی و برنامه‌ریزی دقیق توسط رسانه‌های جمعی به ویژه صدا و سیما و فضای مجازی می‌تواند فرایند جامعه‌پذیری و درونی شدن ارزش‌ها را در دانش‌آموزان تسهیل کند و هر چقدر نظام در زمینه جامعه‌پذیری سرمایه‌گذاری کند، هزینه‌های کنترل اجتماعی و استفاده از قوه قهریه، زندان، مجازات و ... کاهش خواهد یافت.

ج) نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تأیید دیگران یکی از متغیرهای مستقل است که مستقیماً بر هویت ملی و دینی و غیرمستقیم بر هویت اجتماعی و خانوادگی تأثیر دارد.

د) نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که رضایت فرد از خود یکی از متغیرهای مستقل است که مستقیماً بر هویت اجتماعی و خانوادگی تأثیرگذار می‌باشد. لذا جهت افزایش هویت اجتماعی دانش‌آموزان باید میزان رضایت خود را در بین آنان افزایش داد. یکی از مهم‌ترین دلایل عدم رضایت از خود احساس محرومیت می‌باشد؛ یعنی اینکه دانش‌آموزان در مقایسه خود با دیگران به این نکته پی می‌برند که ارزش‌هایی دیگران دارند که فاقد آن هستند و لذا احساس محرومیت می‌کنند و از خود ناراضی می‌شوند و فضای مجازی نقش مهمی در ایجاد این حس دارد، بنابراین پیشنهاد می‌شود با گنجانیدن آموزش‌هایی مربوط به مهارت‌های زندگی در محتوای کتب درسی و ایجاد خلاقیت و افزایش خودباوری و آگاه نمودن آنها از استعدادها و توانایی‌هایی

که دارند زمینه احساس محرومیت و حقارت را در بین آنان کاهش دهیم و میزان تعلق و تعهد آنان را نسبت به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند و ارزش‌ها و هنجارهای حاکم افزایش دهیم در نتیجه هویت اجتماعی آنان تقویت خواهد شد.

ه) نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین یکی از متغیرهای مستقل است که به صورت مستقیم و مثبت بر هویت خانوادگی و به صورت مستقیم و منفی بر هویت ملی و غیرمستقیم بر هویت اجتماعی مؤثر می‌باشد. به نظر می‌رسد که شیوه‌های تربیتی والدین در خانواده‌هایی که سطح درآمد و تحصیلات پایین دارند به دلیل برخوردهای خشن و کنترل‌های زیاد و مستقیم باعث شده است که هویت خانوادگی آنها ضعیف‌تر باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود با آگاه‌ساختن اولیا از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه صدا و سیما و فضای مجازی و از طریق جلسات آموزش خانواده به صورت اینترنتی یا حضوری و ایجاد برخورد مناسب با نوجوانان، زمینه تقویت هویت خانوادگی آنان فراهم آید و همچنین به نظر می‌رسد خانواده‌هایی که سطح درآمد و تحصیلات بالاتری دارند به علت تأمین نیازها در داخل کشور و احساس نیازهای جدیدتر که در داخل کشور تأمین نمی‌شود و البته در فضای مجازی که دشمنان در این مورد تهاجم عظیمی را به ذهن مردم کشور تحمیل کرده‌اند، میل رفتن به کشورهای دیگر در آنها قوی‌تر می‌شود و گاهی هم به علت احساس عدم شکوفایی و استعداد آنان در داخل گرایش مهاجرت به کشورهای دیگر پیدا می‌کنند که اصطلاحاً به آن پدیده فرار مغزها می‌گویند. بنابراین پیشنهاد می‌شود با برنامه‌ریزی مسئولان در نظام اجتماعی زمینه تأمین نیازهای مادی و معنوی و آموزش افراد فراهم گردد و در نتیجه میل به ماندن و تقویت هویت اجتماعی خواهد شد.

نوغانی دخت بهمنی و میرمحمد تبار و عدلی پور در مقاله‌ای تحت عنوان «فضای مجازی و هویت» به بررسی مقالات و مطالعات صورت گرفته از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ پرداخته‌اند. آن‌ها ۲۳ مقاله را از میان تمام مقالات برگزیده و در حیطه‌های هویت دینی، اجتماعی، ملی، مدرن و قومی تحلیل کرده‌اند و برای تحلیل داده‌ها از روش فراتحلیل جامع برای انجام محاسبات آماری استفاده شده است. بدین صورت که آزمون‌های استفاده شده در فرضیه‌ها پس از تبدیل به اندازه اثر از طریق فرمول‌های وولف، با ترکیب اندازه‌های اثر به روش هانتز و اشمیت مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در نمودارهای زیر فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل و انواع هویت، متغیر وابسته در نظر گرفته شده‌اند.

جدول ۱، اندازه اثر رابطه میزان استفاده از فضای مجازی و انواع هویت نشان می‌دهد. در متغیر دینی، نتایج معنادار آزمون همگنی، حکایت از این دارد که تلفیق آن‌ها با مدل ثابت منطقی نیست و باید از مدل آثار تصادفی به منظور ترکیب نتایج استفاده کرد. نتایج اثرات تصادفی نشان می‌دهد که رابطه میزان استفاده از فضای مجازی و هویت دینی که در ۴ مقاله بررسی شده معادل ۰/۱۶- است. در متغیر هویت اجتماعی، معناداری آزمون همگنی نشان می‌دهد که نتایج تلفیق اثرات را باید به صورت تصادفی بررسی کرد. با توجه به نتایج این جدول، رابطه میزان استفاده از فضای مجازی و هویت اجتماعی در این ۴ مقاله برابر با ۰/۸ است. نتایج اثرات ترکیبی تصادفی نشان می‌دهد که میزان استفاده از فضای مجازی بیشترین تأثیر را بر هویت مدرن و بعد از آن به هویت دینی دارد.

جدول ۱

متغیر وابسته	آماره	تعداد مطالعه	اثرات ترکیبی ثابت	اثرات ترکیبی تصادفی	فاصله اطمینان اثرات ثابت	فاصله اطمینان اثرات تصادفی	آزمون همگنی
هویت دینی	۴	۰/۱۶*	۰/۱۶*	۰/۱۶*	-(۰/۱۲-۰/۱۹)	-(۰/۰۸-۰/۲۴)	۱۱/۱*
هویت اجتماعی	۴	۰/۰۷*	۰/۰۸*	۰/۰۸*	۰/۰۲-۰/۱۳	۰/۱۰-۰/۲۶	۴۰/۶*
هویت ملی	۶	۰/۰۷*	۰/۰۸*	۰/۰۸*	-(۰/۰۳-۰/۱۰)	-(۰/۰۳-۰/۲۰)	۲۹۱/۷*
هویت مدرن	۵	۰/۵۴*	۰/۵۰*	۰/۵۰*	۰/۵۰-۰/۵۷	۰/۲۰-۰/۷۲	۲۲۱/۹*

جدول ۲، اندازه اثر رابطه مدت استفاده از فضای مجازی و انواع هویت را نشان می‌دهد. در متغیر هویت دینی، نتایج آزمون همگنی در ۴ مقاله مربوط به رابطه مدت استفاده از فضای مجازی و هویت دینی، بیانگر ناهمگنی این مطالعات است. نتایج اثرات تصادفی نشان می‌دهد که رابطه مدت استفاده از فضای مجازی و هویت دینی در ۴ مقاله بررسی شده ۰/۲ - است.

در متغیر هویت اجتماعی، معناداری آزمون همگنی نشان می‌دهد که نتایج تلفیق اثرات را به صورت تصادفی بررسی کرد. با توجه به آزمون همگنی و اثرات ترکیب ثابت، رابطه بین مدت استفاده از فضای مجازی و هویت ملی در ۲ مقاله برابر ۰/۱۲ - است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که مدت استفاده از فضای مجازی بیشترین تأثیر را بر هویت مدرن و بعد از آن هویت قومی دارد.

جدول ۲

متغیر وابسته	آماره	تعداد مطالعه	اثرات ترکیبی ثابت	اثرات ترکیبی تصادفی	فاصله اطمینان اثرات ثابت	فاصله اطمینان اثرات تصادفی	آزمون همگنی
هویت دینی	۴	۰/۲۳*	۰/۲۰*	۰/۲۰*	-(۰/۱۹-۰/۲۷)	-(۰/۱۱-۰/۲۸)	۱۳/۹*
هویت اجتماعی	۲	۰/۲۴*	۰/۲۴*	۰/۲۴*	۰/۱۷-۰/۳۱	۰/۱۰-۰/۳۸	۴/۷*
هویت ملی	۲	۰/۱۲*	۰/۱۲*	۰/۱۲*	-(۰/۰۵-۰/۱۸)	-(۰/۰۵-۰/۱۸)	۰/۰۱
هویت مدرن	۳	۰/۶۵*	۰/۶۱*	۰/۶۱*	۰/۶۱-۰/۶۸	۰/۲۲-۰/۸۳	۱۲۴/۱*

جدول ۳، اندازه اثر رابطه نوع استفاده از فضای مجازی و انواع هویت را نشان می‌دهد. نتایج این جدول و اثرات ترکیبی نشان می‌دهد که نوع استفاده از فضای مجازی بیشترین تأثیر را بر هویت مدرن و بعد از آن به ترتیب بر هویت قومی، ملی و اجتماعی دارد. متغیر نوع استفاده کمترین تأثیر را بر هویت دینی دارد. کاظم مزینانی در پایان نامه خود تحت عنوان «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی کاربران» با انجام پژوهش در جامعه آماری ۲۷۹ نفره به بررسی مورد فوق پرداخته است. وی برای این کار تعدادی سؤال از هر کدام از پاسخ‌دهنده‌ها پرسیده و بعد از تحلیل داده‌ها هفت فرضیه را برای توجیه نتیجه به دست آمده بیان کرده و به بررسی صحت و سقم این فرضیه‌ها به شیوه زیر می‌پردازد: که البته چهار عدد از آن‌ها بیان شده است.

جدول ۳

متغیر وابسته	آماره	تعداد مطالعه	اثرات ترکیبی ثابت	اثرات ترکیبی تصادفی	فاصله اطمینان اثرات ثابت	فاصله اطمینان اثرات تصادفی	آزمون همگنی
هویت دینی	۲	۰/۰۶*	۰/۰۷*	۰/۰۲-۰/۱۰	۰/۰۱-۰/۱۳	۱/۴	
هویت اجتماعی	۳	۰/۲۱*	۰/۲۱*	۰/۱۵-۰/۲۶	۰/۱۵-۰/۲۶	۰/۵۲۸	
هویت قومی	۱	۰/۲۴*	۰/۲۴*	۰/۱۳-۰/۳۴	۰/۱۳-۰/۳۴	-	
هویت ملی	۲	۰/۲۲*	۰/۲۲*	۰/۱۵-۰/۲۸	۰/۱۴-۰/۲۹	۱/۳	
هویت مدرن	۲	۰/۳۴*	۰/۳۵*	۰/۲۷-۰/۴۱	۰/۲۶-۰/۴۳	۱/۵	

فرضیه‌ی اول: هویت دینی در دانشجویانی که عضو شبکه‌های اجتماعی هستند با سایرین تفاوت معناداری دارد؛ یعنی دانشجویانی که عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی نیستند، از نظر پایگاه دینی و اعتقادات مذهبی نسبت به کسانی که در این شبکه‌ها عضو هستند، جایگاه برتر و بالاتری دارند.

جدول ۴: گروه‌های آماری اعضای شبکه

آیا در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز عضو هستید؟		تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین
هویت دینی	بله	۱۷۶	۳٫۶۴۱۴	۰٫۷۴۸۳۵	۰٫۰۵۶۴۱
	خیر	۶۲	۳٫۷۳۶۵	۰٫۷۹۶۴۱	۰٫۱۰۱۱۴

جدول ۵: آزمون تی دو نمونه مستقل

آزمون تی برای مقایسه میانگین‌ها	آزمون لون برای مقایسه		آزمون فیشر		برابری واریانس‌ها		هویت دینی
	P-Value	درجه آزادی	P-Value	آزمون تی	آزمون تی	آزمون تی	
اختلاف میانگین استاندارد	۰/۳۹۹	۲۳۶	۰/۸۴۶	۰/۸۲۱	۰/۴۹۲	۰/۴۹۲	هویت دینی
اختلاف میانگین استاندارد	۰/۰۹۵۰۷	۱۰۱/۴۲	۴۸۴/۰	۰/۸۲۱	۰/۴۹۲	۰/۴۹۲	هویت دینی
فاصله اطمینان ۹۵ درصد	۰/۱۲۴۴۰	۰/۱۱۵۸۱	۰/۱۲۴۴۰	۰/۱۲۴۴۰	۰/۱۲۴۴۰	۰/۱۲۴۴۰	هویت دینی
حد پایین	۰/۳۲۴۸۰	۰/۳۲۴۸۰	۰/۳۲۴۸۰	۰/۳۲۴۸۰	۰/۳۲۴۸۰	۰/۳۲۴۸۰	هویت دینی

خروجی آزمون تی با دو نمونه‌ی مستقل، دارای دو جدول است. در جدول اول یعنی جدول گروه‌های آماری، تعداد نمونه‌ها، میانگین، انحراف معیار و خطای استاندارد میانگین ارائه شده است. برای این که ببینیم تفاوت میانگین‌ها معنادار است یا خیر، باید به جدول دوم یعنی جدول تی تست مستقل، نگاه کنیم. در این جدول به قسمت P-Value در قسمت زرد رنگ نگاه می‌کنیم، اگر مقدار P-Value، بیشتر از ۰/۰۵ باشد، نتیجه می‌گیریم که واریانس برابرند و دلیلی نداریم که واریانس‌های دو گروه برابر نباشد. در چنین شرایطی در قسمت مساوی بودن واریانس‌ها به قسمت سبز رنگ توجه می‌کنیم اگر مقدار آن کمتر از ۰/۰۵ بود، نتیجه می‌گیریم که تفاوت میانگین‌ها معنی‌دار است. ولی اگر مقدار آن بیشتر از ۰/۰۵ بود، نتیجه می‌گیریم که تفاوت میانگین‌ها معنی‌دار نیست. در صورتی که P-Value قسمت زرد رنگ کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض برابر واریانس‌ها رد می‌شود؛ لذا به قسمت سبز رنگ P-Value در قسمت مساوی نبودن واریانس‌ها توجه می‌کنیم اگر این مقدار کمتر از ۰/۰۵ باشد تفاوت میانگین‌ها معنی‌دار است و اگر این مقدار بیشتر از ۰/۰۵ باشد تفاوت میانگین معنی‌دار نیست. برای متغیر هویت دینی همان‌طور که مشاهده می‌شود در قسمت P-Value زرد

رنگ مقدار آن بیشتر از ۰/۰۵ می باشد و این نشان می دهد که واریانس ها با هم برابر است. بنابراین ما در سطر مساوی بودن واریانس ها به P-Value قسمت سبز رنگ توجه می کنیم؛ چون این مقدار از ۰/۰۵ بزرگتر است نتیجه می گیریم که تفاوت میانگین ها معنی دار نیست. یعنی دانشجویانی که عضو شبکه های اجتماعی مجازی نیستند، از نظر پایگاه دینی و اعتقادات مذهبی نسبت به کسانی که در این شبکه ها عضو هستند، جایگاه برتر و بالاتری ندارند. پس فرضیه ی اول رد می شود.

فرضیه ی دوم: بین مدت استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی و هویت دینی آن ها رابطه ی معنی دار وجود دارد؛ یعنی کاربرانی که مدت زمان بیشتری را در فضای شبکه های اجتماعی حضور دارند احتمال دارد که از نظر پایداری به باورهای دینی در مرتبه ی پایین تری قرار داشته باشند و برعکس کاربرانی که مدت زمان کمتری را در این شبکه ها حضور دارند (آنلاین هستند) احتمال دارد که از نظر باورها و اعتقادات دینی در مرتبه ی بالاتری قرار داشته باشند.

جدول ۶: آزمون فیشر برای مدت استفاده

هویت دینی	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین ها	F	P-Value
بین دو گروه	۷/۱۳۳	۴	۱/۸۷۳	۳/۱۸۲	۰/۰۱۴
در داخل گروه	۱۳۰/۰۲۹	۲۳۲	۰/۵۶۰		
جمع	۱۳۷/۱۶۲	۲۳۶			

جدول ۷: آزمون مقایسات میانگین دانکن برای مدت استفاده

زیرمجموعه برای آلفا = ۰/۰۵		تعداد	مدت استفاده
۲	۱		
	۳/۴۹۸۴	۱۰۹	کمتر از ۲ ساعت استفاده می کنند
۳/۸۵۶۱	۳/۸۵۶۱	۵۳	بین ۲ تا ۵ ساعت استفاده می کنند
۳/۸۷۵۲	۳/۸۷۵۲	۵	بین ۵ تا ۸ ساعت استفاده می کنند
۳/۹۹۴۴		۲	بیشتر از ۸ ساعت استفاده می کنند
۰/۳۰۶	۰/۲۰۷		Sig.

در جدول ۶ مجموع مربعات متغیرها آمده است و درجه ی آزادی نیز برای این متغیرها حساب شده است و برای معنی داری از آزمون فیشر استفاده شده است. این آزمون همانند تی دو نمونه ای مستقل، عمل می کند با این تفاوت که برای سؤال هایی استفاده می شود که تعداد گزینه ها بیشتر از دو تا باشد. برای معنی داری این آزمون به P-Value مراجعه می کنیم این آیتم همان سطح معنی داری می باشد، اگر مقدار آن کمتر از ۰/۰۵ بود تفاوت بین گروه ها در متغیر مربوطه معنی دار است و اگر بیشتر از ۰/۰۵ باشد تفاوت بین گروه ها در متغیر مربوطه معنی دار نیست و بین گزینه ها تفاوت معنی داری وجود ندارد و این گزینه ها در یک سطح و دارای میانگین یکسانی هستند. با توجه به جدول فوق سطح معنی داری یا P-Value کمتر از ۰/۰۵ می باشد، یعنی تفاوت معنی دار بین گروه ها وجود دارد. با توجه به جدول فوق از آزمون مقایسات میانگین دانکن استفاده

کرده‌ایم، این آزمون نشان می‌دهد که کدام گروه‌ها با هم تفاوت معنی‌دار دارند و کدام گروه‌ها با هم تفاوت معنی‌دار ندارند.

در جدول ۷ همان‌طور که مشاهده می‌شود گروه‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند، کمتر از ۲ ساعت، بین ۲ تا ۵ ساعت و بین ۵ تا ۸ ساعت در دسته‌ی اول و بین ۲ تا ۵ ساعت، بین ۵ تا ۸ ساعت و بیشتر از ۸ ساعت در دسته‌ی دوم قرار گرفته‌اند؛ این بدین معنی است که گروه‌ها کمتر از ۲ ساعت، بین ۲ تا ۵ ساعت و بین ۵ تا ۸ ساعت با هم تفاوت معنی‌داری ندارند و میانگین‌های آن‌ها نزدیک به هم است. گروه‌های بین ۲ تا ۵ ساعت، بین ۵ تا ۸ ساعت و بیشتر از ۸ ساعت هم با هم تفاوت معنی‌داری ندارند و میانگین‌های آن‌ها نزدیک به هم است؛ یعنی تنها گروه بیشتر از ۸ ساعت با گروه کمتر از ۲ ساعت تفاوت معنی‌دار دارد و در بین گروه‌ها دارای میانگین بیشتری در این شاخص است. پس فرضیه‌ی دوم تأیید می‌شود.

فرضیه‌ی سوم: بین میزان استفاده‌ی کاربران از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی آن‌ها رابطه وجود دارد؛ یعنی هر چه میزان استفاده‌ی کاربران از اینترنت افزایش یابد، بیشتر احتمال می‌رود که هویت دینی در آنان کم‌رنگ‌تر شده و برعکس هر چه میزان استفاده‌ی کاربران از اینترنت کاهش یابد، بیشتر احتمال می‌رود که هویت دینی سنتی و پررنگ‌تر داشته باشند.

جدول ۸: آزمون فیشر برای میزان استفاده

P-Value	F	مربع میانگین‌ها	درجه آزادی	مجموع مربعات	هویت دینی
۰/۶۷۴	۰/۵۱۳	۰/۲۸۳	۳	۰/۸۴۸	درون گروهی
		۰/۵۵۲	۱۷۱	۹۴/۳۰۸	بین گروهی
			۱۷۴	۹۵/۱۵۶	مجموع

در ستون اول مجموع مربعات متغیرها آمده است و درجه‌ی آزادی نیز برای این متغیرها حساب شده است و برای معنی‌داری از آزمون فیشر استفاده شده است. این آزمون همانند تی‌دو نمونه‌ای مستقل عمل می‌کند با این تفاوت که برای سؤال‌هایی استفاده می‌شود که تعداد گزینه‌ها بیشتر از دو تا باشد. برای معنی‌داری این آزمون به P-Value مراجعه می‌کنیم. این آیتم همان سطح معنی‌داری می‌باشد. اگر مقدار آن کمتر از ۰/۰۵ باشد، تفاوت بین گروه‌ها در متغیر مربوطه معنی‌دار است و اگر بیشتر از ۰/۰۵ باشد، تفاوت بین گروه‌ها در متغیر مربوطه معنی‌دار نیست و بین گزینه‌ها تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و این گزینه‌ها در یک سطح و دارای میانگین یکسانی هستند.

با توجه به جدول فوق، سطح معنی‌داری یا P-Value بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین تفاوت معنی‌دار بین گروه‌ها وجود ندارد. یعنی هر چه میزان استفاده‌ی کاربران از اینترنت افزایش یابد، احتمال نمی‌رود که هویت دینی در آنان کم‌رنگ‌تر شده باشد. با توجه به جدول فوق، ما از آزمون مقایسات میانگین دانکن نیز استفاده کرده‌ایم.

در جدول فوق همان‌طور که مشاهده می‌شود، گروه‌ها در یک دسته قرار گرفته‌اند. این بدین معنی است که بین گروه‌های این شاخص تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. بنابراین فرضیه‌ی سوم رد می‌شود.

جدول ۹: آزمون مقایسات میانگین دانکن برای میزان استفاده

معمولاً به چه میزان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنید؟	تعداد	زیرمجموعه برای آلفا = ۰.۵/۰
ماهی یک بار	۲۶	۳/۵۴۵۷
هر روز	۶۷	۳/۶۲۹۹
هفته‌ای یک بار	۵۵	۳/۶۵۸۱
در طول سال به طور پراکنده	۲۷	۳/۷۹۰۸
Sig.		۰/۲۰۲

فرضیه‌ی چهارم: بین نوع استفاده‌ی کاربران از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی آن‌ها رابطه وجود دارد؛ یعنی هرچه کاربران بیشتر در معرض و مواجهه‌ی محتوای خبری، علمی و آموزشی شبکه‌های اجتماعی باشند، بیشتر احتمال دارد که هویت دینی آنان حفظ شده و در قالب سنتی باقی بماند. برعکس، هرچه کاربران بیشتر در معرض و مواجهه‌ی محتوای تفریحی و سرگرمی شبکه‌های اجتماعی باشند، بیشتر احتمال دارد که هویت دینی کم‌رنگ یا بازتابی داشته باشد.

جدول ۱۰: آزمون فیشر برای نوع استفاده

هویت دینی	مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین‌ها	F	P-Value
درون گروهی	۶/۳۰۱	۴	۱/۵۷۵	۳/۹۳۷	۰/۰۲۲
بین گروهی	۹۱/۷۰۴	۱۷۱	۰/۵۳۶		
جمع	۹۸/۰۰۵	۱۷۵			

در جدول اول مجموع مربعات متغیرها آمده است و درجه‌ی آزادی نیز برای این متغیرها حساب شده است برای معنی‌داری از آزمون فیشر استفاده شده است. این آزمون همانند تی دو نمونه‌ای مستقل عمل می‌کند با این تفاوت که برای سؤال‌هایی استفاده می‌شود که تعداد گزینه‌ها بیشتر از دو تا باشد. برای کشف معنی‌داری این آزمون به P-Value مراجعه می‌کنیم، این آیت‌م همان سطح معنی‌داری می‌باشد، اگر مقدار آن کمتر از ۰/۰۵ بود تفاوت بین گروه‌ها در متغیر مربوطه معنی‌دار است و اگر بیشتر از ۰/۰۵ باشد تفاوت بین گروه‌ها در متغیر مربوطه معنی‌دار نیست؛ یعنی بین گزینه‌ها تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و این گزینه‌ها در یک سطح و دارای میانگین یکسانی هستند. با توجه به جدول فوق سطح معنی‌داری یا P-Value کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، و این بدان معنا است که تفاوت معنی‌دار بین گروه‌ها وجود دارد. پس بین نوع استفاده‌ی کاربران از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی آن‌ها رابطه وجود دارد. با توجه به جدول فوق ما از آزمون مقایسات میانگین دانکن هم استفاده کرده‌ایم، این آزمون نشان می‌دهد که کدام گروه‌ها با هم تفاوت معنی‌دار دارند و کدام گروه‌ها با هم تفاوت معنی‌دار ندارند.

در جدول فوق همان‌طور که مشاهده می‌شود، گروه‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند. (همه‌ی موارد، صحبت با دوستان و تفریح و سرگرمی) در دسته‌ی اول و (تفریح و سرگرمی، مطالعاتی دیواره‌ها و کسب اخبار و اطلاعات) در دسته‌ی دوم قرار گرفته‌اند؛ این بدین معنی است که در همه‌ی موارد، صحبت با دوستان و

جدول ۱۱: آزمون مقایسات میانگین دانکن برای نوع استفاده

زیرمجموعه برای آلفا = ۰.۵/۰		تعداد	بیشتر از چه بخش‌هایی از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنید؟
۲	۱		
	۳/۵۰۴۰	۹۱	همه‌ی موارد
	۳/۵۴۰۰	۲۲	صحبت با دوستان
۳/۷۴۶۶	۳/۷۴۶۶	۲۹	تفریح و سرگرمی
۳/۹۵۳۴		۹	مطالعه دیواره‌ها
۳/۹۹۶۹		۲۵	کسب اخبار و اطلاعات
۰/۳۰۴	۰/۳۲۰		Sig.

تفریح و سرگرمی با هم تفاوت معنی‌داری ندارند و میانگین‌های آن‌ها نزدیک به هم است. گروه‌های (تفریح و سرگرمی، مطالعه‌ی دیواره‌ها و کسب اخبار و اطلاعات) نیز با هم تفاوت معنی‌داری ندارند و میانگین‌های آن‌ها هم نزدیک به هم است. گروه "کسب اخبار و اطلاعات" در بین گروه‌ها دارای میانگین بیشتری در این شاخص است. یعنی هر چه کاربران بیشتر در معرض و مواجهه‌ی محتوای خبری، علمی و آموزشی شبکه‌های اجتماعی باشند، بیشتر احتمال دارد که هویت دینی آنان حفظ شده و در قالب سنتی باقی بماند. پس فرضیه‌ی چهارم تأیید می‌شود.

۷ نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌رغم آثار مثبتی که داشته و توانسته تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی وسیع و شگرفی را در جوامع انسانی پدید آورد، آثار منفی و تهدیدکننده‌ای را ایجاد نموده و نقش مخرب آن در برخی از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، امنیت اخلاقی و هویت جامعه را با آسیب‌های جدی روبرو ساخته که از آن جمله می‌توان به تعاملات آسیب‌زا، بی‌اعتمادی و کاهش نوع دوستی و خیرخواهی اشاره نمود. در حال حاضر، زندگی اجتماعی به علت گستردگی فضای مجازی، با مخاطرات و تهدیدهایی مواجه است و در روابط مجازی، چنانچه تعامل بین افراد با بی‌اعتمادی همراه گردد طبیعتاً هیچ کنش جمعی صورت نمی‌پذیرد. بر این اساس می‌توان گفت اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز همکاری و تعاون میان اعضای جامعه است و کاهش آن می‌تواند زمینه را برای رشد نابسامانی‌ها، بی‌نظمی‌ها، جرایم و انحرافات اخلاق و هویت کودکانی در جامعه فراهم سازد.

یکی دیگر از پیامدهای منفی شبکه‌های مجازی در اینترنت بر کاربران، وجود بی‌صدقتی و فریب و دروغ می‌باشد که بخش مهمی از عدم صداقت و دروغ‌گویی در فضای مجازی به دلیل تمایل خود کاربران به پیش‌گرفتن این روش است و در حقیقت بسیاری از افراد، خودشان ترجیح می‌دهند شخصیت و واقعیت خود را پنهان کنند و از حقیقت واقعی خود فرار نمایند. ناشناخته بودن در فضای مجازی این امکان را به افراد می‌دهد تا بدون نگرانی هویت خود را مخفی کرده و اقدام به دروغ و فریب‌دادن دیگران نمایند. کاهش عزت‌نفس و کم‌رنگ شدن هویت‌های اجتماعی را می‌توان از دیگر آثار مخرب فضای مجازی نام برد. بنابراین ضروری است سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به‌عنوان بازیگران فعال در عرصه جهانی و با اتخاذ

تدابیر لازم، هوشمندانه و به صورت مستمر با رویکرد محققانه به این امر نگاه کرده و کارکردهای مثبت آن را در جهت پیشرفت و توسعه جوامع مدنظر قرار دهند. از این رو، می‌تواند با شناخت و توجه بیشتر به این مهم در جامعه‌پذیر کردن افراد و ارائه و انتقال محتواهای اخلاق و هویت به جامعه، به تدوین و برنامه‌ریزی در جهت کاربرد مثبت آن از سوی جامعه مبادرت نمود تا بتوان با استفاده از امکانات و فرصت‌های ایجاد شده شرایط تقویت و گسترش اخلاق و هویت اجتماعی را برای افراد جامعه فراهم نمود به نحوی که افراد قادر باشند، اخلاق و هویت اجتماعی فرزندان خودشان را بیان و تولید نمایند. این فرایند مستلزم نگاه فراملی به این پدیده می‌باشد تا با استفاده از ظرفیت‌ها و استعدادها موجود در حوزه‌های مختلف، و بازتعریف ارزش‌ها و اصالت‌های ریشه‌دار اخلاق و هویت عمومی فرزندان، ارائه و عرضه آموزه‌های دینی به دور از هرگونه تعصب جناحی و رفتار سیاسی، به تحکیم و تقویت اخلاق و هویت اجتماعی فرزندان پرداخته که این امر می‌تواند ضامن بقا و تداوم حیات اجتماعی را در جامعه ایران فراهم سازد.

مراجع

- [۱] امام جمعه زاده، جواد؛ صادقی، زهرا؛ محمود اوغلی، رضا؛ رهبر قاضی، محمود (۱۳۹۲). تحلیل رابطه بین مصرف رسانه‌ای و میزان اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان اصفهان، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و پنجم، شماره دوم.
- [۲] برزنونی، محمدصادق؛ پایان‌نامه «بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دانش‌آموزان متوسطه شهر نیشابور» دانشگاه پیام‌نور واحد سبزوار.
- [۳] محدثی، جواد. هویت ما چیست، حدیث زندگی، ج ۱۱، ص ۱۰.
- [۴] خواجه‌ای، محمد (۱۳۸۴). استفاده اعضای هیئت علمی و پژوهشگران مؤسسات آموزش عالی جهاد کشاورزی تهران از اینترنت. فصلنامه کتاب، ۱۶ (۱): ۲۸-۱۳.
- [۵] حاجیان، ابراهیم (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، پاییز، شماره ۵.
- [۶] دهقان، علیرضا (۱۳۸۵). روزنامه‌نگاری الکترونیک: فرصت‌ها و محدودیت‌ها، نشریه جهانی رسانه، شماره ۲.
- [۷] دهقانی، عبدالرحیم؛ حیدری، اله‌رحم (۱۳۸۹). بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز.
- [۸] رحیمی، محمد؛ تاج‌آبادی، رضا؛ شعبانی، سمیه (۱۳۹۱). پیامدها و آثار اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی جوانان.
- [۹] رندوانیان، احمد؛ حیری، مریم؛ باقری، ریحانه؛ عطارزاده، فاطمه (۱۳۹۲). آسیب‌های فضای مجازی بین دانش‌آموزان دختر، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره بیست و سوم.
- [۱۰] رهبری، مهدی و همکاران (۱۳۹۳). هویت ملی در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش ج ۱. ایران.
- [۱۱] ساروخانی، باقر؛ کوثری، مسعود؛ ثقفی، مسعود؛ رضایی، خدیجه (۱۳۹۱). تأثیر اینترنت بر هویت رساله دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- [۱۲] سورشجانی، کریم‌زاده (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین وابستگی به اینترنت و مهارت‌های اجتماعی دانشجویان، رساله کارشناسی‌ارشد، گاهنامه پژوهشی دانشگاه پیام‌نور چهارمحال بختیاری، شماره ششم.
- [۱۳] سیمی، ستاره (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین سبک زندگی اسلامی و باورهای مذهبی سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی و مطالعات اجتماعی ایران.

- [۱۴] عماد افروغ، فرهنگ عمومی، هویت‌شناسی مذهبی و باورهای دینی ایرانیان، فصلنامه ش ۲۲ و ۲۳.
- [۱۵] شرفی، محمدرضا. جوان و بحران هویت، انتشارات سروش.
- [۱۶] مزینانی کاظم. پایان‌نامه «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی کاربران» دانشگاه سوره، دانشکده ارتباطات.
- [۱۷] نکوفر، حسن؛ فلاوند، زهره (۱۳۹۷). تأثیر فضای مجازی بر اخلاق و هویت کودکان اولین همایش ملی کودکان ایران اسلامی در پیش‌دبستانی.
- [۱۸] نوغانی دخت بهمنی، محسن؛ میرمحمد تبار، سید احمد؛ عدلی پور، صمد (۱۳۹۳). فضای مجازی و هویت، پژوهش‌نامه توسعه فرهنگی اجتماعی سال اول، شماره دوم.
- [19] Bourk, Peter (1991). Identity Process and Social Stress. American Sociological review, vol 50, pp.836- 849.
- [20] Cote, J, E. (2008). Levine, C, "identity formation", Agency and Culture, New jersey, Lawrence Erlbaum Associates, pp 17-43.

