

رابطه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت دینی و ملی و مقایسه بین رشته علوم تربیتی با سایر رشته‌ها در دانشجویان پسر دانشگاه فرهنگیان اصفهان در سال تحصیلی ۹۷-۹۶

امیرحسین جنتیان

دانشجوی کارشناسی ارشد، برنامه ریزی درسی، دانشگاه پیام نور، اصفهان، ایران

نویسنده مسئول:

امیرحسین جنتیان



چکیده

شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگی در دنیای امروز دارند و نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت. شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی و در سطح کشورها و حتی بین‌الملل تاثیرگذارند، لذا هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه هویت دینی و ملی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که جامعه آن را تمامی دانشجویان پسر دانشگاه فرهنگیان اصفهان تشکیل می‌دهد. در این پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی تعداد ۲۲۳ دانشجو به عنوان نمونه انتخاب گردیدند و سپس تست هویت دینی و ملی لطف‌آبادی و پرسشنامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در اختیارشان قرار داده شد. نتایج نشان داد که بین هویت دینی و ملی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه منفی در سطح کمتر از ۰.۰۵ رابطه منفی معناداری وجود دارد. همچنین مشخص شد که دانشجویان از نظر هویت دینی و ملی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند.

کلمات کلیدی: هویت دینی و ملی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، دانشجویان،

علوم تربیتی، فرهنگیان.

مقدمه

اساس اجتماعات انسانی چه آن را جوامع اولیه و سنتی و یا مدرن بنامیم، بر روابط و تعاملات اجتماعی قرار دارد. وابستگی زیستی و روانی انسان با سایر انسانها، او را مجبور به ایجاد ارتباط میکند و بدین ترتیب روابط افراد در ابعاد گوناگون شکل میگیرد. پیومد های درهم بافته شده ی اجتماعی و یا همان "شبکه های اجتماعی" در بستری از هنجارها و جریان های اطلاع رسانی شکل میگیرند. (محمدی، ۱۳۸۴: ۹۲). در واقع شبکه های اجتماعی را گونه ای از رسانه های اجتماعی میدانند که امکان دست یابی به نحوه ی جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک گذاری محتوا را در اینترنت فراهم آورده اند (محکم کار و حلاج، ۱۳۹۳: ۸۷).

در تمام جوامع نقش جوانان، با اهمیت خوانده شده و بخش عظیمی از اهداف دولت ها، در راستای ایجاد زمینه هایی برای تبدیل استعداد های بالقوه ی جوانان به توانایی های بالفعل میباشد. همچنین نقش معلم ها در پرورش نوجوانان و جوانان هر جامعه ای واضح است.

حال با توجه به چنین موقعیت حساسی که برای فرد جوان و همچنین برای معلمان شرح داده شد، باید به دنبال ایجاد شرایط بهینه برای رشد دانشجو معلمان باشیم تا بتوانند بهترین نوع روابط را در شبکه های اجتماعی دنبال کنند. چرا که دانشجو معلمان در سنین جوانی قرار داشته و در عین حال نقش مهم معلمی را در آینده بر عهده خواهند داشت.

در واقع از آنجا که در زندگی امروزه بشر در هر جامعه ای رسانه ها و دنیای مجازی نقش غیر قابل انکاری در همه ابعاد زندگی افراد آن جامعه دارد بطوری که کمتر کسی را می تواندر جامعه یافت که نسبت به تاثیرات دنیای مجازی در زندگی خود آگاه نباشد. در زمینه اینترنت و زندگی، ۴۵ درصد افراد جامعه برای یافتن نیاز های خویش به اینترنت مراجعه می کنند (افتاده، ۱۳۸۹: ۴۸).

شاید در گذشته نه چندان دور افراد، شناخت کمی نسبت به ماهیت و چگونگی استفاده از این شبکه ها داشتند، اما این روزها در زندگی روزمره شاهد آن هستیم که طیف متفاوت مردم راجع به این شبکه ها با هم صحبت و تبادل اطلاعات می نمایند. طبقات مختلف در جامعه از زن و مرد، جوان و پیر، باسواد و بیسواد، از آن حرف میزنند. عده ای بسیار مخالف آنها بوده، وجودشان را باعث مضرات اجتماعی و فساد اخلاقی برای طبقات جامعه دانسته و مایل به بستن، تعطیل و فیلتر کردن آنها هستند و در مقابل، عده ای دیگر آنها را مظاهری از تمدن جدید شمرده، وجود آنها را برای پیوستگیهای اجتماعی مفید، بلکه لازم می دانند. شاید بتوان گفت یکی از مهمترین گروه هایی که با اینترنت و فضای مجازی ارتباط دارند دانشجویان هستند که این ارتباط تاثیر مثبت و منفی در زندگی دانشجویان دارد. بنظر می رسد فضای مجازی و ارتباط دانشجویان با این فضای ارتباطی باعث تاثیر بر روی الگو های ذهنی و هویت و ارزش های دانشجویان می شود. مسئله اساسی در این مقاله این است که مشخص شود فضای ارتباطی چه تاثیری بر هویت دانشجویان دارد.

هویت تعریف منعکس کننده طیف کاملی از ارزشی ها، عقاید و فعالیت های اجتماعی است. هویت از الگوهای فرهنگی، رفتاری و عادات شکل میگیرد و افراد به طور روزمره آنها را در زندگی فردی و اجتماعی خود به کار می گیرند. افراد به واسطه کنش های اجتماعی متقابل خود با والدین، دوستان، همسالان، اشنایان و رسانه های جمعی الگوهای رفتاری را می آموزند (روح الامینی، ۱۳۶۳: ۳۰۰).

هویت در لغت وجود، هستی و ذات معنا شده است. هویت، غالباً به معنای حقیقت شی یا شخص که صفات جوهری او را در بردارد، بکار می رود. بیشتر روانشناسان هویت را نقطه مقابل بی هویتی یا گم کردن خویش قرار میدهند و شکل گیری و قوام هویت را در تحقق احساس، تداوم و ثبات جستجو میکنند. برخی دیگر نیز آنچه موجب شناسایی انسان شود را هویت می نامند. یعنی عاملی که باعث تمایز یک فرد از دیگری میشود. پس مقوله هویت در این تعریف در خلا ایجاد نمی گردد، بلکه حتماً باید یک خود و یک غیر وجود داشته باشد و گرنه شناسایی معنا نمی یابد. عده ای نیز از هویت، به عنوان چیستی و کیستی خود یاد می کنند (بارنز، ۱۳۸۶: ۳۰).

در این معنا هویت راهی است برای تعریف ارزشها و نگرشها و رفتارهای افراد که اهمیت آن برای تحلیل های اجتماعی روز به روز افزایش مییابد. از دیدگاه بارنز هویت کاملاً قابل مشاهده یا قابل برداشت از مشاهده است (بارنز، ۱۳۸۶: ۹۵).

از سوی دیگر شبکه، مجموعه ای است از اشیا یا دستگاهها مانند تلفن، فکس و کامپیوتر که به هم متصل اند. گونه ای از این شبکهها، اجتماعی هستند. در این نوع از شبکه، انسانها با یکدیگر ارتباط دارند؛ سادهترین شبکه اجتماعی را میتوان خانواده، بستگان، قبیله، دوستان و همکاران دانست. نوع دیگری از شبکههای اجتماعی نیز وجود دارند که در آن روابط اشخاص، بر پایه رایانه و اینترنت، به گونه بر خط (آنلاین) انجام میپذیرد. در بیانی ساده و مختصر، این گونه از پایگاهها را چنین تعریف کردهاند: جامعه ای بر خط که کاربران آن، مجاز به اشتراک اطلاعات، تصاویر، فیلمها، نرم افزارها و... برقراری ارتباط با دیگران و کشف

نشانی ارتباط افراد جدید هستند. در چنین شبکه های اجتماعی اعضا با مشارکت و همفکری و با استفاده از برنامه ها به ساختن محتوای وب می پردازند. همچنین بیشتر شبکه های اجتماعی راه های گوناگونی مانند: رایانامه، خدمات پیام فوری، اشتراک تصاویر، موسیقی، صوت و فیلم برای تعامل کاربران فراهم می کنند؛ به عبارت دیگر، در این دست از پایگاه ها عناصر ارتباطی مانند ایمیل، تابلوی پیام، پیام فوری و گپ با وسایل رسانه های شنیداری، دیداری و نوشتاری با هم به صورت ترکیبی در یک جا وجود دارند (بارنز، ۱۳۸۶، ۳۵).

در عصر حاضر با ظهور پدیده نوینی مواجه شدیم که تعاریف و قالب های کلاسیک ارتباطات و کار رسانه ای را دچار تحول بسیار نموده است. از جمله این پدیده ها که خصوصاً در حال حاضر دوران طلایی خود را پشت سر می گذارند، سایت های معروف ارتباطات یا شبکه های اجتماعی هستند شبکه های اجتماعی ترکیبی از کنشگران و روابط بین آنهاست. به عبارت دیگر شبکه اجتماعی الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل میکند (اسکندری پور، ۱۳۸۹).

شبکه های اجتماعی سایت هایی هستند که به مردم اجازه می دهند اعتقاداتشان را بیان کنند و با دیگران تعامل اجتماعی برقرار کنند. خود اظهاری و تعامل اجتماعی زمینه های مهمی برای استفاده زبانی هستند (کارا مک براید، ۲۰۰۹).

بر اساس تعریف هلن صدیق بنای، شبکه های اجتماعی مجازی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد، که در میان خود دارای ارتباطات وسیع و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می دهند به کار می رود (صدیق بنای، ۱۳۷۸). پارکز و فلوید اظهار می نمایند که فضای مجازی ایجاد یک کارگاه هویتی می کند که در آن افراد مهارت های اجتماعی را فرا گرفته اند و آن را تمرین می کنند (برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱).

همچنین می توان اذعان داشت که شبکه های اجتماعی به مجموعه ای از افراد که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی ها، فعالیت ها و افکار خود را به اشتراک می گذارند اطلاق میشود. شبکه اجتماعی مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وب سایت یا مجموعه ای از وب سایت هایی است که به کاربران امکان میدهد علاقه مندی ها، افکار و فعالیت های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند به عبارت دیگر، شبکه های اجتماعی، سایت هایی هستند که با استفاده از یک موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا... امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه ای از روابط فردی و گروهی فراهم می آورند (رسنیک، ۲۰۰۰).

تعاملی بودن یکی از مهمترین امکانات رسانه های نوین است. اینترنت ویژگی های خاصی دارد و امکان برقراری ارتباطات و تعامل جهانی را ایجاد می کند و با این کار به عنوان ابزاری برای ساخت شبکه به کار می رود (کاستلز، ۲۰۰۹: ۱۳۸۰).

ساروخانی، باقر (۱۳۸۵) معتقد است در جهان مجازی منطق دلالت های خود مرجع جانشین نظام های دال و مدلولی شده اند. از نگاه او جهان مجازی اساساً متفاوت از سایر پدیده های ارتباطی است و بنابر این با منطق موجود قابل مطالعه نیست. ون دیک (۱۹۹۹) از تحولات جدید حوزه ارتباطات بنام انقلاب دوم رسانه ها نام می برد. در این انقلاب، رسانه های پیشین در دو صفت مهم باز تعریف می شوند: ۱- تعاملی شدن و ۲- دیجیتالی شدن، با اینکه دیجیتالی شدن به تحول کاملاً فنی و غیر انسانی در حوزه ارتباطات مربوط است، اما نقش بسیار موثری در فراهم آوردن زمینه سخت افزاری برای تعاملی شدن رسانه ها دارد. دیجیتالی شدن در واقع تحقق رویای جدا کردن محتوا از کانال است. ویلیامز (۲۰۰۳) معتقد است بدلیل شاخه شاخه شدن شدید موضوعات در فضای مجازی برجسته سازی در آن ضعیف تر از نوع واقعی آن است و فرآیند کنترل ذهن بیشتر از طریق تکرار و نفوذ در پارادایم ها تعقیب می شود. البته نباید فراموش کنیم که وب سایت های مهم خبری مثل بی بی سی، سی ان ان و ... میتوانند در شرایط خاص برجسته سازی را گاهی حتی قوی تر از رسانه های سنتی انجام دهند. به هر حال آنچه مسلم است امروزه دست این وب سایتها به مخاطبان ساکن در نقاطی از جهان میرسد که در گذشته و در عصر رسانه های سنتی برقراری ارتباط با آنها به دلایل سیاسی، جغرافیایی یا مبتنی بر فناوری ممکن نبود (ابری، ۱۳۸۷).

اگر مولفه های اساسی حوزه عمومی را گفتگو و افکار عمومی و واکنش بدانیم، شبکه های اجتماعی به مثابه یک رسانه جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آنهاست. افراد می توانند از طریق شبکه های اجتماعی به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه ای خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می توانند در مخالفت با یک مسئله اجتماعی دست به واکنش مناسب بزنند (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ۱۲۱).

درواقع میتوان اینطور گفت که، شبکه های اجتماعی مجازی سایت هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت، ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک گذاری را به کاربران خود ارائه می دهند (سلطانی فر،

¹. Parks

². Floyd

۱۳۸۹: ۵۳). شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات میپردازند.

در خصوص موضوع پیش‌رو، پژوهش‌های زیادی انجام پذیرفته است. فلاح (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن»؛ با هدف درک عوامل مؤثر بر سبک زندگی جوانان در شهر تهران و گونه‌های ممکن از مفهوم سبک زندگی بدین موضوع پرداخته است. رستگار (۱۳۸۹) تحقیقی را با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر سبک زندگی جوانان در شیراز» انجام داده و عنوان کرده که ظهور جامعه‌ی مصرفی به واسطه‌ی فزونی کالاهای مادی از یک سو و دموکراتیزه شدن مصرف و عمومیت یافتن آن از سوی دیگر، به انتخابی شدن زندگی روزمره می‌انجامد و همین امر نشان دهنده‌ی اهمیت روزافزون سبک زندگی در جامعه‌ی معاصر است. سبک زندگی نتیجه‌ی همپی‌گزینش‌ها، ترجیحات و رفتارهایی است که فرد در ارتباط با کالاهای مادی و فرهنگی انجام میدهد.

در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در روابط مردم سرتاسر جهان ایفا میکنند. به طوری که به جزیی جدایی ناپذیر از زندگی بیشتر مردم تبدیل شده‌اند. این در حالی است که اساس پیدایش این شبکه‌ها تسهیل و کوتاه نمودن مسیر ارتباطی میان افراد جامعه تلقی می‌گردد. در ایران نیز این پدیده نه چندان نوظهور روز به روز بر خیل مشتاقان خود میافزاید. شاید در گذشته نه چندان دور افراد شناخت کمی نسبت به ماهیت و چگونگی استفاده از این شبکه‌ها داشتند، اما این روزها در زندگی روزمره شاهد آن هستیم که طیف متفاوت مردم راجع به این شبکه‌ها با هم صحبت و تبادل اطلاعات می‌نمایند. طبقات مختلف در جامعه از زن و مرد، جوان و پیر، باسواد و بیسواد، از آن حرف می‌زنند. عده‌ای بسیار مخالف آنها بوده، وجودشان را باعث مضرات اجتماعی و فساد اخلاقی برای طبقات جامعه دانسته و مایل به بستن، تعطیل و فیلتر کردن آنها هستند و در مقابل، عده‌ای دیگر آنها را مظاهری از تمدن جدید شمرده، وجود آنها را برای پیوستگی‌های اجتماعی مفید، بلکه لازم می‌دانند. فراگیر شدن استفاده از این پدیده، پیامدهای مثبت و منفی بسیاری را بر زندگی ما القاء نموده و در مواردی نیز تبعات گریز ناپذیری را بر ما تحمیل داشته است (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۰).

جوامع مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی یا جامعه شبکه‌ای در حال حرکت‌اند. در جامعه شبکه‌ای، جوامع با چالش‌هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایز پذیری و شالوده‌شکنی نهادهایی نظیر دولت، و فرصت‌هایی چون نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در پژوهشی، خلاقیت، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و غیره رو به رو شده‌اند. به نظر می‌رسد به علت وجود این چالش‌ها انسجام اجتماعی و هویتی در جامعه اطلاعاتی و به خصوص در کشورهای در حال توسعه مانند ایران متزلزل شده است. فرآیند جهانی شدن با گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی دنیای اجتماعی افراد را بسیار بزرگتر می‌کند و احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آنها به وجود می‌آورد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۲). باتوجه به تفاسیر مطرح شده، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه هویت دینی و ملی با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانشجویان پسر دانشگاه فرهنگیان اصفهان در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ می‌باشد.

سوال پژوهش

دانشجومعلمان پسر دانشگاه فرهنگیان از نظر هویت دینی و ملی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در چه وضعیتی قرار دارند؟

روش پژوهش

جامعه و نمونه: جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانشجویان پسر دانشگاه فرهنگیان اصفهان می‌باشد که در سال تحصیلی ۹۷-۹۶ مشغول به تحصیل هستند. بر اساس روش پژوهش، تعداد ۲۲۳ نفر از این دانشجویان به روش تصادفی طبقه‌ای نسبتی انتخاب شدند. به این صورت که ابتدا رشته‌ها (علوم تربیتی، ادبیات فارسی، هنر، تربیت بدنی، زبان انگلیسی و فیزیک) به صورت تصادفی انتخاب شدند و سپس با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی از هر رشته، نمونه‌گیری شد. داده‌های حاصل نیز با استفاده از آمار توصیفی (میانگین) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی گروه‌های مستقل) تحلیل و تفسیر شدند.

ابزار: به منظور گردآوری داده‌های پژوهشی از دو ابزار استفاده گردید.

۱- پرسشنامه هویت دینی و ملی لطف‌آبادی

مقیاس مورد استفاده در بررسی حاضر در پژوهش‌های گذشته از نظر روایی و اعتبار مورد بررسی کامل و دقیق قرار گرفته‌اند و چندین آزمون اولیه را پشت سر گذاشته و سپس مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به طور مشخص آلفای کرونباخ مقیاس مورد نظر همواره بالاتر از ۰.۷۸ بوده است. اما برای بررسی روایی و اعتبار پرسشنامه، این ابزار ابتدا به رویت متخصصان و کارشناسان رسید و تایید گردید. همچنین پایایی ابزار مطرح شده با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۷۹ بدست آمد که حاکی از پایایی مطلوب ابزار فوق می‌باشد.

۲- پرسشنامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

پرسشنامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی که محقق ساخته بوده و دارای ۱۸ ماده می‌باشد. در پرسشنامه مذکور آزمودنی‌ها به هر یک از عبارات در یک طیف ۵ درجه ای از: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، نظری ندارم (۳)، مخالف (۲)، کاملاً مخالف (۱). افرادی که در این مقیاس نمره شان از میانگین کمتر است، فعالیت کمتری در شبکه‌های اجتماعی مجازی خواهند داشت و هرچه نمره فرد در این آزمون بیشتر باشد میزان فعالیت او در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر است.

پرسشنامه‌ی مذکور در اختیار اساتید و صاحب‌نظران قرار گرفت و روایی صوری و محتوایی آن تایید گردید. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ۰.۸۸ بدست آمد که حاکی از پایایی خوب پرسشنامه مذکور می‌باشد.

یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش به صورت توصیفی و یافته‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش به صورت استنباطی ارائه شده است. در این تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t گروه‌های مستقل استفاده شد که نتایج در جدول‌های مربوط ارائه شده است. فرضیه اول: بین متغیر هویت دینی و ملی و متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنادار مثبت وجود دارد. به منظور بررسی رابطه‌ی بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج همبستگی‌های محاسبه شده بین متغیر هویت دینی و ملی و شبکه‌های اجتماعی مجازی در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱- ماتریس همبستگی شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی

شبکه‌های اجتماعی مجازی		هویت دینی و ملی	
شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱	هویت دینی و ملی	۱
شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰.۳۳۳**	هویت دینی و ملی	۰.۳۳۳**

**همبستگی در سطح ۰.۰۱ معنادار است. (آزمون دو دامنه)

بر اساس یافته‌های جدول ۱، همبستگی میان نمره‌های حاصل از متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی، منفی و از نظر آماری معنی‌دار می‌باشد ($p < 0/01$ و $r = -0.33$). این بدان معناست که با افزایش نمرات آزمون شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان نمره‌ی هویت دینی و ملی آن‌ها کاهش خواهد یافت.

جدول ۲- آماره‌های متغیر پیش بین در مدل رگرسیون

مدل	F	ضریب	ضریب	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده	سطح معنادار	سطح معنادار
		تعیین	همبستگی	B	Beta	T	ی
ثابت				۲.۱۲۸		۱۱.۵۵۹	
هویت دینی و ملی	۳۰.۰۰	۰.۱۱	۰.۱۰	۰.۲۷۹	-۰.۳۳۳	۵.۴۷۷	۰.۰۰۰

نتایج بدست آمده از جدول شماره ۲، نشان می‌دهد که متغیر هویت دینی و ملی با ضریب بتای -۰.۳۳ و در سطح آماری کمتر از ۰.۰۱ معنی دار می‌باشد، متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را پیش‌بینی می‌نماید. همچنین با توجه به نتایج فوق مشخص گردید که متغیر هویت دینی و ملی ۱۱ درصد از واریانس نمره‌ی متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را تعیین می‌نماید.

فرضیه دوم: میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی در دانشجویان رشته‌ی علوم تربیتی از سایر رشته‌ها بالاتر است.

جدول ۳- نتایج آزمون تی گروه‌های مستقل برای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی	تعداد	میانگین	سطح معناداری	T	سطح معناداری (دو دامنه)
علوم تربیتی	۷۶	۲.۴۶	۰.۰۴	-0.99	۰.۳۶
سایر رشته‌ها	۱۴۶	2.55		-0.99	۰.۳۸

با توجه به نتایج جدول شماره ۳ می‌توان اذعان داشت که در سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ دانشجویان سایر رشته‌ها (ادبیات، البهات، زبان انگلیسی، هنر و تربیت بدنی) بالاترین نمره شبکه‌های اجتماعی مجازی را به خود اختصاص داده‌اند و پایین‌ترین نمره مربوط به دانشجویان رشته علوم تربیتی می‌باشد.

جدول ۴- نتایج آزمون تی گروه‌های مستقل برای متغیر هویت دینی و ملی

هویت دینی و ملی	تعداد	میانگین	سطح معناداری	T	سطح معناداری (دو دامنه)
علوم تربیتی	۷۶	۲.۴۶	۰.۰۴	0.176	0.86
سایر رشته‌ها	۱۴۶	۲.۴۴		0.176	0.86

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که دانشجویان رشته علوم تربیتی با میانگین 2.46 و در سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ در بالاترین سطح هویت دینی و ملی قرار گرفته‌اند.

همانطور که مشاهده می‌شود بالاترین نمره هویت دینی و ملی به دانشجویان علوم تربیتی و پایین‌ترین نمره به دانشجویان سایر رشته‌ها تعلق گرفته‌است.

در نتیجه فرضیه دوم مبنی بر اینکه دانشجویان رشته علوم تربیتی بیشترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را دارند رد می‌شود ولی از نظر متغیر هویت دینی و ملی نسبت به سایر دانشجویان در بالاترین سطح هستند.

جدول ۵- نشان دهنده میانگین نظری و میانگین محاسبه شده می باشد

۳.۵ = میانگین نظری				
میانگین	سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی T		
۳.۱۲	۰.۰۰	۲۴۱	۱۸.۸۲	هویت دینی و ملی
۳ = میانگین نظری				
۳.۵۸	۰.۰۰	۲۴۱	۴۳.۳۵	شبکه‌های اجتماعی مجازی

اطلاعات جدول ۵، نشان می‌دهد که مقدار T به دست آمده برای متغیر هویت دینی و ملی ۱۸.۸۲ است که در سطح ۰.۰۱ معنادار می‌باشد و تعداد زیادی از دانشجویان از نظر هویت دینی و ملی در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند، چراکه میانگین هویت دینی و ملی دانشجویان ۳.۱۲ می‌باشد و با توجه به ارزش آزمون (T=۳.۵) میانگین هویت دینی و ملی دانشجویان پایین‌تر از حد متوسط قرار دارد.

همچنین مقدار T به دست آمده برای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴۳.۳۵ است که در سطح ۰.۰۱ معنادار می‌باشد و تعداد زیادی از دانشجویان از نظر شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح نامطلوبی قرار دارند، زیرا میانگین شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان ۳.۵۸ می‌باشد و با توجه به ارزش آزمون (T=۳) میانگین شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان بالاتر از حد متوسط قرار دارد.

نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت افراد بوده است و به دنبال پاسخگویی به این سؤال که آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت افراد رابطه دارد؟ شبکه‌های اجتماعی چه جایگاهی در شکل‌دهی رفتارهای ما دارند؟ و اینکه آیا شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر ویژگی‌های شخصیتی جوانان می‌شوند؟ یافته‌های پژوهش حاضر نشان دادند که درون گرایی، بی‌ثباتی هیجانی، عدم توافق سازگاری و کاهش وجدانی بودن با استفاده از شبکه‌های مجازی همراه است. در تفسیر چنین یافته‌هایی می‌توان گفت در واقع شبکه‌ها به عنوان رسانه اجتماعی با قابلیت‌های متعدد، زندگی مفرح و امنی را برای تعدادی از افراد مهیا می‌کند که در دنیای واقعی انکار شده‌اند. این فضا مجازی می‌تواند گریزگاهی برای کسانی باشد که از مشکلات روانی رنج می‌برند و به تشویق و احساس تنهایی دچار هستند و همچنین وسیله‌ای برای ارضای نیازهای هیجانی و روانی آن‌هاست. همچنین افراد به دلیل پتانسیل بالای شبکه‌ها برای مصاحبت، الگوهای تغییر یافته تعاملات اجتماعی برخط و همچنین به عنوان شیوه‌ای برای حالات مرتبط با احساس تنهایی به سمت شبکه‌ها کشیده می‌شوند.

در این پژوهش همبستگی میان نمره‌های حاصل از متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی و ملی، منفی و از نظر آماری معنی‌دار به دست آمد ($p < 0.01$ و $r = -0.33$) و این بدان معناست که با افزایش نمرات آزمون شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان نمره‌ی هویت دینی و ملی آن‌ها کاهش خواهد یافت. هم چنین مشخص شد که دانشجویان از نظر هویت دینی و ملی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در وضعیت مطلوبی به سر نمی‌برند. لازم به ذکر است که دانشجویان علوم تربیتی از نظر هویت دینی و ملی در مقایسه با دانشجویان سایر رشته‌ها وضعیت بهتری دارند لیکن میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان سایر رشته‌ها بیشتر از دانشجویان رشته علوم تربیتی بوده است.

یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش مزینانی (۱۳۹۲) با موضوع بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران که به روش پیمایش در دانشگاه‌های سطح شهر تهران و در بین دانشجویان رشته‌ها و دوره‌های مختلف تحصیلی، انجام داده بود همسو و هم جهت است و به این مساله اشاره دارد که حضور و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در تضعیف هویت دینی کاربران و تمایل آنان در حرکت از هویت سنتی و اصیل دینی به سمت هویت بازتابی و مدرن تاثیر گذار بوده و حداقل اینکه هویت اصیل کاربران را در برخی از حیطه‌ها دچار تشکیک می‌کند.

هم چنین نتایج پژوهش قاسمی، عدلی پور و کیان پور (۱۳۹۱) با عنوان تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تاثیر آن بر هویت دینی جوانان، (مطالعه موردی فیس بوک و جوانان شهر اصفهان)) با یافته‌های پژوهش حاضر همسو و هم جهت است و به این مساله اشاره دارد که شبکه‌های اجتماعی مجازی دگرگونی گسترده‌ای را در شیوه‌های شکل‌گیری هویت

دینی افراد و گروه‌ها به وجود آورده‌اند. نتایج پژوهش مذکور حاکی از آن بود که بین واقعی تلقی کردن محتوای فیس بوک و هویت دینی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد، یعنی هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس بوک افزایش پیدا کند از برجستگی هویت دینی نزد آن‌ها کاسته می‌شود که نتایج دو پژوهش با یافته‌های این تحقیق در زمینه هویت مذهبی، اسلامی کاربران فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی دانشجویان فرهنگیان شهر اصفهان همخوانی نزدیکی دارد.

گمنامی و نداشتن ارتباط رو در رو در شبکه‌ها، خودآگاهی و اضطراب اجتماعی را کاهش داده که خود به تسهیل رفتار جامعه‌پسند و شکل‌گیری روابط دوستانه در این محیط‌ها برای افراد تنها منجر می‌شود. کسانی که در روابط واقعی میان فردی توفیق چندانی نداشته‌اند، اکنون از این طریق قادر می‌شوند بی‌آنکه چهره خود را برملا کرده، روابط گسترده‌ای را برقرار کنند و احساسات خویش را بروز دهند. لذا با راه یافتن گسترده اینترنت به زندگی روزمره افراد، درک تاثیر فردی آن مهم هست. به این دلیل که تاثیر کوتاه مدت و بلند مدت اینترنت و شبکه‌های مجازی هنوز شناخته نشده است ما باید در چگونگی اقدام برای جمع‌آوری این اطلاعات محتاط باشیم و مراقب مخاطراتی که ناشی از این رفتارهاست باشیم.

پیشنهادات و راهکارها

در بحث هویت ما معتقدیم صاحب فرهنگی ارزشمند هستیم و فرهنگ ما سازگارترین فرهنگ با فطرت انسانی است و این فرهنگ غنی راه سعادت و خوشبختی را به بهترین وجه معرفی کرده است. بنابراین در فضای مجازی و در میان انبوه انسانهای جستجوگر حاضر در شبکه‌های اجتماعی، ما حرف‌های زیادی برای گفتن داریم. فرهنگ منطبق با فطرت ما، جذابیت‌های فوق‌العاده‌ای برای جذب روح تشنه میلیون‌ها انسان علاقه‌مند دارد؛ بنابراین لازم است حساب و ویژهای برای حضور مؤثر در این شبکه‌ها برای گسترش ارزشهای الهی باز کنیم.

راهکارهایی جهت کاهش آسیب دیدن هویت جوانان مان ارائه می‌شود که میتواند مفید واقع شود:

- ۱- با آموزش نوع استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و جهت دادن به استفاده از این شبکه‌های مجازی در خصوص دستیابی به اهداف فرهنگی ملی می‌توان تا حدودی چگونگی استفاده از آن را تحت کنترل و مدیریت قرار داد و از ضرر و زیان‌های ناشی از تضعیف هویت فرهنگی دوری گزید
- ۲- مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور با ارائه سیاست‌ها و برنامه‌های منسجم در عرصه فضای مجازی ارتقای شبکه‌های اجتماعی مجازی ملی، زمینه را برای معرفی ارزشهای ملی و دینی در این فضا فراهم کنند.
- ۳- رسانه‌های رسمی و نهاد‌های فرهنگی و آموزشی کشور می‌بایست با اطلاع‌رسانی مستمر در خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی، سواد رسانه‌ای کاربران این حوزه را ارتقا بخشند.
- ۴- فرهنگ‌سازی و ترغیب کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران جوان به تبادل اطلاعات ارزشمند جهت حفظ تمدن و میراث فرهنگی، آداب و رسوم و سنت‌های درست
- ۵- برگزاری نشست‌ها و هم‌اندیشی‌های تخصص در زمینه آسیب‌شناسی تاثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران با حضور اساتید، دانشجویان حوزه روانشناسی، جامعه‌شناسی و ارتباطات که می‌تواند نتایج و دستاوردهای مطلوبی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور داشته باشد.

منابع و مراجع

- ابراهیم پورکومله، سمیرا و خزایی، کامیان (۱۳۹۰)، آسیب‌های نوپدید، شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده ایرانی، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب اجتماعی نو پدید.
- ابری، انسیه (۱۳۸۷). فضای مجازی ظهور خلاقیت، اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی مهندسی و مدیریت نوآوری ایران.
- اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۸۹) شبکه نگاری کاربران ایرانی شبکه های اجتماعی اینترنتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده صدا و سیما.
- افتاده، جواد (۱۳۸۸)، شبکه‌های اجتماعی؛ یکپارچه سازی خدمات در روابط عمومی الکترونیک، چهارمین همایش روابط عمومی الکترونیک.
- بارنز، ادوارد (۱۳۸۴)، تاریخ اندیشه اجتماعی، مترجم: علی اصغر مجیدی، ج ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- برات دستجردی، نگین و صیادی، سمیه (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه پیام‌نور شهر اصفهان. مجله تحقیقات علوم رفتاری، دوره دهم، شماره پنجم، پاییز ۱۳۹۱، ۳۳۲-۳۴۱.
- رحیمی و پرنده، رادبه (۱۳۹۲). آسیب شناسی فضای مجازی و خانواده، تهدیدها و چالشها، سایت علوم اجتماعی.
- روح الامینی، محمود (۱۳۶۳)، زمینه فرهنگ شناسی، ج ۲، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۵). جامعه شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات، چاپ هفدهم.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۹)، دیپلماسی عمومی و نوین و روابط عمومی الکترونیک. تهران: سیمای شرق.
- صدیق‌بنای، هلن (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزنامه همشهری.
- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه حسن چاووشیان، جلد ۲، تهران: طرح نو.
- محکم کار، ایمان و حلاج، محمدمهدی (۱۳۹۳)، عوامل و بسترها و آثار ناامنی اخلاقی در آرا و اندیشه ی رهبر معظم انقلاب اسلامی، مجله ی بصیرت و تربیت اسلامی، ۳۰ (۲۸).
- محمدی، علی محمد، (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و سنجش آن، تهران: نشر دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۳). اینترنتو توسعه سیاسی. فصلنامه رسانه، سال پانزدهم، شماره ی ۳.