

علمی-پژوهشی

فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر

سال هفتم، شماره دوم، پیاپی (۲۱)، تابستان ۱۳۹۲

تاریخ دریافت: ۹۱/۹/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۱/۱۱

صص ۳۴ ° ۱۵

تأثیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت اجتماعی جوانان؛ مطالعه موردی شهر شیراز

حبيب احمدی^۱، مریم سادات دل‌آور^{۲*}، لیلا بهمنی^۳

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی تأثیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت اجتماعی زنان انجام گرفته است. این تحقیق به روش پیمایش انجام شده و اطلاعات آن از طریق پرسشنامه جمع‌آوری گردیده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه جوانان ۱۸-۳۰ سال ساکن شهر شیراز است که با استفاده از جدول لین و خطای ۵ درصد ۳۹۵ نفر برآورد گردیده و در نهایت نمونه مورد نظر، با روش مطبق خوشه‌ای انتخاب شده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش حاکی از آن است که استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی با تدین و مردسالاری رابطه معنی‌دار دارد و با شبکه خویشاوندی و رابطه ناب رابطه معنا داری ندارد.

۱- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

m_dlvr@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و مدرس دانشگاه پیام نور مرکز شیراز

۳- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و مدرس دانشگاه پیام نور مرکز شیراز

واژه‌های کلیدی: فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، هویت اجتماعی (تدین، رابطه ناب، شبکه خویشاوندی، مرد سالاری).

مقدمه

هر چند فناوری اطلاعات و ارتباطات علت تغییراتی نیست که در زندگی انسان‌ها رخ نموده است، بدون فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی هم، هیچ یک از این تغییرات شدنی نبود. در نیمه دوم دهه ۱۹۹۰ سیستم ارتباط الکترونیکی جدیدی شکل گرفت که از ترکیب رسانه‌های همگانی جهانی و سفارشی و ارتباط کامپیوتری تشکیل شده بود. این سیستم چند رسانه‌ای جدید، قلمرو ارتباط الکترونیکی را به کل زندگی گسترش داد. مهمترین ویژگی سیستمهای چند رسانه‌ای این است که بیشتر جلوه‌های فرهنگی را با همه تنوع شان در قلمرو خود جای می‌دهند. همه جلوه‌های فرهنگی، از بدترین تا بهترین و از نخبه گرانترین تا مردمی‌ترین در این جهان دیجیتالی گرد هم می‌آیند. تنها حضور در این سیستم یکپارچه، قابلیت انتقال و اجتماعی شدن پیام را امکان پذیر می‌سازد. از دیدگاه جامعه، ارتباطات الکترونیکی، ارتباط هستند. از همین روست که این سیستم چنان نقش مهمی در تأثیرات اجتماعی مختلف دارد (کاستلز^۱، ۱۳۸۰: ۴۳۴-۳۸۵). کشورهای جهان سوم در یک انقلاب جدید ارتباطات که بیشتر تکنولوژی الکترونیک را در بر می‌گیرد مشارکت دارند. این تکنولوژی‌ها می‌توانند برای مبارزه با بی‌سوادی، بیماری‌ها، فقر و دیگر مشکلات توسعه مفید باشند، ولی در عین حال اولویت‌های متفاوت و مسائلی را برای این کشورها ایجاد می‌کنند (اولسون^۲، ۱۳۸۰: ۵).

انقلاب ارتباطی اطلاعاتی سده بیست و یک را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیک کردن رابطه انسان‌ها دانست. جهان امروز با چالش‌های همزمان تکنولوژی ارتباطی و فرهنگی رو به رو است. نخستین چالش به رسانه و تکنولوژی‌های مرتبط با آن مربوط می‌شود و چالش دوم از راه‌ها و وسایل پذیرش تکنولوژی در شیوه زندگی فردی و نظام اجتماعی یعنی چگونگی پیوند

1. Castells
2. Olson

خوردن تکنولوژی به شیوه‌های زندگی افراد و هویت ملی آنها مربوط می‌شود. عرضه هر تکنولوژی جدید تغییراتی را به دنبال دارد (همان، ۱۳۸۱: ۲۴). تکنولوژی‌های نوین ارتباطی اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های تازه بخشیده (کاس تلز، ۱۳۸۰: ۲۰)، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه نگرش ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است. بنابراین، باید اذعان داشت که بیش از هر چیز دیگر این هویت است که در بحران فرهنگی ناشی از شتاب و ژرفای تغییرات بی‌وقفه‌ی اجتماعی، مسئله آفرین می‌شود.

در جامعه امروزی، تکنولوژی نوین ارتباطی نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آنها را نیز دگرگون می‌سازد. انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهمترین آنها می‌توان به تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت‌ها اشاره کرد. فناوری‌های نوین و در رأس آنها شبکه جهانی اینترنت با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد مراجع جدید هویت، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های جدید شده است. در جوامع امروزی بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان‌ها از مفاهیم مختلف زندگی دگرگون می‌شود. از طریق بررسی هویت در جامعه امروزی می‌توان از پیچیدگی و سرعت تغییرات اجتماعی کاست و به انسان‌ها این توانایی را بخشید که نظم نسبی در زندگی خود و دنیای اطرافشان ایجاد کنند.

در طول فرایند انتقال به بزرگسالی، افراد جوان با هویت‌های متفاوت، با بی‌اعتنایی به عواملی نظیر طبقه، جنسیت و قومیت که هویت را شکل می‌دهند، زندگی را تجربه می‌کنند. البته این به این معنا نیست که فرایند ساخت هویت در همه فرهنگ‌ها، برای هر دو جنس و گروه‌های اجتماعی - اقتصادی یکسان است و نیز اگر چه فن آوری ارتباطات و اطلاعات یک پدیده جهانی است، تأثیرشان بر افراد جوان، سبک‌های زندگی و فرهنگ‌های مصرف‌کننده لزوماً نباید بیش از حد اغراق آمیز باشد. جامعه ما جامعه در حال گذار است. جامعه‌ای که از برخی سنت‌های خود کنده شده، برخی ارزش‌ها و هنجارهای پیشین را کنار نهاده و در جست

و جوی بدیل‌های نوینی برای این ارزش‌ها و هنجارهاست. هدف از پژوهش حاضر بررسی یکی از تغییرات ایجاد شده توسط فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی؛ یعنی تأثیراتشان بر هویت اجتماعی است. برای رسیدن به هدف مذکور، این سؤال مورد توجه قرار می‌گیرد، که تأثیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی بر هویت اجتماعی چگونه است؟ یا به عبارت روشن‌تر، میزان استفاده از این فناوری‌ها چه تغییری در هویت اجتماعی ایجاد می‌کند؟

ادبیات پژوهش

پژوهشی به نام « بررسی مقایسه‌ای بهزیستی دانشجویان دختر و پسر بر حسب ارزیابی از هویت اجتماعی و هویت فردی» توسط غضنفری (۱۳۸۵) انجام شده است که در این تحقیق از آزمون همبستگی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که تفاوت معنی‌داری در میانگین احترام به خود جمعی بین دختران و پسران وجود دارد. همچنین در دختران احترام به خود جمعی بیشتر از احترام به خود فردی یا بهزیستی رابطه دارد در حالی که در پسران عکس این رابطه مشاهده شد.

در تحقیقی با عنوان "اینترنت و هویت اجتماعی"، رفعت جاه و شکوری (۱۳۸۷) به بررسی تاثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی (از جمله هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی) پرداخته‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی تفاوت معناداری وجود دارد. هویت دینی، قومی، خانوادگی و هویت شخصی دختران گروه اول، نسبت به دختران گروه دوم از قوت کمتری برخوردار است. نتایج این تحقیق از طرفی بیانگر کاهش تاثیر کانال‌های سنتی در فرایند هویت‌سازی و از طرف دیگر تحول کیفی مؤلفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید است که غالباً خارج از کنترل مراجع سنتی و غیر رسمی (خانواده، قومیت و دین) و ساختارهای رسمی (نهادهای متولی نظارت اجتماعی و برنامه‌ریزی فرهنگی) قرار دارد.

عزیز زاده (۱۳۸۷) در اثر خود تحت عنوان زن و هویت‌یابی در ایران امروز به مطالعه رابطه سرمایه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آنان با میزان برخورداری‌شان از هویت مدرن پرداخته

است. جامعه آماری این تحقیق را سه گروه از زنان متخصص (وکیل، پزشک و مهندس) تشکیل دادند و داده‌ها از طریق مصاحبه و پرسشنامه جمع آوری شدند. با توجه به فرضیه‌های تحقیق و نتایج آزمون همبستگی مشخص شد که فرضیه اصلی این تحقیق؛ یعنی ترکیبی از سرمایه‌های نمادین به عنوان مهمترین عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری هویت مدرن نقش بسزایی دارد. به عبارتی هرچه سرمایه‌های نمادین افراد بیشتر باشد گرایش به هویت فردی مدرن در آنها بیشتر می‌شود. نتایج کلی تحقیق نشان می‌دهد که اکثریت نمونه آماری در حد متوسطی از این سه سرمایه برخوردارند و اصولاً سرمایه اجتماعی آنها بیشتر از سرمایه فرهنگی و اقتصادی شان است.

اسکایلسبیک^۱ (۲۰۰۶) به مطالعه‌ای با عنوان "قربانی و بازماندگان" با هدف بررسی هویت اجتماعی روایت شده از زنانی که طی جنگ بوسنی^۲ هرزگوین تجاوز را تجربه کرده‌اند، پرداخته است. این تحقیق با روش کیفی و استفاده از ابزار مصاحبه عمیق با پنج زن صورت گرفته است. یافته‌های حاصل از این مصاحبه‌ها حاکی از آن است که تجاوز، هویت اجتماعی قربانی را دست کم به دو شیوه متمایز^۳ هویت قومی و هویت جنسیتی - نشانه می‌گیرد. در سراسر گزارش‌های این پنج زن، دو طرح روایتی متفاوت بوجود آمد، که در آن، موقعیت یابی اولیه شان در درون داستان‌ها متنوع بود. به عنوان قربانیان قومی عناصر داستان شان یک طرح "بازمانده" مشخص شده به وسیله فقدان جرم و حمایت اعضای خانواده است و به عنوان قربانیان زن (جنسیتی)، عناصر داستان شان یک طرح "قربانی" مشخص شده به وسیله احساس گناه و شرمندگی، پنهان کردن داستان شان از اعضای خانواده و دردهای جسمانی است. همچنین این مشاهدات نشان می‌دهد: ۱- قربانیان قدرت بازتعریف هویت اجتماعی را در فضای متضاد اجتماعی^۴ سیاسی دارند؛ ۲- موقعیت خود شخص اساساً به عنوان قربانی در برابر بازمانده، تصوره‌های متفاوتی بر روابط اجتماعی، بین فردی و درون فردی دارد.

ارکادشویل^۲ (۲۰۰۷) در تحقیق خود با عنوان "ساختار هویت‌های جدید و روابط اجتماعی به وسیله تکنولوژی اطلاعات در جرجیا (مطالعه موردی: پژوهشکده‌ها و مؤسسات آموزش

1. Skjelsbaek
2. Orkodshvil

عالی) به این نتیجه رسید که پیشرفت‌های تازه تکنولوژی‌های مدرن، تغییراتی اساسی در ساختار هویت و سازمان روابط اجتماعی در جرجیا به ارمغان آورده است. موقعیت منحصر به فرد جرجیا، از لحاظ در نقطه تقاطع اروپا و آسیا بودن، اختلاط منحصر به فرد فرهنگ‌های شرقی و غربی و همچنین آگاهی از اینکه این منطقه در قسمتی از جهان به طور فزاینده رقابتی وجود دارد، روش‌ها و ایستارهای قراردادی را در رابطه با تغییرات منحصر به فرد در عصر اتحاد جماهیر شوروی سابق وضع کرد. به دنبال ابعاد اخلاقی، ارائه موضوعات اخلاقی و اجتماعی به وسیله تکنولوژی اطلاعات در جرجیا، افزایش پیدا می‌کند

رتی^۱ (۲۰۰۷) در تحقیق خود با عنوان "ارتباطات تلفنی موبایل: تسهیل روابط اجتماعی" اظهار می‌دارد که تلفن موبایل قادر به عکس‌العمل نشان دادن به موقع و در مکان‌هایی است که قبلاً غیر ممکن بوده و همچنین به گسترش فرصت‌ها برای ارتباطات کمک می‌کند. بنابراین قابل پیش بینی است که ارتباطات سیار روابط را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این مقاله بر اساس تحقیقی است که شامل مصاحبه‌های باز، یادداشت‌های روزانه ارتباطی، قبض‌های تلفن همراه و متن‌های پیام کوتاه است که از پاسخگویان جمع‌آوری شده است. این مطالعه روابط را بین ارتباطات موبایل و بسیاری از روابط متفاوت، شامل روابط بین عشاق، دوستان، والدین، بچه‌ها و هم‌نژادان (برادران و خواهران) تعیین می‌کند. محقق ادعا می‌کند که متن‌های پیام کوتاه نوع جدیدی از عکس‌العمل است که اثرات ارتباطی مهم دارد. مبادله پیام کوتاه می‌تواند یک نقش عمده و ویژه در ارتباطات جدید، همچنین بهبود فرایندهای تدریجی پیشرفت، به وسیله الزام‌های پنهان در مراحل اولیه، ایفا نماید. این فرایند به مشارکت کنندگان امکان حفظ اختیاراتشان را به صورت آزادانه می‌دهد و به ویژه این فرایند مشخص می‌کند که در چه موقعیتی یک مشارکت‌کننده محتاط است و در چه موقعیتی بی‌میل و در چه موقعیتی در یک ارتباط متناقض است.

مبانی نظری

جنکینز^۱ در اثر خود با عنوان هویت اجتماعی به تشریح هویت اجتماعی، رابطه آن با گروه و با شعور عامه، تئوری‌های هویت اجتماعی و مقوله بندی‌های اجتماعی و مدرنیته، عقلانیت و هویت و.... پرداخته است. جنکینز در اثر خود هویت را یک فرآیند در حال ایجاد شدن تعریف کرده است. از نظر وی، هویت فردی زنان از مجموع هویت اجتماعی و هویت شخصی آنها تشکیل می‌شود. هویت اجتماعی به شیوه‌هایی اشاره دارند که به واسطه آنها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند. به عبارتی هویت اجتماعی یک بازی رودرروست و همچنین درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست (جنکینز، ۱۳۸۱ : ۷)

طرح کلی بحث جنکینز در مورد هویت اجتماعی را می‌توان به قرار ذیل خلاصه کرد: اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، بر عکس آن نیز صادق است. هویت فردی - که در خویشی تجسم یافته - جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. افراد یگانه و متفاوت هستند، اما خویشی به طور کامل در اجتماع ساخته می‌شود: یعنی در فرایندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب و در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چهار چوب آنها افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و باز تعریف می‌کنند.

تاجفل^۲ یکی دیگر از نظریه پردازان هویت در حوزه جامعه‌شناختی می‌باشد. اساس نظریه تاجفل توجه به جنبه‌هایی از هویت است که از عضویت گروهی ناشی می‌شود. به نظر وی، اجتماع از افرادی تشکیل شده است که بر اساس پایگاه و قدرتشان رابطه دارند و ساختار این ارتباط گروهی برای شکل بندی هویت دارای اهمیت است. در پارادایم گروه حداقلی، تاجفل و همکارانش دریافتند که صرف دسته بندی اجتماعی افراد در دو گروه مجزا، می‌تواند به گونه‌ای رفتار بین گروهی منجر شود که فرد به نفع آنهایی که به آن تعلق دارد؛ یعنی درون گروه و به ضرر افرادی که به آنها متعلق نیست؛ یعنی برون گروه عمل می‌کند. در واقع این

1. Jenkins

2. Tajfel

موضوع نشان داد که صرف آگاهی از بودن در یک گروه در مقابل گروه دیگر، با شرایطی خاص، می‌تواند برای شروع فرایندهای رقابت و تبعیض بین گروهی کافی باشد، تاجفل و ترنر معتقدند که دسته بندی اجتماعی افراد در این پارادایم حداقلی، هویت اجتماعی برای آنان ایجاد می‌کند (ترنر^۱، ۲۰۰۳: ۸). تاجفل همچنین معتقد است که هویت یابی اعضای گروه‌های با پایگاه بالاتر در گروه‌هاشان قوی تر از اعضای گروه‌های با پایگاه پایین تر است و این به خاطر این است که اعضای گروه‌های بالاتر یک هویت مثبت را در داخل گروه خود کسب کرده‌اند و آنچه که نشان از نیاز به هویت اجتماعی مثبت دارد، خواست، ایجاد، نگهداری و یا افزایش تمایز مثبت به نفع درون گروه در مقایسه با برون گروه‌ها، در ابعاد مربوط و تحت شرایطی است که افراد خود را بر اساس عضویت‌های شان معرفی می‌کنند (همان، ۹).

چارچوب نظری

آنچه چارچوب نظری این تحقیق بر آن بنا شده، نظریه گیدنز^۲ می‌باشد. تبیین گیدنز از سبک زندگی مناسب ترین تحلیل برای بررسی هویت است. هویت با آنکه پدیده‌ای اجتماعی است در نهایت مربوط به احساس تعلق فرد بوده و توسط او اظهار می‌شود. گیدنز با نظریه پردازی در مورد هویت شخصی و اجتماعی، تلاش کرده است تا در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزنند و فرآیندهای هویت یابی و هویت سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دو سویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند. به عقیده گیدنز، چهار زمینه محلی اعتماد بر فرهنگ‌های پیش از مدرن تسلط دارند، که هر یک از این چهار زمینه بر وفق سامان اجتماعی خاص شان گوناگونی‌های بسیاری را می‌پذیرند.

نخستین زمینه اعتماد، نظام خویشاوندی است که در بیشتر محیط‌های پیش از مدرن شیوه به نسبت ثابت سازماندهی «رشته‌های» روابط اجتماعی را در راستای زمان و مکان فراهم می‌سازد. دومین زمینه اجتماع محلی است که منظور تأکید بر روابط محلی سازماندهی شده بر مبنای مکان است، جایی که هنوز مکان بر اثر روابط فاصله دار زمانی - مکانی دگرگون نشده است.

1. Turner

2. Giddens

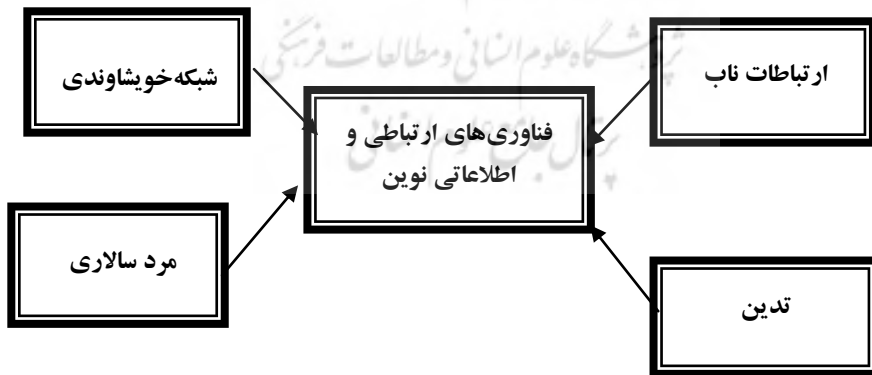
نفوذ مهم دیگر کیهان‌شناسی مذهبی است. باورداشت‌های مذهبی، هم می‌تواند سرچشمه اضطراب یا نومی‌دی باشد و هم منبع تفسیرهای اخلاقی و عملی از زندگی اجتماعی. چهارمین زمینه عمده روابط اعتماد در فرهنگ‌های پیش از مدرن، خود سنت است. سنت بر خلاف دین، به مجموعه خاصی از باورداشت‌ها و عملکردها ارجاع ندارد، بلکه به شیوه سازماندهی این باورداشت‌ها و عملکردها، به ویژه در رابطه با زمان راجع است (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۲۵-۱۲۰).

از نظر وی در فرهنگ‌های جوامع سنتی، که همه امور اجتماعی از نسلی به نسل دیگر تقریباً یکسان و دست نخورده باقی می‌ماند، تغییر هویت اجتماعی به صورت مهر و نشانی آشکار بر شخصیت افراد کوبیده می‌شد. در چارچوب جوامع جدید، بر عکس، «خود» دگرگونی یافته را باید از طریق کاوش‌های شخصی دریابیم و آن را به عنوان بخشی از فرایند تماس متقابل بین تغییرات شخصی و اجتماعی بسازیم و استوار نگه داریم. از نظر گیدنز هویت عبارت است از: خود شخص آن طوری که خود شخص از خودش تعریف می‌کند. به نظر گیدنز هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ کس دارای هویتی ثابت نیست. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است.

در عصر تعدد کنونی، نفوذ و تأثیر رویدادهای دوردست بر رخدادهای نزدیک تر، و همچنین بر خصوصی ترین گوشه‌های «خود» ما، بیش از پیش به صورت پدیده‌ای رایج و متعارف در می‌آید. رسانه‌های ارتباط جمعی نوشتاری یا الکترونی ظاهراً نقش مؤثری در این زمینه بر عهده دارند. تجربه با واسطه، از نخستین تجربه نوشتاری به این طرف، همواره تأثیرات پایداری بر هویت ما، همچنین بر ساختارهای اساسی روابط اجتماعی، به جای گذاشته‌اند. با توسعه ارتباط‌های جمعی به خصوص ارتباط‌های الکترونیکی، تداخل توسعه هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی، تا حد موازین و معیارهای جهانی و عام، بیش از پیش محسوس شده است. بنابراین «دنیا»یی که امروز در آن زندگی می‌کنیم، از بسیاری لحاظ با دنیایی که انسان‌های اعصار گذشته در آن زندگی می‌کردند تفاوت‌هایی ژرف یافته است. از طرفی دنیای حاضر به صورت دنیایی واحد با چارچوب‌های تجربی همسان در آمده است (مثلاً از نظر محورهای اساسی زمان و فضا)، از طرف دیگر، در همین دنیا اشکال تازه‌ای از پاره پاره شدن‌ها و

پراکندگی‌ها به چشم می‌خورد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۲۰). نظریه گیدنز در باب هویت را باید در پرتو آرای او پیرامون تجدد و اثرات آن بر زندگی اجتماعی و خود افراد بررسی کرد. از نظر وی تجدد نوعی نظم پس از جامعه سنتی است و یکی از ویژگی‌های متمایز تجدد عبارت است از «تأثیرات جهانی از یک سو و گرایش‌های درونی از سوی دیگر» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۶).

با توجه به مباحث فوق و توجه به این نکته که ما نمی‌توانیم زندگی روزانه خود را بدون فن آوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) تصور کنیم و نیز اینکه رسانه‌های جدید نه تنها تغییراتی را در اوقات فراغت ما به وجود آورده است، بلکه کارهای اکنون ما نیز منوط به فرصت دسترسی به یک رسانه جدید برای زندگی روزانه است و به دنبال خود تغییراتی را در زندگی افراد جوان و از جمله زنان به وجود می‌آورد بنابراین سؤال قابل توجه این است که چگونه زنان در جهان فن آوری ارتباطات و اطلاعات، هویت‌شان را ساخت می‌دهند؛ آن هم در شرایطی که روابط بیشتر و بیشتر با میانجی‌گری تصمیمات ارتباطاتی رسانه‌های جمعی، کامپیوترها و تلفن‌های همراه انجام می‌شود. با توجه به مطالب ارائه شده، به نظر می‌رسد نظریه گیدنز می‌تواند چارچوب نظری مناسب تری برای رسیدن به اهداف این پژوهش فراهم آورد. آنچه که در این تحقیق به عنوان مدل انتخاب شده است برگرفته از همین رویکرد نظری است.



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

فرضیات پژوهش

- ۱- بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و ارتباط ناب رابطه وجود دارد.
- ۲- بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و شبکه خویشاوندی رابطه وجود دارد.
- ۳- بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و تدین رابطه وجود دارد.
- ۴- بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و مرد سالاری رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایش بهره گرفته شده و پرسشنامه ابزار جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز بوده است. پرسشنامه پژوهش حاوی گویه‌های نگرشی و همچنین سؤالاتی در خصوص رفتارهای عینی، ذهنی و ویژگی‌های فردی پاسخگویان بوده است و جامعه‌ی آماری جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن شهر شیراز. چارچوب نمونه‌گیری تحقیق محدودی مصوب شهری شهر شیراز و شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بوده است. بدین معنی که از بین مناطق سرشماری شهر شیراز تمامی مناطق انتخاب و سپس در درون هر منطقه به نسبت وجود خانواده‌ها، بلوک‌های کوچک‌تر به عنوان یک خوشه بطور تصادفی انتخاب شدند. خانوارهای درون خوشه‌ها مورد بررسی و در صورت وجود یک جوان با ویژگی سنی ۱۸ تا ۳۰ سال در خانواده با او مصاحبه شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول لین^۱ محاسبه شد (لین ۱۹۷۸). نمونه‌ی گزینشی با ضریب پایایی ± 5 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد (فرض بالاترین حد واریانس در جمعیت) برابر با ۳۹۵ تعیین شد.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرها

هویت اجتماعی: شیوه‌هایی که به واسطه آن‌ها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند. هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر.

1. Lin.

آنچه ما هویت اجتماعی می‌خوانیم بیشتر دلالت بر عناصر تکرار شونده‌ای دارد که در فرایندهای تعیین هویت به چشم می‌آیند، فرایندهایی چندگانه و مشروط به موقعیت. اگر هویت اجتماعی را مجموعه‌ای از ارزشها، باورها، نگرش‌ها و الگوهای متفاوت رفتاری گروه‌های اجتماعی در نظر بگیریم، این مجموعه جملگی تابعی از نوع کنش‌های مصرفی تلقی می‌شوند. این گونه است که شکل‌های جدیدی از «هویت اجتماعی» پدیدار می‌شوند که بر مبنای مصرف فرمول بندی می‌شوند. در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار (هویت) افراد است.

رویکرد نظری پژوهش حاضر، مبنای شکل‌گیری «هویت اجتماعی» افراد را «رفتار مصرفی» (میزان استفاده از فن آوری ارتباطات و اطلاعات) آنها می‌داند که در مفهوم «سبک زندگی» صورت بندی می‌شود. بر اساس این تعریف متغیرهایی که برای سنجش این مفهوم انتخاب شده است به شرح زیر است:

ارتباط ناب: حدود و گستره ارتباط ناب بر اساس شاخص‌هایی چون میزان رضایت عاطفی، تعهد، تداوم و اعتماد متقابل در یک رابطه مورد سنجش قرار می‌گیرند که با استفاده از طیف لیکرت و ۱۸ گویه سنجیده می‌شود.

تدین: این مفهوم به میزان پذیرش باورهای دینی و انجام مناسک دینی ارجاع دارد که بر اساس مقیاس لیکرت و ۱۲ گویه مربوطه سنجش می‌شود.

مردسالاری: این مفهوم به معنای پذیرش هنجارها و عقاید مرتبط با خانواده سنتی پدرسالار در سه بعد روابط زن و شوهر، والدین و فرزندان و زن و مرد به طور کلی سنجیده می‌شود.

شبکه خویشاوندی: عبارت است از محدوده کسانی که فرد با آنها ارتباط دارد و در واقع بر آنان تاثیر می‌گذارد یا از آنان تاثیر می‌پذیرد که این شبکه می‌تواند گسترده یا محدود باشد.

یافته‌ها

فرضیه اول: بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و ارتباط ناب رابطه وجود

دارد.

جدول ۱: آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون رابطه استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و رابطه ناب

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	B	Beta	t	F	Sig
رابطه ناب	۰/۰۱۱	۰/۰۰۰	-۰/۰۰۳	۴/۵۹	۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	۰/۱۸۵	۰/۰۳۴	۰/۸۵۳

به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و رابطه ناب از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصله، همبستگی خیلی ضعیفی ($R = ۰/۰۱۱$) بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی نوین و اعتماد بنیادین وجود دارد. مقدار $R^2 = ۰/۰۰۰$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تاثیر پایینی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر نگرش آنها به رابطه ناب داشته است. ضریب بتا $۰/۰۱۱$ $Beta =$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۰/۱۸۵$ ، $F = ۰/۳۴۰$ ، و $Sig = ۰/۸۵۳$ رابطه فوق معنی دار نیست.

فرضیه دوم: بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و شبکه خویشاوندی رابطه وجود دارد.

جدول ۲: آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون رابطه استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و شبکه خویشاوندی

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	B	Beta	t	F	Sig
شبکه خویشاوندی	۰/۰۶۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۵/۰۴	۰/۰۵۲	۰/۰۶۲	۱/۱۵۰	۱/۳۲۳	۰/۲۵۱

به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی نوین و

خویشاوندی از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصله، همبستگی خیلی ضعیفی ($R = 0/062$) بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی نوین و خویشاوندی وجود دارد. مقدار $R^2 = 0/004$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تاثیر قابل توجهی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر نگرش آنها به شبکه خویشاوندی، نداشته است. ضریب بتا $Beta = 0/062$ ، جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = 1/150$ ، $F = 1/323$ ، و $Sig = 0/251$ رابطه فوق معنی دار نمی‌باشد.

فرضیه سوم: بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و تدین رابطه وجود دارد.

جدول ۳: آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون رابطه استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و تدین

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	B	Beta	t	F	Sig
تدین	0/214	0/046	0/043	4/97	0/121	0/214	4/07	16/58	0/000

به منظور بررسی رابطه بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی نوین و تدین از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصله، همبستگی ضعیفی ($R = 0/214$) بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی نوین و تدین وجود دارد. مقدار $R^2 = 0/046$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تاثیر قابل توجهی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر تدین، نداشته است. ضریب بتا $Beta = 0/214$ ، جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = 4/07$ ، $F = 16/58$ ، و $Sig = 0/000$ رابطه فوق با ۹۹ درصد اطمینان معنی دار است.

فرضیه چهارم: بین استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و مرد سالاری رابطه وجود دارد.

جدول ۴: آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون رابطه استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و مردسالاری

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	B	Beta	t	F	Sig
مردسالاری	۰/۱۴۹	۰/۰۲۲	۰/۰۱۹	۰/۰۴۳	۰/۱۲۳	۰/۱۴۹	۲/۸۲۶	۱/۳۲۳	۰/۰۰۵

به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و مردسالاری از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصله، همبستگی خیلی ضعیفی ($R = ۰/۱۴۹$) بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی نوین و مردسالاری وجود دارد. مقدار $R^2 = ۰/۰۲۲$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تاثیر قابل توجهی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر نگرش آنها به مردسالاری، نداشته است. ضریب بتا $Beta = ۰/۱۴۹$ ، جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۲/۸۲۶$ ، $F = ۱/۳۲۳$ ، و $Sig = ۰/۰۰۵$ رابطه فوق با ۹۵ درصد اطمینان معنی دار است.

بحث و نتیجه گیری

به عقیده گیدنز، چهار زمینه محلی اعتماد بر فرهنگ‌های پیش از مدرن تسلط دارند، که هر یک از این چهار زمینه بر وفق سامان اجتماعی خاص شان گوناگونی‌های بسیاری را می‌پذیرند. نخستین زمینه اعتماد، نظام خویشاوندی است که در بیشتر محیط‌های پیش از مدرن شیوه به نسبت ثابت سازماندهی «رشته‌های» روابط اجتماعی را در راستای زمان و مکان فراهم می‌سازد. دومین زمینه اجتماع محلی است که منظور تأکید بر روابط محلی سازماندهی شده بر مبنای مکان است، جایی که هنوز مکان بر اثر روابط فاصله دار زمانی - مکانی دگرگون نشده است.

نفوذ مهم دیگر کیهان‌شناسی مذهبی است. باورداشت‌های مذهبی هم می‌تواند سرچشمه اضطراب یا نومییدی باشند و هم منبع تفسیرهای اخلاقی و عملی از زندگی اجتماعی. چهارمین زمینه عمده روابط اعتماد در فرهنگ‌های پیش از مدرن، خود سنت است. سنت بر خلاف دین، به مجموعه خاصی از باورداشت‌ها و عملکردها ارجاع ندارد، بلکه به شیوه سازماندهی این باورداشت‌ها و عملکردها، به ویژه در رابطه با زمان راجع است (گیدنز ۱۳۷۷: ۱۲۵-۱۲۰).

از نظر وی در فرهنگ‌های جوامع سنتی، که همه امور اجتماعی از نسلی به نسل دیگر تقریباً یکسان و دست نخورده باقی می‌ماند، تغییر هویت اجتماعی به صورت مهر و نشانی آشکار بر شخصیت افراد کوبیده می‌شد. در چارچوب جوامع جدید، بر عکس، «خود» دگرگونی یافته را باید از طریق کاوش‌های شخصی دریابیم و آن را به عنوان بخشی از فرایند تماس متقابل بین تغییرات شخصی و اجتماعی بسازیم و استوار نگه داریم. از نظر گیدنز هویت عبارت است از: خود شخص آن طوری که خود شخص از خودش تعریف می‌کند. به نظر گیدنز هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ کس دارای هویتی ثابت نیست. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است.

درباره معناداری آزمون همبستگی میان میزان مصرف فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی با شاخص رابطه ناب نیز باید گفت که بین میزان مصرف این دسته از فن آوریها با برقراری رابطه ناب ارتباط معناداری وجود ندارد. محیط زندگی و وضعیت خاص اجتماعی شدن زنان در میان اقوام و خویشاوندان نقش مهمی در برقراری رابطه ناب که قبل از هر چیز در قلمرو ازدواج و رفاقت و دوستی‌های بسیار نزدیک پدید می‌آیند، ایفا می‌کند. ارزش‌ها و نگرش‌های زنان در تعیین نوع و شعاع تعاملات آنها مؤثر است. این ارزش‌ها تا حد زیادی تابع معیارهای بیرونی است، بر خلاف رابطه ناب که تابع معیارهای درونی است. استفاده کمتر از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی باعث عدم رویارویی زنان با ارزش‌های عام گرایانه و توجه به چیستی و عملکرد افراد تا به کیستی و پسوندهای قومی می‌شود.

آزمون همبستگی میان میزان مصرف فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی با شاخص تدین حکایت از رابطه معنادار و مثبت میان این دو متغیر دارد. به این معنا که هر چه میزان مصرف این دسته از فن آوریها افزایش می‌یابد، از دل‌بستگی و باور آن‌ها به امور مذهبی کاسته شده، زنان مورد

پژوهش با انگاره‌های ارزشی و دینی حاکم بر جامعه کمتر سازگاری نشان می‌دهند. یعنی با افزایش میزان استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی، میزان رابطه با مذهب کمتر می‌شود. بدلیل اینکه در یک دهه گذشته شاهد توسعه روزافزون ارتباطات و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در کشورمان هستیم که بنا به تقدیر جهانی این امر، تاثیرات ژرفی در مناسبت‌های انسانی و اجتماعی ما گذاشته و نظام فرهنگی و ارزشی ما را به شدت دگرگون کرده است. البته این سخن به معنای ناسازگاری کامل با این ارزشها نیست. ضمن اینکه این میزان مخالفت ایستا نبوده، به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت گویه‌ها، پاسخ افراد بیشتر متوجه وجه رسمی و ایدئولوژیک باورها باشد و به نظر نمی‌آید چندان ربطی به وجه اعتقادی و دینی آنها داشته باشد.

درباره معناداری آزمون همبستگی میان میزان مصرف فن آوری ارتباطی و اطلاعی با شاخص مردسالاری نیز باید گفت که هر چه میزان مصرف این دسته از فن آوریها افزایش می‌یابد، میزان پابندی افراد آزمودنی به ارزش‌های خانواده پدر سالار کاهش می‌یابد. بر اساس نظریه گیدنز در تمدن‌های پیش از مدرن بازاندیشی محدود به تفسیر سنت بود، اما در دوران مدرنیته باز اندیشی به گونه‌ای است که اندیشه و کنش در یکدیگر انعکاس می‌یابند. بازاندیشی در زندگی اجتماعی مدرن دربرگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی پیوسته بازاندیشی می‌شوند و در پرتو اطلاعات تازه در نتیجه ارتباط با فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی در مورد خود آنها اصلاح می‌گردند و بدین سان خصلت‌شان را به گونه‌ای اساسی دگرگون می‌سازند. در نتیجه نگرش منفی به مردسالاری که در تضاد با سنت است با میزان ارتباط با فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی رابطه مستقیم و معناداری دارد. برای تبیین این امر در سطحی کلی تر میتوان مدعی شد که با افزایش مصرف فن آوری میزان میل افراد به حضور در اجتماع افزایش یافته، با تحرک اجتماعی افراد و ورود به اجتماع، مسئولیت‌های اجتماعی افراد نیز افزایش یافته و با این افزایش علی‌القائده تأثیر خانواده بر رفتار و افکار افراد نیز کاهش می‌یابد، چرا که فرد شخصاً ملزم به درگیری در بسیاری از امور اجتماعی می‌شود.

ارزیابی کلی نمرات شاخص شبکه خویشاوندی نیز نشان می‌دهد که رابطه معنادار و مثبت بین میزان استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعی با کاستی روابط خویشاوندی وجود ندارد.

اگر چه رابطه خویشاوندی خود یکی از مؤلفه‌های پدر سالاری است، اما می‌توان در تبیین این امر گفت که بر اثر توسعه نظام‌های انتزاعی، اعتماد افراد به اصول غیر شخصی و نیز اعتماد به دیگران ناشناس، برای زندگی اجتماعی گریز ناپذیر شده، همین باعث جایگزینی این دیگران ناشناس با خویشاوندانی می‌شود که معمولاً برای تحقق یک رشته از تعهدات می‌شد روی شان حساب کرد. در ایران از آن جا که رشد جمعیت زنان با رشد نهادها و فعالیت‌های اجتماعی سازگار نیست به علاوه نوع مشاغل زنان، عواملی است برای دسترسی کمتر زنان به فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی و حضور و وابستگی بیشتر زنان به شبکه خویشاوندی. مضافاً اینکه در ایران بخشی از زنان در مناطقی سکونت دارند که به لحاظ جغرافیای مکانی، وضعیت جمعیتی و سطح توسعه و دسترسی و استفاده از فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی بسیار متفاوت و نابرابر هستند. در متن چنین شرایطی ما با محیط‌های قومی و خانوادگی بسیار متفاوتی سر و کار داریم که زنان فرایند اجتماعی شدن اولیه خود را تحت آن طی می‌کنند. این شرایط هنجاری متفاوت، ویژگی‌های روانی متفاوتی را در زنان ایجاد کرده که خود باعث می‌شود آنان همچنان تأمین نیازهای شخصیتی خود از قبیل احساس دانایی، احترام و امنیت را در دایره شبکه خویشاوندی جست و جو کنند.

منابع

- ۱- اولسون، دیوید (۱۳۸۰). **رسانه‌ها و نمادها: صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش**، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران: سروش.
- ۲- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- ۳- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵). **پی‌یر بوردیو**، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- ۴- رفعت جاه، مریم و ساروخانی، باقر (۱۳۸۳). "عوامل جامعه شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان"، **فصلنامه پژوهش زنان**، دوره ۲، شماره ۱، صص ۹۱-۷۱.

- ۵- رفعت جاه، مریم و شکوری، علی (۱۳۸۷). "اینترنت و هویت اجتماعی"، *رسانه*، شماره ۵، صص ۲۰-۵.
- ۶- غضنفری، فیروزه (۱۳۸۵). "بررسی مقایسه‌ای بهزیستی دانشجویان دختر و پسر بر حسب ارزیابی از هویت اجتماعی و هویت فردی"، *اصول بهداشت روانی*، دوره ۸، شماره ۳۱ و ۳۲.
- ۷- کیدقان، طاهره (۱۳۸۰). "بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان در شهر شیراز"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز.
- ۸- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۷). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، جلد اول: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- ۹- گیتی، عزیز زاده (۱۳۸۶). *زن و هویت یابی در ایران امروز*. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- ۱۰- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشرنی.
- ۱۱- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته*، محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- 12- Lin, N. (1978). *Foundation of social research*. New York: McGraw- Hill, Inc.
- 13- Orkodashvil, M. (2007) "Constructing New Identities and Social Relationships in Georgia through IT (case studies of workplaces and institutions of higher education)", at *The British Sociological Association Annual Conference University of East London, Saturday 14th April 2007*.
- 14- Rettie, R. (2007) "Mobilephone Communication: Facilitating Social Connections", at *The British Sociological Association Annual Conference University of East London, Saturday 14th April*.
- 15- Skjelsbaek, Inger (2006). "Victim and Survivor: Narrated social identities of women who experienced rape during the war in Bosnia-Herzegovina", *Feminism & psycholog*, Vol. 16, No. 4, pp. 373-403.
- 16- Turner, John. C. & R. S. Onorato (1999). "Social identity, personality and the self-categorization perspective", in T.R. Tyler, R.M. Kramer and O.P. John (eds.) *the psychology of the social self*, London: Lawrence Erlbaum Associate Publishers.



شرویش گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتمال جامع علوم انسانی