

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 ۹۶-۹۷

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، برروابط 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. پیومند های درهم بافته شده ای اجتماعی و یا همان "شبکه های اجتماعی" در بستره از هنجارها و جربان های اطلاع رسانی شکل میگیرند. (محمدی، ۱۳۸۴: ۹۲). درواقع شبکه های اجتماعی را گونه ای از رسانه های اجتماعی میدانند که امکان دست یابی به نحوه ای جدیدی از برقراری ارتباط و اشتراک گذاری محتوا را در اینترنت فراهم آورده اند (محکم کار و حجاج، ۱۳۹۳: ۸۷).

در تمام جوامع نقش جوانان، بالهمیت خوانده شده و بخش عظیمی از اهداف دولت ها، در راستای ایجاد زمینه هایی برای تبدیل استعدادهای بالقوه ای 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 تواند 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، باسوان و بیسواد، از آن حرف میزندند. 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 الگوهای 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، اشنايان و رسانه های جمعی الگوهای رفتاری را می آموزند (روح الامینی، ۱۳۶۳: ۳۰۰).

هویت درلغت وجود، هستی و ذات معنا شده است. هویت، غالبا به معنای حقیقت شی یا شخص که صفات جوهری او را در بردارد، بکار می رود. بیشتر روانشناسان هویت را نقطه مقابلی یا 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 حتما 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 میباید. 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 شبکه ها، اجتماعی هستند. در این نوع از شبکه، انسانها با یکدیگر ارتباط دارند؛ ساده ترین شبکه اجتماعی را میتوان خانواده، بستگان، قبیله، دوستان و همکاران دانست. نوع دیگری از شبکه های اجتماعی نیز وجود دارند که در آن روابط اشخاص، بر پایه رایانه و اینترنت، به گونه بر خط (انلاین) انجام میذیرد. در بیانی ساده و مختصر، این گونه از پایگاهها را چنین تعریف کرده اند: 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: رایانame، 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 ای 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 خصوصا در حال حاضر دوران طلایی خود را پشت سر میگذارند، 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، ۲۰۹).

شبکه های اجتماعی سایتهاست که به مردم اجازه می بینند اعتقاد اشان 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).¹ براساس 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^۲ و فلوبید^۲ اظهار می نمایند که فضای مجازی ایجاد یک کارگاه هویتی می کند که در آن افراد مهارت های اجتماعی را فراگرفته 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 میگذارند اطلاق می شود. 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 افودن امکاناتی مانند چت، پیام رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و... 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 (کاستلن، ۱۳۸۰: ۹۰).

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 بر جسته 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 سایتهای مهم خبری مثل بی سی، سی ان ان و ... میتوانند در شرایط خاص بر جسته 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 خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هریک می تواند در مخالفت با یک مسئله اجتماعی دست به واکنش مناسب بزنند (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ۱۲۱).

درواقع میتوان اینطور گفت که، شبکه های اجتماعی مجازی سایتهاست 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 Parks² Floyd

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

در خصوص موضوع پیش رو، 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 بین موضوع پرداخته است. رستگار (۱۳۸۹) تحقیقی را با عنوان «بررسی جامعه شناختی 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 همه‌ی گزینش‌ها، 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 جدا از ناپذیر از زندگی بیشتر مردم تبدیل شده اند. 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، باسوان و بیسوان، 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. فرآگیر 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).

جامعه مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی یا جامعه شبکه‌ای در حال حرکت اند. در جامعه شبکه‌ای، جامع با چالش‌هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایز پذیری و شالوده شکنی نهادهایی نظری دولت، و فرصت‌هایی چون نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در پژوهشی، خلاقیت، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و غیره رو به رو شده اند. 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 (رحمی و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه 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 ۹۶-۹۷ می‌باشد.

سوال پژوهش

دانشجویان 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 آزمودنی ها به هر یک از عبارات در یک طیف ۵ درجه‌ای 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.

پرسشنامه 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	
		هویت دینی و ملی	مجازی
		شبکه‌های اجتماعی	مجازی
	-۰.۳۳۳***	۱	
۱	-۰.۳۳۳***		هویت دینی و ملی
همبستگی در سطح ۰.۰۰ 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	سطح	معنادار	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده	T	Beta	خطای استاندارد	معنادار	سطح
ثابت												
هویت دینی و ملی	۰.۰۰	۳۰.۰۰	۰.۱۱	۰.۱۰	۰.۲۷۹	۰.۰۵۱	-۰.۳۳۳	۵.۴۷۷	۰.۰۰۰			
۱۱.۵۵۹				۰.۱۸۴	۲.۱۲۸							

نتایج بدست آمده از جدول شماره ۲، نشان می‌دهد که متغیر هویت دینی و ملی با ضریب بتای -0.33 و در سطح آماری کمتر از 0.00 معنی‌دار می‌باشد، متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را پیش‌بینی می‌نماید. همچنین با توجه به نتایج فوق مشخص گردید که متغیر هویت دینی و ملی 11 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	میانگین سطح معناداری	معناداری (دو دامنه)	سطح
علوم تربیتی	۷۶	۲.۴۶	-۰.۹۹	۰.۰۴	-۰.۹۹	۰.۳۶
سایر رشته‌ها	۱۴۶	2.55	-۰.۹۹			۰.۳۸

با توجه به نتایج جدول شماره ۳ می‌توان اذعان داشت که در سطح معناداری کمتر از 0.05 دانشجویان سایر رشته‌ها (ادبیات، الیهات، 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	میانگین سطح معناداری	معناداری (دو دامنه)	سطح
علوم تربیتی	۷۶	۲.۴۶	0.176	۰.۰۴	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 0.05 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.

درنتیجه 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

میانگین نظری = ۳.۵			
میانگین	سطح معناداری درجه آزادی T (دو دامنه)	۰..۰۰	۳.۱۲ هويت ديني و ملي
۳ میانگین نظری	۴۳.۳۵	۲۴۱	۰..۰۰
شبکه های اجتماعی مجازی			
۳.۵۸			

اطلاعات جدول ۵، نشان می دهد که مقدار T به دست آمده برای متغیر هويت ديني و ملي ۱۸.۸۲ است که در سطح ۰.۰۱ معنadar می باشد و تعداد زیادی از دانشجویان از نظر هويت ديني و ملي در وضعیت نامطلوبی به سر می بردند، چراکه میانگین هويت ديني و ملي دانشجویان ۳.۱۲ می باشد و با توجه به ارزش آزمون ($T=3.5$) میانگین هويت ديني و ملي دانشجویان پایین تر از حد متوسط قرار دارد.

همچنین مقدار T به دست آمده برای متغیر شبکه های اجتماعی مجازی ۴۳.۳۵ است که در سطح ۰.۰۱ معنadar می باشد و تعداد زیادی از دانشجویان از نظر شبکه های اجتماعی مجازی در سطح نامطلوبی قرار دارند، زیرا میانگین شبکه های اجتماعی مجازی دانشجویان ۳.۵۸ می باشد و با توجه به ارزش آزمون ($T=3$) میانگین شبکه های اجتماعی مجازی دانشجویان بالاتر از حد متوسط قرار دارد.

نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی بر هويت افراد بوده است و به دنبال پاسخگویی به این سؤال که آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با هويت افراد رابطه دارد؟ شبکه های اجتماعی چه جایگاهی در شکل دهی رفتارهای ما دارند؟ و اینکه آیا شبکه های اجتماعی موجب تغییر ویژگی های شخصیتی جوانان می شوند؟ یافته های پژوهش حاضر نشان دادند که درون گرایی، بی ثباتی هیجانی، عدم توافق سازگاری و کاهش وجودی بودن با استفاده از شبکه های مجازی همراه است. در تفسیر چنین یافته هایی می توان گفت در واقع شبکه ها به عنوان رسانه اجتماعی با قابلیت های متعدد، زندگی مفرح و امنی را برای تعدادی از افراد مهیا می کند که در دنیای واقعی انکار شده اند. این فضای مجازی می تواند گریزگاهی برای کسانی باشد که از مشکلات روانی رنج می برند و به تشویق و احسان تهابی دچار هستند و همچنین وسیله ای برای اراضی نیازهای هیجانی و روانی آن هاست. همچنین افراد به دلیل پتانسیل بالای شبکه ها برای مصاحب، الگوهای تغییر یافته تعاملات اجتماعی برخط و همچنین به عنوان شیوه ای برای حالات مرتبط با احساس تنها یی به سمت شبکه ها کشیده می شوند.

در این پژوهش همبستگی میان نمره های حاصل از متغیر شبکه های اجتماعی مجازی و هويت ديني و ملي، منفی و از نظر آماری معنی دار به دست آمد ($p < 0.01$ و $r = -0.33$) و این بدان معناست که با افزایش نمرات آزمون شبکه های اجتماعی مجازی دانشجویان نمره هیئت ديني و ملي آن ها کاهش خواهد یافت. هم چنین مشخص شد که دانشجویان از نظر هويت ديني و ملي و فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی در وضعیت مطلوبی به سر نمی بردند. لازم به ذکر است که دانشجویان علوم تربیتی از نظر هويت ديني و ملي در مقایسه با دانشجویان سایر رشته ها و وضعیت بهتری دارند لیکن میزان فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی در دانشجویان سایر رشته ها بیشتر از دانشجویان رشته علوم تربیتی بوده است.

یافته های پژوهش حاضر با یافته های پژوهش مزینانی (۱۳۹۲) با موضوع بررسی رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و هويت ديني کاربران که به روش پیمایش در دانشگاه های سطح شهر تهران و در بین دانشجویان رشته ها و دوره های مختلف تحصیلی، انجام داده بود همسو و هم جهت است و به این مساله اشاره دارد که حضور و استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در تضعیف هويت ديني کاربران و تمایل آنان در حرکت از هويت سنتی و اصیل دينی به سمت هويت بازتابی و مدرن تاثیر گذار بوده و حداقل اینکه هويت اصیل کاربران را در برخی از حیطه ها دچار تشكیک می کند.

هم چنین نتایج پژوهش قاسمی، عدلی پور و کیان پور (۱۳۹۱) با عنوان تعامل در فضای شبکه های اجتماعی اینترنتی و تاثیر آن بر هويت ديني جوانان، («مطالعه موردی فیس بوک و جوانان شهر اصفهان») با یافته های پژوهش حاضر همسو و هم جهت است و به این مساله اشاره دارد که شبکه های اجتماعی مجازی دگرگونی گسترده ای را در شیوه های شکل گیری هويت

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 جامعه پسند و شکل گیری 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 خوبی را بروز دهند. لذا با راه یافتن گستره اینترنت به زندگی روزمره افراد، درک تاثیر فردی آن مهم است. به این دلیل که تاثیر کوتاه مدت و بلند مدت اینترنت و شبکه‌های مجازی هنوز شناخته نشده است ما باید در چگونگی اقدام برای جمع آوری این اطلاعات محتاط باشیم و مراقب مخاطراتی که ناشی از این رفتار هاست 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 فوق العاده ای برای جذب روح تشنگ میلیون‌ها انسان علاقه مند دارد؛ بنابراین لازم است حساب 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 درخصوص 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 می‌باشد با اطلاع رسانی مستمر درخصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی، سواد رسانه‌ای کاربران این حوزه را ارتقا بخشد.

۴- فرهنگ‌سازی و ترغیب کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران حوان به تبادل اطلاعات ارزشمند جهت حفظ تمدن و میراث فرهنگی، آداب و رسوم و سنتهای درست

۵- برگزاری نشستهای و هم اندیشی‌های تخصص در زمینه آسیب شناسی تاثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران با حضور اساتید، دانشجویان حوزه روانشناسی، جامعه شناسی و ارتباطات که می‌تواند نتایج و دستاوردهای مطلوبی برای سیاستگذاران و برنامه‌ریزان کشور داشته باشد.

منابع و مراجع

- ابراهیم پور کومله، 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، ۳۴۱-۳۳۲.
- رحیمی و پرنده، راده (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.
- صدیق‌بنایی، هلن (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزنامه همشهری.
- کاستلن، مانوئل، (۱۳۸۰). عصر اطلاعات : اقتصاد، جامعه و فرهنگ . ترجمه حسن چاوشیان، جلد ۲، تهران: طرح نو.
- محکم کار، ایمان و حلاج، محمدمهردی (۱۳۹۳)، عوامل و بسترها و آثارناامنی اخلاقی در آراء و اندیشه‌ی رهبر معظم انقلاب اسلامی، مجله‌ی 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). اینترنت توسعه سیاسی . فصلنامه رسانه ، سال پانزدهم، شماره‌ی ۳.