



شماره پایان نامه :

دانشگاه شهید چمران اهواز

دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی

گرایش جامعه‌شناسی

عنوان:

بررسی تاثیر ماهواره بر هویت اجتماعی ، ملی و مذهبی نوجوانان

مورد مطالعه: دانش آموزان مقطع دبیرستان شهر اهواز

استاد راهنما:

دکتر علی حسین حسین زاده

استاد مشاور:

دکتر عبدالرضا نواح

پژوهشگر:

محمد شجراوی

بهمن ۱۳۹۲

تقدیم به همسر عزیزم

به پاس تعبیر عظیم و انسانیش از کلمه ایثار و از خودگذشتگی،
به پاس عاطفه سرشار و گرمای امید بخش وجودش که در این سردترین روزگار ان
بهترین پشتیبان است،

به پاس قلب بزرگش که فریادرس است؛ و سرگردانی و ترس در پناهش به
شجاعت می‌کراید،

و به پاس محبت‌های بی‌درغش که هرگز فروکش نمی‌کند.

تقدیر و تشکر

ثنای بی حد خدایی را که بر من منت نهاد و شوق آموختن را در قلبم جاری ساخت و مرا یاری نمود که با تکیه بر لطف بی دریغش قدم در این راه نهاده و در سایه‌ی عنایاتش آن را به پایان برسانم. به حکم اینکه اگر خلق را تشکر نکنیم شکر خالق را به جای نیاورده‌ایم بر خود لازم می‌دانم از تمام کسانی که در این راه مرا راهنمایی نمودند و از محضرشان دانش آموخته‌ام، تشکر و قدردانی نمایم.

به مصداق «من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق» بسی شایسته است از استاد فرهیخته و فرزانه جناب آقای دکتر علی حسین حسین زاده که با نکته‌های دل‌آویز و گفته‌های بلند صحیفه‌های سخن را علم پرور نمودند و همواره راهنما و راه‌گشای نگارنده در اتمام واکمال پایان نامه بوده‌اند تشکر و قدردانی کنم. همچنین جا دارد از استادان بزرگوار و گرانمایه‌ام آقایان جناب دکتر عبدالرضا نواح، دکتر عبدالحسین نبوی، دکتر معصومه باقری که با کرامتی چون خورشید گلشن سرای علم و دانش را با راهنمایی‌های کار ساز و سازنده بارور ساختند تشکر ویژه بنمایم. نیز از کلیه دوستان و عزیزانی که در اتمام این کار یاری‌ام دادند سپاس گزارم. باتشکر و سپاس از کلیه پرسنل محترم دانشکده اقتصاد علی‌الخصوص سرکارخانم عاطفه عزیزی که با زحمات بی‌شائبه‌اش از هیچ‌گونه مساعدتی دریغ نکردند.

چکیده :

هدف مقاله حاضر، بررسی تاثیر میزان و نوع استفاده از ماهواره بر هویت اجتماعی ؛ دینی و ملی نوجوانان می باشد برای تبیین مساله و تعیین چارچوب نظری از دیدگاه های جامعه شناسی مربوط به تاثیر رسانه ها بر هویت استفاده و فرضیات از آن استخراج شد. این تحقیق به صورت پیمایشی و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش آموزان دختر و پسر مقطع سوم دبیرستان های دولتی - عادی شهر اهواز که حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. از لحاظ زمانی این پژوهش در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۲ اجرا شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین همه متغیرهای مستقل تحقیق با متغیر وابسته ارتباط معناداری دارند. نتایج حاصل از رگرسیون نشان می دهد که تنها سه متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و میزان علاقه مندی نسبت به نوع برنامه های ماهواره ای و میزان استفاده از ماهواره معنادار بوده اند که در مجموع ۱۶ درصد از تغییرات مربوط به هویت اجتماعی ؛ دینی و ملی را این دو متغیر تبیین می کنند.

واژه های کلیدی: ماهواره ، هویت اجتماعی ، هویت دینی ، هویت ملی. نوجوانان.

فهرست مطالب

شماره	عنوان	صفحه
۱۳.....	فصل اول : کلیات تحقیق	
۱۴.....	۱-۱- مقدمه.....	
۱۶.....	۲-۱- بیان مسأله.....	
۱۸.....	۳-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش	
۲۱.....	۴-۱- اهداف تحقیق	
۲۱.....	۱-۴-۱- هدف اصلی.....	
۲۱.....	۲-۴-۱- اهداف جزئی :.....	
۲۲.....	فصل دوم : مبانی نظری و ادبیات تحقیق	
۲۳.....	۱-۲- مقدمه.....	
۲۳.....	۲-۲- مبانی نظری مربوط به هویت.....	
۲۳.....	۱-۲-۲- مفهوم هویت.....	
۲۴.....	۲-۲-۲- هویت و دیدگاه های مربوط به آن	
۲۵.....	۱-۲-۲-۲- دیدگاه های سطح کلان.....	
۲۵.....	۱-۱-۲-۲-۲- کاستلر.....	
۲۶.....	الف - هویت مشروعیت بخش	
۲۶.....	ب - هویت مقاومت	
۲۶.....	ج - هویت برنامه دار	
۲۷.....	۲-۱-۲-۲-۲- دیدگاه کنش متقابل	

- ۲۷ جورج هربرت مید - ۱-۲-۱-۲-۲-۲
- ۲۹ چارلز هورتون کولی - ۲-۲-۱-۲-۲-۲
- ۳۱ تاجفل - ۳-۲-۱-۲-۲-۲
- ۳۲ آنتونی گیدنز - ۴-۲-۱-۲-۲-۲
- ۳۵ دیدگاه های تلفیقی - ۲-۲-۲-۲-۲
- ۳۵ پیربوربو - ۱- ۲-۲-۲-۲
- ۳۶ ریچارد جنکینز - ۲- ۲-۲-۲-۲
- ۳۷ مبانی نظری در مورد رسانه و ماهواره - ۳-۲
- ۳۷ نظریه های مربوط به اثرات و پیامدهای رسانه - ۱-۳-۲
- ۴۳ رویکردهای کلاسیک در مورد رسانه ها - ۱-۱-۳-۲
- ۴۳ رهیافت مارکسیستی - ۱-۱-۱-۳-۲
- ۴۴ رویکرد وبری - ۲-۱-۱-۳-۲
- ۴۵ امیل دورکیم - ۳-۱-۱-۳-۲
- ۴۵ تعریف ماهواره و کاربرد آن - ۲-۳-۲
- ۴۶ تاریخچه پیدایش ماهواره - ۳-۳-۲
- ۴۷ دیدگاه های بدبینانه و خوش بینانه نسبت به ماهواره - ۴-۳-۲
- ۴۷ دیدگاه بدبینانه (اثر رسانه ای و مخاطبان منفعل) - ۱- ۴-۳-۲
- ۴۹ الف - تهاجم فرهنگی - ۴۹
- ۴۹ ب- همگن و جهانی سازی - ۴۹
- ۴۹ ج- ساختارشکنی - ۴۹

- د-بی خویشتن شدگی مخاطبان ماهواره ای ۴۹
- ۲-۳-۴-۲- دیدگاه خوش بینانه ۵۰
- الف- بقای اجتماعی ۵۰
- ب- جامعه پذیری ۵۱
- پ- پرکردن اوقات فراغت ۵۱
- ت- اطلاع رسانی و آگاه سازی ۵۱
- ث- احساس تعلق اجتماعی ۵۱
- ج- تسهیل ارتباطات اجتماعی ۵۱
- د- شناخت فرهنگ های جوامع دیگر ۵۲
- ۲-۳-۴-۳- نتیجه گیری از دو دیدگاه ۵۳
- ۲-۴- پیشینه پژوهش ۵۴
- ۲-۴-۱- پیشینه مطالعاتی در ایران ۵۴
- ۲-۴-۱-۱- نقد و بررسی پیشینه داخلی ۶۵
- ۲-۴-۲- پیشینه مطالعاتی در خارج از ایران ۶۶
- ۲-۴-۲-۱- نقد و بررسی پیشینه خارجی ۷۱
- ۲-۵- چارچوب نظری ۷۲
- ۲-۵-۱- نظریه استفاده و خشنودی ۷۲
- ۲-۵-۲- نظریه کاشت ۷۴

۷۶۳-۵-۲ نظریه ساختاربندی آنتونی گیدنز
۸۰۶-۲ فرضیه های تحقیق
۸۰۱-۶-۲ فرضیه های اصلی
۸۰۲-۶-۲ فرضیه های جمعیت شناختی (زمینه ای)
۸۱۷-۲ مدل مفهومی پژوهش
۸۳۱-۷-۲ شکل مدل مفهومی پژوهش
۸۴۸-۲ جمع بندی فصل
۸۵فصل سوم : روش تحقیق
۸۶۱-۳ مقدمه
۸۶۲-۳ روش تحقیق
۸۷۳-۳ معرفی ابزارهای جمع آوری اطلاعات
۸۸۳-۳ واحد تحلیل
۸۸۵-۳ جمعیت آماری
۸۹۶-۳ شیوه نمونه گیری
۹۰۷-۳ تعیین حجم نمونه
۹۱۸-۳ تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
۹۱۹-۳ تعیین روایی و پایایی
۹۱۱-۹-۳ روایی (اعتبار)

- ۳-۹-۲- پایایی ۹۲
- ۳-۹-۲-۱- محاسبه آلفای کرونباخ ۹۳
- ۳-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده ها ۹۵
- ۳-۱۱- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای جمعیت شناختی ۹۵
- ۳-۱۱-۱- سن ۹۵
- ۳-۱۱-۲- جنس ۹۵
- ۳-۱۰-۳- رشته تحصیلی ۹۵
- ۳-۱۲- تعریف مفهومی و عملیاتی دیگرمتغیرهای مستقل ۹۶
- ۳-۱۲-۱- پایگاه اجتماعی - اقتصادی ۹۶
- ۳-۱۲-۱-۱- بعد عینی پایگاه اجتماعی - اقتصادی ۹۶
- ۳-۱۲-۱-۲- بعد ذهنی پایگاه اجتماعی - اقتصادی ۹۷
- ۳-۱۲-۲- میزان علاقه مندی به برنامه های ماهواره ای ۹۹
- ۳-۱۲-۳- میزان علاقه مندی به انواع کانال های ماهواره ای ۱۰۰
- ۳-۱۲-۴- استفاده از ماهواره ۱۰۱
- ۳-۱۲-۵- نگرش نسبت به کارکرد های ماهواره ای ۱۰۱
- ۳-۱۲-۵-۱- کارکرد فراغتی ۱۰۱
- ۳-۱۲-۵-۲- کارکرد آگاهی بخشی و اطلاع رسانی ۱۰۱
- ۳-۱۲-۵-۳- کارکرد اخلاقی ۱۰۲

- ۱۰۲ کارکرد سیاسی ۴-۵-۱۲-۳
- ۱۰۳ متغیر وابسته : هویت اجتماعی ، دینی و ملی ۶-۱۲-۳
- ۱۰۵ بعد هویت دینی ۲-۶-۱۲-۳
- ۱۰۶ بعد هویت ملی ۳-۶-۱۲-۳
- ۱۰۸ خلاصه فصل ۱۳-۳
- ۱۰۹ فصل چهارم : توصیف و تجزیه و تحلیل
- ۱۱۰ مقدمه ۱-۴
- ۱۱۰ آمار توصیفی ۲-۴
- ۱۱۰ توصیف ویژگی های جمعیت نمونه ۱-۲-۴
- ۱۱۱ متغیر سن ۱-۱-۲-۴
- ۱۱۲ متغیر جنس ۲-۱-۲-۴
- ۱۱۳ متغیر رشته تحصیلی ۳-۱-۲-۴
- ۱۱۴ توصیف ویژگی های دیگر متغیرهای مستقل ۲-۲-۴
- ۱۱۴ متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی ۱-۲-۲-۴
- ۱۱۴ متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در بعد عینی ۱-۱-۲-۲-۴
- ۱۱۵ متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی ذهنی ۲-۱-۲-۲-۴
- ۱۱۶ متغیر میزان علاقه مندی نسبت به نوع برنامه های ماهواره ای ۲-۲-۲-۴
- ۱۱۷ متغیر میزان علاقه مندی نسبت به کانال های ماهواره ای ۳-۲-۲-۴

- ۱۱۸ ۴-۲-۲-۴-متغیر نگرش نسبت به کارکرد ماهواره
- ۱۲۰ ۴-۲-۲-۵- متغیر میزان استفاده از ماهواره
- ۱۲۱ ۴-۲-۳-توصیف ویژگی های ابعاد متغیر وابسته (هویت اجتماعی ، دینی و ملی)
- ۱۲۲ ۳-۲-۳-۱- بعد هویت اجتماعی
- ۱۲۳ ۳-۲-۳-۲- بعد هویت دینی
- ۱۲۴ ۳-۲-۳-۳- بعد هویت ملی
- ۱۲۵ ۴-۳-تجزیه و تحلیل داده‌ها
- ۱۲۵ ۴-۳-۱- آزمون فرضیه های تحقیق
- ۱۲۵ ۴-۳-۱-۱- فرضیه نخست
- ۱۲۶ ۴-۳-۱-۲- فرضیه دوم
- ۱۲۶ ۴-۳-۱-۳- فرضیه سوم
- ۱۲۸ ۴-۳-۱-۴- فرضیه چهارم
- ۱۲۸ ۴-۳-۱-۵- فرضیه پنجم
- ۱۳۱ ۴-۳-۲- آزمون متغیرهای زمینه ای بامتغیر هویت اجتماعی، دینی و ملی
- ۱۳۱ ۴-۳-۲-۱- آزمون فرضیه نخست
- ۱۳۱ ۴-۳-۲-۲- آزمون فرضیه دوم
- ۱۳۲ ۴-۳-۲-۳- آزمون فرضیه سوم

۱۳۳	۴-۴ - ضرایب همبستگی تفکیکی بین متغیرهای مستقل و وابسته.....
۱۳۸	۵-۴ - یافته‌ها و تحلیل‌های رگرسیون چند متغیری تحقیق.....
۱۴۲	۶-۴ - مدل تحقیق با درج ضرایب ۲.....
۱۴۳	فصل پنجم : بحث و نتیجه‌گیری.....
۱۴۴	۱-۵ - مقدمه.....
۱۴۵	۲-۵ - نتایج تئوریکي فرضیات و مقایسه نتایج با پیشینه و نظریات تحقیق.....
۱۵۱	۳-۵ - پیشنهادات راهبردی.....
۱۵۳	۳-۵ - پیشنهادات پژوهشی.....
۱۵۴	۵-۵ - محدودیت‌ها.....
۱۵۵	۶-۵ - خلاصه فصل.....
۱۵۶	۴-۵ - منابع فارسی.....
۱۶۰	۵-۵ - منابع انگلیسی.....

فصل اول : کلیات تحقیق

نوجوانان چرخ فعالیت های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یک جامعه را به گردش درمی آورند، اجتماع را دچار تحول می سازند و می توانند آن را به اوج سربلندی و موقعیت برسانند و یا به انحطاط و نابودی بکشانند. بنابراین، روشن است که توجه به مسائل این قشر از جامعه و تلاش در راه حل مسائل آنان از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

یکی از مسائل مهم نوجوانی و جوانی، مسئله هویت یابی و خودشناسی است. انسان فطرتاً می خواهد خود را بیابد. در دوران نوجوانی و جوانی، فرد درصدد پاسخ گویی به پرسش حساس و سرنوشت ساز «من کیستم؟» است. پرسشی که پاسخ گویی به آن می تواند جایگاه فرد را در عرصه زندگی تعیین نماید و جهت گیری های فرد در طول زندگی، چه در عرصه فردی و چه در عرصه اجتماعی را روشن سازد و با توجه به هویت شکل گرفته، به رفتار و اعمال و افکار فرد رنگ و بوی ویژه ای ببخشد. هویت در ابعاد مختلف (خویششناسی، دیگر شناسی، اجتماعی، فرهنگی، دینی، ملی و ...) شرط لازم زندگی است و انسان نخواهد توانست بدون داشتن چارچوبی برای تعیین هویت خود، به صورت مناسبی زندگی کند و به شکلی با معنا و پایدار با دیگران ارتباط برقرار کند (احدی، ۱۳۸۵: ۱۲۰).

متأسفانه، همه نوجوانان و جوانان به طور کامل موفق به کسب هویت با همه اهمیت آن، نمی شوند و به همین دلیل اغلب این افراد در زندگس فعلی و آینده خود با مشکلات متعدد فردی، اجتماعی و واکنش های منفی از سوی اطرافیان روبه رو می شوند. در مطالعه شخصیت انسان به ویژه بعد روانی وی، هویت یک جنبه اساسی و درونی است که به کمک آن یک فرد با گذشته اش مرتبط می شود و در زندگی احساس تدوام و یکپارچگی می کند، به سخن دیگر، هویت مفهوم ذهنی یک فرد از خودش به عنوان یک فرد بی نظیر و دارای ثبات است (برزونسکی، ۲۰۰۵: ۱۴۷).

در دنیای کنونی و عصر ارتباطات، به دلیل وجود تجهیزات پیشرفته ارتباطی که از جمله مهم ترین آنها اینترنت است، جوانان با انبوهی از اطلاعات گوناگون مواجه اند که گاهی باهم در تناقض و تضاد نیز می

باشد. جوانان و نوجوانان با انبوهی از اطلاعات گوناگون مواجه اند که گاهی باهم در تناقض و تضاد نیز می باشند. جوان عصر حاضر ناچار است برای اتخاذ تصمیم مناسب در زندگی فردی و اجتماعی خویش از جمله تحصیل ، اشتغال ، ازدواج و ... اطلاعات گوناگونی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد و در این مسیر گاه دچار سردرگمی و تردید می گردد که این موضوع می تواند کل زندگی فرد را تحت تاثیر قرار دهد همچنین ، پیچیدگی هایی که در نظام های اجتماعی ، اقتصادی ، فرهنگی و... ایجاد شده است نیز به این امر مهم دامن می زنند(امیدیان ، ۱۳۸۷: ۴۶).

روشن است که با وجود این مسائل در عصر تکنولوژی و ارتباطات ، یافتن هویتی منسجم ، سالم و کارآمد برای جوانان کاری سخت و دشوار است و مطمئنا برای دست یابی به این امر مهم و سرنوشت ساز، نیازمند کمک و راهنمایی بزرگسالان صاحب نظر و ذی صلاح هستند (غضنفری، ۱۳۸۵: ۲۹).

بخشی از هویت شخصی افراد ، با توجه به تعامل پایداری که با جامعه دارند شکل می گیرد. در این تعامل افراد یاد می یگرند که دیگران در مورد آن ها چه فکر می کنند و از آن ها چه انتظاراتی دارند. بخشی از فرایند تشکیل هویت مستلزم آن است تا افراد ضمن آزمون موضوع های مختلف و انتخاب موارد مناسب، نحوه جلوه خود خود را در نظر دیگران به صورتی موجه تعیین کنند. از نظر اریکسون^۱ (۱۹۸۰، ۱۹۶۸) و مارسیا^۲ (۱۹۶۶، ۱۹۸۰) ، محیط های فرهنگی و اجتماعی متفاوت موجب تفاوت در نحوه شکل گیری دیدگاه های افراد می شوند. در جریان سال های نوجوانی ، همسالان و موسسه های خارج از خانواده (مثل مدرسه) به صورت فزاینده ای برای فرد اهمیت پیدا می کنند و از قدرت اثر والدین و دیگر عناصر قدرتمند بزرگسال کاسته می شود.

^۱.Ericson

^۲.Marsiya

مرور ادبیات مربوط به هویت نشان می دهد که سال های تحصیل به ویژه برای رشد هویت یک دوره حساس می باشد (مارسیا، ۱۹۸۰: ۲۴۵؛ واترمن، ۱۹۸۸: ۱۸۹). بنابراین در این تحقیق درصدد آن هستیم تاثیر میزان و نوع برنامه های استفاده شده ماهواره بر هویت نوجوانان بررسی و تبیین کنیم.

۱-۲- بیان مسأله

«چالشهای هویتی امروزه سرنوشت سازند. هویت پیش شرط هر نوع عمل به ویژه عمل اجتماعی است» (علیخانی، ۲۰۱۳: ۲۰). «هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است» (کاستلز، ۲۰۱۳: ۲۲). فرآیندهای مدرن مسایل جدیدتری را در هویت یابی نوجوانان ایجاد کرده است. به گونه ای که برای تبیین این مسائل نیاز به سنخ شناسی ها و طرح مفاهیم جدیدی است که اساسا به جنبه های مصرفی کن های اجتماعی افراد بها داده شوند. هویت در دوران اخیر، به یکی از مهم ترین و اساسی ترین مسایل حوزه های مختلف فرهنگ و زندگی مردم در جوامع جدید به ویژه در کشورهایمانند ایران تبدیل شده است. هویت به عنوان شالوده هستی شناختی یک فرد جزء اساسی ترین مسایلی است که نسل امروز با آن درگیر است. در طی دهه های اخیر، شهرها و فضاهای شهری در سیر تحول و فرآیند گذار نوین خود به تبع تحولات ناشی از اندیشه جهانی شدن، دستخوش تغییرات و دگرگونی های شگرفی شده اند. در شهرهای امروزی مانند تهران که در روند رشد سریع و برق آسا طی چند دهه به یک ابرشهر تبدیل شده است، اهمیت این امر دو چندان است. به گونه ای که شهروندان آن خصوصا جوانان با اقتضات و عناصر هویتی جدید و بعضاً ناهمخوان با هویت قبلی خود مواجه شده اند. بنابراین افراد در این مسیر یا باید هویتی جدید را شکل دهند و یا دچار نوعی سردرگمی هویتی شوند.

سهم بسیار بزرگ گروه سنی نوجوان و جوان در ترکیب جمعیتی ایران، ابهامات و نگرانیهای فزاینده در خصوص فرصتهای حرفه ای و رواج شیوه های جایگزین برای پر کردن فرصتها و خلاء ایجاد شده ناشی از امتداد یافتن دوره جوانی، دیدگاههای رقیب در خصوص پتانسیل های تهدیدکننده و یا سازنده جوانان و

چالشها و مباحث مربوط به خرده فرهنگ جوانان از جمله زمینه‌هایی به شمار می‌روند که مطالعه و پژوهش در حوزه جوانان در ایران را از اهمیت بالایی برخوردار ساخته است.

از جمله پیامدهای مهم حاصل از ورود به دوره مدرنیته، افزایش شهرنشینی و تکثر و تنوع در بنیان‌های هویتی شهروندان، به خصوص در کلانشهرهاست. شهرنشینی نیز در ایران طی چند دهه اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. این امر به ویژه در مورد شهر تهران کاملاً مشهود است.

بسیاری از نظریه پردازان، ماهواره و پخش و دریافت مستقیم تلویزیونی آن را عامل و تسهیل کننده تهاجم فرهنگی غرب، تخریب هویت‌های اجتماعی و بومی و به نفع فرهنگ مسلط آمریکایی، و در نهایت یکسانی فرهنگی می‌دانند (شیلز، ۱۳۷۷، ۱۷۸). درصد قابل توجهی از مردم کشورمان خصوصاً جوانان در اوقات فراغت از ماهواره و اینترنت استفاده می‌کنند و در نتیجه تحت تاثیر الگوها و ارزش‌هایی هستند که از طریق این رسانه‌ها اشاعه می‌گردد. «انسان ایرانی، به طور فزاینده‌ای در مسیر تاثیرات ژرف و گسترده جهان اطلاعاتی قرار گرفته که در مهندسی آن سهم و نقش چندانی نداشته است. او همواره در حال مصرف کالاهایی است که در بازار جهانی نشانه‌ها عرضه می‌شوند» (تاجیک، ۱۳۸۷، ۲۵۹). «امروزه شبکه‌های متعدد تلویزیونی و سایتهای متنوع اینترنتی، تجربه‌هایی از فرهنگ مسلط را به خانه‌های انسان ایرانی آورده و از درون انسان و جامعه ایرانی را به چالش طلبیده‌اند؛ آرامش آنان را بر هم زده‌اند؛ چشم اندازه‌ها و منظرهای آنان را به شدت تحت تاثیر فرآورده‌های خود قرار داده‌اند» (همان منبع).

مسئله مهم این است که، بیشتر افرادی که از برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت استفاده می‌کنند، نوجوانان و جوانان هستند. هویتی که این افراد پیدا می‌کنند ممکن است با هویت ملی و دینی‌شان در تضاد باشد و نهایتاً به بحرانی شدن هویت اجتماعی‌شان بیانجامد.

هدف این تحقیق، بررسی هویت اجتماعی، ملی و دینی نوجوانان می باشد. به عبارت دیگر سؤال اساسی این است که در کلان شهر اهواز، اولاً وضعیت هویت ملی نوجوانان چگونه است؟ و ثانیاً استفاده از وسایل ارتباطی جدید (ماهواره) چه تاثیری بر هویت اجتماعی، ملی و دینی نوجوانان داشته است؟

۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

همه ما در موقعیت های مختلف با هویت های متعددی سروکار داریم و به تبع موقعیت و شرایطی که در آن قرار داریم، خود را تعریف می کنیم. مرزهای نفوذناپذیر بین مقولات و گروه های هویتی دیگر مستحکم نیستند؛ بلکه به شدت آسیب پذیر و شکننده اند. دنیای ارتباطات پیش آهنگ این تغییرات است. دنیای ارتباطات و تغییرات بنیادین ناشی از آن، چنان جهان متفاوتی خلق کرده که گروهی از اندیشمندان، این تحول در عالم ارتباطات را مبدا عصر جدیدی می دانند؛ عصری که از آن تحت عناوین مختلفی نظیر: «دهکده جهانی» (مک لوهان)، «جامعه مدنی جهانی» (یدوید هلد)، «مدرنیته دوم» (اولریش بک)، «جامعه شبکه ای» (مانوئل کاستلز)، «جهان رها شده» (آنتونی گیدنز)، «جامعه ارتباطی» (جیانی واتیمو) و «مدرنیته سیال» (زیگموند بومن) یاد می کنند.

ازسوی دیگر؛ گرایش آحاد جامعه جهت استفاده از برنامه های ماهواره ای و ناهماهنگی سازمان ها جهت بهره برداری یا جمع آوری ماهواره، موجب رشد قارچ گونه آن در سطح جامعه شده است؛ بطوری که برخی از کارشناسان براین باورند که امکان جمع آوری و کنترل استفاده کنندگان از تجهیزات ماهواره ای در شرایط فعلی ممکن نخواهد بود؛ از این رو جامعه برای ارائه راهکار جدید جهت استفاده مناسب از ماهواره یا جمع آوری تجهیزات ماهواره ای؛ نیازمند اطلاعات دقیق از نظرات مردم، پیرامون ماهواره و کارکرد آن در سطح جامعه می باشد. به ویژه آن که سهم عظیمی از جمعیت کشور ما را نوجوانان و جوانان تشکیل می دهند. در واقع گسترش فضای اجتماعی و عام شدن بسیاری از امور

خاص و در هم تنیدگی جهان ، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت های منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار چندپارگی و انشقاق گردد. لذا آنچه به چشم می خورد فرآیند آرام و پیوسته از نسلی به نسلی دیگر نیست بلکه در دنیای کنونی بیشتر شاهد بحران های هویتی و به همان نسبت بازسازی های هویتی هستیم.

خانواده به عنوان اولین نهاد جامعه پذیر نمودن فرد، در هویت یابی وی نیز اهمیت زیادی دارد. « تحقیق در زمینه خانواده نیز از این نظر حائز توجه است که مساله اجتماعی شدن و فرهنگ پذیری، بدون توجه به پرورش اساسی فرد در خانواده و انتقال فرهنگ جامعه به اعضا و به طور کلی روابط متقابل فرهنگ و شخصیت - که خاصه از طریق شکل گیری شخصیت اساسی انجام می پذیرد - جز با ملاحظه ویژگی های آثار خانواده به عنوان یک نهاد اجتماعی امکان پذیر نیست. (سیف ، ۱۳۶۸ : ۶).

اشرفی درباره عواقب عدم هویت یابی موفق در نین نوجوانی و جوانی می گوید : « اگر توجهی به آثار ، پیامدها و نتایج ناگوار فقدان هویت داشته باشم و از عمق رنج و دردی که جوانان بی هویت احساس می کنند آگاه شویم ، در می یابیم بخش قابل توجهی از افسردگی ها، احساس پوچی و درون تهی شدن ها نتیجه منطقی بی هویتی است. » (اشرفی ، ۱۳۸۱ : ۲).

یکی دیگر از عوامل اجتماعی شدن ، وسایل ارتباط جمعی^۱ است. با گسترش این وسایل در دوره جدید نقش موثر آنان بر فرآیند جامعه پذیری کودکان و نوجوانان و سمت و سو دادن به نگرش ها و گرایش های ارزشی آنان فزونی یافته است. روزنامه ، مجلات ، کتاب ها ، سینما ، تلویزیون ، رادیو ، ویدئو ، نوار ضبط صوت و در شرایط فعلی ماهواره و ارسال امواج از نقاط مختلف کره زمین در شمار وسایل ارتباط جمعی قرار می گیرند. این وسایل بخش زیادی از مخاطبین را بدون اینکه ارتباط شخصی بین فرستندگان و گیرندگان آن پیامها ، به وجود آید، در بر می گیرد.

¹ - media

« این نوع عامل جامعه پذیری ، فرد را با طیف فوق العاده وسیعی از مردم که تنها به طور مستقیم شناخته می شوند آشنا می سازد از قبیل شخصیت های ورزشی و تاریخی ، سیاستمداران ، نویسندگان ، روزنامه نویسان ، اعلام کنندگان و گویندگان برنامه ها ، گردانندگان نمایش ها تلویزیونی ، گویندگی اخبار، موسیقی دانان و حتی افراد معمولی که در گزارش های خبری به عنوان شاهد مورد مصاحبه قرار می گیرند. رسانه ها از طریق معرفی کردن نقش ها ، دیدگاه ها ، مطالبی را به خود می آموزند که مردم از طریق روش های دیگر نمی توانند به آنها دسترسی یابند. طبقه جوان از طریق تبلیغات مطالبی را درباره نقش های آینده خود و نیز درباره ارزش های والا و ارزش های مادی می آموزد. تغییرات هنجارها و ارزش های اجتماعی به سرعت در زمینه گروهی منعکس می شوند و ممکن است به آسانی توسط مردمی که به نحو دیگری ممکن نبود به آنها دسترسی یابند پذیرفته شوند .

بدین ترتیب امروزه ، که اطلاع رسانی در بستر فن آوری ارتباطات و اینترنت سرعتی وصف ناپذیر یافته و زمان و مکان را درنویده است و هیچ مانعی را بر سر راه خود نمی تابد و نوجوانان که بازیگران اصلی و سواران پیشتاز این موج هستند ، بیش از هر زمان نیاز به شناختن و شناخته شدن دارند و شناخت واقعی و عملی نیازهای این نسل مستلزم بررسی ابعاد مختلف عوامل تاثیر گذار و اثر پذیر از این فناوری نوین ارتباطی است. آگاهی از نیازها و تمایلات دختران و پسران جوان و وضعیت هویت ملی و مذهبی ایشان در حوزه روابط بین فردی و اعتقادی و تاثیر رسانه بر ابعاد هویتی، دولت و آموزش و پرورش را یاری خواهد داد تا در امور فرهنگی آموزشی و تربیتی ، تالیف کتب درسی ، مشاوره و ..و به اقتضای سن و جنس شان برنامه ریزی نمایند.