

بررسی رابطه‌ی وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان

شهر شیراز

حبیب احمدی^۱، سمیه هاشمی*^۲ و علی روحانی^۳

چکیده

این پژوهش پیمایشی پیرامون رابطه‌ی وسایل ارتباطی نوین (اینترنت و تلفن همراه)، با هویت جنسیتی جوانان دختر و پسر (دانش‌آموزان مقطع متوسطه‌ی شهر شیراز) بوده است. جامعه‌ی آماری پژوهش دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه‌ی نواحی چهارگانه‌ی آموزش و پرورش شهر شیراز بودند. داده‌های مورد نیاز نیز با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی مرحله‌ای از میان ۳۶۸ نفر دانش‌آموز گردآوری شد. در چارچوب نظری پژوهش نظریه‌ی هویت اجتماعی ریچارد جنکینز و آنتونی گیدنز بکار برده شد. یافته‌های این پژوهش نشان دادند که بین کاربرد اینترنت و تلفن همراه با منطقه‌ی محل تحصیل رابطه‌ی معنی‌دار وجود داشته است. بین جنس و استفاده از اینترنت نیز رابطه‌ی معنی‌داری وجود داشت، اما همزمان رابطه‌ی معنی‌دار میان استفاده از تلفن همراه و جنسیت پاسخ‌گویان وجود نداشته است. بین طبقه و کاربرد تلفن همراه و اینترنت نیز رابطه وجود داشته است. بین کاربرد اینترنت و تلفن همراه با هویت جنسیتی در میان دختران رابطه‌ی معنادار وجود نداشت، در حالی که بین استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی در میان پسران رابطه وجود داشته است.

واژه‌های کلیدی: هویت جنسیتی، وسایل ارتباطی نوین، هویت اجتماعی، اینترنت، تلفن همراه.

۱- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه تهران.

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.

*- نویسنده‌ی مسئول مقاله: Hashemi.somaye65@gmail.com

پیشگفتار

انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده‌ی ۲۱ را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه‌ی انسان‌ها دانست. فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه‌ی شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های نوین بخشیده (کاستلز، ۱۳۸۰)، 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، مسئله‌آفرین می‌شود و لزوم بررسی آن دوچندان مهم و ضروری می‌نماید.

هویت جنسیتی بیش‌تر از هر گروهی برای جوانان و نوجوانان مسئله‌ساز است و در میان هویت‌های اجتماعی، هویت همسالان اهمیتی ویژه برای آنان دارد، چرا که جوانان بیش‌تر اوقات خود را با یکدیگر و در حلقه‌ی دوستان و همسالان سپری می‌کنند و اجتماع دوستی، به عنوان شکل دیگری از اجتماع طبیعی (پس از خانواده) و با این حال، از مهم‌ترین انجمن‌های داوطلبانه به شمار می‌آید که روابط نزدیک، صمیمی و ایجاد دوستی به عنوان گونه‌ای از روابط دلبستگی در آن‌جا شکل می‌گیرد و موجب شکل‌گیری هویت گروهی و جنسیتی آنان می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵).

هویت ابتدا به معنای "یکی شدن" و در روان‌شناسی به معنای "یکی شدن خود" مطرح گردیده است و در مردم‌شناسی، هویت متجلی در "هویت نژادی" بوده است. هویت از نظر جامعه‌شناسی صرفاً "یکی شدن خود نیست، بلکه "یکی شدن با خود و دیگران" محسوب می‌شود که توضیح‌دهنده هویت فردی و اجتماعی است. بر اساس نظریه هویت، فرآیند هویت یک سیستم کنترل است که مجموعه‌ای از هنجارها و ضد هنجارها را در فرد و جامعه به وجود می‌آورد. هویت مجموعه معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد (دوران، ۱۳۸۷ ص ۲۶-۷).

انقلاب ارتباطات و جهانی شدن در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد گوناگون 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 شبکه‌ی جهانی اینترنت با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد مراجع نوین هویت، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های تازه شده است (حبی و همکاران، ۱۳۸۹). در جوامع امروزی بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان‌ها از مفاهیم گوناگون زندگی دگرگون می‌شود (ربانی و شیری، ۱۳۸۸). از

راه بررسی هویت در جامعه‌ی 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.

اهداف پژوهش

هدف این پژوهش بررسی تأثیر وسایل ارتباطی نوین (اینترنت و تلفن همراه) بر هویت جنسیتی دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه‌ی شهرستان شیراز می‌باشد. بر اساس مدل نظری پژوهش در این پژوهش سه پرسش اساسی مطرح می‌شود.

(۱) اندازه‌ی کاربرد وسایل ارتباطی نوین (اینترنت و تلفن همراه) به وسیله‌ی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز چگونه می‌باشد؟

(۲) تأثیر متغیرهای ساختی (زمینه‌ای) دانش‌آموزان بر میزان مصرف دانش‌آموزان چگونه است؟

(۳) تأثیر وسایل ارتباطی نوین (اینترنت و تلفن همراه) بر هویت جنسیتی دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه‌ی شهر شیراز چگونه است؟

مروری بر پژوهش‌های پیشین

پژوهش‌های داخلی

ربانی و شیرینی (۱۳۸۸) در مطالعه‌شان "اوقات فراغت و هویت اجتماعی" سعی داشته‌اند تا الگوهای گذران اوقات فراغت را در رابطه با بازنمایی هویت اجتماعی بررسی کنند. مطالعه از هر دو روش کیفی و پیمایشی بهره برده است و در میان جوانان تهرانی صورت پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که میان هویت اجتماعی، طبقه‌ی اجتماعی و جنسیت همبستگی شدیدی وجود دارد. از جانب دیگر، متغیرهای ساختی و طبقه‌ی اجتماعی نقشی تعیین‌کننده در تمایز و تفاوت الگوهای گذران اوقات فراغت دارند.

حسین زاده و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌شان "بررسی عوامل موثر بر هویت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران" سعی داشته‌اند تا هویت اجتماعی را در بستر تغییرات و تحولات گذار فرهنگی بررسی کنند. بدین منظور با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای ۲۵۴ دانشجوی دختر دانشگاه اهواز انتخاب شده و با کاربرد روش پیمایش تأثیر متغیرهای پایگاه اجتماعی و اقتصادی، تحصیلات والدین، میزان دینداری و نگرش به اشتغال در ارتباط با هویت اجتماعی سنجیده شد. در تحلیل داده‌ها متغیرهای ذکر شده در مجموع ۵۶٪ از تغییرات متغیر ملاک را تبیین کردند.

ادیبی و همکاران (۱۳۸۷) در مطالعه‌شان "جهانی شدن فرهنگ با تاکید بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان" با هدف بررسی ارتباط فرایند جهانی شدن فرهنگ و تاثیر آن بر تغییر هویت اجتماعی جوانان در یک مطالعه پیمایشی نمونه‌ی ۳۸۴ نفری، هویت اجتماعی نوجوانان و جوانان شهر اصفهان را بررسی کردند. نتایج نشان‌دهنده‌ی همبستگی بالا میان ابعاد متفاوت هویت و کاربرد فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی است.

ایمان و کیزقان (۱۳۸۲) در پژوهش خود با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان (مطالعه‌ی موردی زنان شهر شیراز)" که بر روی یک نمونه‌ی ۴۱۰ نفری از بین زنان ۱۸ تا ۶۴ سال شهر شیراز که به گونه‌ی تصادفی انتخاب شده بودند، به بررسی هویت اجتماعی زنان که از پنج بخش هویتی: هویت دینی، قومی، ملی، گروهی و جنسی تشکیل شده‌اند، پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که متغیرهای تحصیلات فرد، میزان رضایت از خود در اجتماع و درآمد خانوار به ترتیب بیش‌ترین اثرات را در تبیین متغیر وابسته‌ی هویت دینی داشته‌اند و در حدود ۲۶ درصد از واریانس هویت دینی را تبیین کرده‌اند. متغیرهای گسترده‌ی شبکه‌ی ارتباطی، تحصیلات فرد، میزان رضایت از خود در اجتماع و اعتماد به نفس متغیرهایی هستند که به ترتیب بیش‌ترین تأثیر را بر هویت قومی افراد داشته‌اند و حدود ۳۶ درصد از واریانس مربوطه را تبیین کرده‌اند. متغیرهای گسترده‌ی شبکه ارتباطی، تحصیلات فرد و تحصیلات پدر که تأثیر بیش‌تری نسبت به سایر متغیرها و در تبیین هویت جنسی افراد دانسته حدود ۳۰ درصد از واریانس مربوطه را تبیین کرده‌اند. متغیرهای گسترده‌ی شبکه‌ی ارتباطی، تحصیلات فرد و تحصیلات پدر تأثیری عمده در تبیین هویت گروهی افراد دانسته و حدود ۴۰ درصد از واریانس هویت گروهی را تبیین کرده‌اند و در نهایت متغیرهای تحصیلات مادر، تحصیلات پدر و تحصیلات فرد بیش‌ترین تأثیرات را در تبیین متغیر هویت ملی افراد داشته‌اند و حدود ۴۰ درصد از واریانس مربوطه را تبیین کرده‌اند و با توجه به این، متغیرهای مستقل، میزان قابل توجهی از واریانس متغیر وابسته را تعیین می‌کنند.

غضنفری (۱۳۸۵) در پژوهشی با نام "بررسی مقایسه‌ای بهزیستی دانشجویان دختر و پسر بر حسب ارزیابی از هویت اجتماعی و هویت فردی" با نمونه‌های آماری شامل ۸۵ دانشجوی دختر و ۶۲ دانشجوی پسر در نتایج پژوهش خود نشان داد که تفاوت معنی‌داری در میانگین احترام به خود جمعی بین دختران و پسران وجود دارد ($t = 2/44$, $p < 0/005$). 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.

پژوهش‌های خارجی

جانسون^۱ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ی خود با عنوان "زن و اینترنت: یک مطالعه خرد در چینی هند" تعداد زنان آنلاین را در هند نزدیک به ۱۲ هزار نفر برآورد کرده است (آمار استفاده از تلفن همراه و اینترنت در هند در سال ۲۰۰۷) که این روند سیر صعودی بسیار تندی را نیز دارا بوده و هر روزه بر کاربران آنلاین اضافه می‌شود، اما در صورت کلی این رقم فقط ۲۳ درصد از کل کاربران هند را تشکیل می‌دهد. اینترنت بیش‌تر به وسیله‌ی مردان و کودکان استفاده می‌شود و تنها ۸ درصد از زنان خانه‌دار از اینترنت استفاده می‌کنند که دلایل زیادی از جمله بی‌سوادی، نبود دسترسی، فقر و ... از آن جمله‌اند. روی هم رفته، نتایج این پیمایش نشان می‌دهد که مردان بیش‌تر از زنان از اینترنت به دلایلی که ذکر شد استفاده می‌کنند. زنان اغلب به وسیله‌ی نقش‌ها، باورها و اضطراب‌شان که ریشه در سنت‌ها دارد (افزون بر دلایل اقتصادی و بی‌سوادی) در حاشیه قرار می‌گیرند.

اروین و انگلیش^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه‌شان "اجتماع در فضای مجازی: جنسیت، یادگیری جنبش اجتماعی و اینترنت" تحلیل‌های منظمی از ۱۰۰ وب سایت متعلق به سازمان‌های فمینیستی در کانادا را ارائه کردند. وب سایت‌ها از نظر محتوا، محبوبیت و قدرت دوام مورد تحلیل قرار گرفتند تا چگونگی نقش این وب سایت‌ها در آموزش زنان برای جنبش‌های اجتماعی را مورد بازکاوی قرار دهند. نقش ICTها در یادگیری زنان بسیار موثر بوده است و زنان از این راه بر موانع تشریح اطلاعات غلبه می‌کردند. البته، برای زنان موانعی نیز در دسترسی و یادگیری رسمی از اینترنت وجود داشت.

شین و کیم^۳ (۲۰۱۰) در مطالعه‌شان "بررسی هویت و رفتار شهروندی سازمانی در ارتباطات رایانه محور" بر این باورند که ارتباطات مجازی رایانه محور، افراد را قادر می‌سازند تا از همدیگر آموخته و دانش جمعی و گروهی ویژه‌ای را بدست آورند. در این مطالعه، پژوهشگران در پی آن بوده‌اند که نقش هویت و رفتار شهروندی سازمانی را در ارتباطات مجازی رایانه محور بررسی کنند. نتایج حاکی از آن است که خودنمایی و رفتار شهروندی سازمانی تعیین‌کننده‌هایی مهم درباره‌ی خروجی‌های اجتماع بودند. از جانب دیگر، خودنمایی می‌تواند نقشی کلیدی در هویت اجتماعات آنلاین داشته باشد.

¹ - Johnson

² - Irving & English

³ - Shin & Kim

هلسپر^۱ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ی خود با عنوان "استفاده‌ی اینترنتی جنسیتی در طول نسل‌ها و مراحل زندگی" بر این باور است که نابرابری استفاده از اینترنت در میان جوانان کم‌تر از دیگر گروه‌های سنی است. یافته‌ها از ۱۵۷۸ جوان بریتانیایی، حاکی از آن است که نسل‌ها سطوح استفاده از اینترنت را مشخص می‌کنند و مراحل زندگی تفاوت‌های جنسیتی در استفاده از اینترنت را نشان می‌دهند.

سیارا^۲ (۲۰۰۷) در پژوهش خود با عنوان "لهستانی‌های مهاجرت کرده به انگلیس، فضای مجازی و هویت" بر فضاهای اجتماعی مجازی نوین از قبیل گروه‌های اینترنتی موجود که لهستانی‌ها برای واکنش‌های اجتماعی از این وسیله استفاده می‌کنند، متمرکز می‌شود. لهستانی‌ها کسانی هستند که به تازگی به انگلیس مهاجرت کرده‌اند. این گروه فضای اجتماعی نوینی را بوجود آورده است که مباحثه‌ها و گفتگوهای جدیدی را امکان‌پذیر ساخته است. این مباحثه شامل گفتگو در مورد جوانب متنوع و متعدد هویت است؛ از قبیل: نژاد، جنسیت و ابعاد اجتماعی هویت. ابعاد جدید هویت در زندگی اجتماعی لهستانی‌ها در انگلیس دخالت دارند که مورد بحث و گفتگوی بسیاری از محافل شده است و از سوی دیگر، لهستانی‌ها در مباحثه‌های عقلانی شرکت جسته و در پی یافتن هویت خود و دیگران هستند.

گورین و تاونزند^۳ (۱۹۸۶) در پژوهش خود با عنوان "دارا بودن آگاهی جنسی" در مورد هویت جنسی زنان و تشخیص هویت گروهی و آگاهی‌های گروهی، ۱۶ مقوله تهیه کردند که از هر کدام از زنان می‌پرسیدند که با کدام یک از این مقوله‌ها (گروهها) احساس همبستگی می‌کنند و این که با کدام دسته از مردم با ایده‌ها و علایق‌شان موافقت می‌کنند. مطالعه‌ی یاد شده نشان داد که زنان چگونه درگیر ساز و کارهای هویت بخش اجتماعی، مقوله‌بندی خود و دیگران و هم‌چنین، هویت‌دهی به خود می‌شوند.

مبانی نظری پژوهش

دیدگاه کارکردگرایی

کارکردگرایان هویت را این‌گونه تعریف می‌کنند: هویت عبارت است از آن چه که باعث تشخیص افراد و گروهها از یکدیگر می‌شود. به این معنی که افراد به وسیله‌ی یک سری مشخصات ثابت خود را معرفی کرده و آن را وجه تمایز خود از دیگران می‌دانند. پیروان مکتب کارکردگرایی بر این باورند

^۱ - Helsper

^۲ - Siara

^۳ -Gurin and Townsend

که افراد برای اثبات برتری گروه خود به مقایسه‌ی گروه خود با گروه بیگانه می‌پردازند. یکی از نظریه‌پردازان هویت اجتماعی تاجفل است. نظریه‌ی او در ابتدا برای تبیین تبعیض بین گروهی در پارادایم گروه حداقلی مطرح شد. در این پارادایم تاجفل و همکارانش دریافتند که صرف آگاهی بودن در یک گروه در مقابل گروه دیگر، برای به راه افتادن فرآیندهای رقابت و تبعیض بین گروهی کافی است. تاجفل و ترنر این بحث را پیش کشیدند که دسته‌بندی اجتماعی افراد در این پارادایم حداقلی برای آنان هویت اجتماعی ایجاد می‌کند. به بیان دیگر، افراد، عضویت در دسته‌ی اجتماعی مشخصی را به عنوان تعریف خود در رابطه با آن موقعیت می‌پذیرند. از این رو، هویت اجتماعی به عنوان جنبه‌ای از خود‌انگاره‌ی شخص که بر عضویت‌های گروهی مبتنی است، مفهوم‌سازی شد. به این معنا که هویت اجتماعی، تعریف شخص از خود است بر اساس برخی از عضویت‌های گروهی اجتماعی که با ملاحظات ارزشی و احساسی مربوط همراه است.

ابعاد هویت اجتماعی

بنابر تعریف تاجفل، سه بعد را برای هویت اجتماعی می‌توان در نظر گرفت: آگاهی، علاقه و آمادگی برای عمل و چنان که مشخص است، این سه بعد روی هم نگرش شخص را تشکیل می‌دهند، ولی نگرش درباره‌ی عضویت در گروه را می‌توان به دیگر سخن در هویت اجتماعی سه بعد سراغ گرفت: نخستین بعد هویت اجتماعی فراهم‌آورنده‌ی آگاهی بر حدودی از اشتراک در باورها و ویژگی‌های مشترک است تا خود را در «ما» بازشناسیم. هویت‌یابی با این «ما» است که امکان می‌دهد هویت خاص روانی و جمعی خود را تا حدی دریابیم (روشه، ۱۳۷۰). این مجموعه روی هم، هم‌فکری (نمادها و داده‌های مشترک)، هم‌بختی (نفع و اقبال مشترک) و هم‌پیشینی (پیشینه‌ی مشترک) را به هر گروه اجتماعی اعطا می‌کند که برای حفظ «ما» ضرورت دارد (چلبی، ۱۳۷۵)

دومین بعد هویت اجتماعی، گرایش مثبت، علاقه و جذب به درون گروه است که به درستی آن را اساس هویت نیز دانسته‌اند (احمدلو، ۱۳۸۱). به دیگر سخن، همدلی یا احساس تعلق مشترک خمیرمایه‌ی اصلی «ما» و فقدان حداقلی از آن به معنی اضمحلال "ما" به من‌ها بشمار می‌رود (چلبی، ۱۳۷۵). منظور از وجه ارزشی و احساسی هویت در تعریف تاجفل نیز همین علاقه و جذب به درون گروه است که با نوعی احساس تعهد (ابطله‌ای) همراه است و سومین بعد هویت اجتماعی را شکل می‌دهد.

چنان که اشاره شد، سومین بعد هویت اجتماعی آمادگی برای عمل در یک زمینه‌ی رقابتی (اگر نه خصمانه) بین گروهی (طبیعتاً به نفع گروه) است و این مهم افزون بر احساس تعلق، نیازمند

احساس تعهد است زیرا تعهد، نوعی احساس وظیفه به دیگران (بویژه دیگران مهم) و وفاداری به ارزش‌ها، اهداف، انتظارات و ظرفیت‌های آنان (حبیبی ۱۳۷۶) است و چنان که اشاره شد، منشأ این تعهد (تعهد رابطه‌ای)، چیزی نیست مگر علاقه، وابستگی و دلبستگی عاطفی (حبیبی، ۱۳۷۶؛ چلبی ۱۳۷۵). در واقع، همین وابستگی عاطفی و روابط گرم است که پایه‌ی اجتماع و هرگونه تعهد و احساس مسئولیت اجتماعی بشمار می‌رود (حبیبی ۱۳۷۶ ص ۱۲۹). البته، همان‌گونه که شریف و سپس تاجفل تأکید دارند، باید در نظر داشت که هویت اجتماعی، ضرورتاً در بستری از درگیری‌های بین‌گروهی قرار گرفته است و هویت‌یابی با یک درون‌گروه تا حدودی به وسیله‌ی همین موقعیت بین‌گروهی مشخص می‌شود.

ریچارد جنکینز

در سال ۱۹۹۶ ریچارد جنکینز در اثر خود با عنوان هویت اجتماعی به تشریح هویت اجتماعی، رابطه‌ی آن با گروه و با شعور عامه، تئوری‌های هویت اجتماعی و مقوله‌بندی‌های 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 دارد که به واسطه‌ی آن‌ها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند. به بیان دیگر، 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).

هویت شخصی، هویت اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه‌ی هویت‌های بعدی است و هم‌چنین، به نظر وی جنسیت مهم‌ترین عاملی است که به تجربه‌ی فرد سامان می‌دهد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱). بنابراین، خویشتنی که مهم‌ترین وجه هویت فردی است، در برگرفته‌ی خود و تجربه‌های زندگی است و جنسیت از مؤلفه‌های مهم خویشتنی است. بسیاری از رده‌بندی‌ها و گروه‌بندی‌های نهادی بر اساس جنسیت صورت می‌گیرد. فرصت‌ها و تجربیات زندگی نیز از جنسیت تأثیر می‌گیرند (جنکینز، ۱۳۸۱).

جنکینز بر این باور است که افراد و بویژه زنان، نقش‌های اجتماعی متعددی را بر عهده دارند که تابع عضویت آن‌ها در نهادها و گروه‌های گوناگون است و هر کدام وجهی از هویت آن‌ها را می‌سازند، اما برخی از این نقش‌ها و هویت‌ها اعتبار و اهمیتی بیش‌تر برای آن‌ها دارد، هویت اجتماعی را با آن تعریف می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱).

جنکینز در سطح نهادی، نهادها و سازمان‌ها را عامل و تعیین‌کننده هویت می‌داند و بر این باور است که قدرت و سیاست مستتر در آن‌ها در رده‌بندی، گروه‌بندی و هویت‌سازی افراد نقشی مهم دارد.

تعیین هویت در چارچوب نهاد اجتماعی صورت می‌گیرد و نقش‌های اجتماعی، هویت‌های نهادی شده هستند، اما میزان هویت‌سازی و اثرگذاری بر رفتار مردم به توافق میان افراد، نهادها و سازمان‌ها بستگی دارد.

هویت‌ها در صورتی از نهادهای مسلط ناشی می‌شوند که کنش‌گران، این هویت‌های نهادی را درونی سازند (جنکینز، ۱۳۸۱). بنابراین، آگاهی رده‌بندی‌های نهادها، بویژه رده‌بندی مبتنی بر جنسیت که شالوده‌ی نقش‌ها و هویت‌های نهادی هستند، چه در خانواده، چه در نهادهای شغلی و آموزشی و چه در زمان و تعبیری که زنان از آن دارند، به موقعیت ساختاری زنان و منابع مادی و فرهنگی آن‌ها وابسته است.

دیدگاه ساختارگرایی

آنتونی گیدنز

آنتونی گیدنز از جمله جامعه‌شناسانی است که به ساختار اجتماعی در جریان کنش متقابل توجه می‌کند. کوشش وی در زمینه‌ی پیوند سطح خرد و کلان در جامعه می‌باشد (ریتزر، ۱۳۷۴). گیدنز بر این باور است که فعالیت‌های انسانی تنها به وسیله‌ی کنش‌گران اجتماعی پدید نمی‌آید بلکه عوامل اجتماعی نیز از راه فعالیت‌هایشان شرایطی را ایجاد می‌کنند که این فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد، بدین‌سان نقطه‌ی آغاز هستی شناختی گیدنز نه آگاهی (ساخت اجتماعی واقعیت) است و نه ساختار اجتماعی بلکه دیالکتیک میان فعالیت‌ها و شرایط است که در زمان و مکان رخ می‌دهند. کنش‌گران از نظر گیدنز توانایی عقلانیت را دارند، یعنی می‌توانند فراگردهای معمولی را ایجاد کنند که از راه آن‌ها بتوانند درکی همیشگی از دلایل کنش‌هایشان داشته باشند، هم‌چنین، کنش‌گران از انگیزش‌های کنش نیز برخوردارند و این انگیزش شامل نیازهایی است که شخص را به کنش وادار می‌دارد (ریتزر، ۱۳۷۴). گیدنز هم‌چنین، به پدیده‌ی هویت در جامعه‌ی جدید توجه کرده است او در کتاب تجدد و تشخیص هویت را تعریف کرده است. از نظر وی هویت عبارت است از خود شخص آن‌طوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. به نظر گیدنز، هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نمی‌باشد. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (گیدنز، ۱۳۷۸) گیدنز بین هویت شخصی و اجتماعی تفاوتی قایل نشده است و بر این باور است که هویت شخصی چون در جریان اجتماع ساخته می‌شود، خود نوعی هویت اجتماعی است. به دلیل پویایی جوامع امروزی و هم‌چنین به علت تکثیریابی زمینه‌های عمل و تنوع «مراجع»، انتخاب شیوه‌ی زندگی بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ۱۳۷۸).

بنظر گیدنز، یکی از تجارب بنیادی دوران اولیه که نقشی مهم در چگونگی تشکیل «خود» و «هویت شخصی» دارد، تجربه به اعتماد بنیادی است که ریشه در اعتماد و اطمینان به اشخاص دارد و معمولاً از نخستین تجربیات زندگی و دوران کودک حاصل می‌شود. هویت شخصی را نمی‌توان بر حسب ماندگاری‌اش در زمان مورد توجه قرار داد بلکه هویت بر خلاف خود به عنوان پدیده‌ای عام مستلزم آگاهی بازتابی است. هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به بیان دیگر، هویت یعنی تداوم فرد در زمان و هویت شخصی را می‌توان بازتاب‌تعبیری که شخص از این تداوم دارد، عنوان کرد (گیدنز، ۱۳۷۸).

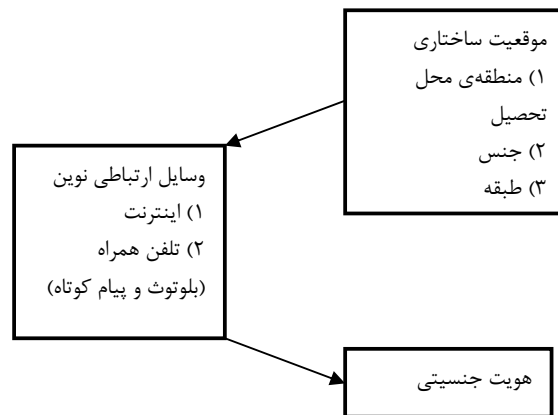
گیدنز اصطلاح دیگری را با عنوان «نظام هستی‌شناسی» مطرح می‌کند. بنظر وی یکی از نیروهای پراکنده و موتور حرکتی کنش، نیاز به رسیدن به امنیت هستی‌شناسی (یا حس اعتماد) است. چون انسان‌ها در روابط اجتماعی‌شان میل دارند تا از میزان اضطراب خود بکاهند، این فرآیند ناآگاهانه پیش از ساز و کار زبان‌آموزی و آگاهی قطعی بوجودمی‌آید و منشأ کنش است و به همین دلیل سیال و پویاست.

چار چوب نظری پژوهش

این پژوهش برگرفته از آرای ریچارد جنکینز و آنتونی گیدنز، دو اندیشمند و جامعه‌شناس معاصر است. این دو اندیشمند، با نظریه‌پردازی در مورد هویت شخصی و اجتماعی، تلاش کرده‌اند تا در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزنند و فرآیندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه‌ی افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند. بر اساس این رویکرد نظری، هویت اجتماعی مبتنی بر خویشستن، متغیر و واجد درجه‌ای از تأملی است. «خود» یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی مهم برای همه‌ی هویت‌های بعدی است و جنسیت در نحوه‌ی تشکیل «خود» نقشی تعیین‌کننده دارد زیرا به تجربه‌ی فرد سامان می‌بخشد و آن را در خویشستن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱). افزون بر این، زمینه‌های ساختاری و فرهنگی در شکل‌گیری و یا تعریف هویت‌های فردی و اجتماعی مؤثرند. در دوران معاصر، تحت‌تأثیر جریان‌های نوسازی و نوگرایی، از یک سو تأمل و بازاندیشی بیش‌تری در کنش‌های هویت‌های انسانی صورت می‌گیرد و از سوی دیگر نهادها و سازمان‌های مدرن و رده‌بندی مستتر در آن‌ها نقشی مؤثر در تحمیل هویت‌های بیرونی ایفا می‌کنند، اما افراد نیز در تعدیل این تأثیرات، مقاومت در برابر عوامل ساختاری و فرهنگی و در بازسازی هویت‌های فردی و اجتماعی نقشی فعالانه ایفا می‌کنند. بنابراین، از آن‌جا که هویت‌یابی جریانی تعاملی و دوسویه است، در تحلیل هویت، در کنار عوامل اجتماعی مؤثر در چگونگی تشکیل «خود» و هویت شخصی (تعریف از

خود)، باید هم رده‌بندی‌ها و گروه‌بندی‌های نهادی و تخصیص آمرانه‌ی هویت‌های افراد را مطالعه کرد و هم چگونگی تفسیر افراد و برخورد و مقابله‌ی آنان با این رده‌بندی‌ها را، بویژه مقاومت در برابر رده‌بندی‌های کلیشه‌ای که اغلب بر معیارهای انتسابی مانند جنسیت، سن، قومیت و طبقه‌ی اجتماعی است. رده‌بندی‌های اجتماعی و هویت‌سازی‌های نهادی همواره با مقاومت انسان‌ها مواجه بوده‌اند، اما همه‌ی مردم توان مقاومت در برابر رده‌بندی‌های تحمیلی را ندارند و میزان مقاومت آن‌ها و نیز قابلیت تأمل و بازاندیشی‌شان درباره‌ی «خود» شان به سرمایه و منابع مادی و فرهنگی‌شان وابسته است (جنکینز، ۱۳۸۱). از آنجا که موضوع این پژوهش هویت اجتماعی (جنسیتی و گروهی) نوجوانان و تأثیر رسانه‌های گروهی نوین در باز تعریف آن است، در کنار عوامل عامی که منجر به شکل‌گیری هویت‌های شخصی و اجتماعی نوجوانان می‌شود، عامل جنسیت که یکی از مبناهای اصلی رده‌بندی‌های اجتماعی است و در تولید و بازتولید هویت‌های فردی و اجتماعی زنان نقشی تعیین‌کننده دارد، مورد توجه و تأکید بیش‌تر قرار گرفته است. ساختار اجتماعی و فرهنگی همه‌ی جوامع انسانی به شدت متأثر از تفاوت‌های جنسیتی است که اغلب علمی یا طبیعی نمایانده می‌شوند، اما در واقع بر ساخته‌ی اجتماع‌اند و بویژه، متأثر از تصورات قالبی و ایدئولوژی جنسیتی هستند (جنکینز، ۱۳۸۱، ص ۲۷۴).

مدل پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بنظر می‌رسد که بین منطقه‌ی محل تحصیل و استفاده از اینترنت و تلفن همراه رابطه‌ی معنادار وجود دارد؟
- ۲- بنظر می‌رسد که بین جنسیت و کاربرد اینترنت و تلفن همراه رابطه‌ی معنادار وجود دارد؟
- ۳- بنظر می‌رسد که بین طبقه و کاربرد اینترنت و تلفن همراه رابطه‌ی معنادار وجود دارد؟
- ۴- بنظر می‌رسد که بین کاربرد اینترنت و تلفن همراه در میان دختران و هویت جنسیتی رابطه‌ی معنادار وجود دارد؟
- ۵- بنظر می‌رسد که بین کاربرد اینترنت و تلفن همراه در میان پسران و هویت جنسیتی رابطه‌ی معنادار وجود دارد؟

روش پژوهش

در این پژوهش، روش پیمایشی جهت گردآوری و تحلیل داده‌ها بکار گرفته شده است. در میان تمام روش‌های تجربی، پیمایش یکی از متداول‌ترین و شناخته‌ترین روش‌های تجربی در علوم انسانی است که به گونه‌ای گسترده مورد استفاده پژوهشگران قرار گرفته است و از آن به عنوان یک روش ویژه در تحلیل و گردآوری داده‌ها نام برده می‌شود (دواس ۱۳۷۶).

جامعه‌ی آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در این پژوهش، جوانان دختر و پسر (دانش‌آموزان دبیرستانی ساکن شهر شیراز) بودند که از اینترنت و تلفن همراه استفاده می‌کردند. هم‌چنین، در این پژوهش، روش نمونه‌گیری تصادفی مرحله‌ای بکار گرفته شده است.

حجم نمونه

حجم نمونه‌ی مقتضی به دو عامل کلیدی بستگی دارد: درجه‌ی دقت مورد نظر برای نمونه و میزان تغییر در جمعیت برحسب خصوصیات اصلی مورد مطالعه (دواس؛ ۱۳۷۶). برای جامعه‌ی آماری ۵۲۹۰۶ نفر دانش‌آموزان دختر و پسر نواحی چهارگانه‌ی شیراز با احتساب ۹۵ درصد اطمینان، پارامتر ۵۰ درصد و خطای ۵ درصد، حجم نمونه برابر با ۳۸۴ نفر شد که ۴۲۰ پرسشنامه بین مشارکت‌کنندگان توزیع گردید و از این میان، ۳۶۸ پرسش‌نامه به صورت کامل تکمیل و بکار گرفته شدند. نمونه‌گیری بر اساس جدول lin,non(2001) مورد محاسبه قرار گرفت.

روش‌های آماری تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده کدگذاری و کدها وارد رایانه گردید، سپس تجزیه و تحلیل داده‌ها با کاربرد نرم‌افزار SPSS صورت گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی^۱ و آمار استنباطی^۲ صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

بخش نخست: آمار توصیفی

در این بخش یافته‌های توصیفی در جداول زیر ارائه شده‌اند.

۱- مقطع تحصیلی

جدول ۱- فراوانی مقطع تحصیلی پاسخگویان

درصد	فراوانی		
۲۲	۸۱	نخست	مقطع تحصیلی
۳۹/۴	۱۴۵	دوم	
۳۸	۱۴۰	سوم	
۹۹/۵	۳۶۶	جمع	
۰/۵	۲	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۶۸	جمع کل	

جدول ۱ حاکی از آن است که ۲۲ درصد پاسخگویان سال نخست، ۳۹/۴ درصد سال دوم و ۳۸ درصد سال سوم مشغول به تحصیل می‌باشند که بیش‌ترین فراوانی پاسخگویان مربوط به سال دوم است.

^۱ - Descriptive Statistic

^۲ - Inferential Statistic

۲- رشته‌ی تحصیلی

جدول ۲- فراوانی رشته تحصیلی پاسخگویان

درصد	فراوانی		
۲۹/۶	۱۰۹	ریاضی	رشته تحصیلی
۳۲/۱	۱۱۸	تجربی	
۱۷/۴	۶۴	انسانی	
۳/۳	۱۲	فنی	
۱۷/۶	۶۵	بی‌پاسخ	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

جدول ۲ حاکی از آن است که ۲۹/۶ درصد پاسخگویان ریاضی، ۳۲/۱ درصد تجربی، ۱۷/۴ درصد انسانی و ۳/۳ درصد در رشته فنی و حرفه‌ای می‌باشند.

۲- طبقه‌ی اجتماعی

جدول ۳- فراوانی طبقه‌ی اجتماعی

درصد	فراوانی		
۱/۹	۷	بالای بالا	طبقه‌ی اجتماعی
۱۲/۲	۴۵	بالا	
۳۳/۴	۱۲۳	متوسط بالا	
۴۴/۶	۱۶۴	متوسط	
۵/۴	۲۰	متوسط پایین	
۱/۶	۶	متوسط	
۰/۸	۳	بی‌پاسخ	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

جدول ۳ حاکی از آن است که ۱/۹ درصد پاسخگویان از طبقه‌ی بالای بالا، ۱۲/۲ درصد بالا، ۳۳/۴ درصد متوسط بالا و ۴۴/۶ درصد متوسط، ۵/۴ درصد متوسط پایین و ۰/۸ درصد از طبقه‌ی پایین هستند. که بیشترین فراوانی طبقه متوسط دارد.

۴- منطقه‌ی محل تحصیل

جدول ۴- فراوانی منطقه‌ی محل تحصیل

درصد	فراوانی		
۲۰/۱	۷۴	ناحیه ۱	منطقه‌ی محل تحصیل
۲۹/۹	۱۱۰	ناحیه ۲	
۲۶/۴	۹۷	ناحیه ۳	
۲۳/۶	۸۷	ناحیه ۴	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

جدول ۴ حاکی از آن است که ۲۰/۱ درصد از پاسخگویان در ناحیه‌ی ۱، ۲۹/۹ درصد ناحیه‌ی ۲، ۲۶/۴ درصد ناحیه‌ی ۳ و ۲۳/۶ درصد در ناحیه‌ی ۴ مشغول به تحصیل هستند.

۵- کاربرد اینترنت

جدول ۵- فراوانی کاربرد اینترنت

درصد	فراوانی		
۶۸/۵	۲۵۲	بله	کاربرد اینترنت
۳۱	۱۱۴	خیر	
۹۹/۵	۳۶۶	جمع	
۰/۵	۲	بی پاسخ	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

همان گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، ۲۵۲ نفر از پاسخگویان از اینترنت استفاده می‌کنند و ۱۱۴ نفر از پاسخگویان از اینترنت استفاده نمی‌کنند.

۶- کاربرد تلفن همراه

جدول ۶- کاربرد تلفن همراه

درصد	فراوانی		
۸۶/۶	۳۲۶	بله	تلفن همراه
۱۱/۴	۴۲	خیر	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

جدول ۶ حاکی از آن است که ۳۲۶ نفر از پاسخگویان دارای تلفن همراه هستند و ۴۲ نفر تلفن همراه ندارند.

۷- کاربرد اینترنت در بین نوجوانان

جدول ۷- کاربرد اینترنت در بین نوجوانان

زیاد	کم		
۸۷	۲۸۱	ایمیل	کاربرد اینترنت
۵۴	۳۱۴	چت	
۷۵	۲۹۳	وبگردی	
۵۶	۳۱۲	وبلاگ نویسی	
۸۵	۲۸۳	جستجوی علمی	
۵۵	۳۱۳	جستجوی غیر علمی	
۴۴	۳۲۴	بازی	
۳۸	۳۳۰	اطلاعات فیلم	
۴۶	۳۲۲	سیاسی	
۴۴	۳۲۴	ورزشی	
۵۲	۳۱۶	آموزشی	
۲۴	۳۲۴	به روز کردن	
۳۶	۳۳۲	اخبار جوانان	
۵۶	۳۱۱	اخبار زنان	
۳۶	۳۳۲	اقتصادی	
۴۷	۳۲۰	علمی	
۷۱	۲۹۷	دانلود	

جدول ۷ حاکی از آن است که بیش‌ترین فراوانی را ایمیل، وبگردی، جستجوی علمی، دانلود و چت در بر می‌گیرد

۸- کاربرد بلوتوث

جدول ۸- کاربرد بلوتوث

درصد	فراوانی		
۸۱/۵	۳۰۰	بله	کاربرد بلوتوث
۱۸/۵	۶۸	خیر	
۱۰۰	۳۶۸		جمع کل

جدول ۸ حاکی از آن است که ۳۰۰ نفر از پاسخگویان از بلوتوث استفاده می‌کنند و ۶۸ نفر از بلوتوث استفاده نمی‌کنند.

۹- کاربرد بلوتوث

جدول ۹- کاربرد بلوتوث

زیاد	کم		
۶۷	۳۰۱	موسیقی خارجی (پاپ)	کاربرد بلوتوث
۴۸	۳۲۰	موسیقی خارجی (کلاسیک)	
۷۸	۲۹۰	موسیقی خارجی (رپ)	
۷۱	۲۹۷	موسیقی داخلی (پاپ)	
۵۷	۳۱۱	موسیقی داخلی (کلاسیک)	
۸۶	۲۸۱	موسیقی داخلی (رپ)	
۶۸	۳۰۰	دیدن ویدئو کلیپ های مختلف	
۶۸	۳۰۰	دیدن ویدئو کلیپ های مذهبی	
۹۴	۲۷۴	بلوتوث بازی	
۶۶	۳۰۲	دیدن کلیپ های خصوصی دیگران	
۶۵	۳۰۲	دانلود از اینترنت (فیلم، عکس، ...)	
۵۳	۳۱۵	فیلم های شخصی خودتان	
۵۸	۳۱۰	عکس های هنری	
۵۵	۳۱۳	عکس های مذهبی	
۵۳	۳۱۵	انیمیشن	
۱۶۴	۱۱۷	فیلم	

جدول ۹ حاکی از آن است که بیشترین فراوانی کاربرد بلوتوث را بلوتوث بازی، موسیقی داخلی رپ و موسیقی خارجی رپ در بر می‌گیرد.

۱۰- کاربرد پیام کوتاه

جدول ۱۰- کاربرد پیام کوتاه

زیاد	کم		
۱۹۲	۸۱	چوک	پیام کوتاه
۱۵۳	۱۲۲	عاشقانه	
۴۹	۳۱۹	حکیمانه	
۷۱	۲۹۷	کاری	
۴۹	۳۱۹	مذهبی	
۶۸	۳۰۰	مناسبتی	
۶۵	۳۰۳	احوال‌پرسی	

جدول ۱۰ حاکی از آن است که بیش‌ترین فراوانی پیام کوتاه را پیام‌های کاری، مناسبتی و احوال‌پرسی دربر می‌گیرد.

بخش دوم: آمار استنباطی

در این بخش برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش‌های آمار استنباطی استفاده شد. با توجه به این‌که برخی از فرضیه‌ها، پیش‌فرض استفاده از آزمون‌های پارامتریک (نرمال بودن، خطی بودن و همگون بودن) را دارا نبودند؛ لذا، آزمون‌های ناپارامتریک کروسکال والیس و مان ویتنی U بکار گرفته شد. هم‌چنین، برای فرضیه‌هایی که شروط یاد شده را دارا بودند، آزمون‌های پارامتریک مانند T-test و F-test بکار گرفته شد. آزمون ضریب همبستگی پیرسون نیز مورد استفاده قرار گرفت.

فرضیه‌ی ۱: بنظر می‌رسد که بین منطقه‌ی محل تحصیل و کاربرد اینترنت رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟

این فرضیه با استفاده از آزمون کروسکال والیس مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت می‌باشد.

جدول ۱۱- تفاوت میانگین کاربرد اینترنت بر اساس منطقه‌ی محل تحصیل

متغیر وابسته	متغیر مستقل (منطقه محل تحصیل)	فراوانی	میانگین	آزمون کروسکال والیس (k-w)	سطح معنی‌داری sig
	ناحیه‌ی ۱	۶۹	۲۱۵/۰۴		
کاربرد	ناحیه‌ی ۲	۱۰۵	۲۴۲/۹۷		
اینترنت	ناحیه‌ی ۳	۹۶	۱۱۱/۷۱	۱۰۲/۹۳۹	/۰۰۰
	ناحیه‌ی ۴	۸۶	۱۴۵/۰۲		
	جمع	۳۵۶			

همان‌گونه که در جدول ۱۱ ملاحظه شد، از بین پاسخگویان به گویه‌های استفاده از اینترنت ۶۹ نفر از ناحیه‌ی یک، ۱۰۵ نفر از ناحیه‌ی دو، ۹۶ نفر از ناحیه‌ی سه و ۸۶ نفر از ناحیه‌ی چهار بودند، همان‌گونه که ملاحظه شد، $\text{sig} = 0/000 < 0/05$ ، لذا تفاوت معنی‌دار بود؛ در نتیجه، فرض H_0 (وجود رابطه) تأیید و H_1 (عدم وجود رابطه) رد شد. پس بین کاربرد اینترنت و منطقه‌ی محل تحصیل پاسخگویان رابطه‌ای معنی‌داری وجود داشت.

فرضیه‌ی ۲: بنظر می‌رسد بین منطقه‌ی محل تحصیل و کاربرد تلفن همراه رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟

این فرضیه با کاربرد آزمون کروسکال والیس مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت است.

جدول ۱۲- تفاوت میانگین استفاده از تلفن همراه بر اساس منطقه‌ی محل تحصیل

متغیر وابسته	متغیر مستقل (منطقه‌ی محل تحصیل)	فراوانی	میانگین	آزمون کروسکال والیس (k-w)	سطح معنی‌داری sig
استفاده از تلفن همراه	ناحیه‌ی ۱	۶۵	۱۸۵/۵۶	۸/۶۰	/۰۳۵
	ناحیه‌ی ۲	۹۳	۱۷۳/۴۲		
	ناحیه‌ی ۳	۶۵	۱۴۵/۲۹		
	ناحیه‌ی ۴	۸۶	۱۷۹/۵۹		
	بی‌پاسخ	۵۹	-		
	جمع	۳۶۸			

همان‌گونه که در جدول ۱۲ ملاحظه شد، از بین پاسخگویان به گویه‌های استفاده از تلفن همراه ۶۵ نفر از ناحیه‌ی ۱، ۹۳ نفر از ناحیه‌ی ۲، ۶۵ نفر از ناحیه‌ی ۳ و ۸۶ نفر از ناحیه ۴ بودند، همان‌گونه که ملاحظه شد، $\text{sig} = ۰/۰۳۵ < ۰/۰۵$ ، لذا تفاوت معنی‌دار بود. در نتیجه، فرض H_0 (وجود رابطه) تأیید و H_1 (عدم وجود رابطه) رد شد پس بین کاربرد تلفن همراه و منطقه‌ی محل تحصیل پاسخگویان رابطه‌ای معنی‌دار وجود داشت.

فرضیه‌ی ۳: بنظر می‌رسد که بین جنسیت و کاربرد اینترنت رابطه‌ای معنا دار وجود دارد؟ این فرضیه با کاربرد آزمون T-Test مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت می‌باشد.

جدول ۱۳- تفاوت میانگین کاربرد اینترنت بر اساس جنسیت

متغیر مستقل (جنس)	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	Leven test	درجه‌ی آزادی	مقدار t	سطح معنی‌داری
دختران	۱۸۴	۱۲/۶۶	۱۴/۵۸۰	۱/۰۳۸				
پسران	۱۷۱	۶۱/۱۶	۶۱/۶۹۳	۱/۲۵۴	۰/۹۰۰	۳۵۳	-۲/۴۴۴	۰/۰۱

همان‌گونه که در جدول ۱۳ ملاحظه شد $\text{sig} = ۰/۰۱ < ۰/۰۵$ ، لذا تفاوت معنی‌دار بود. در نتیجه، بین دختران و پسران و استفاده از اینترنت تفاوتی معنی‌دار وجود داشت.

فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی زن و جامعه، سال اول، شماره‌ی چهارم، زمستان ۱۳۸۹ ۵۳

فرضیه‌ی ۴: بنظر می‌رسد بین جنسیت و کاربرد تلفن همراه رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟
این فرضیه با کاربرد آزمون مان ویتنی u مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت است.

جدول ۱۴- تفاوت میانگین کاربرد تلفن همراه بر اساس جنس

متغیر وابسته	متغیر مستقل (جنس)	فراوانی	میانگین	آزمون مان ویتنی u	سطح معنی - داری sig
استفاده	دختر	۱۷۵	۱۷۱/۹۳		
از تلفن همراه	پسر	۱۶۲	۱۶۵/۸۳	۱۳۶۶۲	۰/۵۶۶
	جمع کل	۳۳۷			

جدول ۱۴: از بین پاسخگویان به گویه‌های اوقات فراغت ۱۷۵ نفر دختر و ۱۶۲ نفر پسر بودند، همان‌گونه که ملاحظه شد، $\text{sig} = 0/566 > 0/05$ ، لذا تفاوت معنی‌دار نبود. در نتیجه، فرض H_0 (وجود رابطه) رد و H_1 (عدم وجود رابطه) تأیید شد. پس بین جنس و کاربرد تلفن همراه تفاوتی معنی‌دار وجود نداشت.

فرضیه‌ی ۵: بنظر می‌رسد بین طبقه و استفاده از اینترنت رابطه‌ای معنا دار وجود دارد؟
این فرضیه با کاربرد آزمون کروسکال والیس مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت است.

جدول ۱۵- تفاوت میانگین کاربرد اینترنت بر اساس طبقه

متغیر وابسته	متغیر مستقل (طبقه)	فراوانی	میانگین	آزمون کروسکال والیس (k-w)	سطح معنی داری sig
کاربرد اینترنت	بالای بالا	۷	۲۶۳/۱۴		
	بالا	۴۳	۲۱۰/۵۰		
	متوسط بالا	۱۱۹	۱۹۰/۷۶		
	متوسط	۱۵۸	۱۶۶/۳۵	۲۹/۷۴۲	۰/۰۰۰
	متوسط پایین	۲۰	۹۲/۶۰		
	پایین	۶	۱۲۵/۲۵		
	بی‌پاسخ	۱۵			
	جمع	۳۶۸			

جدول ۱۵: از بین پاسخگویان به گویه‌های کاربرد اینترنت ۷ نفر از طبقه‌ی بالا، ۴۳ نفر از طبقه‌ی بالای بالا، ۱۱۹ نفر از طبقه‌ی متوسط بالا، ۱۵۸ نفر از طبقه‌ی متوسط، ۲۰ نفر از طبقه‌ی متوسط پایین و ۶ نفر از طبقه‌ی پایین بودند. همان‌گونه که ملاحظه شد $\text{sig} = 0/000 < 0/05$ ، لذا تفاوت معنی‌دار بود. در نتیجه، فرض H_0 (وجود رابطه) تأیید و H_1 (عدم وجود رابطه) رد شد. پس بین طبقه و کاربرد اینترنت رابطه‌ای معنی‌دار وجود داشت.

فرضیه‌ی ۶: بنظر می‌رسد بین طبقه و کاربرد تلفن همراه رابطه‌ای معنا دار وجود دارد؟ این فرضیه با کاربرد آزمون F-Test مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت است.

جدول ۱۶- تفاوت میانگین استفاده از تلفن همراه بر اساس طبقه

متغیر مستقل (طبقه اجتماعی)	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری sig
بالای بالا	۶	۷۲/۵۰	۳۶/۳۴۷	۱۴/۸۳۹		
بالا	۴۳	۴۳/۷۷	۲۹/۵۹۶	۴/۵۱۳		
متوسط بالا	۱۰۹	۴۳/۹۰	۲۵/۰۰۵	۲/۳۹۵		
متوسط	۱۵۳	۳۷/۹۱	۲۶/۴۷۱	۲/۱۴۰	۳/۲۰۲	۰/۰۰۸
متوسط پایین	۱۹	۳۱/۴۷	۳۲/۲۳۶	۷/۳۹۵		
پایین	۵	۲۴/۲۰	۳۷/۰۷۰	۱۶/۵۷۸		
جمع	۳۳۵	۴۰/۶۶	۲۷/۵۴۳	۱/۵۰۵		

جدول ۱۶: همان‌گونه که ملاحظه شد، $\text{sig} = 0/008 > 0/05$ ، لذا تفاوت معنی‌دار بود. در نتیجه بین طبقه و کاربرد تلفن همراه رابطه‌ای معنی‌دار وجود داشت.

فرضیه‌ی ۷: بنظر می‌رسد بین استفاده از اینترنت در میان دختران و هویت جنسیتی رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟ این فرضیه با کاربرد آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست آمده به این صورت است.

جدول ۱۷- همبستگی بین کاربرد اینترنت در میان دختران و هویت جنسیتی

متغیر	فراوانی	ضریب همبستگی پیرسون R	سطح معنی داری p
اینترنت (در میان دختران)	۱۸۴	۰/۰۰۳	۰/۹۷۰
هویت جنسیتی	۱۷۳		

جدول ۱۷: از بین پاسخگویان ۱۸۴ نفر از دختران به گویه‌های کاربرد اینترنت و ۱۷۳ نفر از دختران به گویه‌های هویت جنسیتی پاسخ دادند. همان‌گونه که مشاهده شد، $p=۰/۹۷۰ > ۰/۰۵$ لذا، رابطه‌ای معنی‌دار بین کاربرد اینترنت در میان دختران و هویت جنسیتی وجود نداشت.

فرضیه‌ی ۸: بنظر می‌رسد بین کاربرد اینترنت در میان پسران و هویت جنسیتی رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟
این فرضیه با کاربرد آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست‌آمده به این صورت است.

جدول ۱۸- همبستگی بین کاربرد اینترنت در میان پسران و هویت جنسیتی

متغیر	فراوانی	ضریب همبستگی پیرسون R	سطح معنی داری p
اینترنت (در میان پسران)	۱۷۲	۰/۲۴۳	۰/۰۰۴
هویت جنسیتی	۱۴۷		

جدول ۱۸: از بین پاسخگویان ۱۷۲ نفر در میان پسران به گویه‌های کاربرد اینترنت و ۱۴۷ نفر در میان پسران به گویه‌های هویت جنسیتی پاسخ دادند. همان‌گونه که مشاهده شد، $p=۰/۰۰۴ < ۰/۰۵$ لذا، رابطه‌ای معنی‌دار بین کاربرد اینترنت در میان پسران و هویت جنسیتی وجود داشت که این رابطه در جهت مثبت بود و با افزایش کاربرد اینترنت هویت جنسیتی مشخص‌تر و بیش‌تر می‌شود.

فرضیه‌ی ۹: بنظر می‌رسد بین کاربرد تلفن همراه در میان دختران و هویت جنسیتی رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟
این فرضیه با کاربرد آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست‌آمده به این صورت است.

جدول ۱۹- همبستگی بین کاربرد تلفن همراه در میان دختران و هویت جنسیتی

متغیر	فراوانی	ضریب همبستگی پیرسون R	سطح معنی داری p
تلفن همراه (در میان دختران)	۱۷۵	-۰/۱۵۶	۰/۰۵۰
هویت جنسیتی	۱۷۳		

جدول ۱۹: از بین پاسخگویان ۱۷۵ نفر در میان دختران به گویه‌های کاربرد تلفن همراه و ۱۷۳ نفر در میان دختران به گویه‌های هویت جنسیتی پاسخ داده‌اند، همان‌گونه که مشاهده می‌شود، $p=۰/۰۵۰=۰/۰۵$ لذا، رابطه‌ای معنی‌دار بین کاربرد تلفن همراه در میان دختران و هویت جنسیتی وجود دارد.

فرضیه ۱۰: بنظر می‌رسد که بین کاربرد تلفن همراه در میان پسران و هویت جنسیتی رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟
این فرضیه با کاربرد آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج بدست‌آمده به این صورت است.

جدول ۲۰- همبستگی بین کاربرد تلفن همراه در میان پسران و هویت جنسیتی

متغیر	فراوانی	ضریب همبستگی پیرسون R	سطح معنی داری p
تلفن همراه (در میان پسران)	۱۶۳	۰/۱۰۲	۰/۲۴۱
هویت جنسیتی	۱۴۷		

جدول ۲۰: از بین پاسخگویان ۱۶۳ نفر در میان پسران به گویه‌های کاربرد تلفن همراه و ۱۴۷ نفر در میان پسران به گویه‌های هویت جنسیتی پاسخ داده‌اند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، $p=۰/۲۴۱ > ۰/۰۵$ لذا، رابطه‌ای معنی‌دار بین کاربرد تلفن همراه در میان پسران و هویت جنسیتی وجود ندارد.

تحلیل رگرسیون

بنظر می‌رسد بین کاربرد اینترنت در میان پسران و هویت جنسیتی رابطه‌ای معنادار وجود دارد؟

در این بخش با کاربرد روش آماری رگرسیون ساده تأثیر متغیر پیش‌بین اینترنت در میان پسران بر متغیر ملاک (هویت جنسیتی) مورد ارزیابی قرار گرفته است. جدول ۵-۲۱ نتایج تحلیل رگرسیون را مورد مطالعه قرار داده و نشان می‌دهد. ضریب رگرسیون Beta، ۰/۰۸۵ می‌باشد که جهت آن مثبت است، یعنی هر چقدر اندازه‌ی کاربرد اینترنت در میان پسران بیش‌تر باشد، هویت جنسیتی دانش‌آموزان مشخص‌تر خواهد بود و همچنین، R^2 (ضریب تعیین) ۰/۰۰۷ می‌باشد که نشان می‌دهد میزان کاربرد اینترنت در میان پسران به اندازه‌ی ۰/۰۷ هویت جنسیتی پسران را تعیین می‌کند.

$$y = a + B_1(x_1)$$

$$y = 36/245 + (0/085)(x_1)$$

جدول ۲۱- نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره، متغیرهای اساسی موثر بر هویت جنسیتی

پسران					
متغیر پیش بین	R	R^2	Beta	مقدار F	سطح معنی داری
اینترنت در میان پسران	۰/۰۸۵	۰/۰۰۷	۰/۰۸۵	۲/۲۸۵	۰/۰۰۰

۳۶/۲۴۵=عدد ثابت

نتیجه‌گیری

این پژوهش بمنظور بررسی تاثیر استفاده از اینترنت و تلفن همراه (بلوتوث و پیام کوتاه) بر هویت جنسیتی نوجوانان دختر و پسر مقطع متوسطه‌ی شهرستان شیراز صورت گرفته است. با توجه به داده‌های بدست آمده از میان پاسخگویان که ۱۹۰ نفر دختر و ۱۷۸ نفر پسر بوده‌اند، بیش‌ترین تعداد کاربران اینترنت در رده‌ی سنی ۱۶ سال قرار دارند که این گروه به تنهایی ۳۹/۱ درصد کاربران را شامل می‌شوند. بیش‌تر کاربران ناحیه‌ی دو از اینترنت استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، بیش‌ترین استفاده‌ی آن‌ها شامل دانلود و جستجوی غیر علمی می‌باشد. در زمینه‌ی تحصیلات، بیش‌تر پاسخگویان در مقطع دوم دبیرستان و رشته‌ی تجربی هستند که شامل ۳۲/۱ درصد آن‌ها می‌شوند. بیش‌تر آن‌ها از طبقه‌ی متوسط هستند که شامل ۴۴/۶ درصد می‌باشند. همچنان که این پژوهش نشان داده است، افزایش تحصیلات کاربران بر میزان آشنایی کاربران به کاربردهای گوناگون اینترنت افزوده است. لذا، در این پژوهش سعی گردیده است تا در این زمینه و نوع کاربردهای سرگرمی کاربران داده‌های اطمینان بخشی گردآوری شود. داده‌های

بدست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که در این زمینه، مهم‌ترین استفاده‌های نوجوانان شیرازی از اینترنت به ترتیب عبارتند از: گوش دادن به موسیقی، استفاده از چت به عنوان سرگرمی، دیدن عکس‌ها و تصاویر جالب، خواندن مطالب جالب و سرگرم‌کننده، وقت گذراندن و پرسه در سایت‌های گوناگون و تماشای فیلم‌های کوتاه و بازی می‌باشد.

با توجه به داده‌های بدست آمده از این پژوهش، میانگین میزان استفاده‌ی کاربران از اینترنت در روز، ۱۴ ساعت و ۶ دقیقه است که بیش‌تر آن صرف استفاده از ایمیل، جستجوی علمی، دانلود و چت کردن می‌گردد که این نشان‌دهنده‌ی کاربرد گسترده‌ی کاربران از اینترنت است و لزوم برنامه‌ریزی برای مدیریت این فرایند را آشکار می‌سازد. کاربرد گسترده از چت و شایع بودن آن در میان جوانان، می‌تواند دلیل قاطعی بر این باشد که میزان استفاده در ارتباط با متغیرهای گوناگون پژوهش معنی دار نباشد. جالب و شاید بسیار عجیب است که بدانیم با آن که نسبت کاربران ایرانی به کل کاربران اینترنت کسری از یک درصد است، اما تقریباً همیشه پرجمعیت‌ترین اتاق‌های گپ در Yahoo Messenger متعلق به ایرانی‌هاست و در میان گروه‌های گوناگون سنی، تحصیلی و جنسی کاربرد گسترده دارد.

با توجه به نقش مهمی که امروز شبکه‌های مهم ارتباطی و اطلاعاتی نظیر اینترنت در امر دستیابی به داده‌های روزآمد دارند، بنظر می‌رسد روز به روز بر کاربرد گسترده‌تر از این رسانه افزوده شود. گسترده بودن داده‌های در دسترس، به روز بودن اخبار و رویدادها و دستیابی سریع به انبوهی از داده‌ها و اخبار باعث شده است تا این فناوری ارتباطاتی - اطلاعاتی بیش از پیش مورد استقبال و کاربرد مردم قرار گیرد. هم‌چنین، در مورد کاربرد بلوتوث و تلفن همراه نیز بلوتوث بازی و ارسال موسیقی رپ داخلی و خارجی بیش‌ترین کاربرد را دارا هستند که این امر به گونه‌ای گسترده در بین نوجوانان شایع است و وقت زیادی را به این صورت صرف می‌کنند.

همان گونه که نتیجه‌ی بررسی فرضیه‌ها نشان می‌دهد، بین منطقه‌ی محل تحصیل، طبقه، جنس و کاربرد تلفن همراه رابطه‌ای معنی دار وجود دارد. دانش‌آموزان ناحیه‌ی ۲ و نوجوانان طبقه‌ی متوسط از اینترنت و تلفن همراه استفاده بیش‌تری می‌کنند و دختران به نسبت پسران از اینترنت استفاده بیش‌تری می‌کنند. استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی پسران تأثیری افزایشی گذاشته است و با افزایش کاربرد اینترنت تعریف و بازتعریف هویت جنسیتی پسران مشخص‌تر می‌شود.

پژوهش ربانی و شیری (۱۳۸۸) بر نقش متغیرهای ساختی و جنسیت همگام با این پژوهش تاکید می‌کند. حسین‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) نیز بر متغیرهای پایگاه اقتصادی-اجتماعی و تحصیلات والدین همانند این پژوهش تاکید دارند. ادیب و همکاران (۱۳۸۷) نیز همبستگی بالایی

میان کاربرد وسایل ارتباطی و اطلاعاتی و ابعاد هویت پیدا کرده‌اند، همچنان که پژوهش اخیر نیز این رابطه را نشان می‌دهد. همچنین، این پژوهش تفاوت معنی‌داری از متغیرهای جامعه‌پذیری در میان دختران و پسران را همانند پژوهش غضنفری (۱۳۸۵) نشان می‌دهد.

از سوی دیگر، این پژوهش برخلاف بیش‌تر پژوهش‌های خارجی، میزان استفاده کنندگان دختر از اینترنت در ایران بیش‌تر از پسران بوده است که با پژوهش‌های جانسون (۲۰۱۰)، ف هلسپیر (۲۰۱۰) و شین (۲۰۱۰) مغایرت دارد که دلیل آن را می‌توان به سطح بالای سواد بویژه در میان دختران اشاره کرد، اما از سوی دیگر، همسو با پژوهش‌های اروین و انگلیش (۲۰۱۰) و سیارا (۲۰۰۷) پسران بیش‌تر از دختران تحت تاثیر اینترنت و فناوری‌های ارتباطی قرار می‌گیرند.

منابع

- ۱- احمدلو، ح. ۱۳۸۱. بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز". پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ۲- ادیبی، م. یزدخواستی، ب، فرهمند، ب. ۱۳۸۷. جهانی شدن فرهنگ با تاکید بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳۵، ص ۹۹.
- ۳- ایمان، م، ت، کیدقان، ط. ۱۳۸۲. بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان (مطالعه موردی شهر شیراز). پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، شیراز: دانشکده تحصیلات تکمیلی، دانشگاه شیراز.
- ۴- جنکینز، ر. ۱۳۸۱. هویت اجتماعی. ترجمه: تورج یاراحمدی، تهران، نشر شیرازه، چاپ اول.
- ۵- چلبی، م. ۱۳۷۵. جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- ۶- حبی، ا، فتحی آذر، ا، محمد، ب. ۱۳۸۹. جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز). فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی، سال سوم، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۰۱.
- ۷- حبیبی، م. ۱۳۷۶. بررسی اخلاق کار در ایران. جلد اول، موسسه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ۸- حسین‌زاده، ع، فرهنگ، ا، نیازی، ا. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز. فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۳۵، ص ۱
- ۹- دواس، د، ا. ۱۳۷۶. پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایبی. تهران: نشر نی.
- ۱۰- دوران، ب. ۱۳۸۷. هویت اجتماعی: رویکردها و نظریه‌ها، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۱۱- ربانی، ر، شیری، ح. ۱۳۸۸. اوقات فراغت و هویت اجتماعی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال ۲، شماره ۸، صص ۲۴۲-۲۰۹.
- ۱۲- ریشه، گ. ۱۳۷۰. کنش اجتماعی. ترجمه هما زنجانی زاده، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- ۱۳- ریتزر، ج. ۱۳۷۴. نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه‌ی: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.

- ۱۴- غضنفری، ف. ۱۳۸۵. بررسی مقایسه‌ای بهزیستی دانشجویان دختر و پسر بر حسب ارزیابی از هویت اجتماعی و هویت فردی. فصل‌نامه اصول بهداشت روانی، سال ۸، شماره ۳۱ و ۳۲.
- ۱۵- کاستلز، مانوئل. ۱۳۸۰. عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. جلد اول: ظهور جامعه شبکه‌ای، علی‌پایا (ویراستار ارشد)، احد علیقلیان، افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
- ۱۶- گیدنز، آ. ۱۳۷۸. تجدد و تشخیص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید). ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

- 17- Gurin, P. and Townsend, A. 1986 . properties of gender consciousness. British Journal of social psychology. London.
- 18- Helsper, E. J. 2010. Gendered Internet Use Across Generations and Life Stages. Communication Research. Vol: 37. No:3. PP: 352-374.
- 19- Irving, C. J. and English, L. M. 2010. Community in Cyberspace: Gender, Social Movement Learning, and the internet. Adult Education Quarterly. Vol:2, No:1. PP:1-17
- 20- Johnson, V. 2010. Women and the Internet: A Micro Study in Chennai, India. Indian Journal of Gender Studies. Vol:17. No: 1, PP: 151-163
- 21- lin, n. 2001 . Foundation of Social Research, New York: Mgraw Hill
- 22- Shin, H. K. and Kim, K. K. 2010. Examining identity and organizational citizenship behaviour in computer-mediated communication. Journal of Information Science . Vol. 36, No. 1 . PP: 114-126.
- 23- Siara, B. 2007. Uk Poles. Cyber Space and Identity issues at The British Sociological Association Annual Conference University of East London, Saturday 14th April 2007.