

بررسی مقایسه‌ای میزان استفاده از رسانه‌های نوین (اینترنت) و تأثیر آن بر میزان همبستگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی زنجان

دکترعالیه شکرپیگی^۱

فاطمه ملایی^۲

(تاریخ دریافت ۱۳۸۸/۶/۸، تاریخ پذیرش ۱۳۸۸/۸/۱۸)

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی مقایسه‌ای میزان استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر همبستگی اجتماعی " دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی زنجان صورت گرفته است .

در این تحقیق، برای جمع‌آوری اطلاعات تکنیک پرسشنامه به کار گرفته شد و برای توصیف داده‌ها از آزمون‌های آماری چند متغیره استفاده شده است. همچنین، جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی زنجان‌اند که بر اساس آمار در مجموع، ۲۱۰۰۰ نفرند. از این تعداد ۱۳۰۰۰ نفر دانشجوی دانشگاه آزاد و ۸۰۰۰ نفر دانشجوی دانشگاه دولتی زنجان هستند.

حجم نمونه مناسب برای این تعداد جامعه آماری، با توجه به فرمول حجم نمونه کوکران، ۳۷۷ نفر است. واحد آماری این پژوهش، دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی می‌باشند.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بین استفاده از اینترنت و میزان همبستگی اجتماعی ارتباطی وجود دارد. میزان همبستگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد بیشتر از دانشجویان دانشگاه دولتی است. میزان همبستگی اجتماعی بین مقاطع مختلف تحصیلی متفاوت است؛ فوق لیسانس بیشتر از فوق دیپلم و فوق دیپلم، بیشتر از لیسانس است.

واژگان کلیدی: همبستگی اجتماعی، استفاده از رسانه، رسانه‌های نوین، اینترنت

Email: a_shekarbeugi@yahoo.com

Email: molayi.fateme@yahoo.com

^۱ پژوهشگر و استاد مدعو دانشگاه آزاد (تهران مرکزی)، رشته جامعه‌شناسی

^۲ کارشناس ارشد رشته جامعه‌شناسی

مقدمه و طرح مسئله

همبستگی اجتماعی، راه‌های نیل به آن، موانع تحقق و پیامدهای آن، از دیر باز، ذهن صاحبان اندیشه اجتماعی را به خود معطوف کرده است. جامعه‌شناسان مشهوری مانند دورکیم، اگوست کنت، تونیس، زیمل، پارتو، پارسونز، گیدیزدر آثار خود درباره ابعاد گوناگون مفهوم همبستگی اجتماعی به بحث پرداخته‌اند. همبستگی اجتماعی یکی از مقولات مهم جامعه‌شناسی است که از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد؛ از جمله این عوامل، رسانه‌های داخلی و خارجی اند. در این تحقیق، تلاش بر این است که به بررسی اثرات رسانه‌های نوین بر همبستگی اجتماعی با "محوریت اینترنت" بپردازیم.

مفهوم همبستگی در میان اعضای یک جامعه، به منزله شرط لازم برای اداره منظم و صلح‌آمیز امور سیاسی و اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همبستگی، نیرویی است که اعضای یک جامعه را به یکدیگر پیوند می‌دهد و باعث وحدت آنها می‌شود و با وجود آن، اعضای جامعه به هم احساس اتحاد و همدلی می‌کنند. در طول تاریخ، بشر شاهد پیوندهای اجتماعی در سطوح خانوادگی، قبیله‌ای، قومی، نژادی، ملی و فراملیتی بوده و امروزه، بحث بر سهویتهای فراملیتی است. بنابراین، می‌توان درباره موضوع همبستگی اجتماعی، در حیطه‌های گوناگون کنکاش کرد. همبستگی اجتماعی، پدیده‌ای با ابعاد مختلف است که به خودی خود مشاهده یا اندازه‌گیری نمی‌شود. برای سنجش و مطالعه ناچاریم به جای امر واقع درونی که به مشاهده در نمی‌آید، امری خارجی را که نماد آن است، مورد بررسی قرار داده و امر درونی را از راه امر بیرونی مطالعه کنیم. (دورکیم: ۷۵: ۱۳۶۹) با توجه به اینکه در جامعه‌ی صنعتی و در حال رشد، فرد گرایی و واگرایی، گسترش می‌یابد آن چه در حال زوال و فرسایش است همانا همگرایی‌ها و همبستگی‌ها می‌باشد؛ در جامعه‌ی ایران شرایط به وجود آمده از جمله افزایش بی‌رویه‌ی جمعیت، وجود اقوام مختلف با خرده فرهنگ‌های متفاوت، تغییرات سریع اجتماعی و اقتصادی، زندگی مدرن و پیامدهای زندگی مدرن، توسعه رسانه‌های نوین (اینترنت و ماهواره)، همه باعث شده است تا به طور بالقوه، فهم مشترک و تعلق اجتماعی پایین بیاید؛ در چنین شرایطی که جمعیت زیاد است و تفکیک اجتماعی - اقتصادی در آن صورت گرفته، گروه بندی‌های مختلف سیاسی، قومی، صنعتی، همراه با خرده فرهنگ‌های مربوط به آن، سطح بالای سواد، تحرک اجتماعی پدید آمده، بیانگر این امر مهم‌اند که ما به نوعی همبستگی و وفاق اجتماعی نیازمندیم که همه به صورت آزاد، در سایه‌ی چتر آن قرار گیریم. (احمدی: ۳۲: ۱۳۷۸)

اهمیت انسجام برای نظام اجتماعی رامی‌توان به پاروزنان یک کشتی تشبیه کرد. اگر پاروزنان همه درک کرده باشند که تنها راه نجات آنها حفظ کشتی از غرق شدن و کوشش برای رسیدن به

هدف باشد و ناخدا نیز با تدبیر و هدایت عاقلانه، آنها را به پارو زنی هماهنگ و هم‌زمان دریگ مسیروادارد، در آن صورت کشتی می تواند به ساحل نجات برسد.

در کشور ما، ایران، انسجام و وحدت اجتماعی در زمان انقلاب و بعد از آن، به ویژه در زمان جنگ، بسیار بالا بود، به طوری که نزدیک به ۹۰٪ از پاسخ‌گویان انسجام و همبستگی را سال ۶۵ قوی ارزیابی می کردند، اما بعد از جنگ و برای سال ۷۱، این همبستگی بسیار کاهش یافت و فقط ۲۴/۱٪ از پاسخ‌گویان باور داشتند که در بین مردم وحدت و همبستگی وجود دارد. (رفیع پور: ۱۳۷۹، ۴۲۰ - ۴۱۹)

گذشته از موارد فوق، کشور ما، از تنوع در حوزه های دینی، قومی، زبانی و نژادی برخوردار است. در مناطق گوناگون ایران، شرایط اقلیمی، آداب و رسوم، اخلاقیات و روحیات و فرهنگ های ویژه ای وجود دارد. مؤلفه هایی چون دین و پیشینه ی مشترک تاریخی به این تنوع وحدت بخشیده و به جامعه ی ایرانی هویتی مشترک داده است. الگو و ارزش های متعدد در عرصه ی زندگی اجتماعی و فردی، سبب رفتار، دیدگاه و اندیشه های گوناگون شده و جامعه با تکثرها و رفتارها مواجه شده است. در پرتو چنین نگاهی است که همبستگی اجتماعی برای جامعه ی ما نقش محوری پیدا می کند. بر این اساس بسیاری از کشورها و دولت ها برای حفظ کیان خود به دنبال تقویت این امر در بین مردم اند، زیرا هرچه همبستگی اجتماعی متزلزل باشد، امکان گسیختگی و افزایش ناهنجاری ها بیشتر خواهد شد. (فرهنگ عمومی: ۲: ۱۳۷۹).

ما در سرزمینی زندگی می کنیم که با وجود مواهب الهی، هنوز شاهد فقدان طراوت زندگی، کاهش امید به آینده، توفیق نداشتن در کوشش های جمعی برای بهروزی، اتلاف وقت و منابع و در نهایت فقر و گرسنگی است. اعضای این جامعه به منزله عضو ی از جامعه ی متمدن، کمتر حاضر به فداکاری و ایثارند و این معضل است که گریبانگیر اکثر کشورهای توسعه نیافته است. در کشورهای در حال توسعه، به ندرت ممکن است فروش کلان تجهیزات یا اجرای پروژه های بزرگ با فساد اداری همراه نباشد. در کنار این آمار، مجموعه ی اطلاعات و اخباری که در داخل به صورت شفاهی بین مردم یا به صورت مکتوب در جراید منعکس می شود، حاکی از ضعف یک دلی و اتحاد اجتماعی است. همبستگی و وفاق اجتماعی، راه حلی کارآمد، برای مقابله با این ضعف است، به طوری که جانسون باور دارد که وفاق و همبستگی اجتماعی، نوید بخش اعتماد به رفتار متعارف است؛ اعتمادی که افراد را قادر می سازد تا بتوانند کردارشان را وسعت بدهند. وسعت یافتن رفتار یعنی روابط متقابل پیچیده که حاصل آن یقیناً فعالیت های مفیدتر و مولدتر خواهد بود؛ حداقل مفیدتر و مولدتر از جوامعی

که به جای انسجام و همبستگی، جبر، اساس حکومت آنها را تشکیل می‌دهد. (صدافت زادگان: ۳۶: ۱۳۷۹).

به نظر می‌رسد تعارض های موجود در نظام فرهنگی ایران از دو جا سرچشمه می‌گیرد: تنوع گروه‌های قومی، نفوذ فرهنگ غرب. وجود گروه های قومی و تعارض‌های فرهنگی ناشی از تفاوت در ارزش‌ها و باورهای این گروه‌ها، منحصربه‌تاریخ و جامعه ی ایرانی نیست. جوامع بسیاری از شرق و غرب جهان دچار این‌گونه تعارض های فرهنگی بوده و هستند. درگیری های خونین گروه های مذهبی - قومی در هند نمونه ی بارز آن است. از سوی دیگر، وجود گروه‌های قومی - نژادی گوناگون در امریکا و تعارض های فرهنگی ناشی از آن بود که اساساً جامعه شناسان امریکایی را به تفکر در باره ی انسجام اجتماعی وا داشت. ارائه ی پژوهش هایی که با کوشش مسئولین کشور به مرحله ی عملیاتی برسد، امری مهم و برای رسیدن و نزدیک شدن به جامعه ی پیوسته و بهنجار، لازم است. (کوثری: ۲۵: ۱۳۷۹).

در کنار عوامل فوق، گسترش فناوری های اطلاعاتی و جهانی شدن رسانه ها از یک طرف و نگاه خوش بینانه و مدینه‌ی فاضله و از طرف دیگر نگاه بدبینانه و کم رنگ شدن همبستگی اجتماعی و هویت های فردی و اجتماعی را در سطح جهان، نمودار ساخته است. بنابراین، بررسی نقش و تاثیرگذاری های رسانه ها در همبستگی و هویت یابی یا بحران هویت، از موضوعاتی است که قابل بحث و بررسی است. تنها در صورت آگاهی از نقش و جایگاه رسانه ها است که می توان از تاثیرات منفی رسانه های مهاجم (داخلی و بیرونی)، جلوگیری نموده، از فناوری های جدید ارتباطی در جهت فرهنگ سازی مثبت و تسهیل فرآیند هویت یابی بهره برداری کرد. رسانه های جمعی در عین آنکه خود بیانگر افکار عمومی هستند، می توانند محرک آن نیز باشند. در اینجا ست که رسانه های جمعی به عنوان مهمترین عامل تبلیغات از یکسو و

مهمترین عامل تاثیرگذار بر افکار عمومی و همبستگی اجتماعی از سوی دیگر، در جهان امروز از اهمیت و قدرت فوق العاده ای برخوردارند و هیچ بازیگر سیاسی و کنشگر اجتماعی، نمی تواند نسبت به آنها بی تفاوت باشد. نظرات صاحب نظران حوزه رسانه و جامعه شناسی، هم دال بر تاثیر رسانه ها بر همبستگی اعضای جامعه در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اخلاقی، علمی و... است. لذا با توجه به مباحث فوق در این تحقیق، به تاثیر پذیری میزان همبستگی اجتماعی مخاطبان رسانه های نوین (اینترنت) از این رسانه می پردازیم.

در این پژوهش، قصد آن داریم که اثر رسانه های نوین (اینترنت) را بر همبستگی اجتماعی دانشجویان، موردسنجش قرار دهیم و با توجه به مباحث فوق، مهمترین سوال تحقیق این است: آیا رسانه های نوین (اینترنت) بر همبستگی اجتماعی دانشجویان موثر است؟

پیشینه پژوهش

در بررسی منابع پیشین برای پژوهش حاضر، پیشینه ای با این مضمون نیافتیم و فقط چند پایان نامه با موضوعات نزدیک به موضوع پیش‌رو در زنجان، کردستان و تهران صورت گرفته است که آنها را مرور می‌کنیم.

۱. در سال ۱۳۸۱ خانم سکینه بهادر شجاعی، با راهنمایی آقای دکتر مهدی قدیمی، برای اخذ مدرک کارشناسی از دانشگاه آزاد زنجان پژوهشی دربارهٔ سنجش میزان احساس همبستگی و عوامل مؤثر بر آن در بین معلمان مدارس پسرانه ناحیه ۲ آموزش و پرورش زنجان ارائه دادند. که چکیدهٔ آن بدین قرار است:

اهداف این تحقیق عبارت‌اند از: سنجش میزان احساس همبستگی اجتماعی، سنجش میزان مشارکت اجتماعی. این تحقیق از نوع پیمایشی (توصیفی) است. جامعهٔ آماری تحقیق، کلیه معلمان مدارس ابتدایی پسرانهٔ ناحیه آموزش و پرورش زنجان در سال تحصیلی را دربر می‌گیرد. برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای یا تصادفی سهمیه‌ای استفاده شده است و حجم نمونه تحقیق ۱۵۹ نفر از معلمان‌اند. ابزار تحقیق پرسشنامه است. که روایی و پایایی خوبی دارد (آلفا = ۰.۷۰)، برای تجزیه و تحلیل متغیرها از آزمون آماری T، وان‌وی، ویلکاکسون و همبستگی استفاده شده است. در تحقیق فوق، محقق به نتایج زیر دست یافته است:

- بین خصوصیات شخصی، (به جز تحصیلات)، و همبستگی اجتماعی رابطه معنی دار وجود دارد.
- بین مشارکت اجتماعی و همبستگی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.
- بین اعتقادات دینی بالا و همبستگی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.
- بین احساس ناهنجاری، بیگانگی اجتماعی و همبستگی رابطه معکوس وجود دارد.
- بین احساس محرومیت نسبی و همبستگی رابطه معکوس وجود دارد.
- بین احساس اعتماد اجتماعی و همبستگی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.

۲. آقای حسن حقگویی، پژوهشی دربارهٔ اینترنت و جوانان انجام داده است. این مقاله، درباره ارتباط بین استفاده از اینترنت و گرایش به مشارکت در سیاست در میان جوانان است. بعضی، رسانه‌های جدید را عوامل تسهیل مردم‌سالاری (دموکراسی) وعده ای دیگر آنها را به منزله‌ی ابزار سرکوب

تصور کرده‌اند. چنین کند و کاوهایی، به جای تحقیق تجربی، بیشتر بر نظریه‌پردازی استوار بوده است. در این تحقیق که به صورت میدانی انجام شده است، معناداری رابطه بین جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند (کاربران) و غیر کاربران، از نظر گرایش آنها به مشارکت در سیاست بررسی شده است و همچنین بیان شده که رابطه‌ی معناداری بین میزان استفاده از اینترنت و میزان گرایش به مشارکت در سیاست، در جوانان وجود دارد.

۳. همچنین خانم مریم مریم حسینی انجدانی، دکتر زهرا درویزه، دکتر زهره خسروی، دکتر مه سیما پور شهریاری، تحقیقی بر روی نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران انجام داده‌اند. این پژوهش به بررسی نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان پرداخته است. به این منظور ۴۴۰ نفر، از نوجوانان مدارس راهنمایی و دبیرستان شهر تهران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای به منزله نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند. برای سنجش هویت ملی، شناخت علائم و نمادهای ملی، میزان استفاده از رسانه‌ها و ویژگی‌های فردی و خانوادگی، پرسش‌نامه‌ای به کار گرفته شد و داده‌های پژوهش با استفاده از روش‌های آماری آزمون T، همبستگی اسپیرمن، تحلیل عاملی اکتشافی و رگرسیون چند متغیره، پردازش شده است. نتایج نشان می‌دهد میزان استفاده از رادیو، تلویزیون و رایانه، رشد هویت ملی و شناخت علائم و نمادهای ملی را پیش‌بینی می‌کند.

مبانی نظری

در بررسی چارچوب نظری تحقیق از نظریات دورکیم، جورج زیمل، هارولد لاسول و چارلز رایت برای بررسی تئوریک‌ی تحقیق استفاده شده است.

یکی از جامعه‌شناسانی که آرای مهمی درباره همبستگی اجتماعی دارد، امیل دورکیم، جامعه‌شناس فرانسوی است. با مشاهده نابسامانی‌ها و آشفتگی‌های جامعه اروپایی، این سؤال در ذهن دورکیم جوانه زد که چرا جامعه جدید دچار بی‌نظمی و آسیب‌هایی چون خودکشی و طلاق شده است؟ به بیان دیگر سؤال او این بود که اساساً چه چیزی سبب می‌شود که جامعه حفظ شود و یا دچار انحلال و فروپاشی نشود؟ (ریترز: ۱۳۷۳: ۷۵).

دورکیم می‌گوید: "مقوله همبستگی اجتماعی که سبب می‌شود جامعه قوام داشته باشد و دچار بی‌نظمی و نابسامانی نگردد". جامعه قدیم دارای همبستگی اجتماعی بالابوده، زیرا در این نوع جامعه افراد "اخلاقیات مشترک" داشتند که سبب می‌شد بسیار شبیه به هم باشند. این اخلاقیات مشترک، ناشی از اعتقاد افراد جامعه به مذهب بود. به بیان دیگر وفاق، ناشی از اعتقاد افراد جامعه به مذهب بود و می‌توان گفت توافق افراد جامعه بر سر ارزش‌ها و قواعد اخلاقی و پذیرش آنها از سوی

اکثریت افراد جامعه باعث می‌شد که میزان همبستگی اجتماعی در این نوع جوامع بالا باشد. در چنین جامعه‌ای، افراد روی گردان از این اخلاقیات مشترک به شدت مجازات می‌شوند. از این رو، اشخاص به ندرت تمایل به زیر پا گذاشتن قواعد و هنجارها داشتند. (ریتزر: همان) اما در جامعه جدید، مشکل اساسی این است که هیچ‌گونه نظام اخلاقی مشترک و قوی وجود ندارد. مذهب در زندگی افراد جامعه رنگ باخته و فردگرایی رو به فزونی گذاشته است. به‌نظر دورکیم، بسیاری از مشکلات اجتماعی ناشی از ضعف این نظام مشترک اخلاقی در جامعه جدید است.

بنابراین سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا جامعه جدید به‌علت فقدان نظام مشترک اخلاقی (وفاق اجتماعی) محکوم به فناست؟ پاسخ دورکیم "منفی" است! زیرا به نظر او درست است که دیگر همبستگی اجتماعی ناشی از اعتقاد کلیه افراد جامعه به یک نظام اخلاقی مشترک وجود ندارد، اما همبستگی اجتماعی متفاوتی در جامعه جدید در حال ظهور است که نه ناشی از "شباهت افراد" و اعتقاد به یک "نظام اخلاقی مشترک" بلکه ناشی از "تفاوت افراد" و اعتقاد به یک سری "اخلاقیات صنفی و حرف‌های غیر مشترک" است. در چنین جامعه‌ای آنچه زمینه ساز وفاق و همبستگی اجتماعی است، تقسیم کار اجتماعی و "نیاز متقابل افراد" به یکدیگر است. این نیاز متقابل افراد به تخصص‌های گوناگون سبب می‌شود که افراد و گروه‌ها برای قواعد و ارزش‌های اخلاقی افراد و گروه‌های اجتماعی دیگر احترام قائل شوند و همین امر زمینه ساز همبستگی اجتماعی در جوامع جدید است.

به نظر دورکیم همبستگی اجتماعی در جوامع جدید حتی برتر از همبستگی اجتماعی در جامعه‌ی گذشته است، زیرا در جوامع جدید "نیاز متقابل" افراد و گروه‌ها به تخصص باعث می‌شود که هیچ فردی نتواند، حتی اگر بخواهد، به تنهایی زندگی کند. حال آنکه در جوامع گذشته، از آنجا که همه افراد "شبه هم هستند، یعنی دارای کلیه مهارت‌ها و تخصص‌هایی‌اند که دیگری دارد، اگر بخواهند، با سهولت بیشتری می‌توانند بدون نیاز به دیگران احتیاجات زندگی خود را بر طرف کنند. از اینجاست که دورکیم همبستگی جوامع قدیم را همبستگی "مکانیکی و همبستگی جوامع جدید را "ارگانیکی" می‌خواند. (کوزر: روزنبرک: ۱۳۷۸: ۸۰)

تئوری جورج زیمل در باره همبستگی

آنچه زیمل بر آثار جامعه‌شناسان هم‌عصر خود می‌افزاید، نکاتی است که غالباً از دید آنها مخفی مانده است. به نظر زیمل، اشتباه است که اکثر افراد فکر می‌کنند که در جامعه یا وفاق و همبستگی

وجود دارد یا تضاد. اگر با رهیافتی دیالکتیکی به جامعه بنگریم، در جامعه، هم وفاق و همبستگی وجود دارد و هم تضاد. (ترنر: ۱۳۶۹، ۳۲۴). به بیان دیگر، فرد اجتماعی شده، پیوسته، ارتباطی دو گانه با جامعه دارد؛ از یک سو با جامعه عجین شده است و از سوی دیگر در برابر آن می ایستد. فرد هم در درون جامعه قرار دارد و هم در بیرون آن. از دید زیمل، در جامعه، همیشه هماهنگی با کشمکش، جذب با دفع و عشق با نفرت همراه است. به این ترتیب روابط در جامعه سرشار از ابهام است. یعنی درست همان کسانی که با هم روابط نزدیکی دارند، شاید علاوه بر احساسات مثبت، احساسات منفی نیز به یکدیگر داشته باشند. بنابراین در عالم تجربه، گروه و جامعه ای را نمی توان یافت که یکسره هماهنگ و عاری از هر گونه تضادی باشند. از این گذشته از نظر زیمل، ساده انگارانه است اگر نیروهایی را که به ستیز می انجامند، منفی و نیروها یی را که به وفاق و همبستگی اجتماعی می انجامند، مثبت انگاریم، زیرا "اجتماع همیشه نتیجه هر دو نوع کنش متقابل اجتماعی فوق است و هردوی آنها عناصری مثبت اند که به روابط اجتماعی ساختار و دوام می بخشند. رابطه ستیزآمیز گر چه ممکن است برای هر دو طرف این رابطه، کم و بیش دردناک باشد، اما همین رابطه از طریق درگیر ساختن متقابل آنها در جامعه، حتی در صورت نداشتن توافق، آنان را به بافت اجتماعی پیوند می دهد. زیمل می گوید که تشخیص این نکته ضرورت دارد که کشمکش اجتماعی، ضرورتاً مستلزم عمل دوجانبه است و بنابراین مبتنی بر اشتراک اجتماعی است تا عمل یک جانبه.

بنابراین با توجه به دیدگاه زیمل می توان گفت که تصور جامعه ای با وفاق و همبستگی اجتماعی کامل و عاری از هرگونه ستیزه اجتماعی، هم غیر واقعی و هم با توجه به ارتباط جوامع کنونی با یکدیگر غیر ممکن است، و در حقیقت، روابط اجتماعی افراد در یک ارتباط دیالکتیکی شکل می گیرد. (کوزر: ۱۳۶۸، ۲۵۸-۲۵۵)

هارولد لاسول و چارلز رایت از جمله پژوهشگرانی اند که بسیار جدی، به نقش و کارکرد رسانه‌ها در جامعه توجه کرده‌اند. آنها بر این باورند که رسانه‌ها دارای کارکردهای نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی و سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت‌اند (همان منبع: ۱۰۸). به نظر این دو نظریه پرداز ارتباطات در کارکرد نخستین، وظیفه رسانه‌ها، نظارت، مراقبت، تهیه و رساندن خبر درباره‌ی محیط پیرامونی است. دومین کارکرد رسانه، انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط است. رسانه اغلب شامل انتقادات و تجویزهایی برای چگونگی برخورد و منش افراد با حوادث است. در این نقش، رسانه‌ها به تقویت ارزش‌های اجتماعی، اجماع و افشای انحرافات، رجوع به پایگاه رهبران افکار، ممانعت از تهدید ثبات اجتماعی و وحشت عمومی، مدیریت افکار عمومی و نظارت بر حکومت می‌پردازند.

یکی دیگر از کارکردهای رسانه، انتقال فرهنگ، افزایش انسجام اجتماعی و تعمیق تجربه‌ی مشترک، کاستن از نابهنجاری‌های اجتماعی و احساس از خود بیگانگی، استمرار اجتماعی شدن پیش و پس از آموزش رسمی و کمک به یک‌دست سازی و انسجام است.

از نظر هارولد لاسول، جامعه شناس و نظریه‌پرداز ارتباطی امریکایی، رسانه‌ها در حکم انتقال‌دهنده فرهنگ، برای انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها از نسلی به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه واردها، کاربرد دارند. آنها از این راه با گسترش بنیان تجربه‌ی مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با استمرار اجتماعی شدن، پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پیش از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند. گفته شده است که رسانه‌ها با نمایش و عرضه‌ی جامعه‌ای که فرد خود را با آن هم هویت ساخته و معرفی کرده است، می‌توانند احساس از خود بیگانگی یا احساس بی‌ریشه بودن او را کاهش دهند (سورین و تانکارد: ۱۳۸۱، ۴۵۲).

فرضیات تحقیق:

بین استفاده از اینترنت و میزان همبستگی اجتماعی رابطه وجود دارد.

میزان همبستگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد، بیشتر از دانشجویان دانشگاه دولتی است.

میزان همبستگی اجتماعی در بین مقاطع مختلف تحصیلی، متفاوت است؛ فوق لیسانس بیشتر از فوق دیپلم و فوق دیپلم، بیشتر از لیسانس است.

روش تحقیق

روش تحقیق، با توجه به موضوع تحقیق و هدایت شرایط پژوهشی، از نوع پیمایشی (survey methods) است و در این پژوهش، توجه محقق بیشتر، به شناخت و مطالعه‌ی میزان تغییرات عوامل، اثر معنی‌داری کنش‌ها و واکنش‌های میان عوامل، معطوف شده و با به کارگیری روش پیمایشی، چگونگی توزیع و روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته در جامعه‌ی مورد مطالعه، بررسی شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش کلیه‌ی دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی شهر زنجان در سال تحصیلی ۸۹-۸۸ هستند. مجموع دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و دولتی زنجان، ۲۱۰۰۰ نفر

است که از این تعداد، ۱۳۰۰۰ نفر مشغول به تحصیل در دانشگاه آزاد و ۸۰۰۰ نفر مشغول به تحصیل در دانشگاه زنجان‌اند. برای تعیین حجم نمونه، از فرمول بر آورد حجم نمونه ی کوکران با ضریب ۹۵٪ و سطح معنی داری ۵٪ (۰.۱=۹۶٪) استفاده کرده ایم .

حجم نمونه مورد نیاز در این تحقیق ۳۷۷ نفر است و از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده است . برای تحلیل داده ها از نرم افزار (spss) شده است.

روایی و پایایی ابزار سنجش

در این پژوهش برای تأمین اعتبار از روش سنجش اعتبار درونی (آلفای کرنباخ) و اعتبار سازه ای استفاده شد. مقدار آلفای داده های متغیر وابسته ۰/۷۵۶ است که این مقدار از ۰/۷۰ (مقدار حد اقل) بیشتر است. مقدار واریانس تراکمی حاصل از تحلیل عاملی ۶۰/۰۸۷ است که بالاتر از حد نصاب است. بر اساس آزمون آلفای کرنباخ، آلفای به دست آمده برای گویه های متغیر وابسته که ۰/۷۵۶ است، از حد نصاب استاندارد (alfa=۰.۷) بیشتر بوده، نشان از همبستگی خوب بین گویه های متغیر فوق دارد. بر این اساس می توان گفت که گویه های مورد نظر روایی خوبی دارند و ابزار مناسبی برای سنجش متغیر وابسته‌اند. همچنین، بر اساس آزمون آلفای کرنباخ به دست آمده برای گویه های متغیر مستقل، که ۰/۹۳۵ است، از حد نصاب استاندارد (alfa=۰.۷) بیشتر بوده، نشان از همبستگی بسیار خوب بین گویه های متغیر فوق دارد. بر این اساس می توان گفت که گویه های مورد نظر روایی خوبی دارند و ابزار مناسبی برای سنجش متغیر مستقل تحقیق اند.

یافته ها

در بررسی یافته های تحقیق از نتایج به دست آمده به فرضیات تحقیق اشاره می کنیم:

فرضیه ۱

بین میزان استفاده از رسانه های نوین و میزان همبستگی اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد .

تفسیر : با توجه به اینکه فرضیه بر مبنای همبستگی دو متغیر فاصله ای نوشته شده است از آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی همبستگی استفاده می کنیم که گزارش خروجی آزمون مذکور چنین است:

جدول شماره ۱- بررسی رابطه بین رسانه های نوین (اینترنت) و همبستگی اجتماعی.

همبستگی		همبستگی اجتماعی	استفاده از رسانه نوین
همبستگی اجتماعی sig	ضریب همبستگی پیرسون سطح معنی داری دودامنه تعداد	1 336	-. 228** 000 . 311
استفاده از رسانه خارجی sig	ضریب همبستگی پیرسون سطح معنی داری دودامنه تعداد	-. 228** 000 . 311	1 388

** . Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed)

خروجی آزمون مذکور با ضریب همبستگی به مقدار ۰.۰۲۲۸- در سطح معنی داری زیر ۰.۰۱ معنی دار است .

بنابر این با اطمینان بالای ۹۹٪ می‌توان گفت که بین دو متغیر مورد نظر در حد ۰.۲۳-٪ همبستگی وجود دارد؛ یعنی با افزایش استفاده از وسایل ارتباط جمعی خارجی از میزان همبستگی اجتماعی کاسته می‌شود، هر چند میزان این کاهش ضعیف باشد . بنا بر این فرضیه ی اصلی این طرح در حجم نمونه مورد نظر اثبات می‌شود و فرض صفر رد می‌شود. (p= -0. 228(sig=0. 000).

فرضیه ۲

میزان همبستگی اجتماعی بین دانشجویان دانشگاه های آزادو دولتی متفاوت است .

تفسیر: با توجه به اینکه فرضیه، رابطه متغیر کیفی دو ارزشی دانشگاه آزاد و دولتی به‌منزله متغیر مستقل و میزان همبستگی اجتماعی، به‌منزله متغیر وابسته، فاصله ای را بیان می‌کند، بنا بر این از آزمون t برای گروه های مستقل استفاده می‌کنیم که در زیر خروجی آزمون مذکور گزارش شده است :

جدول شماره ۲- بررسی رابطه میزان همبستگی اجتماعی، بین دانشجویان دانشگاه های آزاد
ودولتی

namdanezhgah			N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
hambacteg y	dimension 1	azad dolat y	194	3.2555	36991 .	02656 .
			207	3.1581	37637 .	02616 .

با توجه به اینکه، آزمون leven برای برابری واریانس‌ها معنی دار نیست، بنابراین از آزمون t با فرض برابری واریانس‌ها استفاده می‌کنیم. با نظر به اینکه مقدار آزمون برابر ۰.۲۶ بوده، با درجه آزادی ۳۹۹ در سطح معنی داری ۰.۰۱ معنی دار است، با اطمینان بالای ۰.۹۹٪ می‌توان گفت که میزان همبستگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد با میانگین ۳,۲۵ بیشتر از دانشجویان دانشگاه دولتی با میانگین ۳,۱۵ است. بنابراین فرضیه ی تحقیق مبنی بر نقش دانشگاه در میزان همبستگی اجتماعی تأیید می‌شود.

جدول شماره ۳- آزمون لون برای برابری واریانسها.

	آزمون لون برای برای برابری واریانسها		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	درجه ازادی	Sig. (2- tailed)	اختلاف میانگین	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances همبستگی assumed	3.043	.082	-2.886	399	.004	-12540	.04345	-21081	-03999
Equal variances not assumed			-2.760	150.989	.006	-12540	.04543	-21517	-03563

فرضیه ۳

میزان همبستگی اجتماعی در بین سه مقطع فوق لیسانس، لیسانس و فوق دیپلم متفاوت است .
با توجه به اینکه متغیر وابسته فاصله ای و متغیر مستقل، کیفی چند ارزشی است از آزمون تحلیل واریانس Anova استفاده می کنیم که خروجی آزمون مذکور در زیر گزارش می شود.

این آزمون نشان می دهد که فوق دیپلم ها با لیسانس ها تفاوت معنی داری در میزان همبستگی اجتماعی ندارند، ولی فوق دیپلم ها در مقایسه با فوق لیسانس ها به مقدار ۰.۱۱۰۹۱- کمتر از همبستگی برخوردارند. همچنین لیسانس ها در مقایسه با فوق لیسانس ها به مقدار ۰.۱۴۸۸۶- کمتر همبستگی اجتماعی دارند. بنابراین میزان همبستگی اجتماعی در بین دانشجویان فوق لیسانس ۰.۱۱ بیشتر از فوق دیپلم ها و ۰.۱۵ بیشتر از لیسانس ها می باشد. میزان استفاده از رسانه ها است.

جدول شماره ۴- بررسی میزان همبستگی اجتماعی در بین سه مقطع فوق لیسانس، لیسانس و فوق دیپلم.

(I) maghta	(J) maghta	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
fogh deplom	lisans	.03795	.04500	.676	-.0679	.1438
	fogh lisans	-.11091 [*]	.04601	.043	-.2192	-.0027
lisans	fogh deplom	-.03795	.04500	.676	-.1438	.0679
	fogh lisans	-.14886 [*]	.04544	.003	-.2558	-.0419
fogh lisans	fogh deplom	.11091 [*]	.04601	.043	.0027	.2192
	lisans	.14886 [*]	.04544	.003	.0419	.2558

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

نوین (اینترنت) در بین سه مقطع فوق لیسانس، لیسانس و فوق دیپلم متفاوت است .

نتیجه گیری

همان طور که در استنتاج آماری ملاحظه شد، میزان استفاده از رسانه های نوین (اینترنت) بر میزان همبستگی اجتماعی دانشجویان مؤثر است. اگر چه این تأثیر ضعیف بود، بیانگر واقعیتی بزرگ و مسئله ای اجتماعی در جامعه ی کنونی ماست. بر مبنای فرضیه های پژوهشی که اثبات شد می توان به مطالب زیر به مشابَه استنتاج تئوریکی اشاره کرد: کلاً برای مطالعه این تحقیق از نظریات

نظریه پردازان زیادی سود جسته ایم که در مقاله به تعدادی از آنها پرداخته شده است. در این جا به نظری فراتر از نظریات در نظر گرفته شده، برای استفاده در مقاله اشاره می کنیم. هارولد لاسول بر این باور است که یکی از کارکرد های مهم رسانه ها، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط است. این کارکرد رسانه ها به تقویت ارزش های اجتماعی، اجماع، انتقال فرهنگ، افزایش انسجام اجتماعی، تعمیق تجربه ی مشترک، کاستن از ناپهنجاریهای اجتماعی و احساس از خود بیگانگی، استمرار اجتماعی شدن پیش و پس از آموزش رسمی، کمک به یک دست سازی و انسجام می انجامد.

مسعود چلبی، جامعه شناس ایرانی نیز، در کتاب خود، از آثار دوگانه و متناقض گسترش ارتباطات جمعی بر وحدت نمادی جامعه سخن می راند. از یک سو، گسترش کتب، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ویدئو، شبکه های اطلاع رسانی و غیره می توانند سبب تحکیم وحدت نمادی شوند و از سوی دیگر، همین رسانه ها به همراه ماهواره هایی که پخش برنامه های تلویزیونی کشورهای گوناگون را بر عهده دارند، می توانند اسباب تضعیف وحدت نمادی جامعه شوند. با گسترش ارتباطات از راه دور و از بین رفتن فواصل زمانی و مکانی، غلظت نمادی و اطلاعاتی محیط های کنونی به طرز وی وصف ناپذیر افزایش یافته است. به طوری که این غلظت را به هیچ وجه نمی توان با غلظت نمادی محیط های نیم قرن گذشته جوامع مقایسه کرد. به عبارت ساده تر، شهروندان جوامع معاصر به ویژه جوامع پیرامون نه تنها در معرض مستقیم سمبولیسم شناختی و سمبولیسم اظهاری بیگانه قرار گرفته اند، بلکه در معرض بمباران نمادی آنها نیز هستند. (چلبی، ۱۳۷۵ : ۱۳۹) نتایج این پژوهش نیز تأیید کننده ی اثر منفی رسانه های خارجی (اینترنت) بر همبستگی اجتماعی دانشجویان است که این رسانه ها موجب کاهش ۲۲٪ از همبستگی اجتماعی می شوند .

"یان رابرتسون" Rabertson جامعه شناس، بر این باور است که از اوایل قرن بیستم رشد و گسترش تدریجی رسانه های جمعی و وسایل ارتباطی چنان بر زندگی بشر سایه افکند که اثرات مثبت و منفی فراوانی بر زندگی بشر گذاشته است. از همه مهم تر اینکه در عصر کنونی با ظهور فناوری های ارتباطات و اطلاعات و به ویژه اینترنت، فضای ارتباطات و تأثیرگذاری آنها توسعه زیادی یافته است. به طوری که ما هم اکنون، از این رسانه های نوین "دهکده جهانی" تأثیر می پذیریم. به عبارتی، مخاطبان جهانی رسانه ها و نسل های کنونی در معرض انتشار و نمایش پیام های متنوع رسانه ای قرار دارند و پیام هایی را دریافت می کنند که می تواند سنت ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و نسلی جوامع و همچنین روابط نسلی آنها را دستخوش چالش و دگرگونی کند (بیات: ۱۳۸۲، ۳۳۶).

برخی متفکران چنین می اندیشند که با تسریع جریان اطلاعات در شاهراه ها و شریان های اطلاعاتی دنیا، تحولات مهمی در بسیاری از عرصه های اجتماعی در حال رخ دادن است. رسانه هایی

مانند ماهواره، ویدئو، نوار کاست، عکس و پوستر، مجلات و نشریات هم اکنون محتوایی دارند که مغایر با الگوهای فرهنگی و ارزش‌های سنتی نسل قبل است. محتوای رسانه‌های فعلی پر از خشونت، مواد مخدر، رفتار تبه‌کارانه، سکس، کمدی، تخیل و علم است، به طوری که محتوای فرهنگی سنتی جوامع را دچار بحران یا دگرگونی کرده است. وسایل ارتباطی آنی و موقتی، وقایع و دگرگونی‌های اجتماعی‌ای فراهم می‌سازد که دامنه آن اخبار و عقاید هوی و هوس‌ها و مدها را دربرمی‌گیرد. این وسایل معرف الگوها، نقش‌ها، دیدگاه‌ها و چگونگی روی آوری به سبک‌های زندگی‌اند که ممکن است مردم از راه‌های دیگر هرگز به آنها دسترسی پیدا نکنند. طبقه‌ی جوان نیز از طریق تبلیغات رسانه‌های گروهی، مطالبی را درباره نقش‌های آینده خود فرامی‌گیرد. تغییرات هنجارها و ارزش‌های اجتماعی به سرعت در رسانه‌های گروهی منعکس می‌شود و ممکن است مردم به آسانی آن را بپذیرند. گسترش سریع گرایش‌های جدید در فرهنگ جوانان، عمدتاً به رسانه‌هایی مانند تلویزیون، رادیو، مجلات ویژه جوانان و سینما بستگی دارد (همان: ۳۳۷).

در دنیای پرشتاب فناوری امروز، رسانه‌های جمعی افراد را به صورت انفرادی به خود مشغول کرده، آنها را از تعامل با دیگران باز می‌دارند. البته این موضوع نافی منافع ابزارهای فناوری نیست، اما نوع بهره‌برداری غیر فرهنگی از ابزارهای فنی موجب شده است که کارکرد آنها عمدتاً درجهت تقویت فردگرایی سوق پیدا کند. به عبارتی، اگر جریان فرهنگی شدن ابزارهای رسانه‌ای تحقق یابد، مضرات آنها به شدت کاهش می‌یابد و کارکرد اصلی خود را پیدا می‌کنند. گرچه برخی نظریه‌ها، بیانگر این مطلب‌اند که ذات ابزارهای الکترونیکی به دلیل استفاده از عنصر تغییر، نمی‌تواند موجب آرامش باشند، بلکه مخل آن‌اند. برخی دیگر این نظریه را افراطی و یک سویه می‌دانند. کارکردهای رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه‌های شنیداری و غیر متعامل به دلیل کارکرد متنوع خود و ایجاد تغییرات پیوسته، به تدریج جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته و موجب شده‌اند فضای انفرادی، به‌جای فضای جمعی و عاطفی در خانواده حاکم شود؛ به طوری که گسترش فنی رسانه‌های شنیداری و رایانه‌ای، ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از فضای روانی و عاطفی خانواده را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، این ابزارها به تدریج فضای روانی و محیطی گفت‌وگو را در ارتباطی بین فردی، خدشه دار می‌کنند و اعضای گروه را به جای هم‌گرایی، به واگرایی سوق می‌دهند؛ تا جایی که هر عضو خانواده صرفاً در یک فضای فیزیکی مشترک زندگی می‌کند، اما هیچ تعاملی با هم نخواهند داشت، اولریخ بک (جامعه‌شناس آلمانی) در این باره می‌گوید: رسانه‌ها، گونه‌ای از (تفرد سازی) *individualism* را بر انسان‌ها تحمیل کرده‌اند. در ادامه، متأسفانه، اهداف آنها نیز به تدریج در برابرهم، واگرا و منفک می‌شود. در این مسیر، تعامل واقعی فرد به‌جای آنکه با افراد دیگری در محیط انسانی سامان بیابد، با رسانه‌های الکترونیکی شکل می‌گیرد و به سبب برتری فناوری و تجهیزات خیره‌کننده رسانه‌ای، نوعی رعب فرهنگی و انفعال شخصیتی در فرد ایجاد می‌شود. نتیجه

این می‌شود که افراد خانواده به جای گفت و گوی صمیمی با یکدیگر که می‌تواند به تقویت پیوندهای عاطفی و انسجام اعضای خانواده منجر شود، با ابزارهای الکترونیکی ارتباط برقرار می‌کنند؛ ارتباطی که فاقد بار عاطفی، احساسی و هیجانی است. به تعبیر "فوکویاما" به دلیل محدودیت اخلاق و کیفیت زندگی امروزی به تدریج شاهد فروپاشی بزرگی خواهیم بود. این فروپاشی در زمینه های اخلاقی و در نهادها، بیشتر در زمینه خانواده اتفاق خواهد افتاد. پیامدهای این فروپاشی در جامعه، به اگرایی افراد و گروه‌ها در برابر همدیگر و در نتیجه، کاهش یا فرسایش همبستگی اجتماعی می‌انجامد، در جامعه ایران با توجه به نتیجه ای که از تحقیق فوق گرفته شد و تاثیر اینترنت بر کاهش میزان همبستگی اجتماعی را (اگرچه، ضعیف)، نشان داد، سیاستگذاران حوزه رسانه، باید توجه جدی در این زمینه داشته باشند.

منابع و مأخذ:

- ۱- احمدی، حمید، (۱۳۸۳). "هویت و قومیت در ایران"، در مجموعه مقالات هویت در ایران، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- ۲- آرون، ریمون، (۱۳۸۱). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران، علمی و فرهنگی، چاپ پنجم
- ۳- همو، (۱۳۷۲). مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران، سهامی، چاپ سوم
- ۴- بیرو، آلن، (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، کیهان، چاپ چهارم
- ۵- چلیبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم؛ تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران، نشر نی
- ۶- ----- (۱۳۷۲). "وفاق اجتماعی"، نامه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، شماره ۳
- ۷- دورکیم، امیل، (۱۳۶۹). تقسیم کار اجتماعی، ترجمه باقر پرهام، تهران، کتابسرای بابل، چاپ اول
- ۸- رابرتسون، یان (۱۳۷۴). درآمدی بر جامعه (با تاکید بر نظریه های کارکرد گرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)، ترجمه حسین بهروان، چاپ دوم، مشهد، نشر آستان قدس رضوی
- ۹- سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۱). نظریه های ارتباط جمعی، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، نشر دانشگاه تهران، چاپ اول
- ۱۰- صداقت زادگان، شهناز (۱۳۷۹-۱۳۸۰) "عوامل موثر بر وفاق اجتماعی"، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۲۴-۲۵
- ۱۱- انجدانی، مریم و زهرا درویزه، زهره خسروی، مه سیما پورشهریاری (۱۳۸۸). "نقش رسانه ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران"، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال شانزدهم، شماره ۲، تابستان ۸۸

۱۲- کوزر، لوئیس، (۱۳۷۶). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه ثلاثی، تهران، علمی، بی‌تا، چاپ پنجم

۱۳- کوزر، لوئیس و برنارد روزینگ (۱۳۷۸). نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، فرهنگ ارشاد، تهران، نی، چاپ اول

۱۴- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی، ترجمه منجهر صبوری، تهران، نشر نی

