

تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی

نویسندگان: علی باقری دولت‌آبادی^۱، فرج‌الله زارعیان جهرمی^۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۱۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۵/۱۵

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال شانزدهم، شماره ۶۰، پاییز ۱۳۹۲

چکیده

مفهوم هویت در سال‌های اخیر، به شدت متأثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده است و فضای مجازی، نقشی پررنگ در شکل‌گیری یا تغییر هویت کاربران، به‌ویژه جوانان داشته است. هویت، در تاریخ مشترک افراد، اشیا و مکانها ریشه دارد. رویدادهای مهم تاریخی، مانند جنگها، جشنها، مراسم، بازارها، سبک زندگی، زبان (مانند زبان پارسی)، یک کوه مشهور (مانند دماوند)، یک درخت (مانند سرو)، یک رنگ (مانند سرخ یا آبی) و ... مهم‌ترین ارکان برساخت هویت ملی و قومی است. در فضای مجازی، جغرافیا وجود ندارد و همه این اشیا تعریفی متفاوت می‌یابند که از بار معنایی و ارزشی خود تهی می‌شوند. بدین ترتیب، هویت مجازی به شکلی عمیق و جدی از هویت عینی متمایز می‌شود. پژوهش حاضر، حاصل بررسی رابطه فضای مجازی و هویت دینی و ملی در میان دانشجویان دانشگاه یاسوج است. برای این منظور، با استفاده از روش پیمایشی و فرمول نمونه‌گیری کوکران، حجم نمونه ۳۴۰ نفر تعیین و رابطه بین دو متغیر مورد سنجش قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد، دانشجویانی که بیشتر در معرض فضای مجازی قرار دارند نسبت به هم‌تایان خود که کمتر از فضای مجازی استفاده می‌کنند، از هویت دینی و ملی ضعیف‌تری برخوردار هستند. به عبارت دیگر، نوعی رابطه معکوس بین فضای مجازی و هویت دینی و ملی دانشجویان وجود دارد.

واژگان کلیدی:

فضای مجازی، هویت ملی، هویت دینی، دانشجویان

۱. استادیار علوم سیاسی دانشگاه یاسوج، (نویسنده مسئول) abagheri@yu.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه یاسوج، ezareian68@yahoo.com



مقدمه

ما در جهانی متحول و دستخوش دگرگونی چشمگیر و دائمی زندگی می‌کنیم؛ به گونه‌ای که شگفت‌انگیزترین رویداد دنیای معاصر را می‌توان سرعت بی‌سابقه تغییرات اجتماعی دانست (لسکی و لسکی، ۱۳۶۹: ۳). این تغییرات جامعه انسانی را با دو جهان موازی مواجه کرده است؛ جهان اول: جهان واقعی و جهان دوم: جهان مجازی. جهان اول، جهانی است که در آن زندگی و فعالیت اجتماعی عینی جریان دارد. جهان دوم، جهانی است که انسان را در مواجهه با واقعیت‌های مجازی قرار می‌دهد. در جهان مجازی، انسان با سرزمینی بی‌مرز و چند فرهنگ و در عین حال برخوردار از فضای واحد روبروست. جهان دوم، جهانی است با قاعده‌های خاص و در عین حال، خالی از هر نوع قانون و ضابطه عقلانی. جهان مجازی، جهانی است با جهت‌گیری‌های مشخص و فارغ از هر نوع جهت‌گیری ماندگار و هزاران خصیصه متضاد که هم در درون این جهان جمع شده است و هم در مواجهه با جهان واقعی موجب تولید تضاد، تناقض و امور متزاحم می‌شود. با توجه به تغییرات وسیعی که جهانی شدن به وجود آورده و در واقع، از طریق جهان دوم (جهان مجازی) منشأ تکاثر و تراکم تولیدات فرهنگی ملل جهان شده است، نمادهای بومی فهم در جهان اول (جهان واقعی) در معرض چالش‌های بسیار جدی با نمادهای غیر بومی و بیگانه با فرهنگ‌های دیگر قرار گرفته است؛ نمادهایی که با توجه به تفاوت‌های تاریخی و فرهنگی ملل به گونه‌های متفاوت و گاه متضاد رمزگشایی می‌شوند. نمادی که برای یک ملت پیروزی، زیبایی، افتخار و عزت را تداعی می‌کند، برای ملتها و فرهنگ‌های دیگر یادآور سیاهی، شکست، فقر و تباهی است. نمادی که برای ملتی، ثروت، بزرگی و منزلت به بار می‌آورد، برای ملل دیگر جهان موجب افزایش احساس فقر و گسترش خطر می‌شود. آنچه زمینه چنین تغییر و تحولات سریع، ژرف و شگرفی را پدید آورده، دستاوردهای فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی شناخته می‌شوند. از این روست که برخی خبر از استیلای یک پارادایم فناوری‌های جدید می‌دهند که بر محور فناوری‌های اطلاعاتی سازمان یافته است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۹). در گذشته، رابطه به طور ضمنی حکایت از ارتباطی بین شخصی داشت که با وجود دوری فیزیکی نیز می‌شد آن را حفظ کرد؛ در حالی که حتی در ارتباطات تلفنی - که نسل گذشته فناوری رایانه‌ای امروز به شمار می‌آیند - طرفین مکالمه، بدون اینکه یکدیگر را ببینند، در فضایی به اصطلاح مجازی به تعامل می‌پرداختند. در عصر حاضر، این



فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی و رسانه‌ها هستند که تصویر ما را از واقعیت شکل می‌بخشند. رسانه‌ها و فضایی که ایجاد می‌کنند، با نظامی از نشانه‌های دیداری، نوشتاری و گفتاری، برداشت انسان را از واقعیت تحت تأثیر قرار می‌دهند. تصویر، گفتار و نوشتار طی قرن بیستم، مرکز ثقل بسیاری از مباحث و مجادلات فلسفی بوده است. البته این مؤلفه‌ها چه در رسانه‌های مکتوب و چه در رادیو و تلویزیون، بر فهم انسانی از زمان و مکان و همچنین چگونگی استفاده از تصاویر، آواها و حروف تأثیر گذاشته‌اند. با پیدایش شبکه داده‌های جهانی یا اینترنت، این شرایط پیچیده‌تر شده و زمان و مکان و هویت، تعریفی تازه یافته‌اند. اینترنت در واقع، مکان بی مکان است؛ جایی که انسانها می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه‌های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان، مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب، دشواری‌ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می‌یابد. هویت سیال و متکثری که در چنین فضایی شکل می‌گیرد، فرد را از چارچوب معین و انعطاف‌ناپذیری که در جهان خارج دارد، جدا می‌کند و به او اجازه بروز بیشتر خود را می‌دهد. چنین فضایی که فرد را از قید و بندها رها می‌کند و به او در فضایی بسیار بی‌مرزتر از جهان واقعی مجال فعالیت می‌دهد، می‌تواند هویت دینی و ملی را تحت‌الشعاع خود قرار دهد. در این نوشتار، برآنیم که تأثیرات فضای مجازی بر هویت دینی و ملی را در میان دانشجویان دانشگاه یاسوج بررسی کنیم و راهکارهایی برای تقویت این هویت، از طریق واپایش فضای مجازی ارائه دهیم.

سؤال تحقیق

سؤال اصلی که در این پژوهش به آن پرداخته می‌شود، این است که در عصر جدید، رابطه فضای مجازی با هویت دینی و ملی دانشجویان چگونه است و چه تأثیری بر آن می‌گذارد؟

فرضیه

فرضیه اصلی پژوهش این است که فضای مجازی بر هویت دینی و ملی دانشجویان تأثیر منفی دارد و نوعی رابطه معکوس بین فضای مجازی و هویت دینی و ملی وجود دارد. در ساختار فرهنگی و اجتماعی جوامع کلاسیک، باورها، اعتقادات،



ارزش‌ها و اشکال تعلق به گروه، نسل به نسل انتقال می‌یابد و تغییرات احتمالی در هویت، بیشتر سطحی است. اما در نتیجه فشار عظیم جامعه اطلاعاتی و بازسازی سریع هویتی افراد در فضای مجازی، توقع جدیدی از باورها، ارزشها و تعلق به گروه به‌وجود آمده که بنیاد هویتی را دچار تغییر کرده است.

پیشینه پژوهش

با ظهور اینترنت در ایران و فراگیر شدن آن در جامعه، توجه به آثار و پیامدهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی آن در محافل علمی و آکادمیک شدت گرفت. از جمله پژوهش‌هایی که به طور خاص در مورد نسل جوان صورت گرفته است، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- نوابخش، هاشم‌نژاد و شم‌پور (۱۳۸۹) در تحقیقی درباره آثار اینترنت و موبایل بر هویت جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله مازندرانی، به این نتیجه رسیدند که گرایش جوانان به استفاده از اینترنت بر ارزشهای دینی، اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی و هویت فردی و گروهی آنان تأثیرگذار است. به عقیده نویسندگان، استفاده از فناوری‌های جدید، همچون اینترنت و موبایل موجب تغییرات هویتی، مانند هویت مجازی، کاذب و آنی می‌شود که ممکن است آثار زیانباری به همراه داشته باشد؛ بنابراین توصیه می‌کنند که سیاستگذاران این فضاها را مدیریت و برای آن تولید محتوا کنند.

- احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) با بررسی ۴۰۰ دانشجوی دانشگاه کردستان به این نتیجه رسیدند که هویت دینی در تعامل با فضای سایبر تضعیف شده و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی نزد دانشجویان کاسته می‌شود. در میان ابعاد و شاخصهای هویت دینی فضای سایبر بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و تجربی و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی داشته است. پیشنهاد نویسندگان، درک درست از فضای سایبر و قابلیت‌ها و ضعفها و قوتها، دامنه تأثیرگذاری و پیامدهای مثبت و منفی آن در راستای تقویت مؤلفه‌های دینی در محیط آکادمیک است.

- علوی، هاشمیان و جنتی‌فرد (۱۳۸۷) در پژوهش خود درباره هویت و سلامت روان دانشجویان استفاده‌کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران به این یافته دست پیدا کردند که بین نمرات هویت دانشجویانی که در هفته به مقدار زیاد، کم و ناچیز از اینترنت و فضاهای مجازی استفاده نمودند، تفاوت معنادار وجود



دارد. به عبارت دیگر، گروه اول که بیشترین استفاده را از فضاهای مجازی داشت، از هویت ملی، مذهبی و سلامت روان پایین‌تری نسبت به سایرین برخوردار بود.

- جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰) در مقاله آسیب‌شناسی فضای سایبر بر امنیت اجتماعی، به تشریح یافته‌های خود در این خصوص می‌پردازند که فضای سایبر دارای ظرفیتهای منفی بالایی برای تحت تأثیر قرار دادن و به چالش کشیدن امنیت اجتماعی است؛ به طوری که حضور و استفاده رو به گسترش افراد از این فضا، زمینه سست شدن بنیان خانواده به عنوان تکیه‌گاه و پایه اصلی هر جامعه، فاصله گرفتن افراد از یکدیگر، تجمل‌گرایی، فردگرایی، مدگرایی، بی‌اعتمادی نسبت به مسئولان، نشر اکاذیب و ... را فراهم می‌سازد.

- بهزاد دوران (۱۳۸۲) با بررسی تأثیر تجربی فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروه همسالان و جامعه نتیجه می‌گیرد که میان فضای سایبرنتیک و هر یک از سه سطح هویت اجتماعی (خانواده، همسالان و ملی) رابطه معناداری وجود ندارد. وی نشان می‌دهد اینترنت بر هویت اجتماعی هیچ تأثیری ندارد (نوابخش، ۱۳۸۹: ۱۶۱).

- پژوهشی از سوی سازمان ملی جوانان با حضور بیش از ۵۰۰ دانشجوی دانشگاه‌های سطح شهر تهران در سال ۱۳۸۳ نشان می‌دهد که حدود یک سوم از دانشجویان به گروه‌های فکری خارج از حاکمیت نزدیکی فکری دارند. دانشجویان ناراضی اینترنت را به عنوان تنها راه مقابله با رسانه‌های حکومتی پذیرفته‌اند (منتظر قائم، ۱۳۸۷: ۱۲۷).

- غفوری‌کله (۱۳۸۴) در پژوهشی نشان می‌دهد که در خانواده‌هایی که والدین پایبندی بالایی نسبت به مؤلفه‌های دینی و ملی دارند، جوانان نیز از هویت ملی و دینی قوی‌تری برخوردارند. عملکرد والدین در زمینه آموزش جوانان در دو بعد ملی و دینی با هویت ملی و دینی جوانان، ارتباط مستقیم و مثبت دارد. بین پایگاه خانواده و هویت ملی و دینی، رابطه‌ای منفی و معکوس وجود دارد.

- فکوهی (۱۳۸۱) در تحقیقی به این نتیجه دست یافت که متغیرهای زبان، تعلقات تاریخی سیاسی، مشارکت سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، رسانه‌های جمعی، مانند تلویزیون و مطبوعات و خانواده، تأثیر بسزایی در هویت‌سازی جوانان دارند.

- حبیب‌زاده مرودشتی (۱۳۸۲) در پژوهشی دریافته که جوانان از پایگاه اقتصادی، اجتماعی بالاتری برخوردار هستند و میزان مشارکت سیاسی و اجتماعی آنها ضعیف‌تر است.



- حسن‌زاده (۱۳۸۷-۱۳۸۶) دریافت که از لحاظ پابندی به هویت ملی، جوانان پسر موفق‌تر از جوانان دختر بوده و بیشتر به هویت ملی خود افتخار می‌کنند و در هویت دینی، دختران وضعیت بهتری نسبت به پسران داشته‌اند. پژوهش‌های فوق و جستجو در مقالات منتشر شده در حوزه فضای مجازی، گویای این نکته است که تاکنون در هیچ اثر پژوهشی مستقلی، تأثیر هویت مجازی بر هویت دینی و ملی دانشجویان دانشگاه یاسوج و پیامدهای آن مورد بررسی قرار نگرفته است؛ از این‌رو پژوهش حاضر با هدف پوشش دادن این خلأ علمی و اعلام آسیب‌های احتمالی برای سیاست‌گذاران در سطوح استانی و کشوری نگاشته شده است.

تعریف مفاهیم

۱- هویت

واژه «هویت» از لحاظ لغوی از واژه ایدنتیتاس مشتق شده است. در فرهنگ فارسی، هویت را تشخص معنی کرده‌اند. (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). این اصطلاح از مفاهیم بین رشته‌ای در علوم اجتماعی است که قلمروهای تاریخ، روانشناسی، جامعه‌شناسی و سیاست را به هم ربط می‌دهد. برای هویت، تعاریف متعددی وجود دارد. گافمن اعتقاد دارد که هویت «تلاش انسان برای بروز تمایز نسبت به دیگران است، در حالی که به رفتار خود شکل می‌دهد» (ریترز، ۱۳۸۲: ۹۳). تاجفل تأکید دارد: «هویت اجتماعی، آگاهی فرد از تعلق به گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد است» (رضایی، ۱۳۷۹: ۳۲). کاستلز هویت را «سرچشمه معنا و تجربه برای مردم» می‌داند. او باور دارد که هویت، «فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی است که بر دیگر منابع معنایی اولویت داده می‌شود و برای هر طبقه خاص یا برای هر گروه ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۵).

هویت به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: ۱- همسانی و یکنواختی مطلق ۲- تمایزی که در برگزیده ثبات با تداوم در طول زمان است. هویت از ویژگی‌هایی است که فرد برای خود برمی‌گزیند و خود را با آن می‌شناسد. به عبارت دیگر، پاسخی است به سؤال «من کیستم؟». این سؤالی است که هویت فرد را به چالش فرا می‌خواند و در واقع، آن را پیش‌بینی می‌کند. هویت از دو بعد مورد مطالعه قرار می‌گیرد، یکی از بعد فردی که همزمان با رشد فرد حاصل می‌شود و



خود را می‌شناسد و دیگری بعد اجتماعی که بیانگر این مطلب است که «دیگران کیستند». در یک تعریف کلی، می‌توان گفت: هویت معانی ذهنی شامل ارزشها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، طرز تلقی‌ها و آگاهی‌های مختص به یک «خود» فردی یا اجتماعی و احساس تعلق و تعهد نسبت به آن خود است.

تعریف مورد نظر ما در این پژوهش، تعریف امانوئل کاستلز است؛ زیرا این تعریف، بیشتر به بعد فرهنگی هویت اشاره دارد و به نوعی به چند هویتی که اغلب ناشی از فناوری‌های اطلاعاتی نوین است، اشاره می‌کند.

۲- هویت دینی

هویت دینی عبارت است از میزان شناخت فرد از تعلق و ارتباطش نسبت به دینی خاص و پیامدهای ارزشی مثبتی که فرد برای این تعلق و ارتباط قائل است و بالاخره احساسات خاص فرد نسبت به دیگرانی که مثل او رابطه‌ای مشابه نسبت به آن دین دارند (قادری، ۱۳۸۶: ۱۷۸).

۳- فضای مجازی

وینر، بنیانگذار علم سایبرنتیک اظهار می‌دارد که این واژه را از واژه یونانی کوبرنتس^۱ به معنای سکاندار، اقتباس کرده است و در تعریفی از سایبرنتیک، ارتباط و کنترل را با هم در یک رده می‌آورد (وینر، ۱۳۷۲: ۱-۲). در واقع، با فراگیری نظامهای کنترل فرمان که در ساده‌ترین شکل آن به عنوان ترموکوبل یک یخچال معمولی خدمت می‌کند، ترکیبهای بی‌شماری از واژه‌ها با پیشوند سایر نیز قدم به عرصه گذاشت (از داد و ستد سایبرنتیک گرفته تا قوانین و بزه سایبرنتیک و از اندامواره سایبرنتیک گرفته تا جامعه سایبرنتیک)؛ فضای سایبرنتیک نیز از این دست است. اگر چه منشأ واژه فضای سایبرنتیک را در یکی از نخستین آثار ویلیام گیسون یعنی کتاب «نورومانسر» وی دانسته‌اند اما خود گیسون اظهار می‌دارد که این واژه را از جان برونر، مؤلف کتاب «موج سوار» گرفته است. اما برونر نیز ریشه این واژه را به آینده‌شناس نام‌آشنا، الوین تافلر و کتاب «شوک آینده» وی نسبت می‌دهد (Whittle 1997: 4). در هر حال، با وجود اینکه درباره ریشه و منشأ واژه فضای سایبرنتیک، کمتر شک و شبهه‌ای وجود دارد، درباره مفهوم و معنای این واژه، در میان پژوهشگران تفرقه بسیار است. کیزا^۲ فضای سایبرنتیک را محیطی برساخته



از اطلاعات نامرئی - اطلاعاتی که می‌تواند اشکال متفاوتی به خود بگیرد - تعریف می‌کند. وی برای کمک به فهم این مفهوم‌سازی و ارائه تصویری مناسب از فضای سایبرنتیک، به تعریف اجزای این فضا از طریق اینترنت یا شبکه جهانی کامپیوترها می‌پردازد (kizza, 1998:131).

اما فضای سایبرنتیک، مفهومی وسیع‌تر از تعریف کیزا را دربردارد و به نظر می‌رسد علاوه بر دامنه‌های متداخل و در عین حال منفک ارتباطات دیجیتال و فناوری‌های اطلاعات - اینترنت، تور جهان‌گستر، پست الکترونیک، به اضافه تمام زیرمجموعه‌های آنها، شامل سرویس تابلو اعلانات، اتاقهای گپ‌زنی و... - که به نوعی در تعریف مختصر کیزا قرار می‌گیرد، فناوری‌های مرتبط از قبیل واقعیت مجازی، سیستمهای تصویرسازی دیجیتال، فناوری‌های بیومدیکال جدید، هوش مصنوعی و سامانه‌های محیط دیجیتال تعاملی را باید افزود (Bell & Kennedy, 2000: 1). برخی، فضای سایبرنتیک را با حالت ذهنی و تصورات بصری واقعیت مجازی خلط می‌کنند. واقعیت مجازی، به مشابه‌سازی واقعیت از طریق دستکاری بازخورد حسی با استفاده از فناوری مربوط است. گرچه دنیای ساخته شده به وسیله واقعیت مجازی با فضای سایبرنتیک همپوشانی پیدا می‌کند اما فضای سایبرنتیک از واقعیت مجازی فراتر می‌رود و دامنه بسیار وسیعی از ارتباطات و تعاملات انسان را دربر می‌گیرد. بودریار، فیلسوف فرانسوی، هدف اساسی رسانه‌ها در فضای مجازی را همانندسازی می‌داند؛ یعنی جایگزین نمودن واقعیت با نشانه‌هایی از واقعیت (مشیرزاده، ۱۳۸۴: ۲۶۶). به عبارت روشن‌تر، ما با نشانه‌ها یا نمادهایی از واقعیت سروکار داریم و به جای واقعیت، این نشانه‌ها و سمبلها را می‌بینیم. بودریار همانندسازی را یکی از فرایندهای فرهنگی مدرنیته می‌داند و معتقد است، پس از دوران صنعتی شدن به جای واقعیت، نمونه‌ها و کدهایی از واقعیت را دریافت می‌کنیم؛ این کدها نمی‌گذارند واقعیت رخ نماید بلکه آن را تولید می‌کنند. او عقیده دارد که رابطه میان واقعیت و نماد در دوره باروک نیز قابل مشاهده بوده است اما این وضعیت بدان سبب به دوران مدرنیته مربوط است که نمی‌توان میان واقعیت و مجاز و به عبارت دیگر، میان واقعیت و نماد تفاوتی قائل شد. بودریار عقیده دارد که رسانه‌ها چیزی نیستند جز ابزارهایی شگفت‌انگیز برای بی‌ثبات کردن حقایق و واقعیات مربوط به تاریخ و سیاست و ... اعتیادی که ما به رسانه‌ها پیدا کرده‌ایم و امکان‌ناپذیر بودن زندگی بدون رسانه‌ها، بر اثر شوق ما به فرهنگ و اطلاعات نیست بلکه در نتیجه معکوس‌سازی معانی حقیقت و بهبودگی و در واقع، انهدام این اصول توسط رسانه‌هاست (اخگری، ۱۳۸۶:



۲۵). منظور از فضای سایبرنتیک در اینجا مجموعه سخت‌افزارهای تسهیل‌کننده ارتباطات- میان انسانها، صرفنظر از فواصل زمانی و مکانی آنها و میان انسانها و ماشین- نیست بلکه خود آن ارتباطات است. در واقع، به واسطه پیوند مضاعف فضا و معنا در فضای سایبرنتیک، می‌توان آن را یک رسانه ارتباطی و در عین حال، جایی برای گرد آمدن مردم دانست و بدین ترتیب آشکارا دریافت که چگونه فضای سایبرنتیک، کاملاً در عرض تعاریف اجتماع قرار می‌گیرد، حال چه از طریق استعاره‌های داستانهای علمی- تخیلی آن را درک کنیم، چه از طریق تجربه شخصی خود از جهانی تخیلی که در زندگی روزمره با آن سروکار داریم (Whittle, 1997: 2-3). بنابراین، تعریف مورد نظر ما از فضای سایبرنتیک تعریفی است که بیش از هر چیز دیگر بر وجه فناورانه و ارتباطی آن تأکید دارد. به سخن دیگر، منظور از فضای سایبرنتیک در اینجا، محل تلاقی فناوری کامپیوتر و رسانه‌های ارتباطی و در یک کلام، رسانه‌های ارتباط کامپیوتری است؛ بنابراین تعریف، هدف ما بررسی آثار و پیامدهای به‌کارگیری فناوری‌های نوپدید ارتباطی- اطلاعاتی در شبکه‌های ارتباطی و بازخورد آن بر ویژگی‌های هویتی است. رسانه‌هایی که صرفنظر از محتوای متنوع و اهداف و انگیزه‌های گوناگون استفاده‌کنندگان، موجب آثار کوتاه‌مدت و درازمدت متفاوتی بر آنان می‌گردند.

۴- هویت ملی و مؤلفه‌های آن

هویت ملی اساسی‌ترین مؤلفه انسجام اجتماعی در نیم قرن اخیر است که توجه اندیشمندان حوزه جامعه‌شناسی را به خود جلب کرده است (مقولی، ۱۳۹۱: ۱۱۶). با وجود توجه ویژه به این مفهوم باید گفت، درباره تعریف آن اجماع نظری وجود ندارد. برخی آن را به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای سیاسی می‌دانند که موجب وحدت و انسجام می‌شود (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷ و پروین، ۱۳۷۴: ۱۵) و برخی دیگر مجموعه‌ای شناختی، اعتقادی و روانی دانسته‌اند که با تأثیرگذاری بر کنشهای اجتماعی، موجب همبستگی و انسجام در سطح ملت می‌گردد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۴). عده‌ای معتقدند هویت ملی به مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی گروه گفته می‌شود که اعضای گروه را همانند ساخته و آنها را از سایرین متمایز می‌سازد (الطایب، ۱۳۷۸: ۲۳۹) و این مؤلفه‌ها را شامل تاریخ، زبان، اعتقادات و ارزشها، آداب و رسوم، نهادهای اجتماعی و نژاد که عناصر متشکله فرهنگ یک جامعه هستند، ذکر می‌کنند (جلایی پور، ۱۳۸۲: ۱۴-۱) و



عده‌ای دیگر، همانند ارنست رنان در تعریف هویت ملی معتقدند که دو مقوله آن را می‌سازد؛ یکی از تاریخ می‌آید و آن داشتن میراثی غنی است و دیگری به امروز وابسته است و آن وجود آگاهی و اجماع مبنی بر اینکه افراد جامعه مصمم هستند به زندگی خود به عنوان کلیت واحد ادامه دهند و ارزشهای به ارث برده را تداوم بخشند (رجایی، ۱۳۸۲: ۱۲). به نظر می‌رسد تعریف رزازی فر شمول فراگیرتری نسبت به موارد فوق دارد و می‌توان آن را به عنوان مبنای این پژوهش پذیرفت. بر طبق تعریف ایشان «هویت ملی از نظر جامعه‌شناسی، به مثابه نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به مجموعه‌ای از مشترکات ملی جامعه است که موجب وحدت و انسجام می‌شود و دارای ابعاد مختلف خرده فرهنگ ملی، دینی، جامعه‌ای و انسانی است و ویژگی‌های اصلی آن قابلیت انعطاف اجزا و بومی بودن ابعاد تشکیل دهنده آن می‌باشد» (به نقل از زاهد، ۱۳۸۴: ۱۳۲).

به اعتقاد فورست^۱ و برت^۲ ویژگی‌های هویت ملی از دو جنبه قابل بررسی است که عبارتند از: الف) مؤلفه‌های شناختی، شامل مقوله‌بندی خود به عنوان عضوی از گروه ملی، باورهایی درباره ویژگی‌های نوع اعضای گروه ملی و برون گروه‌های برجسته، دانش درباره میهن و همچنین آگاهی درباره علائم، آداب و رسوم و سنتهای ملی ب) مؤلفه‌های عاطفی، شامل احساسات تعلق ملی، دلبستگی به میهن، احساسات متمایز به اعضای گروه ملی در مقابل اعضای برون گروه‌ها و هیجانان اجتماعی گوناگون، مانند افتخار و غرور ملی (حسینی انجدانی، ۱۳۹۰: ۵۵). امینیان هویت ملی ایرانی را دارای عناصری، همچون تاریخ مشترک مکتوب و شفاهی، اسطوره‌های ملی و مذهبی قابل پذیرش برای همه، دردها و رنجها و افتخارات، زبان غنی و کامل، فرهنگ، دین، ایدئولوژی و ارزشها، مراسم و آداب و سنتهای ملی و تاریخی آگاهی و احساس تعلق قدرتمند و... می‌داند که تداوم و تأثیر آن بیش از هر هویت دیگری در منطقه و جهان مطرح است (امینیان، ۱۳۸۶: ۷۶-۷۷). آنچه بیشتر محققان بر آن اتفاق نظر دارند، این است که سه رکن مهم و عمده هویت ملی در ایران عبارتند از: ۱- جغرافیا و سرزمین با نوسانات میان فلات ایران با مناطق کوهستانی آن ۲- زبان فارسی با همه تغییراتی که در اثر آمیزش با زبانهای ترکی، مغول و عربی داشته است ۳- دین اسلام که با وجود همه اختلافات فرقه‌ای، اصل و اساس آن ثابت باقی مانده است (زاهد، ۱۳۸۳: ۱۳۳). در پژوهش حاضر ابعاد تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی هویت ملی دانشجویان مورد سنجش قرار گرفته است.

1. Forrest
2. Barrett

چارچوب نظری

آنچه در این مطلب، مورد بررسی ماست، این نکته مورد تأیید سازه‌انگاران است که هویتها از پیش تعیین شده نیستند و هویتها بر ساخته می‌شوند. اگر هویتها، اجتماعی و حاصل تعامل باشند، می‌توانند به صورت‌های متفاوتی شکل گیرند (مشیرزاده، ۱۳۸۴: ۳۳۳). طبق نظر برساخته‌گرایان، ملیتها و هویتها در یک فرایند تبادلی و در نتیجه تعاملات مختلف شکل می‌گیرند. برای نمونه، بندیکت اندرسون ملت را یک اجتماع تخیلی تعریف می‌کند که به کمک برخی فناوری‌ها، از جمله صنعت چاپ به‌طور بینادهنی در میان افرادی که پیش از آن خود را متعلق به اجتماعات قومی، محلی و مذهبی جداگانه‌ای می‌پنداشتند، تصور شده است. در جریان ساخته شدن ملت، از انواع اسطوره‌ها و افسانه‌ها، به‌ویژه افسانه‌هایی درباره مبدأ ملت بهره‌گیری می‌شود. در دیدگاه برساخت‌گرا، ماهیت هویتها، سیال و غیر تثبیت شده از پیش فرض می‌شود (سید امامی، ۱۳۸۷: ۲۵-۲۴).

ما در این پژوهش، از نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره» اروینگ گافمن استفاده خواهیم شد. گافمن در این نظریه معتقد است، هرگاه فرد نقشی بازی می‌کند، تلویحا خواهان آن است که تماشاگران، نقش یا اثری را که در حضور آنان پرورانده می‌شود، جدی بگیرند. بازیگر تلویحا از تماشاگران می‌خواهد تا باور کنند او واقعا دارای همان خصوصیتی است که به نمایش می‌گذارد و نقشی که او ایفا می‌کند، همان تأثیرگذاری و نتایجی را دارد که تلویحا ادعا می‌شود، و به‌طور کلی امور همان گونه‌اند که در ظاهر هستند. در واقع، اجراکننده نقش، می‌تواند به‌طور کامل در نقش خود غرق شود و خالصانه چنین بپندارد که تصویری که از واقعیت نمایش می‌دهد، دقیقا خود واقعیت است. در صورتی که تماشاگران نیز همین اعتقاد را - دست کم در آن لحظه - درباره آنچه او نمایش می‌دهد داشته باشند، کمتر کسی درباره واقعی بودن آنچه نمایش داده می‌شود تردید کند (جلانی‌پور و محمدی، ۱۳۸۷: ۱۵۷-۱۵۶). استدلال ما در این پژوهش، نیز این است که فرد در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن ویژگی‌هایی است که ارائه می‌نماید. او سعی می‌کند هویت‌های گوناگونی را که در فضای مجازی ارائه می‌کند مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت آنگونه که او می‌نماید مقبول شود. نتیجه چنین پدیده‌ای، گاه چند هویتی یا بی‌هویتی خواهد بود که در سطح کلان می‌تواند بر وحدت و همبستگی نیز تأثیرگذار باشد.





فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت

عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی، تعاملات انسانی است. در واقع، فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد، هویت خویشتن را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. در فضای مجازی، مرز واقعیت با غیرواقعیت، حقیقت با غیرحقیقت مخدوش می‌شود و «هست‌ها»، «نیست» جلوه داده می‌شوند و برعکس؛ فضایی که می‌تواند به افکار عمومی شکل دهد و احساسات عمومی را به غلیان و هیجان درآورد، می‌تواند انسانها را در فضای حاد-واقعی قرار دهد که در آن به ستیزش و بحران بیندیشند یا برعکس. شاید به جرئت بتوان فضای مجازی را از هم گسیخته‌ترین و متکثرترین فضای ممکن نامید. این فضا، کاملاً مرکز‌گریز، بدون مرز و فاقد نقطه ثقل است. مفهوم مرز در این فضا دگرگون می‌شود و دیگر نمی‌توان از چارچوب مشخص و قاطعی به نام مرز صحبت کرد. فضایی بدون مرکز که سبب ایجاد تکثر معنایی می‌شود و از هرگونه طبقه‌بندی و دسته‌بندی شدن می‌گریزد؛ زیرا هر یک از مراکز به نوبه خود، منشأ معنابخشی‌های متفاوت به پدیدارهای اجتماعی می‌شوند. هویت حاصل از چنین فضایی، هویتی سیال، ناپایدار و نامحدود خواهد بود. در چنین حالتی، رابطه ساده و مشخص بین فرد با اجتماع و معنای ثابت هویت در دنیای سنتی از بین می‌رود و رابطه‌ای پیچیده، غیرمتمرکز و منتج از مفهوم فضا در ارتباط با هویت‌ها شکل می‌گیرد که فاقد شکل ساخت‌یافته و مشخص است و از هرگونه تعریف و صورت‌بندی مشخص می‌گریزد. ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر فضای مجازی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رودررو را برای کاربران آن فراهم می‌کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی را به چالش کشانده و تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند تا افراد نیازها، خواسته‌ها و بازاندیشی در هویت خویش را به درجاتی به دنیای حقیقی خود تسری دهند و شرایط تازه‌ای را برای گفتگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم می‌سازد. مارک پاستر در «عصر دوم رسانه‌ها» تأکید می‌کند در



دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشتهای بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویتها را در وضعیت کاملا تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است (پاستر، ۱۳۷۸: ۱۵۲).

هویت در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع، ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که در صورت بندی‌های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس هستند، جان می‌گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده‌ای چند لایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه تکه است. پدیده‌ای که شکل دادن خویش را به گونه‌ای طراحی می‌کند که با هرگونه تثبیت هویت می‌ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماعات مجازی، تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. در واقع، در اجتماعات مجازی معمولا افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می‌سازند. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است. عوامل دیگر، همچون سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند بلکه منافع مقطعی، محدود و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع می‌کند و هویت آنها را می‌سازد (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۳۱). اینترنت و موبایل به عنوان نمادهای شاخص فضای مجازی، منابع اساسی ایجاد هویت‌های متکثرند؛ به گونه‌ای که فرد با تلفن همراهی که در دست دارد، می‌تواند به گسترده‌ترین شبکه‌های اجتماعی متصل گردد و با معرفی خود با هویت‌های گوناگون، خود را به گونه‌ای جدید بروز دهد. در ادامه، به بررسی این دو منبع خواهیم پرداخت.

اینترنت

بدون شک، یکی از فراگیرترین و تأثیرگذارترین نمودهای فضای مجازی اینترنت است. اینترنت به علت داشتن ویژگی‌هایی همچون سرعت دسترسی، جذابیت و فضای تعاملی، جوانان را به سوی خویش جذب نموده و حجم انبوهی از اطلاعات



و فضایی جدید را پیش روی آنان می‌گشاید. اینترنت، در واقع مکان بی‌مکان است؛ جایی که انسانها می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه‌های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان، مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب دشواری‌ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک، شتابی بیشتر می‌یابد (اخگری، ۱۳۸۸: ۴۲). اینترنت دارای پنج ویژگی است که آن را از سایر رسانه‌ها متمایز و به نوعی آن را خاص کرده است. این ویژگی‌ها عبارت است از: دیجیتالی بودن، تعاملی بودن، واقعیت مجازی بودن، هایپر تکست بودن و مرکزی بودن (عاملی، ۱۳۸۴: ۱). تعاملی بودن اینترنت و قابلیت‌های آن، این امکان را فراهم آورده که انسانها بتوانند از طریق صفحه کلید به صفحه کلید (کیبرد - کیبرد) با یکدیگر ارتباط پیدا کنند و در فضایی مجازی، انواع هویت‌های مجازی را جعل کنند و با این شیوه فضای اینترنت به فضای تعامل میان هویت‌های مجازی تبدیل گردد. در اینترنت، تعاریف خود تغییر می‌کند. هویت که به زبان فلسفی، از «من» به عنوان مؤلفه‌ای ثابت و در واقع، این همانی فرد تعریف می‌شد، در دنیای اینترنت عبارت از مؤلفه‌هایی متغیر در فضایی متغیر است؛ گاه بیانگر آرمانهای فرد است و گاه بیانگر جنبه‌های مخفی شخصیت فردی او که در اجتماع زیر نقابی که بر صورت داشته قادر به بیان آن نبوده است. از دیگر سو، در عالم واقع یک فرد با یک هویت با طرف مقابل ارتباط برقرار می‌کند اما اینترنت به او این امکان را می‌دهد که بتواند در یک لحظه چند هویت مختلف و گاه متضاد داشته باشد؛ بنابراین رسانه‌های مدرن برای انسان امروزی فضاهایی مجازی پدید آورده‌اند. تعریف و برداشت انسان در عصر حاضر از زمان و مکان دگرگون شده و از این رو در این فضاهای مجازی هویت مجازی یا به عبارت دیگر «من» اینترنتی پدید آمده است. داده‌های شناور در فضای اینترنت با استفاده از قابلیت‌های خویش به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم هویت‌های مذهبی، ملی، فرهنگی، فردی جوان را مورد تهدید قرار می‌دهد. برای نمونه، در مورد تأثیر بر هویت فردی، می‌توان به اعتیاد به اینترنت اشاره کرد. هنگامی که فرد به صورت مداوم از اینترنت استفاده می‌کند، دیگر فرصت شناسایی خویشتن و استعدادها و قابلیت‌های خود را ندارد و به همین دلیل، دچار بی‌هویتی فردی شده و نمی‌داند که چه کسی هست و چه کسی باید باشد (نجفی، ۱۳۸۹: ۱۳).

چت‌روم‌ها یا تالارهای گفتگو به عنوان یکی پرطرفدارترین و پرکاربردترین



امکانات در اینترنت محسوب می‌شوند. چت‌روم در واقع فضایی است که در آن افراد بدون آنکه یکدیگر را ببینند با «ایمیل» و از طریق شبکه اینترنت با هم در ارتباطند و به گفتگوی نوشتاری می‌پردازند. کاربران ممکن است در چت‌روم‌ها، توصیف مجازی از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود ارائه دهند که با ویژگی‌های واقعی آنها تفاوت بنیادی داشته باشد. این امر می‌تواند

موجب به وجود آمدن هویت کاذب یا هویت موقت (آنی) بنیادی شود. هویت کاذب به این معناست که فرد هویت‌هایی را تجربه می‌کند که هیچ کدام متعلق به او نیستند و هویت موقت یا آنی نیز به این معناست که فرد در هر چت، هویتی را معرفی می‌کند که پایدار نیست و دوام آنها تنها تا پایان آن چت ادامه دارد. به این ترتیب، فرد هویت‌های متعدد و فراوانی را تجربه می‌کند که زودگذر و ناپایدارند (نوابخش، ۱۳۸۹: ۱۵۹). «بل» معتقد است جهان مجازی با تأثیر گرفتن از صنعت همزمان ارتباطات، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن، ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرند و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند. (عاملی، ۱۳۸۵: ۱). توصیف مجازی که کاربران از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود در فضای چت‌روم به عمل می‌آورند را می‌توان با توجه به این گزاره‌ها تبیین کرد؛ تلاش برای پیشدستی در گرفتن اطلاعات، شناسایی اولیه از مخاطب گفتگو، توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز یا نادرست از برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی و نشان دادن همدردی و همسویی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب از جمله زمینه‌های نشان‌دهنده تدارکات و آمادگی‌های پشت صحنه‌ای افراد برای نمایش روی صحنه‌ای خود هستند. ماهیت غیر رودرروی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی همچنین می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم سازد که ریسک شرمندگی در آن کمتر است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲۸۱).

یافته‌های پژوهش زنجانی‌زاده و جوادی که با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد» در سال ۸۲-۸۳ انجام شده است، نشان می‌دهد که ۴۵ درصد دانش‌آموزان از اینترنت استفاده می‌کنند، میانگین استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته و میزان استفاده از چت، ۱۲۷ دقیقه در هفته بوده است. در پژوهشی دیگر، بابایی (۱۳۸۲) به این نتیجه دست یافت که ایرانیان به چت علاقه‌مندند و به‌جز معدود افراد متخصص، سایرین وارد محیط‌های تخصصی نمی‌شوند. اسلامی (۱۳۸۳) در تحقیق خود که در میان



دانش‌آموزان انجام گرفته است، نشان می‌دهد بیشترین استفاده از اینترنت برای برقراری ارتباط و چت کردن است (نوابخش، ۱۳۸۹: ۱۶۳-۱۶۲). همه این داده‌ها، گویای این مطلب است که علاقه بیش از حد جوانان ایرانی به فضاهای چت‌روم، می‌تواند زمینه تهدید هویتی را برای آنان فراهم سازد. متأسفانه، ضعف مهارت‌های اجتماعی در برقراری ارتباط از سوی خانواده و نهادهای آموزشی، محدودیت‌های اجتماعی در گفتگوهای خصوصی، انزواطلبی و نیازهای جنسی، نظر نوجوانان و جوانان را به چت‌روم‌ها بیشتر کرده است. فرد در چت‌روم، با نوعی احساس امنیت و آسودگی خاطر از دیده نشدن، تهدید نشدن و ناشناس ماندن، در پی ارضای نیازهای روحی، روانی، جنسی و عاطفی خود بر می‌آید. او در چنین فضایی، در خلأ مؤلفه‌های هویتی خود - چه در سطح فردی، چه ملی - ممکن است به پرخطرترین رفتارهای روانی دست بزند. چنین فردی، پس از مدتی با حل شدن در این فضای سیال و غیرواقعی، از محیط واقعی و فیزیکی ایزوله می‌شود. در چنین وضعیتی، مؤلفه‌های هویتی بومی - ملی که به آنها اشاره کردیم، نه تنها تقویت نمی‌شود، اغلب محقق نیز نمی‌گردد.

روش تحقیق

روش به کار رفته در این پژوهش، روش پیمایشی است. روش پیمایشی برحسب شاخصهای مختلف، متفاوت است. براساس روش پیمایشی حاضر، از بعد هدف، توصیفی - تحلیلی، از بعد زمان، به صورت مقطعی، از بعد واحد تحلیل، متمرکز بر افراد، از بعد جامعه مورد بررسی، بزرگ مقیاس است. در این پژوهش، با توجه به ماهیت کیفی و چند بعدی هویت دینی، متغیر هویت دینی در ابعاد شناختی، مناسکی، تجربی، اعتقادی و پیامدی به صورت جداگانه مورد سنجش قرار گرفته است؛ بدین صورت که احساس تعلق، تعهد و وفاداری به شناسه‌های فرهنگ دینی، مانند گرایش دینی، پایبندی به مراسم مذهبی، باور دینی و پیروی از دستورهای دینی، نگرش افراد به بی‌حجابی، مصرف مشروبات الکلی، مذهبی بودن رهبران سیاسی، معیار قرار دادن رعایت احکام در دینداری و... عملیاتی گردیده است. بر این اساس، با طیفی پنج گزینه‌ای (کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف و کاملاً مخالف) هویت دینی دانشجویان مورد آزمون قرار گرفته است. برای به دست آوردن شاخص هویت دینی ۱۶ گویه و متغیر هویت ملی ۲۶ گویه تنظیم و در اختیار پرسش‌شونده قرار داده شد. این گویه‌ها را در جداول زیر می‌توان مشاهده کرد.



جدول شماره ۱- ابعاد، شاخصها و دامنه تغییرات هویت دینی

ابعاد هویت دینی	شاخصها	دامنه تغییر
تجربی (احساسی)	هنگام شرکت در مراسم مذهبی احساس خوبی دارم. هنگام شنیدن اذان و قرآن احساس آرامش می‌کنم. بارها وجود خدا را در زندگی احساس کرده‌ام.	۵ تا ۱
اعتقادی (ایدئولوژیک)	معتقد به وجود خدا هستم. به عقیده من آخرت وجود دارد. اعتقاد به خدا را در سعادت دنیوی خود مؤثر می‌دانم. من به اصول دین معتقدم.	
مناسکی (رفتاری)	من فقط با هم‌مذهب خود ازدواج می‌کنم. من معمولا در جشنها و مراسم مذهبی شرکت می‌کنم. من کتب دینی و مذهبی را مطالعه می‌کنم. من واجبات و فرائض دینی را انجام می‌دهم.	
شناختی (آگاهی)	در مورد احکام مذهبی ام اطلاعات کافی دارم.	
پيامدی	با بدحجابی یا قاطعیت باید مبارزه کرد. درباره خرید و فروش مشروبات الکلی باید سختگیری کرد. رهبران سیاسی باید کاردان باشند، مذهبی بودن یا نبودنشان چندان مهم نیست. باید جلوی فیلمها و کتابهایی که با اعتقادات و باورهای مذهبی در تضاد است، گرفته شود.	

جدول شماره ۲- ابعاد شاخصها و دامنه تغییرات هویت ملی

ابعاد هویت ملی	شاخصها	دامنه تغییر
اجتماعی	اعتقاد به وجود جامعه ملی - ایرانی و تمایل به زندگی در این جامعه، ضرورت وجود جامعه ملی - ایرانی، احساس تعلق و تعهد به حفظ جامعه ملی - ایرانی و پذیرش دیگران به عنوان هموطن، اعتقاد راجع به سرنوشت و آینده جامعه ملی، احساس افتخار نسبت به تعلق به جامعه ملی، تمایل به پرداختن هزینه لازم برای عضویت در جامعه ملی، نگرش نسبت به مبانی همبستگی و همکاری اجتماعی، اعتقاد به ضرورت وحدت و همبستگی سیاسی و اجتماعی	۱ تا ۵
تاریخی	تعریف و تعیین دوره تاریخی ملت ایران، احساس تعلق به دوره‌های تاریخی، احساس افتخار نسبت به تعلق و سابقه تاریخی	



دامنه تغییر	شاخصها	ابعاد هویت ملی
	ارزشگذاری و قضاوت نسبت به میراث گذشته، اعتقاد نسبت به حفظ و تقویت میراث فرهنگی، اعتقاد و ارزشگذاری نسبت به زبان فارسی، تربیت و نامگذاری فرزند، ارزشگذاری نسبت به فرهنگ قومی، ملی، دینی و جهانی، ارتباط میان فرهنگ ایرانی و فرهنگ دینی	فرهنگی
	ارزشگذاری به ساختارهای سیاسی گذشته، اعتقاد به ضرورت استقرار یک نظام سیاسی واحد بر کل جامعه ایران، علاقه قلبی به یک نظام سیاسی دارای ارزشهای همه‌پسند در کشور، دفاع از یکپارچگی و همبستگی سیاسی، ایدئولوژی سیاسی مناسب برای نظام سیاسی مطلوب، ساختار قدرت مناسب برای کشور، جایگاه و نقش خود(شهروند) در نظام سیاسی، نگرش نسبت به جایگاه و نقش حکام در جامعه، نگرش نسبت به حکام گذشته در نظامهای سیاسی گذشته، جایگاه کشور در نظام سیاسی بین‌المللی، دفاع از تصمیم‌گیری‌های نظام سیاسی کشور و حمایت از سیاستهای کلان کشور	سیاسی

(حاجیانی، ۱۳۸۸: ۴۵۰)

جدول شماره ۳- تعریف عملیاتی، سطح سنجش و دامنه تغییر فضای سایر

دامنه تغییر	سطح سنجش	تعریف عملیاتی
۱-۵	ترتیبی	تعاملات شبکه‌ای شده بین افراد و آفریده‌های معنوی‌شان و هر چیز همراه با چنین شبکه‌ها و تعاملاتی، مانند استفاده از اینترنت، میزان استفاده و نوع استفاده
۱-۲	اسمی	
۰-۱۲۰	فاصله‌ای	



جدول شماره ۴- ابعاد و شاخصهای فضای سایبر

متغیر	ابعاد	شاخصها و معرف
فضای مجازی	دسترسی	وجود رایانه شخصی، سهولت دسترسی به اینترنت، سرعت اینترنت، میزان مهارت در استفاده از اینترنت
	مصرف	سابقه مصرف
		طول مدت آشنایی با اینترنت
		مدت زمان استفاده از اینترنت، مدت زمان استفاده از اینترنت در شبانه روز، میزان استفاده از اینترنت در هفته اخیر
	مصرف	داشتن وبلاگ شخصی، میزان عضویت در سایتهای اینترنتی، استفاده از اینترنت برای دریافت و ارسال مطالب، ارسال و دریافت ایمیل، استفاده از سایتهای علمی آموزشی، استفاده از اینترنت برای دریافت اخبار، چت کردن، خرید و فروش آنلاین، دوست‌یابی، بازی رایانه‌ای، امور اداری، نشر افکار و عقاید خود، برقراری ارتباط با افرادی در سایر کشورها، ثبت‌نام در آزمون‌ها و غیره، عضویت در کلوپ‌ها، سرگرمی، دانلود بازی و موسیقی و فیلم، دستیابی به سایتهای بهداشتی، دسترسی به اطلاعاتی که صحبت کردن در مورد آنها در واقعیت خیلی راحت نیست. استفاده از نامه‌های مستعار در ارتباطات اینترنتی

جدول شماره ۵- ضرایب پایایی مقیاسهای استفاده شده

ردیف	متغیر	تعداد شاخص	ضریب آلفای استاندارد شده
۱	هویت دینی	۱۶	۰.۸۲۰٪
۲	تعامل در فضای سایبر	میزان دسترسی به اینترنت	۰.۷۰۱٪
		میزان و نوع مصرف	۰.۷۸۷٪

متغیر هویت دینی، متغیر وابسته‌ای است که تحقیق حاضر با هدف بررسی چگونگی و چرایی آن صورت گرفته است. تحلیل عاملی متغیر مذکور، این امکان را فراهم می‌آورد که بر اساس داده‌های تجربی، نخست ابعاد متغیر و دوم اجزایی



که هر بعد را تشکیل می‌دهند شناسایی شوند و به این ترتیب، شناخت و بصیرت بیشتری نسبت به این مفاهیم حاصل گردد. با این توصیفات، نتایج تحلیل عاملی گویای این مطلب است که متغیر مذکور از نظر پاسخگویان دارای دو بعد اساسی بوده است که در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره ۶- خروجی تحلیل عاملی هویت دینی

عوامل	ارزش ویژه	درصد واریانس به حساب آمده	درصد واریانی تجمعی
عامل اول	۳/۸۳۵	۴۲/۷۶۵	۴۲/۷۶۵
عامل دوم	۱/۶۵۹	۱۸/۹۸۹	۵۶/۹۶۷

بر اساس نتایج تحلیل عاملی، هویت دینی در بین پاسخگویان دارای دو بعد اساسی به شرح زیر است:

۱- بعد اول شامل گویه‌های شماره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ و ۱۶ است. مقادیر بار عاملی هر یک از اجزا نشان می‌دهد که داشتن احساس خوب هنگام شرکت در مراسم مذهبی با بار عاملی (۰.۹۳۵٪) انجام واجبات دینی با بار عاملی (۰.۷۹۲٪) و اعتقاد به اصول دین با بار عاملی (۰.۸۰۱٪) بیشترین سهم را در تشکیل این بعد داشته‌اند. بر این مبنا، این بعد از هویت دینی را می‌توان «احساس و باور دینی» نامید.

۲- بعد دوم شامل گویه‌های سختگیری درباره مشروبات الکلی با بار عاملی (۰.۹۶۰٪) مبارزه با بدحجابی با بار عاملی (۰.۸۲۵٪) و مبارزه با فیلمها و کتابهای دارای تضاد با اعتقادات مذهبی با بار عاملی (۰.۸۳۲٪) است که می‌توان آن را «الزام عملی به دین» نامید.

جامعه آماری

جامعه آماری را دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه یاسوج، شامل ۵۰۰۰ نفر از دانشجویان در مقطع کارشناسی (نوبت روزانه و شبانه) تشکیل دادند که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران، حجم نمونه ۳۴۰ نفر تعیین و به صورت طبقه‌ای ساده گزینش، انتخاب و مطالعه دانشجویان آغاز گردید.

جمع‌آوری اطلاعات مربوط به متغیرهای مستقل مورد مطالعه در جامعه آماری مورد پژوهش با استفاده از پرسشنامه تکمیل شده توسط دانشجویان انجام شد.



تأیید روایی ظاهری پرسشنامه توسط استادان رشته علوم سیاسی و علوم اجتماعی صورت گرفت. همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای ارزیابی میزان اعتبار یا روایی ابزار سنجش بهره گرفته شد و یک مطالعه پیشاهنگ انجام شد. به منظور تعیین انحراف معیار جامعه مورد مطالعه و همچنین تعیین دقت احتمالی مطلوب، تعداد ۳۰ دانشجو خارج از جامعه آماری مورد تحقیق، به طور تصادفی انتخاب و پیش آزمون انجام شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از بسته نرم‌افزاری SPSS Win استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو قسمت تحلیل توصیفی و تبیین داده‌ها دسته‌بندی می‌شود.

۱- تحلیل توصیفی

۱-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

از میان مجموع پرسش‌شوندگان ۱۷۷ نفر را دانشجویان دختر و ۱۶۳ نفر را دانشجویان پسر به خود اختصاص دادند. به عبارت دیگر ۵۲ درصد از پاسخ دهندگان را زنان و ۴۷ درصد را مردان تشکیل دادند.

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

جنسیت	مقدار فراوانی	درصد
زن	۱۱۱	۳۲/۶۴
مرد	۲۲۹	۶۷/۳۵
جمع	۳۴۰	۱۰۰

۱-۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل سکونت

از نظر محل سکونت ۲۲۲ نفر در شهر و ۱۰۰ نفر ساکن روستا بودند، ۱۸ دانشجو نیز به محل سکونت خود اشاره نکرده بود. به عبارت دیگر، ۱۲/۰۴ ساکن شهر و ۱۱/۸۸ ساکن روستا بودند.

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل سکونت

محل سکونت	مقدار فراوانی	میانگین	انحراف معیار
شهر	۲۲۲	۱۲/۰۴	۳/۶۲
روستا	۱۰۰	۱۱/۸۸	۳/۳۳



۳-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی

جامعه آماری پژوهش از بین دانشجویان رشته‌های کشاورزی، علوم پایه، فنی و مهندسی و علوم انسانی انتخاب شدند. از آنجا که نوع نمونه‌گیری به صورت تصادفی صورت گرفت، نمونه‌ها بر حسب نوع رشته تحصیلی به صورت متوازن به دست نیامد اما با توجه به جمعیت دانشکده‌های موجود در دانشگاه، دارای تناسب تقریبی با جمعیت بود.

جدول شماره ۹- پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی

رشته	تعداد فراوانی	میانگین	انحراف معیار
دانشکده علوم انسانی	۱۳۳	۱۲/۲۴	۳/۳۱
دانشکده فنی مهندسی	۶۹	۱۳/۱۳	۳/۴۷
دانشکده علوم پایه	۴۵	۱۱/۳۱	۳/۵۴
دانشکده کشاورزی	۹۱	۱۱/۱۶	۳/۵۵
جمع کل	۳۳۸	۱۲/۰۱	۳/۵۰

۴-۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سال ورود به دانشگاه

از آنجا که دانشجویان سال سوم و چهارمی به نسبت دانشجویان ورودی جدید معمولاً زمان بیشتری را به استفاده از فضای سایتهای رایانه‌ای خوابگاه و دانشگاه اختصاص می‌دهند و این نکته در پژوهشهای میدانی پیشین در دانشگاه اثبات گردیده بود، تلاش شد تا نمونه به صورتی تقریباً متوازن دربردارنده هر دو گروه دانشجویان باشد تا در پایان بتوان نتایج حاصله را میانگینی صحیح از دانشجویان دانشگاه در نظر گرفت. بر این اساس، ۱۵۸ نفر از پرسش‌شوندگان از دانشجویان سال اول یا دوم و ۱۸۰ نفر سال سوم و چهارم بودند.

جدول شماره ۱۰- پاسخگویان بر حسب سال ورود به دانشگاه

سال ورودی	مقدار فراوانی	میانگین	انحراف معیار
دو سال اول	۱۵۸	۱۱/۵۳	۳/۶۵
دو سال دوم	۱۸۰	۱۲/۴۶	۳/۳۵

۵-۱- توصیف آماری هویت دینی در میان دانشجویان

جدول زیر، نما و میانگین هویت دینی دانشجویان را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده گویای این نکته است که میزان احساس تعلق، وفاداری و تعهد به شناسه‌های



هویت دینی در میان دانشجویان قابل توجه است. میانگین هویت دینی ۵۲/۶۷ است که بر مبنای یک مقیاس صفر تا ۱۰۰ بیش از حد متوسط ارزیابی می‌شود. میانگین مذکور بیانگر این واقعیت است که اکثر دانشجویان به هویت دینی گرایش دارند. در میان دانشجویان بررسی شده، احساس سربلندی و تعلق خاطر زیادی نسبت به مؤلفه‌ها و شناسه‌های فرهنگ دینی، مانند اعتقاد به خداوند، احساس وجود خدا، اعتقاد به آخرت، احساس آرامش هنگام شنیدن قرآن و اذان و اعتقاد به اصول دین وجود دارد. در مجموع، می‌توان گفت با توجه به اینکه پنج بعد هویت دینی (تجربی، اعتقادی، مناسکی، پیامدی و شناختی) اجزای هویت دانشجویان را تشکیل داده است و اغلب دانشجویان به ابعاد پنجگانه مذکور گرایش دارند، وقتی دانشجویان مجبور به اولویت‌بندی ابعاد هویت دینی خود می‌شوند ۹۰/۱ درصد پاسخگویان بعد اعتقادی، ۸۴/۸ درصد بعد تجربی، ۶۷/۳ درصد بعد مناسکی، ۴۴ درصد بعد پیامدی و ۲۸/۵ درصد بعد شناختی هویت دینی را در اولویت خود قرار داده‌اند و نسبت به آن احساس تعهد می‌کنند.

جدول شماره ۱۱- مشخصات دانشجویان برحسب هویت دینی

متغیر	گزینه‌ها	فراوانی	درصد خالص
هویت دینی	ضعیف	۲۵	۷/۳۵
	متوسط	۱۳۰	۳۸/۲۳
	قوی	۱۸۵	۵۴/۴۲
	جمع	۳۴۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	قوی	
	میانگین	۵۲/۶۷	

۱-۶- توصیف آماری هویت ملی در میان دانشجویان

جدول زیر، نما و میانگین هویت ملی دانشجویان را نشان می‌دهد. طبق نتایج به دست آمده، میانگین هویت ملی دانشجویان ۵۸/۳۳ است که بر مبنای یک مقیاس صفر تا ۱۰۰ بیش از حد متوسط ارزیابی می‌شود. میانگین مذکور بیانگر این واقعیت است که اکثر دانشجویان به هویت ملی گرایش دارند. مقایسه میانگین هویت دینی و ملی دانشجویان، گویای این نکته است که هویت ملی در میان دانشجویان بالاتر از میانگین هویت دینی است.



جدول شماره ۱۲- توصیف آماری هویت ملی در میان دانشجویان

متغیر	گزینه ها	فراوانی	درصد خالص
هویت ملی	ضعیف	۳۳	۹/۷۰
	متوسط	۱۰۱	۲۹/۷۰
	قوی	۲۰۶	۶۰/۵۸
	جمع	۳۴۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	قوی	
	میانگین	۵۸/۳۳	

۷-۱- توصیف آماری تعامل در فضای سایر در میان دانشجویان

با توجه به اینکه هدف پژوهش، سنجش رابطه فضای مجازی با هویت دینی و ملی دانشجویان بود، ابتدا میزان استفاده دانشجویان از اینترنت مورد بررسی قرار گرفت. طبق اطلاعات به دست آمده، میزان بهره‌مندی و دسترسی به ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، مانند اینترنت در ۷۴/۹۹ درصد دانشجویان متوسط به بالاست. به لحاظ میزان مصرف در ۷۲/۰۵ درصد دانشجویان مورد بررسی، میزان مصرف کالاهای نوین فرهنگی نظیر اینترنت متوسط به بالا است و فقط در ۲۷/۹۴ درصد پاسخگویان میزان استفاده در حد کم است. بر همین مبنا، میزان تعامل در فضای سایر در ۱۸/۸۲ درصد دانشجویان در حد کم، در ۵۱/۴۷ درصد در حد متوسط و در ۲۹/۷۰ درصد در حد زیاد است؛ بنابراین حدود یک سوم دانشجویان را می‌توان به عنوان کاربر حرفه‌ای در نظر گرفت.

جدول شماره ۱۳- مشخصات دانشجویان بر حسب میزان تعامل در فضای سایر

متغیرها	گزینه ها	فراوانی	درصد خالص
میزان دسترسی	کم	۸۵	۲۵
	متوسط	۱۶۰	۴۷/۰۵
	زیاد	۹۵	۲۷/۹۴
	جمع	۳۴۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	زیاد	



متغیرها	گزینه ها	فراوانی	درصد خالص
میزان مصرف	کم	۹۵	۲۷/۹۴
	متوسط	۱۷۲	۵۰/۵۸
	زیاد	۷۳	۲۱/۴۸
	جمع	۳۴۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	متوسط	
تعامل در فضای سایبر	کم	۶۴	۱۸/۸۲
	متوسط	۱۷۵	۵۱/۴۷
	زیاد	۱۰۱	۲۹/۷۰
	جمع	۳۴۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	متوسط	

۲- تبیین داده‌ها

تحلیل دو متغیری هویت دینی با تعامل در فضای سایبر براساس نتایج تحلیلهای دو متغیری در جدول شماره ۱۴ می‌توان گفت، میزان هویت دینی دانشجویان با میزان تعامل آنها با فضای مجازی رابطه معکوس دارد. به عبارت دیگر، هرچه دانشجویان در تعامل بیشتر با فضای مجازی قرار داشته باشند، از هویت دینی آنها کاسته خواهد شد. نتایج مربوط به تحلیل همبستگی ابعاد مختلف متغیر تعامل در فضای سایبر با هویت دینی نشان می‌دهد که بین ابعاد میزان مصرف و دسترسی با هویت دینی و ملی همبستگی منفی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی و ملی نزد دانشجویان کاسته می‌شود. داده‌های جدول شماره ۱۵ نشان می‌دهد شاخصها و ابعاد هویت دینی در ارتباط با فضای سایبر است در میان ابعاد هویت دینی، فضای سایبر بیشترین تأثیر را بر هویت تجربی و اعتقادی گذاشته است؛ از این رو می‌توان گفت کمترین تأثیر در بعد شناختی و پس از آن در بعد مناسکی بوده است و دانشجویان در این بعد هویتی خود، قوی‌تر بوده‌اند که جای تأمل دارد.



جدول شماره ۱۴- سنجش رابطه هویت دینی با متغیرهای مستقل

هویت دینی				متغیرهای مستقل
سطح معناداری	مقدار کا اسکوبر	گاما	مقدار کندال	
۰/۰۴۵	۶/۱۲۰	-۰/۱۹۱	-۰/۰۹۴	دسترسی
۰/۰۰۲	۱۰/۵۴۰	-۰/۲۶۱	-۰/۱۳۰	مصرف
۰/۰۰۵	۱۱/۳۰۲	-۰/۲۰۶	-۰/۱۰۱	تعامل در فضای سایبر

جدول شماره ۱۵- بررسی رابطه هویت دینی و تعامل با فضای مجازی توسط دانشجویان

ابعاد هویت دینی	مقدار کندال	گاما	مقدار کا اسکوبر	سطح معناداری
شناختی	۳۰٪-	۷۴٪	۷۲۲/۱۰	۱۶/۰
تجربی	۱۴۰٪-	۳۷۰٪-	۰۲/۱۷	۰۰/۱/۰
اعتقادی	۱۳۰٪-	۲۳۰٪-	۹۸/۱۵	۰۰۲/۰
مناسکی	۷۰٪-	۱۴۰٪-	۸۶/۹	۰۲۳/۰
پیامدی	۷۹٪-	۱۶۵٪-	۶۰/۶	۰۱۷/۰

مقایسه آمار فوق با آن دسته از دانشجویانی که اظهار داشته‌اند به میزان کم از اینترنت استفاده می‌کنند، نشان می‌دهد دسته دوم در همه ابعاد هویت دینی خود به مراتب وضعیت بهتری دارند. دلیل این مسئله، بیش از هر چیز به داده‌های منتشر شده در فضای مجازی بازمی‌گردد.

به لحاظ هویت ملی، نتایج داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد که بیشترین تأثیرگذاری فضای مجازی بر هویت ملی دانشجویان به ترتیب در شاخصهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی بوده است.

جدول شماره ۱۶- بررسی رابطه هویت ملی و تعامل با فضای مجازی توسط دانشجویان

ابعاد هویت ملی	مقدار کندال	گاما	مقدار کا اسکوبر	سطح معناداری
اجتماعی	-۰/۱۳۰	-۰/۳۴۰	۱۵/۰۹۰	۰/۰۰۲
تاریخی	-۰/۰۵۶	-۰/۰۹۲	۱۳/۹۰۰	۰/۱۶۱
فرهنگی	-۰/۰۷۰	-۰/۱۴۱	۱۰/۱۶۰	۰/۰۲۵
سیاسی	-۰/۱۲۸	-۰/۳۱۵	۱۵/۰۸۱	۰/۰۰۲

بحث

بر اساس نتایج تحلیل دو متغیری که در جدول شماره ۱۵ آمده است، می‌توان گفت بین هویت دینی و ملی دانشجویان و فضای سایبر، رابطه معکوس وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش استفاده از اینترنت و فضای مجازی از میزان هویت ملی و دینی آنها کاسته خواهد شد. همچنین همانگونه که توضیح داده شد، بر اساس آمار به دست آمده، فضای سایبر بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و تجربی و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی گذاشته است. در بعد هویت ملی نیز شاخصهای سیاسی و اجتماعی بیشترین آسیب را به نسبت شاخصهای فرهنگی و تاریخی شاهد بوده‌اند. بدین ترتیب، می‌توان گفت فرضیه اصلی پژوهش مورد تأیید قرار گرفته و دانشجویانی که کمترین استفاده از فضای مجازی را داشته‌اند، از هویت دینی و ملی قوی‌تری نسبت به هم‌تایان خود که بیشتر از فضای مجازی استفاده کرده‌اند، برخوردار هستند. افزون بر این، در میان حدود دو سوم دانشجویان، مصرف کالاهای نوین فرهنگی متوسط و زیاد است. بر همین مبنا، مصرف اینترنت در حدود ۷۲/۰۵ درصد از دانشجویان در حد متوسط و کم و ۲۱/۴۸ درصد آنان در حد زیاد است.

از نظر گیدنز، هویت ملی در حدود ۱۹ سالگی به پختگی می‌رسد (به نقل از جعفری کیدقان، ۱۳۸۴). بر این اساس، انتظار می‌رود که از سالهای آغاز دوره نوجوانی، افزایشی در هویت ملی صورت گیرد، اما برخی یافته‌های پژوهشهای صورت گرفته نشان می‌دهد که با بالا رفتن سن افراد، هویت ملی آنان تضعیف می‌شود. برای نمونه، طالبی در پژوهشی نتیجه گرفت که دبیرستانی‌ها در مقایسه با مقاطع پایین‌تر، هویت ملی ضعیف‌تری دارند. جعفری کیدقان (۱۳۸۴) و ربانی و حسنی (۱۳۸۸) نیز نشان دادند که بین سن و هویت ملی در نوجوانان و جوانان همبستگی منفی وجود دارد؛ چنان که با بالا رفتن سن، گرایشهای ملی افراد کاهش می‌یابد (به نقل از حسینی انجدانی، ۱۳۹۰: ۵۹). این مسئله در مورد دانشجویان نیز به نظر صادق می‌رسد. اما در زمینه اینکه چه عاملی باعث می‌شود برخلاف گفته گیدنز، هویت ملی دانشجویان ضعیف‌تر از گذشته آنها باشد، نتایج پژوهش حاضر به نظر قابل تأمل می‌رسد. یافته‌های پژوهش، دیدگاه‌های نظری رابرتسون، تاملینسون، کاستلز، گیدنز و فوکویاما درباره تأثیر جهانی شدن و تعامل در فضای سایبر شدن تعلقات دینی افراد را تأیید می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰، گیدنز، ۱۳۸۷، ۱۳۸۴، رابرتسون، ۱۹۹۱، ۱۳۸۸، ۱۳۸۶، فوکویاما، ۱۹۹۲، ۱۹۸۹، ۲۰۰۲، ۲۰۰۳، تاملینسون، ۱۳۸۷، ۱۳۸۱). همچنین با یافته‌های





اولسون (۱۹۹۸)، گلین (۱۹۹۷)، گوریز (۲۰۰۰)، فانک و همکاران (۱۹۹۶)، گرونه‌وگ و همکاران (۱۹۸۵)، حافظ‌نیا و همکاران (۱۳۸۵)، باقری (۱۳۸۴)، میرمحمدی و ساروخانی (۱۳۹۱)، حسینی (۱۳۹۰)، جان‌پرور و حیدری (۱۳۹۰)، علوی، هاشمیان و جنتی‌فرد (۱۳۸۷)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) و نوایخش، هاشم‌نژاد و شم‌پور (۱۳۸۹) انطباق دارد. این تحقیقات، تأثیر فضای مجازی بر هویت را تأیید کرده‌اند اما صرف‌نظر از یافته‌های فوق، دسته‌ای دیگر از پژوهش‌های صورت گرفته وجود دارد که چنین رابطه‌ای را تأیید نمی‌کنند. پژوهش زنجانی‌زاده و جوادی (۱۳۸۴)، دوران (۱۳۸۲)، شرفی (۱۳۷۷) و موحدی و کاوسی (۱۳۹۰) از جمله این تحقیقات است که بر اساس یافته‌های فوق، هیچ رابطه معناداری بین تجربه فضای سایبرنتیک و هویت افراد شناسایی نشده است و نشان می‌دهد که اینترنت بر هویت اجتماعی تأثیری ندارد. یافته‌های حسینی انجدانی حتی تأیید می‌نماید که استفاده از رایانه و اینترنت در تقویت هویت ملی تأثیر مثبت دارد (حسینی انجدانی، ۱۳۹۰: ۹۱). این امر گویای پیچیدگی رابطه و بنابراین آثار متقابل و متفاوت سطحی، عمیق، کوتاه‌مدت و بلندمدتی است که میان دو متغیر، به‌ویژه در حضور دیگر متغیرهای زندگی اجتماعی می‌توان تصور کرد. همچنین پیشینه تاریخی و مذهبی قوی کاربران اینترنت یا قرار گرفتن در محیط‌های جانبی که در آن نسبت به هویت دینی و ملی تأکید و توجه می‌شود، نقش مؤثری در شدت و ضعف نتایج به دست آمده دارد. با این حال و به‌رغم پژوهش‌های صورت گرفته، موضوع فوق همچنان جای تحقیق و بررسی بیشتر را دارد و نیاز است تا در تحقیقی جامع، ارزیابی نسبت به تأثیر عامل فوق بر هویت ملی و دینی دانشجویان در دانشگاه‌های سراسر کشور صورت گیرد و با توجه به نتایج حاصل شده برای هر استان برنامه‌ریزی لازم صورت پذیرد.

نتیجه‌گیری

در عصر کنونی با گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جهان دومی با عنوان فضایی مجازی شکل گرفته است که ماهیت و عملکرد آن با جهان اول (جهان واقعی) متفاوت است. جهان مجازی با تأثیر گرفتن از صنعت همزمان ارتباطات، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن، هویت‌های همزمان، متکثر و ناپایدار شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرد و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌رود. این به وجود آمدن و از بین رفتن هویت‌های جدید می‌تواند به این دلیل باشد که هویت‌ها پشتوانه‌ای ندارند و طبق مرزها و مکانها شکل نگرفته‌اند.



به طور کلی، فضای مجازی علاوه بر سودمندی‌های فراوان، آسیب‌هایی نیز برای جامعه، به‌ویژه قشر جوان در پی دارد. از آنجایی که امنیت در دوره کنونی از بعد سخت‌افزاری (سیاسی - نظامی) به بعد نرم‌افزاری (ارزشها، هنجارها، هویت) متمایل شده است، ارزشها و هنجارهای مخرب غیر بومی با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی از جمله فضای مجازی، می‌تواند زیانهای جبران‌ناپذیری به بنیانهای ارزشی جامعه مذهبی ایران وارد سازد. با توجه به اینکه بخش بزرگی از جمعیت ایران را جوانان و به‌ویژه تحصیلکردگان دانشگاهی تشکیل می‌دهد، مدیران و سیاستگذاران امنیتی الزاماً باید در تدوین راهبردهای امنیتی کشور، توجه ویژه‌ای به این قشر جامعه داشته باشند. نسل جوان کنونی، به‌ویژه قشر دانشجو، نسلی پر جنب و جوش و آگاه است که متأسفانه در برابر بحرانها و چالشهای عظیم اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی و حمله تبلیغاتی سامانه‌های ارتباطی - اطلاعاتی کشورهای غربی که در اندیشه مسخ هویتی مردم ایران هستند، قرار گرفته است. به همین دلیل، توجه به امنیت اجتماعی هویت محور که نهادهای اجتماعی، جوانان و دانشجویان در تعریف و تأمین آن نقش اصلی را داشته باشند، از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این راستا، علاوه بر دستگاه‌های سیاستگذار و مجری، نهادهای جامعه‌پذیری به مثابه بخش نرم‌افزاری نظام اجتماعی با تقویت سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و ارائه الگوهای صحیح و مقبول ارزشی می‌توانند نقش زمینه‌ساز (غیرمستقیم) را در ایجاد همگونی و یکپارچگی ملی و مقابله با ناامنی‌های داخلی و تهدیدات برآمده از فضای مجازی ایفا نمایند. برای نمونه، با بومی و محلی کردن محتوا در اینترنت و فضای مجازی می‌توان مرزهایی که در جهان واقعی وجود دارد، به صورت مجازی در اینترنت بازسازی و نمادهای هویت را در آنجا مطرح کرد تا بتوان هویت‌های مربوط به آن مرزها را بازسازی نمود. همان‌طور که بیان شد، جهان مجازی در موازات با جهان واقعی در حرکت است؛ بنابراین با بازسازی هویت در جهان مجازی، هویتها در جهان واقعی هم تقویت می‌شوند. دیگر اینکه درون فضای مجازی علاوه بر ترسیم مجدد مرزها، فرهنگ محلی و فرهنگ اختصاصی هر گروه بازنمایی شود. بدین ترتیب نظام سیاسی - اجتماعی با کارکرد حفظ الگو و درونی کردن ارزشها از طریق سیاستگذاری‌های درست و عملکرد معقولانه نهادهای جامعه‌پذیری (خانواده، همسالان، مذهب، آموزش و پرورش، رسانه و ...) می‌تواند از بروز رفتارهای انحرافی و کجروی‌های اجتماعی - روانشناختی جلوگیری کند و تمام توان خود را در راستای نیل به اهداف به کار گیرد.



۱. ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۷)؛ مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی، فصلنامه سیاست، دوره ۳۸، شماره ۴
۲. احمدپور، مریم، امید قادرزاده (۱۳۸۹)؛ تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، دو فصلنامه علمی- تخصصی پژوهش، جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره پنجم، پاییز و زمستان
۳. اخگری، محمد (۱۳۸۶)؛ نگاهی به فلسفه تلویزیون؛ جایگزینی واقعیت، اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۱۶، تیرماه
۴. اخگری، محمد (۱۳۸۸)؛ هویت ایرانی در رسانه‌های مجازی، ماهنامه اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۴۰
۵. الطایی، علی (۱۳۷۸)؛ بحران هویت قومی در ایران، تهران، نشر ستارگان
۶. اولسون، دی وید (۱۳۷۸)؛ رسانه و الگوها، ترجمه م. مهجور، تهران، سروش
۷. امینیان، بهادر (۱۳۸۶)؛ تأثیر هویت ملی در پیوند نسلی، فصلنامه جوانان و مناسبات نسلی، شماره اول، بهار و تابستان
۸. پاستر، مارک (۱۳۷۸)؛ عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران، انتشارات مؤسسه ایران
۹. پروین، لارنس‌ای (۱۳۷۴)؛ روانشناسی شخصیت، ترجمه محمد جعفر جوادی و پروین کدیور، تهران، رسا
۱۰. تاملینسون، جان (۱۳۸۱)؛ جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش
۱۱. جان‌پور، محسن، حیدری، طهمورث (۱۳۹۰)؛ آسیب‌شناسی فضای سایبر بر امنیت اجتماعی، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی شماره سوم، سال چهارم، پاییز
۱۲. جلالی‌پور، حمیدرضا، محمدی، جمال (۱۳۸۷)؛ نظریه‌های متأخر در جامعه‌شناسی، تهران، نشر نی
۱۳. جلالی‌پور، حمیدرضا (۱۳۷۲)؛ هویت ملی و اقوام ایرانی در عصر خیزش قومیتها، مجله سیاست خارجی، شماره ۳-۲، بهار
۱۴. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، نشر شیرازه
۱۵. جعفری کیدقان، طاهره (۱۳۸۴)؛ بررسی تأثیر تلویزیون بر هویت فرهنگی، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما
۱۶. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸)؛ جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۷. حافظنیا، محمدرضا، م کیان‌فرد، ی کریم‌پور، م طاهرخانی (۱۳۸۵)؛ تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی، ژئوپولیتیک، سال دوم، شماره ۳ و ۴



۱۸. حبیب‌زاده مرودشتی (۱۳۸۲)؛ بررسی هویت ملی و دینی جوانان و تأثیر آن بر مشارکت سیاسی - اجتماعی، تهران، دانشگاه الزهرا، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی
۱۹. حسن‌زاده، حبیب‌الله (۱۳۸۶)؛ بررسی وضعیت هویت ملی و دینی جوانان در شهرستان سنندج، خلاصه مقالات همایش ملی جوانان و هویت ایرانی، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
۲۰. حسینی، سیدعباس (۱۳۹۰)، نقش اینترنت در تغییر ارزشهای دینی، فصلنامه دین و رسانه، شماره چهارم
۲۱. حسینی انجدانی، مریم (۱۳۹۰)؛ نقش دینداری و رسانه‌ها در پیش‌بینی هویت ملی نوجوانان و جوانان شهر تهران، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال اول، شماره ۴
۲۲. دوران، بهزاد (۱۳۸۲)؛ هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک به نقل از مجید کفاشی (۱۳۸۸)؛ رواسازی مقیاس سنجش تأثیر اینترنت بر ارزشهای تربیتی خانواده، فصلنامه اندیشه‌های تازه در علو تربیتی، سال پنجم، شماره اول
۲۳. ذکایی، سعید (۱۳۸۳)؛ جوانان و فراغت مجازی، فصلنامه مطالعات جوانان، سال سوم، شماره ۶
۲۴. رابرتسون، رونالد (۱۳۸۲)؛ جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، ترجمه کمال پولادی، تهران، ثالث
۲۵. رضایی، احمد (۱۳۷۹)؛ تقلیل ملیت به قومیت، کتاب ماه علوم اجتماعی، آذرماه، شماره ۳۸
۲۶. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲)؛ مشکل هویت ایرانیان امروز، تهران، نشر نی
۲۷. ریتز، جورج (۱۳۸۲)؛ نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هفتم، تهران، نشر علمی
۲۸. زنجانی‌زاده، هما، جوادی، علی محمد (۱۳۸۴)؛ بررسی تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد در سال ۸۲ - ۸۳، مجله جامعه‌شناسی ایران، دور ششم، شماره ۷
۲۹. زاهد، سعید (۱۳۸۴)؛ هویت ملی ایرانیان، فصلنامه راهبرد یاس، سال اول، شماره چهارم
۳۰. سیدامامی، کاووس (۱۳۸۷)؛ هویت‌های قومی از کجا برمی‌خیزند؟ مروری بر نظریه‌های اصلی، فصلنامه خط اول، سال دوم، شماره ۷
۳۱. شرفی، ابوالفضل (۱۳۷۷)؛ بی‌هویتی و گرایش به غرب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس
۳۲. عاملی، سعید (۱۳۸۴)؛ «زیرساختها و خصوصیات فضای مجازی» درس مطالعات فضای مجازی، قابل دسترس در <http://www.javanemrooz.com/articles/print.aspx?id=44474>



۳۳. عاملی، سعید (۱۳۸۵)؛ **فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت**، مجله اینترنتی رسانه جهانی، شماره ۱، بهار، قابل دسترس در <http://gmj.ut.ac.ir/maghale.aspx?id=28>، آخرین بازبینی: ۱۳۹۱/۷/۱۷
۳۴. علوی، سیدسلیمان، کیانوش هاشمیان، فرشته جنتی فرد (۱۳۸۷)؛ **مقایسه هویت و سلامت روان در دانشجویان استفاده‌کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران**، تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۶، شماره ۱
۳۵. غفوری کله، معصومه (۱۳۸۴)؛ **بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده بر آن**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی
۳۶. فانک و همکاران (۱۹۹۶)؛ به نقل از سید سلمان علوی، کیانوش هاشمیان، فرشته جنتی فرد (۱۳۸۷)؛ **مقایسه هویت و سلامت روان در دانشجویان استفاده‌کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران**، تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۶، شماره ۱
۳۷. فکوهی، ناصر (۱۳۸۱)؛ **«شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی: مطالعه موردی استان لرستان»**، مجله جامعه‌شناسی، سال چهارم، شماره ۴
۳۸. کاستلز، امانوئل (۱۳۸۰)؛ **عصر اطلاعات؛ ظهور جامعه شبکه‌ای**، ترجمه علیقلیان و خاکباز، جلد اول، تهران، نشر طرح نو
۳۹. کاستلز، امانوئل (۱۳۸۰)؛ **عصر اطلاعات؛ قدرت هویت**، ترجمه حسین چاوشیان، جلد دوم، تهران، نشر طرح نو
۴۰. کاستلز، امانوئل (۱۳۸۰)؛ **عصر اطلاعات؛ جامعه شبکه‌ای**، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد دوم، تهران، نشر طرح نو
۴۱. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)؛ **چشم‌اندازهای جهانی**، ترجمه محمدرضا جلایی‌پور، تهران، نشر طرح نو
۴۲. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)؛ **پیامدهای مدرنیته**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، مرکز
۴۳. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)؛ **تجدد و تشخیص**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی
۴۴. لانسکی، گرهارد، جین لانسکی (۱۳۶۹)؛ **سیر جوامع بشری**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی
۴۵. مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۴)؛ **تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل**، تهران، انتشارات سمت
۴۶. منتظر قائم، مهدی، شاقاسمی، احسان (۱۳۸۷)؛ **«اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران نگاهی فراتحلیلی با تأکید بر جوانان»**، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان
۴۷. میرمحمدی، داوود، ساروخانی، باقر (۱۳۹۱)؛ **فضای مجازی و تحولات هویت ملی در ایران: مطالعه موردی شهر تهران**، فصلنامه مطالعات ملی، سال سیزدهم، شماره ۴



۴۸. معقولی، نادیا و همکاران (۱۳۹۱)؛ «تحلیل جامعه‌شناسانه هویت ملی و مولفه‌های آن در فیلم‌های بهرام بیضائی»، فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال ۴، شماره ۲، پاییز و زمستان
۴۹. موحدی، مجید، کاووسی، فرزانه (۱۳۹۰)؛ عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با هویت ملی نوجوانان شهر اهواز، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۱۲، شماره ۲
۵۰. نجفی علمی، محمود (۱۳۸۹)؛ فناوری اطلاعات، نوجوانان و بحران هویت، رهاورد نور، سال نهم، شماره ۳۲
۵۱. نوابخش، مهرداد، هاشم‌نژاد، فاطمه، زادشم‌پور، وحید (۱۳۸۹)؛ بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۲۹-۱۵ سال مازندران، مجله تخصصی جامعه‌شناسی، سال اول، پیش شماره اول
۵۲. نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸)؛ چالش‌های فرهنگ و هویت در فضای مجازی، نشریه پگاه حوزه، قابل دسترس در: www.pegahhowzeh.com
۵۳. وینر، شوربرت (۱۳۷۲)؛ استفاده انسانی از انسانها: سایبرنتیک و جامعه، ترجمه مهرداد ارجمند، تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی
۵۴. باقری، حمید (۱۳۸۴)؛ اعتیاد به اینترنت و وضعیت هویت در دانشجویان، پژوهش، دوره هفتم، شماره ۲۵
۵۵. تاملینسون، جان (۱۳۸۷)؛ جهانی‌شدن و هویت فرهنگی، ترجمه الهام کریمی، پژوهشنامه هویت، شماره ۱۹
۵۶. گرونهگ و همکاران (۱۹۸۵)؛ به نقل از سید سلمان علوی، کیانوش هاشمیان، فرشته جنتی فرد (۱۳۸۷)؛ مقایسه هویت و سلامت روان در دانشجویان استفاده‌کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران، تحقیقات علوم رفتاری، دوره ششم، شماره ۱
۵۷. یوسفی، علی (۱۳۸۰)؛ روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، شماره هشتم، سال دوم، تابستان

ب) لاتین

1. Bell, David & Kennedy, Barbara M (2000). **The Cyber cultures reader**, London Rutledge
2. Fukuyama, F. (1989). "The End of History" **The National Interest**, 16 (Summer)
3. Fukuyama, F. (1992). **The End of History and Last Man**, New York, Free press
4. Fukuyama, F. (2002). "Has History Restarted (Since September 11) Again?" policy

5. Fukuyama, F. (2003). **"Economic Globalization and Culture: A Discussion with Francis Fukuyama,** "<http://www.ml/:com/woml/forum/global.htm>
6. Glin L. (1997). **Media and identity,** Psychological Bulletin, 108
7. Gorriz CM, Medina C.(2000). **Engaging girls with computers through software games,** Communications of the ACM 43(1)
8. Kizza, Joseph Migga (1998). **Ethical and social issues in the information age,** New York, Springer-Verlag
9. Robertson.R. (1991). **Social Theory, Cultural relativity and problem of globality,**Culture Globalization and the world systemed, State University of New York
10. Whittle, David B (1997). **Cyberspace: The Human Dimension,** New York, W. H. Freeman, Winter, Vol.1

