

نقش تکنولوژیهای نوین در هویت فرهنگی جوانان

نویسندگان: دکتر حسن درزیان رستمی^۱

منصوره منصوری سده^۲

چکیده

هدف از انجام این تحقیق شناخت نقش تکنولوژی های نوین در هویت فرهنگی جوانان با تاکید بر اینترنت و ماهواره می- باشد. برای رسیدن به این هدف از دیدگاه های نظریه پردازانی چون، گیدنز، استوارت هال، تاچفل، گربنر، مک لوهان، پیر بوردیو و پارسونز استفاده شده است. ماهواره و اینترنت به عنوان ابزارهای جهانی شدن در نظر گرفته شده است. متغیرهای مستقل این پژوهش شامل میزان استفاده از تکنولوژیهای نوین ارتباطی (ماهواره و اینترنت) و هویت فرهنگی متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. در این مطالعه از روش پیمایشی و تکنیک پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات در بین پاسخگویان استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز می باشد، جامعه نمونه 305 نفر است که از طریق نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده اند. داده های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته؛ که نتایج به صورت زیر است:

- اینترنت نقش بیشتری در مقایسه با ماهواره در تغییر هویت فرهنگی جوانان دارد.
- افزایش میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی نقش منفی در هویت ملی ندارد.
- با افزایش میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی هویت مذهبی کاهش می یابد.
- تکنولوژی های نوین ارتباطی نقش مستقیمی در ایجاد شکاف نسلی دارند.
- تکنولوژی های نوین ارتباطی نقش مستقیمی بر متمایل کردن جوانان به سبک زندگی غربی دارند.
- به طور کلی تکنولوژی های نوین ارتباطی نقش منفی در هویت فرهنگی دارند و موجب می شوند جوانان به سمت جهانی شدنی که مورد نظر جوامع سرمایه داری و امپریالیستی است نزدیک شده و از فرهنگ ایرانی اسلامی خود دور شوند.

کلید واژه ها: جهانی شدن، تکنولوژی نوین، شکاف نسلی، هویت فرهنگی، هویت ملی، هویت مذهبی

بررسی نقش تکنولوژی نوین در هویت فرهنگی، از موضوعاتی است که باید با دو رویکرد متمایز به آن پرداخته شود. رسانه‌های نوین در حکم شمشیری دو لبه است که می‌تواند پیامدهای مثبت و منفی را به دنبال داشته باشد. رسانه‌های نوین، همچون دیگر ابزار بشری می‌تواند به آرمان‌های تعالی بخش انسان‌ها و جوامع خدمت یا خیانت کند؛ زیرا قابلیت برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنت به گونه‌ای است که به یک اندازه می‌توان از آنها بهره‌برداری مطلوب یا نامطلوب کرد. عمده‌ترین دغدغه‌ای که امروزه جهانیان بویژه کشورهای غیرغربی را فرا گرفته است نگرانی هویت‌زدایی و استحاله فرهنگی است که امروزه به مدد تکنولوژی‌های نوین (اینترنت و ماهواره) و در فرایند پرشتاب فرهنگ‌پذیری، تشدید شده است.

با عنایت به قَلت و پراکندگی پژوهش‌های علمی در محیط‌های دانشجویی کشور، اطلاعات و دانش منظمی در باب بسیاری از ابعاد و وجوه زندگی اجتماعی، خانوادگی، فرهنگی، ارزشی و فردی نسل جوان به ویژه دانشجویان و نیازها، انتظارات و گرایش‌های آنان موجود نیست. با توجه به زیاد بودن سهم جمعیت جوان از جمعیت کشور، افزایش سهم مشارکت جوانان در اداره کشور و ترسیم چشم انداز مناسب برای برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی و بالاخص در راستای اهداف برنامه سوم توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، توصیه می‌شود که نیازها و اولویتهای ارزشی نسل جوان در بعد کلان مورد بررسی و کاوش علمی قرار گیرند تا ضمن جلوگیری از عدم انطباق سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی با خواسته‌ها و اولویتهای ارزشی جوانان زمینه‌های مشارکت آن در امور کشور فراهم گردد و حس همدلی، اطمینان و اعتماد متقابل میان سیاستگذاران و حکام سیاسی و جوانان افزایش یابد. (محسنی تبریزی، 1380: 7)

هویت در جوامع سنتی بنا به شرایط و عوامل مختلف از ثبات بیشتری برخوردار است و مسئله به چالش کشیده شدن هویت‌های تعریف شده با ویژگی‌های مشخص شده کمتر مطرح بوده است.

اما در جوامع جدید سرعت دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی و... بسیار بیشتر است و لذا می‌توان شاهد تغییرات بیشتر و دامنه داتری در ارزش‌ها، اندیشه‌ها و رفتارهای اجتماعی بود و می‌توان انتظار به چالش کشیده شدن هویت‌های گذشته را داشت. به گفته تامپسون، اگر می‌خواهیم تأثیر فرهنگی رسانه‌های جمعی در جهان معاصر را درک کنیم باید این دیدگاه را کنار بگذاریم که مواجهه با رسانه یک سره به ترک شیوه‌های سنتی زندگی و پذیرش شیوه‌های مدرن زندگی منجر خواهد شد؛ زیرا در نفس مواجهه با رسانه ذاتاً هیچ گونه رویارویی با سنت نیست. رسانه‌های ارتباطی را می‌توان نه تنها در جهت چالش و تضعیف ارزش‌ها و باورهای سنتی، بلکه به منظور گسترش و تحکیم سنتها نیز مورد استفاده قرار داد (عریضی، 1385: 77).

جهانی شدن به عنوان یک پروسه (فرآیند) و به تعبیر دیگر، پروژه‌ای است که اکنون به صورت پدیده‌ای چالش برانگیز و غیر قابل انکار حیات بشری را تحت تاثیر خود قرار داده است. این پدیده که بیشتر با غلبه فرهنگ و تمدن غربی شناخته می‌شود؛ جامعه ایران را نیز از اثرات خود بی‌بهره نگذاشته است. یکی از مهم ترین تمایزها که از سوی جهانی شدن به وقوع پیوسته ظهور «صنعت ارتباطات جهانی» است که منشا تحولات عظیمی در جهان معاصر شده و جامعه معاصر را از همه گذشته تاریخ متمایز کرده است (عاملی، 1383: 4)

آنتونی گیدنز مهم ترین ساخت جهانی شدن را «جهانی شدن ارتباطات» می‌داند. به گفته وی پدیده جهانی شدن بیش از همه تحت تاثیر پیشرفتهای در نظام ارتباطات است. نظامی که ارتباطات بین فردی یک نفر با گروه و گروه با گروه را متحول کرده است. گیدنز جهانی شدن را فشرده شدن روابط اجتماعی در سطح جهانی به گونه‌ای که مکانهای دور افتاده را به یکدیگر وصل می‌کند و فاصله زمانی را در روابط اجتماعی از بین ببرد، می‌داند (گیدنز، 1380: 164) اینترنت و ماهواره از رسانه‌های بسیار تأثیرگذار در عصر حاضر است که همانند سایر رسانه‌ها و وسایل ارتباطی، اساساً محصول غرب بوده و در طول چند سال اخیر وارد کشور شده است. اما آیا این رسانه صرفاً

دارای ماهیت غربی است؟ آیا فرهنگ‌ها و جوامع به تبع اصول و ارزش‌های خاص خود از آن استفاده می‌کنند؟ آیا می‌توان از آن در راستای تقویت فرهنگ بومی استفاده نمود یا به تضعیف مبانی فرهنگی و هویتی جوامع دریافت‌کننده منجر می‌شود؟ بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که یکی از آسیب‌های اینترنت و ماهواره به عنوان یک رسانه مدرن، هویت شکنی است. در این تحقیق بر آنیم تا نقش و ابعاد مختلف و تاثیر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی (اینترنت و ماهواره) را بر فرهنگ جوانان تبیین و ارزیابی کنیم و نهایتاً به این پرسش پاسخ دهیم که گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی و کارکرد ارتباطی آنها در جریان جهانی شدن، چه نقشی در هویت فرهنگی جوانان دارد؟

در پژوهش حاضر سعی شده است تا با استفاده از نظریات جامعه‌شناسی و بهره‌گیری از یافته‌های تحقیقاتی اندیشمندان، به بررسی نقش تکنولوژی‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت در هویت فرهنگی دانشجویان پرداخته شود.

اهداف تحقیق:

هدف اصلی: شناخت نقش تکنولوژی‌های نوین (اینترنت و ماهواره) در هویت فرهنگی دانشجویان دانشکده روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز در سال 1390.

اهداف فرعی:

- 1- بررسی رابطه بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره با هویت ملی جوانان.
- 2- شناخت رابطه بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره با هویت دینی جوانان.
- 3- شناسایی رابطه بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره بر شکاف ارزشهای بین نسلی.
- 4- چگونگی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر سبک زندگی غربی در جوانان.
- 5- شناخت رابطه بین انگیزه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی.
- 6- شناسایی رابطه عضویت در اجتماعات مجازی و هویت فرهنگی.

سوالات تحقیق:

الف: سوال اصلی

آیا بین میزان استفاده از ابزارهای جهانی شدن (اینترنت و ماهواره) و هویت فرهنگی رابطه وجود دارد؟

ب: سوالات فرعی

- 1- نقش میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در فرایند جهانی شدن بر هویت ملی جوانان چیست؟
- 2- چه ارتباطی بین میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین و هویت دینی جوانان وجود دارد؟
- 3- استفاده از ابزارهای جهانی شدن (اینترنت و ماهواره) چه نقشی در تمایل به سبک زندگی غربی دارد؟
- 4- آیا میزان استفاده از ابزارهای جهانی شدن (اینترنت و ماهواره) در ایجاد شکاف ارزشی بین نسلها نقش آفرین است؟
- 5- میزان استفاده از اینترنت چه نقشی در تغییر هویت فرهنگی دارد؟
- 6- میزان استفاده از ماهواره چه نقشی در تغییر هویت فرهنگی دارد؟
- 7- انگیزه استفاده از اینترنت در هویت فرهنگی جوانان چه نقشی دارد؟
- 8- عضویت در شبکه‌های اجتماعی در هویت فرهنگی جوانان چه نقشی ایفاء می‌کند؟

تکنولوژی های نوین ارتباطی مانند ماهواره، بازی های رایانه ای، اینترنت و امکانات آن مانند اتاق های گفتگو، پست الکترونیک، وبلاگ، پادکست و...، موبایل و امکانات آن مانند پیام کوتاه و بلوتوث، پخش کننده های موسیقی و... امکان دسترسی به گنجینه ی عظیمی از فرهنگ بشری را فراهم کرده است. در واقع تعامل بین فرهنگ ها باعث شده و می شود تا معنی سازی ها دگرگون بشوند و به شکل غیر بومی یعنی جهانی در بیایند. (منادی، 67:1384)

جهانی شدن از طریق تاثیر بر فرهنگ، گنجینه ی معنایی افراد را تحت تاثیر قرار می دهد و مقاومت آنها را از ایستادن در برابر فرهنگ های دیگر و فرهنگ جهانی از بین می برد و آنها را آماده ی پذیرش مفاهیم جدید می کند. از این روی رسانه های نوین توانسته اند ابزاری شوند برای تسهیل ارتباط و تعامل فرهنگی میان افراد و ملل آنها حتی امکان دسترسی به فرهنگ های دور افتاده را نیز فراهم ساخته اند. (شمسی، 25:1388) توجه به نقش رسانه ها، حکایت از اهمیت توزیع محصولات فرهنگی - در کنار تولید آنها- دارد. جهانی شدن رسانه های جمعی به همراه جهانی شدن اقتصاد، در تولید و توزیع تلویزیون، ویدئو و دیگر محصولات صنعت فرهنگی نتیجه داده و نه تنها منجر به یکسانی محصولات شده، بلکه یکسانی باز تولید برنامه های خشونت آمیز در طول مرزها را - فقط به این دلیل که این برنامه های باز تولیدی گران نیست، و توانایی نفوذ به درون حصارهای بین فرهنگی را دارد- به همراه داشته است. (Mowlana, 1997, p19).

با جهانی شدن رسانه ها یک فرایند ساده در افول هویتها در حال به وقوع پیوستن است. امروزه در دنیای غرب، شاهد ناپدید شدن تدریجی چارچوبهای شناخته شده ی سنتی و بسیار ارزشمندی بوده ایم که مردم می توانستند از آنها برای شناختن خود و جایگاهشان در جامعه استفاده کرده، هویتهای شخصی و جمعی خود را با آرامش نسبی بپذیرند. این منابع هویتی، در گذشته، طبقه اجتماعی، خانواده های گسترده و هسته ای، ملیت و مذهب بوده اند که در دهه های اخیر با جریان جهانی سازی حاکم بر رسانه ها، رو به افول هستند. (مک کوایل، 53:1380) ماهواره و اینترنت با ماهیت خاصی که دارند باعث رشد فردگرایی شده، فرصتهای لازم برای رشد هویتهای قوی و با ثبات را از بین می برند. افراد، با این رسانه ها ارتباط ایجاد می نمایند و رسانه ها نیز آنها را به صورت افراد مستقل و اعضای بی نام و نشان یک مخاطب انتزاعی و همگانی محسوب می کنند. این روند، باعث از هم گسستن پیوندهای اصیل خانوادگی و اجتماعی شده و جاذبه های آن باعث می شود تا افراد، بیشترین اوقات خود را با این برنامه ها سپری کنند. (امیدوار، صامی، 23:1381) و این می تواند به مرور زمان به اختلال هویت منجر شود. یکی از کارکردهای منفی رسانه ها در فرآیند هویت یابی، ارائه ی الگوهای ناسالم در رسانه هاست.

مفاهیم تحقیق

جهانی شدن¹: از دیدگاه گیدنز جهانی شدن یعنی گسترش روابط اجتماعی² و اقتصادی³ در سراسر جهان در دوران کنونی. (گیدنز، 787:1379) «مک گرو» در خصوص جهانی شدن چنین می گوید: «افزایش شمار پیوندها و ارتباطات متقابلی که فراتر از دولتها دامن می گسترند و نظام جدید جهانی را می سازند. (دهکردی، 16:1386) «مارتین آلبرو» جهانی شدن را به فرآیندهایی که بر اساس آن تمام مردم جهان در یک جامعه واحد و فراگیر به هم می پیوندند، تعریف می کند. (ویلیامز، اسماعیلی، 138:1379)

در حال جهانی شدن به معنای بین المللی شدن، از گسترش و بسط تعاملات و ارتباطات میان دولت ها و مرزها حکایت می کند. به بیان دیگر، بین المللی شدن توصیفی از وضع ناشی از توسعه مبادلات بین المللی و روابط برون

¹ globalization

² social relations

³ economic

مرزی کشورها است که به نحوی اساسی بر اوضاع درونی دولت ملت‌ها تأثیر گذاشته و آنان را وارد شرایط متفاوت با قبل می‌سازد. (کچویان، 1386: 65)

هویت فرهنگی¹: در اصطلاح مردم شناسی، عبارت است از تأکید بر خصوصیات و ویژگی‌های فرهنگی و تاریخی یک جامعه مانند هنر موسیقی و ادبیات، زبان و رسوم و سنت‌های ملی و دینی، باورها و... که در طول تاریخ نشانگر تمایز آن جامعه با جوامع دیگر است. (طیبی، 1374: 44)

هویت‌ها از طریق ارتباطات رسانه‌ای شکل می‌گیرند و مشروعیت می‌یابند رسانه‌ها بعنوان ابزار ارتباطات جمعی می‌توانند عاملی برای ایجاد بحران و مشکلات هویتی باشند از همین روست که رشد رسانه‌های بین‌المللی و گسترش فرهنگ رسانه‌ای باعث پیدایش فرهنگی می‌شود که از درون هویت‌های فرهنگی گسترده بیرون می‌آید. فرهنگ هنگامی پویاست که بتواند به چالش‌های هویتی ایجاد شده از طریق فرایند دردناک توسعه در روایات رسانه‌ای امروز پاسخ دهد... تنها راه بقای هویت‌ها و فرهنگ‌های موجود در جهان سوم ارائه پاسخ‌های مناسب به اعضا با استفاده از شیوه‌های مناسب یعنی روایات رسانه‌ای است (میر فخرایی، 1384: 213) هویت فرهنگی، برآیند کنش‌های متقابل گوناگونی که بین شخص و محیط اجتماعی دور و نزدیک او صورت می‌گیرد، را نشان می‌دهد. هویت فرهنگی شکلی از مقوله بندی تمایز «ما و آنان» که بر تفاوت فرهنگی مبتنی است، می‌باشد. (کوش، دنی، 1382: 14) امروز هویت فرهنگی ایرانیان، در وضعیتی مبهم وسط‌حی قرار دارد به دلیل همین ضعف با چالش‌های جدی مواجه است تلاش در راه باز تعریف و تعمیق هویت فرهنگی امری حیاتی و ضروری است (مهدی زاده، 1388: 153-183)

هویت ملی: یکی از مباحث اصلی مطالعات فرهنگی، «هویت ملی» است. اصولاً هویت چه ملی و چه فرهنگی به رفتار، اعمال و چگونگی بازیگری فرد در مناسبات روزمره اطلاق می‌شود. (میرفخرایی، 1384: 159) هویت ملی به عنوان پدیده‌ای سیاسی و اجتماعی نوزاد عصر جدید است و به عنوان یک مفهوم علمی، از ساخته‌های تازه علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن کنونی به جای مفهوم «خلق و خوی ملی» رواج گرفته است. (تاجیک، 1384: 161)

هویت دینی: از نیازهای فطری آدمی، گرایش به عشق و پرستش است، به این معنا که انسان مستقل از هر گونه یادگیری در درونش تمایل به عبادت و بندگی خدا را احساس می‌کند. تجلی چنین احساس و تمایلی در اعمال و رفتار دینی آشکار می‌گردد و به طور کلی رابطه آدمی و دین و نسبتی که با آن پیدا می‌کند، در مقوله هویت دینی قابل تبیین و توضیح است. و به گفته یکی از روانشناسان، هدف ایدئولوژی ایجاد تصویری در ذهن شخص است که احساس فردی و جمعی هویت را در او تقویت نماید. (شاملو، 1388: 67)

شکاف نسلی: در فرهنگ آکسفورد، این مفهوم بعنوان اختلافی در نگرش یا رفتار جوانان و افراد سالمندتر تعریف شده که موجب عدم فهم متقابل آنان از یکدیگر می‌شود و فرهنگ وبستر نیز، آن را به عنوان اختلاف گسترده در خصلت‌ها و نگرش‌های میان نسل‌ها تعریف کرده است (معیدفر، 1387: 56) اینگلهارت یکی از عوامل تأثیرگذار بر شکاف ارزش‌های نسل‌ها را جهانی شدن ارتباطات می‌داند. وی می‌گوید می‌بینیم که جوانان در سراسر جهان لباس‌های جین می‌پوشند و به موسیقی پاپ گوش می‌دهند، اما کمتر تفاوت‌های ارزشی آشکار است (خالقی فر، 1381: 114) برخورد تضاد گونه بین نسلی زمانی شکل می‌گیرد که هم‌جهتی ارزشی و رفتاری وجود نداشته باشد. فرهنگ پذیری با انتقال ارزش‌ها، باورها و هنجارهای جامعه به نسل جوانتر ممکن می‌شود. (چیت ساز قمی، 1382: 312)

چارچوب نظری

در این تحقیق به چند نظریه مهم در زمینه جهانی شدن و نقش ابزارهای نوین ارتباطی بر هویت فرهنگی می پردازیم:

مک لوهان معتقد است در پرتو مسایل ارتباطی الکترونیک چهره ی کار و زندگی اجتماعی دگرگون می شوند. جوامع و ملتها به هم نزدیک می گردند و در نهایت، دهکده ای به پهنای کره ارض، پدیدمی آید. مک لوهان در تحولات آینده ی زندگی بشری، برای وسایل الکترونیکی در زمینه های مختلف صنعتی، آموزشی و فرهنگی نقش تعیین کننده ای قائل است و در آثار گوناگون خود، همه جا به آن اشاره دارد. مک لوهان روش آموزشی را با واقعیت های دنیای امروز سازگار نمی داند. او بحران های دانشگاهی موجود جهان را ناشی از عدم انطباق نظام آموزشی با شرایط ارتباط الکترونیکی می داند و در این زمینه توصیه می کند که برای تأمین نیازمندیهای جوامع کنونی، لازم است در روش ها و برنامه های آموزشی تجدیدنظر گردد. او معتقد است که عصر ما دستخوش انقلاب شده است و علت بحران های دانشگاهی نیز مانند سایر موارد، نادیده انگاشتن تحولاتی است که از رسانه های الکترونیکی حاصل شده است (دادگران، 1377: 96-97).

همچنین وی معتقد است زمانی که ما فناوری جدیدی را وارد جامعه ای می کنیم آن جامعه را برای همیشه عوض کرده ایم و جوانان به دلیل نوگرایی و آمادگی برای پذیرش تازگی ها، بیشتر از افراد مسن که افکار و عقایدشان شکل گرفته، تحت تأثیر این تغییرات قرار می گیرند. یعنی جذب تغییراتی چون نحوه ارتباطات، مد، سیاست و الگوپذیری غیر فرهنگی خود (نابهنجاری) می گردند. به طوری که این الگوپذیری که مغایر با ارزش ها و هنجارها و به طور کلی فرهنگ جامعه خودشان است، در آن ها موجب ایجاد بحران هویت و در نهایت منجر به بروز شکاف بین نسل ها می گردد. بر اساس این رویکرد تحولات سریع تکنولوژیکی در حوزه اطلاعات و ارتباطات و دسترسی گسترده نسل جوان به رسانه هایی مانند ماهواره و اینترنت آن ها را در موقعیت متفاوتی با نسل پیشین قرار داده است. سرعت این تحولات، زندگی، رشد و بلوغ جوان را تحت تأثیر قرار داده و روند جامعه پذیری را کاملاً دگرگون کرده است. اگر در گذشته روند جامعه پذیری عمدتاً توسط خانواده، مدرسه و نهادهایی انجام می شد که عناصری از نسل پیشین همچون پدر، مادر، معلم، واعظ و معتمد در این انتقال فرهنگی نقش ایفا می کردند، دسترسی گسترده به امکانات نوین تکنولوژیکی، نسل جدید را در جریان تحولات تازه ای قرار داده است. بدین ترتیب با تغییر مبانی ورود گزاره های ارزشی، نظام ارزشی این نسل نیز متفاوت از نسل پیشین شده است. (عمادی، 1388: 230)

بدین ترتیب بررسی نظریه مک لوهان نشان می دهد که وی تأثیر رسانه ها را در تغییر و تحولات بوجود آمده در ارزش ها، نگرش ها و به طور کلی هنجارهای نسل جدید بسیار مؤثر می داند و به همین دلیل مطالعه گسترده ای روی این پدیده انجام داده است. این نظریه پرداز علت اصلی تغییرات بوجود آمده در ارزش ها را تنها به رسانه ها تقلیل داده و عوامل دیگر را در بوجود آمدن این پدیده چندبعدی نادیده گرفته است. نگارنده منکر تأثیری که این تکنولوژی نوین بر جامعه می گذارند نیست، بلکه معتقد است که پدیده های اجتماعی چندبعدی بوده و تنها نمی توان از یک زاویه و از یک دیدگاه به بررسی و تحلیل آن ها پرداخت.

گر بنر در نظریه کاشت استدلال می کند، اهمیت رسانه ها نه در تشکیل (توده)، بلکه در خلق راه های مشترک انتخاب و نگرستن به رویدادهاست که با استفاده از نظامهای پیام مبتنی بر فناوری عملی می شود و به راه های مشترک نگرستن و فهم جهان می انجامد. او این حقیقت را (کاشت الگوهای انگاره ای غالب) می خواند. در نظریه کاشت، تأثیر رسانه ها، در مجموع «نمادین» است تا رفتاری. برای مثال، تلویزیون بر نحوه نگاه مردم به دنیا و بر درک آنان از مخاطراتی که در جهان احساس می کنند، تأثیر می گذارد. در واقع رسانه گرایشی به این دارد که روایت های یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه کرده و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن و به اصطلاح «فرهنگ پذیر» سازد. (مهدی

زاده، 1384:99) گربنر نشان داده است که تفاوت‌های میان تماشاگران پرمصرف و کم مصرف حتی در شماری از دیگر متغیرهای مهم از جمله سن، تحصیلات و جنسیت نیز ظاهری شود وی تصدیق می‌کند که رابطه میان تماشای تلویزیون و نظرهای مختلف درباره دنیا، در واقع ممکن است به سبب متغیرهای دیگر باشد. گربنر کوشید آن متغیرها را کنترل کند. (مک کوایل، 1382:83) نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون اثرات درازمدت دارد، اثرات تدریجی و غیرمستقیم اما متراکم و با اهمیت. آنها تاکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر اثرات نگرشی دارد تا رفتاری. تماشای زیاد تلویزیون به عنوان «کاشت» نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیون به تصویر می‌کشند هماهنگ است تا با جهان واقعی.

از نظر والرشتاین، جهانی شدن فرهنگی به معنای سیطره فرهنگ غرب بر دیگر فرهنگ‌هاست که به دوگانگی فرهنگی در جنوب منجر خواهد شد. منتقدانی چون او معتقدند غربی کردن نمی‌تواند آخرین و بهترین پاسخ به جهانی شدن باشد، زیرا غرب خود از مشکلات عدیده اجتماعی و فرهنگی رنج می‌برد و با چالش‌های بسیاری در این زمینه روبه روست. سلطه غرب بر رسانه‌ها و ابزارهای نوین رسانه‌ای به ویژه شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت به بی‌ثباتی فرهنگی، ارزشی و هویتی در کشورهای پیرامونی منجر می‌شود.

گیدنز از جمله نظریه پردازانی است که در واکنش به رهیافت تقلیلگرا و اقتصادمحور نظریه پردازان نظام جهانی، به ویژه والرشتاین، بر جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی فرایند جهانی شدن تأکید می‌کنند و آن را فراتر از شکل‌گیری نظام جهانی میدانند. پیچیدگی و چندجانبه بودن جهانی شدن در قدمت، شدت و فراگیر بودن آن نهفته است. نتیجه می‌گیریم طبق نظریه گیدنز در جامعه جوان ما نیز تکنولوژی‌ها موجب تغییرات پایه‌ای در فرهنگ ما شده‌اند و فرهنگ و هویت ایرانی-اسلامی به سمت جهانی شدن می‌رود. چرا که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی (ماهواره و اینترنت) موجب شده است که فاصله‌های مکانی و زمانی از بین بروند و همه جوانان با سرعت بسیار بالایی در هر مکانی که زندگی می‌کنند به مدها، ارزشها و هویت‌های جهان سرمایه‌داری آشنا شوند و مشابه آنها فکر و رفتار کنند.

به نظر او جهانی شدن نتیجه‌ی گسترش طلبی و عام‌گرایی نظام اجتماعی مدرن است که آن را از نظام‌های اجتماعی پیشین متمایز می‌سازد. گسترش و فراگیر شدن تجدد هم در عوامل مؤثر بر آن ریشه دارد. بازسازی زمان و فضا و بی‌بستر شدن جملگی میل به جهان‌گیر شدن دارند و فرایند جهانی شدن را تسهیل میکنند. (جلایی پور، 1384: 75-54)

حال استدلال می‌کند که هویت‌های ملی همان‌گونه که خودشان وانمود می‌کنند چیزهایی ازلی نیستند که هنگام تولد با فرد زاده شوند و به عنوان بخشی از ذات ماهوی وی باشند. هویت ملی اساساً مدرن است و نه ازلی. (هال و گبین ۱۹۹۲، 89) هال معتقد است که "برخی عوامل در تضعیف هویت ملی و فرهنگ ملی نقش داشته‌اند: الف) وابستگی متقابل و فزاینده بین‌المللی که کشورها را به سازمان‌های فرعی متصل میکند. بنابراین سیاست‌های پولی و مالی حکومت‌های ملی، تحت سیطره تحرکات بازارهای بین‌المللی هستند. این امر تا حدی حیطة اختیارات دولت ملی را کاهش میدهد. ب) در دهه هفتاد سرمایه‌داری به تبع بحرانی که در آن گرفتار شده بود به گشایش بازاهای جدید همت گماشت. ج) شروع مهاجرت گسترده نیروی کار در جهان پس از جنگ د) وابستگی متقابل زیست محیط جهانی که در پی آن ضایعات زیست محیطی بی‌گذرنامه از مرزهای ملی عبور می‌کنند." (هال، ۱۳۸۳ الف: ۲۴۶-۲۴۳)

یک برداشت رایج از جهانی شدن فرهنگ، نظریه امپریالیسم فرهنگی است. بر پایه این دیدگاه، جهانی شدن فرهنگ در واقع چیزی جز صدور کالاها، ارزش‌ها و اولویت‌های زندگی غربی (به ویژه فرهنگ امریکایی) نیست. در این مبادله صنایع غربی مسلط‌اند و امکانی برای روابط و تبادل فرهنگی برابر میان غرب و بقیه جهان باقی نمی‌گذارند، بدین ترتیب نوعی فرهنگ مصرفی متناسب با نظام سرمایه‌داری ایجاد می‌شود. بنابراین آنچه فرهنگ

جهانی نامیده می شود، نوعی فرهنگ مصرفی است که به کمک ارتباطات گسترده و فناوری الکترونیک یا رسانه فرهنگی جهان گیر می شود. به همین دلیل امروزه از کوکاکولایزاسیون و مک دونالدزاسیون سخن می گویند. (گل محمدی، 1381:109). طبق این نظریه، در تحمیل فرهنگ امریکایی، عملاً فرهنگ های بومی نابود می شوند و شیوه زندگی امریکایی را به ساکنان محلی می قبولانند.

پارسنز پدیده شکاف نسلی را در مجموعه نظریه کنشی خود به صورت غیرمستقیم بررسی کرده است. بر اساس نظریه وی در عملی که از فرد سرمی زند و او آن را کنش می نامد، سه عنصر شامل نظام فرهنگی، نظام رفتاری نظام شخصیتی وجود دارد. این سه نظام محیط های درون کنشی نظام اجتماعی هستند. خاصیت کنش، معنی دار و ارادی بودن آن است و دارای جنبه نظام مند نیست. این کنش دارای ابعاد انسانی و اجتماعی است. این اجزاء در طول گذشت زمان در جامعه شکل می گیرد و از نسلی به نسل دیگر می رسند. در واقع ارگانسیم در فرایند تعامل با نظام فرهنگی، بخشی از موارد سه گانه فوق را در نظر گرفته و آنان را درونی می کند. به این اعتبار، شخصیت آدمی که در آن مجموعه ای از عقاید، باورها، اندیشه ها و هنجارها وجود دارد محصول رابطه ارگانسیم با نظام فرهنگی است. (ستار، 1388:256)

پی یورديو معتقد است که فرد بر اساس ساختمان ذهنی منحصر به فرد خود که تحت تأثیر محیط اجتماعی او قرار دارد جهان و محیط اجتماعی را می بیند و بر مبنای آن کنش انجام می دهد. (ریترز، 1386:721) بورديو مسأله نسل، روابط نسلی و تضاد و تقابل میان نسل های مختلف در عرصه های اجتماعی، نظیر دانشگاه، سیاست، ادبیات، هنر و غیره را پی گیری و تحلیل نموده است. وی چالش های بین نسلی را همانند سایر تعارضات اجتماعی، مستقل از طبقه و نظام قشربندی اجتماعی یا به تعبیر او نظام های سلطه و نابرابری در عرصه های مختلف، نمی داند و در چهارچوب نابرابری و تضاد اجتماعی به تحلیل روابط و تعارضات نسلی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فکری و فرهنگی می پردازد.

در واقع آنچه که از نظریه بورديو در مورد شکاف نسلی برداشت می شود این است که نسل های مختلف هر یک در جهان های اجتماعی متفاوتی زندگی می کنند و هر یک بر اساس ساختمان ذهنی خاص خود که محصول محیط اجتماعی است که در آن به سر می برد، کنش اجتماعی خاصی را انجام می دهد.

بنابراین با تغییر محیط اجتماعی و ورود تکنولوژی های جدید، جوانان با محتواها و ارزشهای جدیدی که با ارزشها و هنجارهای خود در تضاد است آشنا می شوند و به دلیل جذابیت های بصری به آنها جذب می شوند و به مرور زمان با نسل قبل (والدین خود) دچار اختلاف می شوند. البته پیورديو معتقد است که با کنترل متغیر های زمینه نقش و تاثیر محیط روی فرد تغییر می یابد که مطالعات ما نیز این دیدگاه را تأیید می کند. پس می توان با تقویت ارزش ها و فرهنگ اصیل ایرانی از ورود فرهنگ بیگانه جلوگیری کنیم.

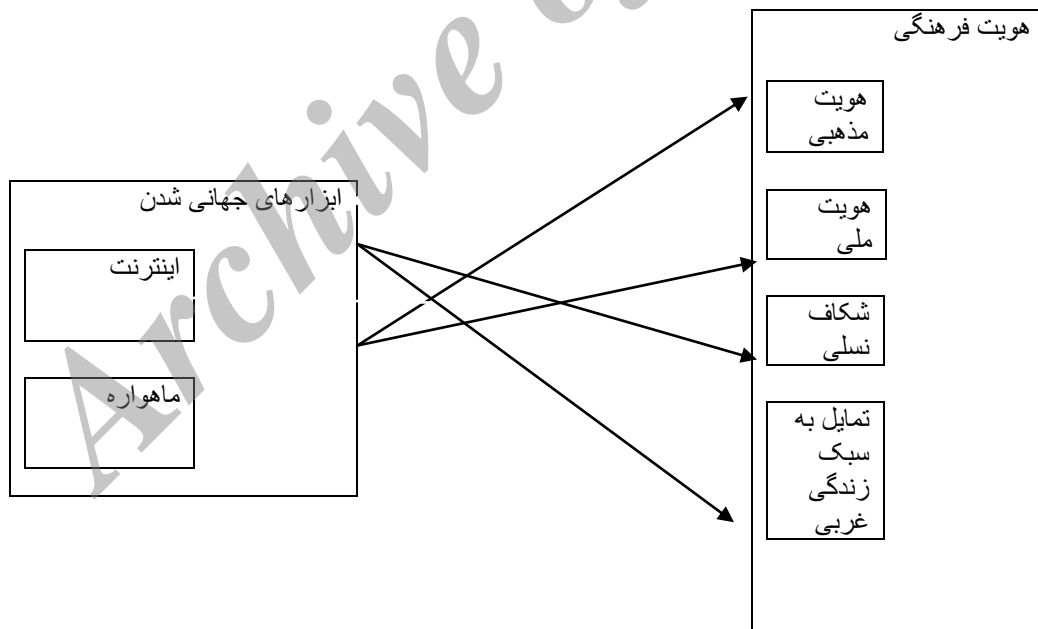
نظریه جهانی شدن مک لوهان	میزان استفاده از تکنولوژیها و سبک زندگی غربی
نظریه کاشت گریبزر	ماهواره و هویت فرهنگی
نظریه جهانی شدن گیدنز	میزان استفاده از تکنولوژیها و هویت فرهنگی
نظریه هویت استوارت هال	رسانه و هویت ملی و مذهبی
نظریه امپریالیسم فرهنگی	سبک زندگی غربی
نظریه پارسونز و	شکاف نسلی

روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، به روش پیمایشی انجام گرفته است واز تکنیک "پرسشنامه" برای گردآوری داده ها استفاده شده است. در این تحقیق تمام دانشجویان مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد دانشکده روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز جامعه آماری را تشکیل می دهند. با توجه به اطلاعات بدست آمده تعداد دانشجویان در حال حاضر 5629 نفر می باشد که حجم نمونه از طریق فرمول کوکران 305 نفر به دست آمده است، روش نمونه گیری به کار گرفته شده غیراحتمالی دردسترس است. اعتبار تحقیق از نوع اعتبار صوری است و پایایی آن با ضریب همبستگی آلفای کرونباخ سنجیده شده است، که برابر با 0.81 می باشد.

$$r_2 = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\bar{x}(n-\bar{x})}{nS^2} \right] = 0.81$$

مدل تحقیق



مدل از نویسندگان مقاله می باشد.

تحلیل یافته ها و آزمون فرضیه

الف: تحلیل یافته های جداول فراوانی

جدول شماره 1: توزیع فراوانی بر حسب میزان استفاده از اینترنت

گزینه	فراوانی	درصد	درصد خالص	درصد تجمعی
کمتر از 2 ساعت	96	31.5	32.1	32.1
2 - 4 ساعت	71	23.3	23.7	55.9
4 - 6 ساعت	48	15.7	16.1	71.9
بیشتر از 6 ساعت	84	27.5	28.1	100.0
جمع	299	98.0	100.0	
بی پاسخ	6	2.0		
جمع	305	100.0		

داده های جدول حاکی از آن است که از 305 نفر پاسخگو بر حسب میزان استفاده از اینترنت، 31.5 درصد یا 96 نفر کمتر از 2 ساعت و 66.5 درصد یا 203 نفر بیشتر از 2 ساعت از اینترنت استفاده می کنند.

جدول شماره 2: توزیع فراوانی بر حسب میزان استفاده از ماهواره

گزینه	فراوانی	درصد	درصد خالص	درصد تجمعی
کمتر از یک ساعت در روز	90	29.5	34.2	34.2
1 تا 3 ساعت در روز	47	15.4	17.9	52.1
3 تا 5 ساعت	53	17.4	20.2	72.2
بیش از 5 ساعت در روز	73	23.9	27.8	100.0
جمع	263	86.2	100.0	
بی پاسخ	42	13.8		
جمع	305	100.0		

طبق جدول توزیع فراوانی بر حسب میزان استفاده از ماهواره از 305 نفر پاسخگو، 29.5 درصد یا 90 نفر کمتر از یک ساعت در روز و 56.7 درصد یا 173 نفر بیشتر از 1 تا 2 ساعت در روز برنامه های ماهواره را تماشا می کنند.

جدول شماره 3: توزیع فراوانی بر حسب ابعاد هویت فرهنگی

گزینه	هویت ملی		هویت مذهبی		تمایل به سبک زندگی غربی		شکاف نسلی	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خیلی کم	0	0	39	12.8	27	8.9	7	2.3
کم	8	2.6	65	21.3	33	10.8	20	6.6
تاحدی	76	24.9	75	24.6	84	27.5	109	35.7
زیاد	137	44.9	68	22.3	111	36.4	131	43.0
خیلی زیاد	80	26.2	49	16.1	47	15.4	35	11.5
جمع	301	98.7	296	97.0	302	99.0	302	99.0
بی پاسخ	4	1.3	9	3.0	3	1.0	3	1.0
جمع	305	100.0	305	100.0	305	100.0	305	100.0

جدول شماره 4: توزیع فراوانی بر حسب هویت فرهنگی

گزینه	فراوانی	درصد	درصد خالص	درصد تجمعی
ضعیف	36	11.8	11.9	11.9
متوسط	195	63.9	64.6	76.5
قوی	71	23.3	23.5	100.0
جمع	302	99.0	100.0	
بی پاسخ	3	1.0		
جمع	305	100.0		

بر اساس یافته های موجود در جدول، هویت فرهنگی بیش از نیمی از پاسخگویان در سطح متوسط قرار دارد و کمترین نسبت از پاسخگویان، دارای هویت فرهنگی ضعیف می باشند.

جدول شماره 5: توزیع فراوانی بر حسب عضویت در اجتماعات مجازی

گزینه	فراوانی	درصد	درصد خالص
فیس بوک	138	45.2	67.6
توییتر	3	1.0	1.5
کلوب دات کام	13	4.3	6.4
بالترین	12	3.9	5.9
سایر	38	12.5	18.6
جمع	204	66.9	100.0
بی پاسخ	101	33.1	
جمع	305	100.0	

داده های به دست آمده بیانگر آن است که از 305 نفر پاسخگو بر حسب عضویت در اجتماعات مجازی، بیشترین نسبت یعنی 45.2 درصد یا 138 نفر در فیس بوک و کمترین نسبت یعنی 1 درصد یا 3 نفر در توییتر عضو هستند.

ب: تحلیل یافته های آزمون فرضیه ها

جدول شماره 6: ضریب همبستگی میزان استفاده از اینترنت و ماهواره با هویت فرهنگی

متغیر	میزان استفاده از اینترنت	میزان استفاده از ماهواره
ضریب همبستگی پیرسون	-0.218	-0.111
سطح معناداری	0.001	0.103

آنچنان که ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد، میان هویت فرهنگی و میزان استفاده از اینترنت همبستگی مثبت و بسیارضعیفی وجود دارد یعنی با بالا رفتن میزان استفاده از اینترنت، هویت فرهنگی تضعیف می شود و میان میزان استفاده از ماهواره و هویت فرهنگی همبستگی معناداری وجود ندارد.

جدول شماره 7: ضریب همبستگی میزان استفاده از تکنولوژیهای نوین با هویت فرهنگی و ابعاد آن

متغیر	هویت ملی	هویت مذهبی	میزان تمایل به سبک زندگی غربی	شکاف نسلی فرهنگی	هویت فرهنگی
ضریب همبستگی پیرسون	-0.155	-0.155	0.139	0.149	-0.254
سطح معناداری	0.017	0.017	0.031	0.017	0.000

ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد، که میان میزان استفاده از تکنولوژی و متغیرهای هویت ملی، مذهبی، میزان تمایل به سبک زندگی غربی، شکاف نسلی و هویت فرهنگی همبستگی معناداری وجود دارد. هویت ملی، مذهبی و هویت فرهنگی دارای همبستگی منفی و بسیار ضعیفی می باشند به طوری که با بالا رفتن میزان استفاده از تکنولوژی هویت ملی، مذهبی و فرهنگی تضعیف می شود و میان میزان تمایل به سبک زندگی غربی و شکاف نسلی همبستگی مثبت و بسیار ضعیفی وجود دارد به این صورت که با بالا رفتن میزان استفاده از تکنولوژی شکاف نسلی و میزان تمایل به سبک زندگی غربی بیشتر می شود.

جدول شماره 8: ضریب همبستگی انگیزه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی

متغیر	چت و گفتگوی اینترنتی	وب نویسی	دوست یابی و شبکه سازی	علمی و آموزشی	دریافت و تماشای تصاویر غیراخلاقی
ضریب همبستگی پیرسون	-0.245	-0.134	-0.222	0.0710	-0.218
سطح معناداری	0.000	0.045	0.001	0.281	0.001

نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که میان هویت فرهنگی و چت و گفتگوی اینترنتی، وب نویسی، دوست یابی و شبکه سازی و دریافت و تماشای تصاویر غیراخلاقی همبستگی منفی و بسیار ضعیفی وجود دارد یعنی با بالا رفتن میزان چت، وب نویسی، دوست یابی و شبکه سازی و دریافت و تماشای تصاویر غیراخلاقی هویت فرهنگی نیز تضعیف می شود و برعکس. اما میان کاربرد علمی و آموزشی اینترنت و هویت فرهنگی همبستگی معنی داری وجود ندارد.

عضویت در اجتماعات مجازی		توئیتر	کلوب دات کام	بالاترین	سایر	جمع
ضعیف	فراوانی	0	1	3	0	26
	درصد سطری	0.0%	3.8%	11.5%	0.0%	100.0%
	درصد ستونی	0.0%	11.1%	25.0%	0.0%	16.0%
	درصد کل	0.0%	6.0%	1.8%	0.0%	16.0%
متوسط	فراوانی	0	5	6	28	114
	درصد سطری	0.0%	4.4%	5.3%	24.6%	100.0%
	درصد ستونی	0.0%	55.6%	50.0%	80.0%	69.9%
	درصد کل	0.0%	3.1%	3.7%	17.2%	69.9%
قوی	فراوانی	3	3	3	7	23
	درصد سطری	13.0%	13.0%	13.0%	30.4%	100.0%
	درصد ستونی	100.0%	33.3%	25.0%	20.0%	14.1%
	درصد کل	1.8%	1.8%	1.8%	4.3%	14.1%
جمع	فراوانی	3	9	12	35	163
	درصد سطری	1.8%	5.5%	7.4%	21.5%	100.0%
	درصد ستونی	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	درصد کل	1.8%	5.5%	7.4%	21.5%	100.0%

آزمون کای اسکوئر

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوئر
.000	8	36.122

براساس آزمون انجام شده، کای اسکوئر به میزان 36.122 و درجه آزادی 8 با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان، بین دو متغیر هویت فرهنگی و عضویت در اجتماعات مجازی، رابطه وجود دارد

نتیجه گیری تحقیق

داده ها حاکی از آن است که از 305 نفر پاسخگو برحسب میزان استفاده از اینترنت، 31.5 درصد یا 96 نفر کمتر از 2 ساعت و 66.5 درصد یا 203 نفر بیشتر از 2 ساعت از اینترنت استفاده می کنند. همچنین توزیع فراوانی برحسب میزان استفاده از ماهواره از 305 نفر پاسخگو، 29.5 درصد یا 90 نفر کمتر از یک ساعت در روز و 56.7 درصد یا 173 نفر بیشتر از 1 تا 2 ساعت در روز برنامه های ماهواره را تماشا می کنند. که نشان می دهد به نسبت، جوانان زمان زیادی از روز خود را پای تکنولوژی های نوین ارتباطی می گذارند به عقیده مک لوهان اگر چه فناوری، از ذهن و عمل انسان منشعب است، انسان هر عصر و دوره ای، خود زاینده فناوری زمان خویش است. به عبارت دیگر، هر فناوری، بشر را به تدریج در فضای تازه ای قرار می دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین کننده در سرنوشت و زندگی بشر به شمار می رود (عالی، 1388: 212). این تغییرات مهم و بنیادی را می توانیم در نقش ماهواره ها بر دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز ببینیم، یافته نشان می دهد که بنابر فراوانی برحسب مهمترین منبع ترویج مدهای جدید در ایران از 305 نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی 58.7 درصد یا 179 نفر ماهواره و کمترین نسبت یعنی 3.9 درصد یا 12 نفر تلویزیون را مهمترین منبع ترویج مدهای جدید در ایران می دانند، که استنباط می شود مطابق نظر مک لوهان جامعه جوان ایرانی نیز از طریق ماهواره و اینترنت به

سمت مدها و سبک های جهانی پیش می‌رود و به مرور زمان از ارزش ها، فرهنگ، اداب و رسوم، و سنت های اصیل خود فاصله می‌گیرد.

میان دو متغیر تمایل به سبک زندگی غربی و میزان استفاده از تکنولوژی همبستگی معنی داری وجود دارد. طبق نتایج به دست آمده از این تحقیق نیز ضریب همبستگی پیرسون برابر است با 0.139 و با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا، می‌توان گفت همبستگی میان دو متغیر معنی دار است. شدت این همبستگی بسیار ضعیف و جهت آن مستقیم است. یعنی هر چه میزان استفاده از تکنولوژی بیشتر می‌شود میزان تمایل به سبک زندگی غربی نیز بیشتر می‌شود و برعکس. این نتایج نشان می‌دهد که یافته‌های تحقیق در راستای تئوری مک لوهان می‌باشد و همانگونه که او معتقد است وسایل ارتباطی الکترونیکی، احساس زندگی اجتماعی را زیر و رو کرده و تمامی مظاهر فرهنگ ایرانی ما را تحت تاثیر قرار داده است و متمایل به زندگی غربی کرده است.

میان دو متغیر میزان استفاده از ماهواره و هویت فرهنگی، یافته‌ها نیز نشان می‌دهد که ضریب همبستگی پیرسون برابر با 0.111- می‌باشد و با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا می‌توان گفت میان این دو متغیر همبستگی معنی داری وجود ندارد. ولی همبستگی بسیار جزئی که وجود دارد منفی است به عبارت دیگر افرادی که بیشتر ماهواره می‌بینند در مقایسه با کسانی که کمتر در معرض برنامه‌های ماهواره‌ای قرار دارند تغییرات بیشتری در هویت فرهنگی شان دیده می‌شود و تاییدی بر نظریه کاشت گربنر می‌باشد.

در این مطالعه دیدیم که ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر هویت فرهنگی و میزان استفاده از تکنولوژی برابر با 0.254- می‌باشد و با 99 درصد اطمینان و 1 درصد خطا می‌توان گفت میان دو متغیر همبستگی معناداری وجود دارد. شدت این همبستگی ضعیف و جهت آن معکوس است. یعنی با بالا رفتن میزان استفاده از تکنولوژی هویت فرهنگی تضعیف می‌شود و برعکس.

نتیجه می‌گیریم طبق نظریه گیدنز در جامعه جوان ما نیز تکنولوژی‌ها موجب تغییرات پایه‌ای در فرهنگ ما شده اند و فرهنگ و هویت ایرانی- اسلامی به سمت جهانی شدن می‌رود. چرا که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی (ماهواره و اینترنت) موجب شده است که فاصله‌های مکانی و زمانی از بین بروند و همه جوانان با سرعت بسیار بالایی در هر مکانی که زندگی می‌کنند به مدها، ارزشها و هویت‌های جهان سرمایه داری آشنا شوند و مشابه آنها فکر و رفتار کنند. این میان می‌بینم که شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی بیشترین نقش را در از بین بردن هویت‌های ملی و مذهبی دارند. همانطور که نتایج تحقیق نشان داد از مجموع 305 نفر پاسخگو 64.9 جوانان دارای هویت مذهبی کمتر از قوی هستند که نشان می‌دهد وضعیت هویت مذهبی به مراتب از هویت ملی در مرحله نگران کننده تری قرار دارد، در آمار استنباطی نیز دیدیم که ضریب همبستگی پیرسون برابر با 0.155- می‌باشد و با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا همبستگی میان دو متغیر هویت مذهبی و میزان استفاده از تکنولوژی همبستگی معنی داری وجود دارد. شدت این همبستگی بسیار ضعیف و جهت آن معکوس است. یعنی هر چه میزان استفاده از تکنولوژی بیشتر می‌شود، هویت مذهبی ضعیف تر می‌شود و برعکس.

یک برداشت رایج از جهانی شدن فرهنگ، نظریه امپریالیسم فرهنگی است. بر پایه این دیدگاه، جهانی شدن فرهنگ در واقع چیزی جز صدور کالاها، ارزشها و اولویت‌های زندگی غربی (به ویژه فرهنگ آمریکایی) نیست. (گل محمدی، 1381: 109). طبق این نظریه، در تحمیل فرهنگ آمریکایی، عملاً فرهنگ‌های بومی نابود می‌شوند و شیوه زندگی آمریکایی را به ساکنان محلی می‌قبولانند. این تحقیق نیز نشان می‌دهد از مجموع 305 نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی 36.4 درصد یا 111 نفر تمایل زیادی به سبک زندگی غربی دارند و کمترین نسبت یعنی 8.9 درصد یا 27 نفر تمایل خیلی کمی به سبک زندگی غربی دارند. پارسنز پدیده شکاف نسلی را در مجموعه نظریه کنشی خود به صورت غیرمستقیم بررسی کرده است. که در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز می‌بینیم که از مجموع 305 نفر بیشترین نسبت یعنی 54.5 درصد شکاف نسلی زیاد و خیلی زیاد و کمترین نسبت یعنی 2.3 درصد شکاف نسلی خیلی کم دارند بنابراین می‌توانیم نتیجه بگیریم که

شکاف نسلی در جامعه امروز ما تبدیل به یک بحران شده است، در خصوص عوامل و دلایل این مسئله می توان به روابط مابین میزان و نوع استفاده جوانان از تکنولوژیهای نوین و تاثیر آن بر شکاف نسلی پرداخت. با تغییر محیط اجتماعی و ورود تکنولوژیهای جدید، جوانان با محتواها و ارزشهای جدیدی که با ارزشها و هنجارهای خود در تضاد است آشنا می شوند و به دلیل جذابیت های بصری که دارد به آنها جذب می شوند و به مرور زمان با نسل قبل (والدین خود) دچار اختلاف می شوند یافته های ما نیز گویای آن است که ضریب همبستگی پیرسون میان دو متغیر شکاف نسلی و میزان استفاده از تکنولوژی، برابر با 0.149 می باشد و با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا می توان گفت همبستگی بین دو متغیر معنی دار است. شدت این همبستگی بسیار ضعیف و جهت آن مثبت است. یعنی با بالا رفتن میزان استفاده از تکنولوژی، شکاف نسلی نیز بیشتر می شود و برعکس.

البته پیربردیو معتقد است که با کنترل متغیر های زمینه نقش و تاثیر محیط روی فرد تغییر می یابد که مطالعات ما نیز این دیدگاه را تأیید می کند. پس می توان با تقویت ارزش ها و فرهنگ اصیل ایرانی از ورود فرهنگ بیگانه جلوگیری کنیم.

همچنین در این تحقیق یافتیم که اینترنت در مقایسه با ماهواره نقش بیشتری بر تغییر هویت فرهنگی دارد شاید بتوان این موضوع را با تعاملی بودن این رسانه توجیه کرد این رسانه برخلاف ماهواره امکان بررسی مجدد و بازیابی اطلاعات را برای کاربر فراهم می کند و از طرف دیگر امکان ارتباط مستقیم و شخصی را به کاربر خود می دهد به همین دلیل اینترنت می تواند تاثیر بیشتر در مقایسه با ماهواره بر جوانان داشته باشد.

پیشنهاد های برگرفته از تحقیق

شناساندن فرهنگ ایرانی و اسلامی به دانشجویان به طور دقیق
ایجاد سایت و وب سایت های متعدد متناسب با فرهنگ بومی برای اشاعه فرهنگ ایرانی در صحنه جهانی
تقویت بخش غیر دولتی در تولید و ساخت نرم افزارهای متناسب با فرهنگ ایرانی و جایگزینی با موارد مشابه خارجی
تسریع در ایجاد زیرساخت های ضروری برای بهره برداری از اینترنت
معرفی مفاخر ایرانی، علمی، ادبی و انقلابی به جوانان بخصوص معرفی اسطوره های انقلابی و شهدا به منظور آشنایی با ادبیات و فرهنگ دینی

منابع

- امیدوار، احمد ، صارمی، علی اکبر، اعتیاد به اینترنت ، 1381، تهران، انتشارات تمرین
- تاجیک، محمدرضا ، روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان 1384، مرکز بررسی های راهبردی تهران
- چیت ساز قمی، محمد جواد، هویت ملی جوانان در ایران ، 1383، کتاب مبنای نظری هویت و بحران هویت، مجموعه مقالات ، تهران : پژوهشگاه علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی
- دادگران، سید محمد، مبنای ارتباط جمعی، 1377، تهران ، نشر فیروزه
- دهکردی، علی ، 1386 ، فصلنامه نگرش راهبردی ش 1387

شاملو، سعید، مکاتب و نظریه‌ها در روانشناسی شخصیت، 1388

شمسی، آزاده پاییز جهانی شدن و فرهنگ جوانان، 1388، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

طیبی، ح، میانی جامعه شناسی و مردم شناسی ایلات و عشایر، 1374، چاپ دوم. مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

عاملی سعید رضا، جهانی شدن مفاهیم و نظریه، فصلنامه ارغنون، ۱۳۸۳، شماره ۲۴، انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی

عریضی، فروغ

لسادات، «تأثیر ما هو اروهو هویت جنسی دختران جوان»، 1385، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، ش 2

عمادی، سید جواد، نظر پور محمد تقی، بررسی راهکار دین در حل بحران هویت در دوران جوانی، 1388، ش 27

کچویان، حسین، نظریه‌های جهانی شدن، 1386، پیامد چالش‌های فرهنگ و دین، تهران، نشر نی

کوش، دنی، مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی، ۱۳۸۱، ترجمه فریدون وحید، تهران، انتشارات سروش

گل‌محمدی، احمد، جهانی شدن فرهنگ و هویت، 1381، تهران: نشر نی

گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، 1379، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران

محسنی تبریزی، علیرضا، آسیب‌شناسی جوانان: بررسی انزوای ارزشی و مشارکت فرهنگی در محیط‌های دانشجویی کشور؛ 1380؛ مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی

معیدفر، سعید، «جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران»، 1387، تهران: نشر نور علم.

مک‌کوایل، مخاطب شناسی، 1380، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات و رسانه‌ها

منادی، مرتضی، تأثیر شیوه‌های فرزندپروری والدین بر شخصیت اجتماعی و فرهنگی جوانان، 1384، فصلنامه خانواده و پژوهش سال دوم

مهدی زاده، محمد، هویت فرهنگی در مجموعه تلویزیونی ایرانی، 1388، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی

میر فخرایی، تژا، روایت رسانه‌های توسعه اجتماعی، ارتباطات و توسعه، 1384، فصلنامه رسانه 64، تهران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات.

هال، استوارت، بومی و جهانی: جهانی شدن و قومیت (الف ۱۳۸۳)

ترجمه بهزاد برکت فصلنامه ارغنون شماره ۲۴، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی

وبر، ماکس، مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی، ترجمه احمد صدارتی 1367 نشر مرکز، تهران

ویدیامز، مارک، "باز اندیشی در مفهوم حاکمیت: تأثیر جهانی شدن بر حاکمیت دولت"، 1379، ترجمه اسماعیلی مردانی گیوی، مجله اطلاعات سیاسی، اقتصادی، شماره یازدهم و دوازدهم

Hall.s and Gieben ,B.(1992) Formation of Modernity ,Cambridge , polity press

Mowlana. Hamid, Global Communication in Transition, The End of Diver London, Sage, 1997

The Role of Modern Technologies in the Youth Cultural Identity

Authors: Dr. Hassan Darzian Rostami,

Mansoureh Mansouri Sadeh

Abstract:

The aim of doing this research is to know about the role of globalization in the youth cultural identity through focusing on internet and satellite. To this purpose, the viewpoints of theorists such as Giddens, Stuart Hall, Tajfel, Gerbner, McLuhan, Pierre Bourdieu, and Parsons were used in this research paper. In this research, the degree of use of the new communication technologies (satellite and internet) and the cultural identity have been considered as independent variable and dependent variable in respect. In addition, survey and questionnaire have been used to gather information from the participants. The statistical population includes the students of psychology college of Central Tehran Campus of Islamic Azad University. The sample population is 305 people which were chosen through available non-probable sampling. The research data were analyzed through SPSS software, which brought up the following results:

- Compared with satellite, internet plays a bigger role in evolving the youth cultural identity.
- Modern communication technologies do not play a negative role with regard to national identity
- Modern communication technologies play a negative role with regard to religious identity
- Modern communication technologies play a direct role in creating inter-generational value gap
- Modern communication technologies play a direct role in persuading the youth into western-style life
- Modern communication technologies generally play a negative role with regard to cultural identity. They cause the youth to head toward the globalization which is on agenda of capitalist and imperialist societies and keep away from their Iranian-Islamic culture.

Key Terms: globalization, Modern Technologies, generation gap, cultural identity, national identity, religious