

# تأثیر اینترنت بر هویت ملی در ایران

عزیرالله تاجیک اسماعیلی، عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی

سمیه تاجیک اسماعیلی، عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت)

عده‌دار مکاتبات s.t.esmaeili@gmail.com

محمد جواد محراب بیگی، دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت)

تاریخ دریافت مقاله: تیر ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: مهر ۹۳

## چکیده

امروزه نقش و جایگاه رسانه‌های ارتباطی و اینترنت در حدی است که نمی‌توان زندگی را بدون حضور آنها قابل تصور دانست و اینترنت به عنوان یک رسانه در کنار نهادهای دیگری که طرز تفکر افراد جامعه را می‌سازند، نقش عمده‌ای را ایفاء می‌کند. هویت ملی به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های زندگی اجتماعی یکی از عواملی است که به شدت تحت تأثیر دنیای مجازی اینترنت قرار دارد. هدف این پژوهش نقش اینترنت بر هویت ملی در ایران می‌باشد. که فرضیات و نظریات آن از تئوری‌های تأثیر رسانه بر هویت و الگوهای رفتاری استخراج و مورد آزمون قرار گرفته است. روش تحقیق از نوع کتابخانه‌ای همراه با روش پیمایشی می‌باشد و ابزار آن پرسشنامه می‌باشد. در بررسی میدان ۴۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای تهران شمال، جنوب، شرق، غرب، مرکز و علوم تحقیقات که در نیم سال دوم ۹۳-۱۳۹۲ در حال تحصیل می‌باشند و با استفاده از پرسشنامه به صورت نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. فرضیه‌های تحقیق با آزمون کروسکال والیس، انحراف استاندارد و فریدمن و ضرایب همبستگی مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج حاصل از پردازش داده‌ها توسط نرم افزار Spss نشان داد که استفاده زیاد از اینترنت می‌تواند با نقایصی در برخی جنبه‌های هویت ملی از بعد سیاسی، زبانی و اجتماعی مرتبط باشد. این وضعیت با نظریات نظریه پردازانی که تأکید دارند فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی زمینه تقویت هویت‌های فروملی و تضعیف هویت‌های ملی را فراهم می‌کند، همخوانی دارد.

## واژگان کلیدی

هویت، هویت ملی، اینترنت، ابعاد هویت ملی، شبکه‌های اجتماعی.

**مقدمه**

هویت یکی از مسائل مهم فرا روی بشر امروز به‌شمار می‌رود. در مطالعات روان‌شناسی و جامعه‌شناسی هویت دارای دو نوع فردی و جمعی است. هویت فردی مجموعه خصوصیات و ویژگی‌هایی گفته‌اند که هر فرد را از دیگران متمایز می‌کند و هویت جمعی یا اجتماعی مجموعه خصوصیتی است که فرد یا گروه را به اجتماع پیوند می‌دهد و بین فرد و دیگران مشترک است. (نراقی‌زاده، ۱۳۹۱) هویت ملی را می‌توان فرایند پاسخگویی آگاهانه به پرسش‌های پیرامون خود، گذشته، خاستگاه تمدنی، جایگاه سیاسی فرهنگی، و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی یک ملت برشمرد، چرا که باعث تشخیص یافتن ملتی از ملت‌های دیگر می‌شود. (میرزایی و رزانه، ۵۵: ۱۳۸۷)

ظهور اینترنت اگرچه خود معلول تحولاتی چند بوده، اما پس از ظهور، منشاء تحولات بسیاری شده که یکی از آنها، تحول در مبنا و معنای مفهوم (هویت اجتماعی) است. یکی از مهم‌ترین ابعاد هویت اجتماعی، هویت ملی است. هویت ملی در واقع احساس تعلق و تعهد به فرهنگ، تاریخ، سرزمین، زبان و مذهب است که باعث تمایز و افتراق ملل از یکدیگر می‌شود. هویت ملی، مهم‌ترین نوع هویت است؛ زیرا نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. از همین رو فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی و در واقع؛ فرآیند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌های پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دایمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های مهم از هویت تاریخی خود است. بنابر این، بر خلاف جوامع سنتی که هویت، بیشتر متأثر از عوامل انتسابی، از پیش مشخص شده و ثابت است؛ منابع هویت در جوامع جدید، متعدد و بیشتر اکتسابی است و رسانه‌های جمعی و در رأس آن‌ها اینترنت، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع هویت‌ساز در جوامع امروزی نقش انکارناپذیری دارند. از این حیث، هویت ملی به‌عنوان مهم‌ترین عامل هویت اجتماعی، بیشتر در معرض تغییر و تحول قرار دارد و این مسئله به منطقه یا کشور خاصی محدود نمی‌شود، بلکه تمام جوامع را کم و بیش در بر می‌گیرد. (مومنی، ۵۴: ۱۳۹۱)

تأثیر فناوری‌های نوین به‌ویژه اینترنت بر هویت ملی سه رویکرد عمده مطرح است: رویکرد اول گسترش این فناوری را تقویت‌کننده هویت ملی می‌داند، رویکرد دوم گسترش این فناوری را تضعیف‌کننده هویت ملی به‌شمار می‌آورد، رویکرد سوم با یک نگاه واقع‌بینانه‌تر، به جنبه‌های تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده این فناوری بر هویت ملی تأکید دارد. با توجه به آنچه گفته شد، مسأله عمده‌ای که پژوهش حاضر بدنبال آن است عبارتست از اینکه آیا اینترنت تقویت‌کننده هویت ملی در جامعه ایرانی است یا تضعیف‌کننده آن؟ (قبادی، ۱۳۸۷: ۱۸۹) در بین کاربران اینترنت، جوانان بیشترین میزان استفاده از اینترنت را به خود اختصاص داده‌اند. بدون تردید، جهت بررسی تأثیرات اینترنت بر روی هویت ملی می‌توان در یک جامعه گروه‌های اجتماعی گوناگونی را مورد مطالعه قرار داد، اما با کمی تأمل می‌توان دریافت یکی از واجد شرایط‌ترین گروه‌ها در این رابطه دانشجویان هستند، زیرا دانشجویان بیش از سایر گروه‌های اجتماعی از اینترنت استفاده می‌کنند و بنابراین، بیش از سایر گروه‌های اجتماعی در معرض تأثیرات اجتماعی اینترنت قرار دارند.

**بیان مسئله**

فراگیر شدن رسانه‌ها در اوایل قرن بیست و یکم و نقش اجتناب‌ناپذیر اینترنت در شکل‌دهی به فرهنگ، هویت، باورها و ارزش‌های اجتماعی، به یکی از مهم‌ترین چالش‌های فراروی جوامع معاصر تبدیل شده و حتی این مسئله برای جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران، از اهمیت بیشتری برخوردار است. زمینه استفاده از این ابزار در کشورهای در حال توسعه و به خصوص کشور ما، گریزناپذیر است. در جامعه امروز ما گرایش به اینترنت و استفاده از آن، در میان همه گروه‌های اجتماعی، اعم از زن و مرد، پیر و جوان، بی‌سواد و باسواد در حال رشد و گسترش روز افزون است. (ساروخانی و همکاران، ۱۳۴: ۱۳۹۱) حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، به خصوص به صورت مداوم و پیوسته، نه به شکل حاشیه‌ای و مقطعی، بلکه با انگیزه‌هایی حرفه‌ای و نیم حرفه‌ای و حتی انگیزه‌های صرفاً فراغتی، بنا به ویژگی‌ها، خصوصیات،

مورد علاقه و حتی خصوصی خود را مطرح کنند. در نگاه هابرماس شبکه ارتباطی اینترنتی مدت‌هاست که به عنوان یک حوزه عمومی جدید مطرح شده است (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۳۷)

به‌زعم هابرماس در تمام انسان‌های آزاد یکسری نیازهای اساسی و اصیل وجود دارد و این نیازها زمانی که فرد با دیگران صمیمانه وارد گفتگوی شود کشف خواهد شد. در محیط‌های تعاملی اینترنتی (ایمیل، وبلاگ، سایت‌های مختلف، چت روم و ...) افراد معمولاً راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه می‌شود. کاربران در فضای مجازی به گفتگو می‌پردازند، احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. با توجه به اینکه در محیط‌های اینترنتی نوعی اعتماد و صمیمیت در میان کاربران شکل می‌گیرد، بنابراین آنها همچنین ممکن است الگوهای هویت‌یابی خود را نیز در این محیط‌ها بگیرند و این دریافت‌ها احتمالاً بر احساس تعلق فرد به هویت ملی خود نیز می‌تواند مؤثر واقع شود. (زنجانی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۲۶) در این رابطه است که نظریه (حوزه عمومی هابرماس) هابرماس را می‌توان جزئی از چهارچوب نظری تحقیق حاضر در نظر گرفت.

کاستلز با دگرگونی فرهنگ‌های سنتی توسط رسانه‌های جدید الکترونیکی موافق نیست، بلکه معتقد است باعث جذب فرهنگ در خود می‌شود. او ادامه می‌دهد، ارتباط کامپیوتری جایگزین سایر وسایل ارتباطی نمی‌شود و شبکه‌های جدیدی ایجاد نمی‌کند، بلکه الگوهای اجتماعی که از قبل وجود دارند را تقویت می‌کند. سیستم‌های چند رسانه‌ای بیشتر جلوه‌های فرهنگی را با همه تنوع‌شان در قلمرو خود جای می‌دهند. همه جلوه‌های فرهنگی از بدترین تا بهترین و از نخبه‌گراترین تا مردمی‌ترین در این جهان دیجیتال گرد هم می‌آیند. جهانی که در ابر متنی غول‌آسا و غیر تاریخی جلوه‌های گذشته، حال و آینده ذهنی را که برقرار کننده ارتباط است، به یکدیگر پیوند می‌زند.

مانوئل کاستلز، بین واقعیت و نمایش نمادین تمایزی قابل نیست او با صراحت می‌گوید: هیچ‌گونه جدایی بین واقعیت و نمایش نمادین وجود ندارد، واقعیتی که تجربه می‌شود

امکانات و کارکردهای خاص این فضا و با عنایت به وضعیت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی جوانان، تأثیرات عمیقی را بر جنبه‌های متفاوت هویت و به تبع آن، بر سبک زندگی کاربران ایرانی به‌خصوص جوانان به مثابه بزرگ‌ترین طیف مخاطبان و فعالان این فضا خواهد گذارد. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵)

در ایران نیز با توجه به دوران گذار از یک جامعه‌ی سنتی به صنعتی، تناقضات بسیاری دامنگیر افراد به ویژه قشر دانشجویی در زمینه‌ی پاسخگویی به پرسش‌هایی درباره‌ی خود، ملت خود و ... شده است. نتایج بسیاری از تحقیقات، حاکی از بروز آسیب‌ها و چالش‌های جدی در هویت ملی جامعه ایرانی در صد سال اخیر بوده است؛ به گونه‌ای که برخی، از آن به عنوان (بحران هویت) یاد کرده‌اند. مجاورت طولانی یک طرفه با اینترنت، می‌تواند به انتقال‌پذیری یک طرفه ارزش‌ها و هنجارهای جهان وطنی انجامیده، به تبع آن موجب تغییرات هویت ملی و محلی کاربران شود که این عوامل، دامنه بحران هویتی را تشدید می‌کند. (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۰۹)

از این رو، فرض بر این است که فضای اینترنتی با اثر گذاری بر روی کاربران آنان را به سمت و سوی تضعیف یا تقویت هویت ملی کاربران حرکت می‌کند. از این رو اینترنت را به عنوان یکی از عوامل سازنده هویت ملی در ابعاد هفت گانه (بعد سیاسی، بعد دینی، بعد فرهنگی، بعد اجتماعی، بعد تاریخی، بعد جغرافیایی و بعد زبانی و ادبی) بررسی نموده و آن را در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران مورد مطالعه قرار می‌دهیم.

### چارچوب نظری

هابرماس جامعه اطلاعاتی و جهانی شدن رسانه‌ای را در قالب حوزه عمومی و همگانی مورد توجه قرار داده است. او اینترنت را محیطی می‌داند که یک حوزه و فضای عمومی را در جامعه فراهم کرده است. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن حضور افراد در مباحثات باز و علنی و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت و گو تحقق می‌یابد. (آذرنگ، ۱۳۸۲: ۶۵) قدرت در آن دخالتی ندارد و در این فضا گفتگوها بصورت آزادانه انجام شده و افراد می‌توانند مسائل

ممکن است؟ کاستلز برای پاسخ گفتن به این معما از جانبی دیگر به تحلیل جامعه‌شناسانه - روان‌کاوانه ریموند بارگلو اشاره می‌کند. بارگلو، برای گشودن راز این پارادوکس چنین استدلال می‌کند که اگرچه سیستم‌های اطلاعاتی و شبکه‌سازی از طرفی باعث افزایش قدرت انسان در سازماندهی شده است. اما از طرف دیگر مفهوم کنشگر مستقل و منفرد را که مفهومی سنتی در غرب است، دچار تزلزل کرده است؛ فرد که به دنبال تحولی طولانی در تاریخ و تکنیک است؛ اینک خود را به کلی گم کرده است، برای جستن پیوند تازه‌ای به سراغ هویت مشترک و بازسازی شده می‌رود. (پولادی، ۱۳۸۲: ۴۷)

به اعتقاد کاستلز شبکه اینترنت ستون فقرات ارتباطات جهانی از دهه ۱۹۹۰ به بعد است، چرا که به تدریج بیشتر شبکه‌های اجتماعی را به یکدیگر پیوند خواهد داد. مسأله بدین جا ختم نشده بلکه انتشار اینترنت و شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری به تدریج فرهنگ کاربران شبکه و حتی الگوهای ارتباطی آینده را نیز شکل می‌دهد. از نظر کاستلز جامعه شبکه‌ای که محصول اصلی اینترنت است بر ساخته شدن هویت افراد موثر خواهد افتاد. به نظر وی، فرآیند جهانی شدن و به دنبال آن جامعه شبکه‌ای با تولید و رشد آگاهی در مردم به تضعیف مسائلی چون دولت ملی و هویت ملی مرتبط با آن منجر می‌شود، بدین صورت که با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص گرایانه همانند هویت‌های قومی و مذهبی در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده خواهد شد. بدین ترتیب کاستلز بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت-ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث تقویت هویت‌های فروملی (مقاومت) می‌شود و از آنجایی که این تحقیق در پی بررسی رابطه اینترنت و هویت ملی است و به نظر کاستلز اینترنت می‌تواند زمینه تضعیف هویت‌های ملی را فراهم کند بنابراین نظریه او می‌تواند به عنوان چارچوب نظری تحقیق مورد استفاده و در جامعه خودی مورد آزمایش و سنجش قرار گیرد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۸۹)

#### اهداف

- بررسی وضعیت هویت ملی در ایران

همواره مجازی است، چون همواره از طریق نمادها درک می‌شوند، که عمل را با گونه‌ای معنا شکل می‌دهند که از چهارچوب تنگ معنایی که نمادها برای آن در نظر گرفته‌اند، می‌گریزد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۱)

کاستلز در کتاب عصر اطلاعات (اقتصاد، جامعه و فرهنگ) چنین آورده است: تکنولوژی‌های جدید اطلاعات با تغییر فرایند پردازش اطلاعات، همه پهنه‌های فعالیت انسان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند و امکان برقراری رابطه پایان‌ناپذیر میان پهنه‌های مختلف و نیز بین عناصر و کارگزاران این فعالیت‌ها را فراهم می‌سازند. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۰۳)

به گفته وی، مهم‌ترین تأثیر فرهنگی ارتباط رایانه‌ای، تقویت شبکه‌های اجتماعی که تسلط فرهنگی دارند و افزایش حالت کلان شهری و جهانی شدن شبکه‌های اجتماعی، است. به‌زعم او ارتباط رایانه‌ای می‌تواند بطور قدرتمندی در تقویت انسجام اجتماعی نخبگان جهان شهری مؤثر باشد و از معنای فرهنگ جهانی و از گردش سریع پیام‌های نخبگان در کلان شهر حمایت کند. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۲۲) در مورد اثرات ارتباطی تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، کاستلز می‌گوید: «هنوز مشخص نیست که در این شبکه‌های الکترونیکی چه مقدار معاشرت‌های اجتماعی ایجاد می‌شود و تأثیرات فرهنگی این نوع جدید معاشرت‌های اجتماعی چیست» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۲۰)

کاستلز، هویت را به مثابه فرایندی تعریف می‌کند که یک کنشگر اجتماعی خود را به وسیله آن شناسایی می‌کند و از خلال خصائص فرهنگی (و نه دیگر ساختارهای اجتماعی) جهان معنایی خود را می‌سازد. اما هویت جویی لزوماً به معنی ناتوانی در ایجاد ارتباط نیست. «ناسیونالیسم فرهنگی» غالباً در خدمت احیای جامعه ملی است و ملت را محصول تاریخ و فرهنگ منحصر به فرد خود و بستگی جمعی آن می‌داند. کاستلز، به عنوان شاهدهی بر این پدیده به نظر آلن تورن اشاره می‌کند که گفته است در جامعه فراضعتی که در آن خدمات فرهنگی به جای کالاها مادی جای می‌گیرد، دفاع از شخصیت و فرهنگ کنشگر اجتماعی در برابر منطق بازار جایگزین اندیشه مبارزه طبقاتی می‌شود. ما اکنون در سرتاسر جهان، همزمان شاهد جهانی شدن از یک سو و پراکندگی و هویت جویی از سوی دیگر هستیم. چنین پدیده‌ای چگونه

- شناخت رابطه بین استفاده از اینترنت و هویت ملی کاربران

### فرضیه‌ها

- بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از کاربران از اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد.

### روش تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایشی استفاده شده و ابزار آن پرسشنامه می‌باشد.

### جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای مختلف شهر تهران که در سال ۹۳ در این دانشگاه‌ها تحصیل و با اینترنت کار می‌کنند و همچنین از شبکه اجتماعی و سایت‌های اجتماعی و نرم افزارهایی که با اینترنت کار می‌کنند، استفاده می‌کنند.

### حجم نمونه

حجم نمونه در این پژوهش براساس فرمول کوکران که در آن تعداد نمونه با توجه به تعداد اعضای جامعه آماری مشخص می‌شود (مومنی، ۱۳۸۷) انتخاب شد. چون تعداد اعضای جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، حدود ۱۶۰ هزار نفر است براساس جدول برابر ۳۸۴ نفر است که بنا بر احتیاط ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شد.

### ابزارهای اندازه‌گیری

برای گردآوری داده‌ها به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق و سوالات از دو نوع پرسشنامه زیر استفاده گردید.  
 ۱. پرسشنامه اینترنتی شامل ۲۰ سوال پنج گزینه‌ای  
 ۲. پرسشنامه هویت ملی شامل ۳۷ سوال پنج گزینه‌ای  
 به منظور تعیین پایایی ابزارهای اندازه‌گیری مورد استفاده در پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و عدد ۰/۸۴ بدست آمد و پس از گردآوری با نرم افزار Spss تحلیل شد.

### یافته‌های تحقیق

#### بررسی رابطه بین محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی

نتایج جدول ۱ بیانگر نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی می‌باشد. همان طور که در جدول ملاحظه می‌شود، بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی با توجه به سطح معنا دار بدست آمده (۰/۰۰) و کمتر از سطح معنادار ۰/۰۵ است رابطه معنادار است و قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد بدین معنی که بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد. و همچنین با توجه به ضریب همبستگی پیرسون برابر (۰/۵۰۱-) رابطه منفی و جهت رابطه معکوس می‌باشد یعنی با افزایش میزان استفاده از نوع محتوای برنامه‌های اینترنتی میزان هویت ملی کاهش می‌یابد.

جدول شماره ۱: همبستگی بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنا داری
هویت ملی	-۰/۵۰۱	۰/۰۰۰

### نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه پیرامون نوع محتوای برنامه‌های اینترنت و هویت ملی

باتوجه به نتایج جدول ۳  $F=28/535$  سطح معنادار  $0/000$  می‌توان ملاحظه کرد هویت ملی کاربرانی که استفاده‌های مختلفی از اینترنت دارند با یکدیگر مشابه نبوده و به یک اندازه نیست بلکه تنوع استفاده به شکل معناداری نشانگر تفاوت میزان هویت ملی در افراد است.

### معادله رگرسیونی بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت و هویت ملی

برای اجرای رگرسیون از روش خطی ساده استفاده شد. معادله فوق در جدول ۲ حاکی از آن است که به ازای یک واحد افزایش در نوع محتوای برنامه‌های اینترنت به اندازه  $(-1/144)$  واحد از گرایش به هویت ملی کاهش می‌یابد است. ضریب استاندارد شده (Beta)، با مقدار  $0/423$  - نشان از نقش موثر متغیر مستقل در پیشگویی کنندگی معادله رگرسیون دارد. نوع محتوای برنامه‌های اینترنت  $-1/144$   $179/180$  = هویت ملی

جدول شماره ۲: معادله رگرسیونی بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت و هویت ملی

	B	Std. Error	Beta	T	sig	R square change
Constant	179/180	4/377		40/932	0/000	0/179
نوع محتوای برنامه‌ها یا اینترنت	-1/144	0/123	-0/423	-9/307	0/000	

جدول شماره ۳: آزمون تحلیل واریانس پیرامون نوع محتوای برنامه‌های اینترنت و هویت ملی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معنادار
واریانس بین گروهی	58730.344	0.000	28/535	14682/586	4
واریانس درون گروهی	203245.656			514/546	395
واریانس کل	261976.000				399

جدول شماره ۴: آزمون شقه پیرامون نوع محتوای برنامه‌های اینترنت و هویت ملی

		سطح معنادار	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	استفاده از محتوای اینترنت	استفاده از محتوای اینترنت
dimension2	خیلی کم	کم	۳/۴۴۶	۲/۰۰۰	کم	۰/۹۸۷
		متوسط	۳/۶۱۴	۲۳/۱۸۸	متوسط	۰/۰۰۰
		زیاد	۴/۰۶۱	۲۶/۸۷۳	زیاد	۰/۰۰۰
		خیلی زیاد	۴/۳۹۹	۲۸/۰۹۴	خیلی زیاد	۰/۰۰۰
	کم	خیلی کم	۳/۴۴۶	۲/۰۰۰	خیلی کم	۰/۹۸۷
		متوسط	۳/۰۱۷	۲۱/۱۸۸	متوسط	۰/۰۰۰
		زیاد	۳/۵۴۰	۲۴/۸۷۲	زیاد	۰/۰۰۰
		خیلی زیاد	۳/۹۲۳	۲۶/۰۹۴	خیلی زیاد	۰/۰۰۰
	متوسط	خیلی کم	۳/۶۱۴	-۲۳/۱۸۸	خیلی کم	۰/۰۰۰
		کم	۳/۰۱۷	-۲۱/۱۸۸	کم	۰/۰۰۰
		زیاد	۳/۷۰۴	۳/۶۸۳	زیاد	۰/۹۱۱
		خیلی زیاد	۴/۰۷۲	۴/۹۰۶	خیلی زیاد	۰/۸۳۵
	زیاد	خیلی کم	۴/۰۶۱	-۲۶/۸۷۲	خیلی کم	۰/۰۰۰
		کم	۳/۵۴۰	-۲۴/۸۷۲	کم	۰/۰۰۰
		متوسط	۳/۷۰۴	-۳/۶۸۳	متوسط	۰/۹۱۱
		خیلی زیاد	۴/۴۷۳	۱/۲۲۲	خیلی زیاد	۰/۹۹۹
	خیلی زیاد	خیلی کم	۴/۳۹۹	-۲۸/۰۹۴	خیلی کم	۰/۰۰۰
		کم	۳/۹۲۳	-۲۶/۰۹۴	کم	۰/۰۰۰
		متوسط	۴/۰۷۲	-۴/۹۰۶	متوسط	۰/۸۳۵
		زیاد	۴/۴۷۳	-۱/۲۲۲	زیاد	۰/۹۹۹

میزان استفاده اینترنت با هویت ملی با توجه به سطح معنا دار بدست آمده (۰/۰۰) کمتر از سطح معنادار ۰/۰۵ است رابطه معنادار است و قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد بدین معنی که میزان استفاده اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد. و همچنین با توجه به ضریب همبستگی پیرسون برابر (۰/۱۹۲-) رابطه منفی و جهت رابطه معکوس می‌باشد یعنی با افزایش میزان استفاده از اینترنت میزان هویت ملی کاهش می‌یابد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون تعقیبی شفه جدول ۴ نتیجه می‌گیریم میزان هویت ملی برای کاربرانی که استفاده‌های مختلفی از اینترنت دارند متفاوت است و کسانی که کم از انواع برنامه‌های اینترنتی استفاده می‌کنند میزان هویت ملی آنها بالا و به ترتیب هرچه بیشتر از این امکانات اینترنت استفاده می‌کنند میزان هویت ملی آنها کاهش می‌یابد.

**بررسی رابطه بین میزان استفاده اینترنت با هویت ملی**  
نتایج جدول ۵ بیانگر رابطه بین میزان استفاده اینترنت با هویت ملی می‌باشد. همان طور که در جدول ملاحظه می‌شود، بین

جدول شماره ۵: همبستگی بین میزان استفاده از اینترنت با هویت ملی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنا داری
هویت ملی	-۰/۱۹۲	۰/۰۵

### معادله رگرسیونی بین میزان استفاده از اینترنت با هویت ملی

برای اجرای رگرسیون از روش خطی ساده استفاده شد. معادله جدول ۶، حاکی از آن است که به ازای یک واحد افزایش در میزان استفاده از اینترنت به اندازه (-۳/۷۴۶) واحد از گرایش به هویت ملی کاهش می‌یابد است. ضریب استاندارد شده (Beta)، با مقدار -۰/۱۹۲ نشان از نقش موثر متغیر مستقل در پیشگویی کنندگی معادله رگرسیون دارد. میزان استفاده از اینترنت  $-۳/۷۴۶ - ۱۵۰/۳۴۳ =$  هویت ملی

### نتایج آزمون تحلیل واریانس یکراهه پیرامون مدت زمان استفاده از اینترنت و هویت ملی

باتوجه به نتایج جدول ۷،  $F = ۸/۳۵۹$  سطح معنادار ۰/۰۰۰ کاربرانی که مدت زمان‌های استفاده‌ی مختلفی از اینترنت دارند با یکدیگر مشابه نبوده و به یک اندازه نیست بلکه تنوع مدت زمان استفاده به شکل معناداری موجب تفاوت میزان هویت ملی در افراد است.

نتایج آزمون جدول ۸ تعقیبی شفه در این رابطه نشان می‌دهد میزان هویت ملی در بین کسانی که کمتر از یک ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند با کسانی که بیشتر از ۴ ساعت از اینترنت استفاده کرده‌اند متفاوت بوده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد مدت استفاده روزانه از اینترنت در هویت ملی تأثیر گذاشته است. هویت ملی در کسانی که کمتر از یک ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند بالاست، اما به موازات افزایش ساعات استفاده تا میزان ۳ ساعت در روز هویت ملی کاهش می‌یابد و از این مرحله به بعد به موازات افزایش ۳ تا ۴ ساعات استفاده از اینترنت میزان هویت ملی افزایش اما افزایش ساعت بیشتر از ۴ ساعت هویت ملی کاهش می‌یابد.

به منظور روشن شدن وضعیت و اولویت هویت‌های هفت گانه میان دانشجویانی که از اینترنت استفاده می‌کنند از آزمون فریدمن استفاده شده که نتیجه آن در جدول ۹ آمده است.

جدول شماره ۶: معادله رگرسیونی بین میزان استفاده از اینترنت با هویت ملی

R square change	sig	T	Beta	Std. Error	B	
	۰/۰۰۰	۵۰/۸۰۶		۲/۹۵۹	۱۵۰/۳۴۳	(Constant)
۰/۰۳۷	۰/۰۰۰	-۳/۹	-۰/۱۹۲	۰/۹۶۱	-۳/۷۴۶	میزان استفاده از اینترنت

جدول شماره ۷: آزمون تحلیل واریانس پیرامون مدت زمان استفاده از اینترنت و هویت ملی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F مقدار	سطح معنادار
واریانس بین گروهی	۲۰۴۴۴.۴۴۵	۴	۵۱۱۱/۱۱۱	۸/۳۵۹	۰/۰۰۰
واریانس درون گروهی	۲۴۱۵۳۱.۵۵۵	۳۹۵	۶۱۱/۴۷۲		
واریانس کل	۲۶۱۹۷۶.۰۰۰	۳۹۵			



جدول شماره ۸: آزمون شقه پیرامون مدت زمان استفاده از اینترنت و هویت ملی

سطح معنادار	خطای استاندارد	تفاوت میانگین	مدت زمان استفاده از اینترنت در طول روز	مدت زمان استفاده از اینترنت در طول روز					
۰/۰۴۲	۳/۷۵۲	۱۱/۸۸۵	۱ تا ۲ ساعت	کمتر از ۱ ساعت					
					۰/۰۲۶	۳/۶۰۰	۱۲/۰۲۴	۲ تا ۳ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
					۰/۹۷۴	۴/۴۵۸	۳/۱۳۷	۳ تا ۴ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
					۰/۰۰۰	۴/۲۲۳	۲۲/۴۳۸	بیشتر از ۴ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
۱/۰۰۰	۳/۴۲۸	-۱۱/۸۸۵	۱ تا ۲ ساعت	کمتر از ۱ ساعت					
					۰/۳۹۴	۴/۳۲۰	-۸/۷۴۷	۲ تا ۳ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
					۰/۱۵۵	۴/۰۷۸	۱۰/۵۵۳	بیشتر از ۴ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
					۰/۰۲۶	۳/۶۰۰	-۱۲/۰۲۴	کمتر از ۱ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
۱/۰۰۰	۳/۴۲۸	-۰/۱۴۰	۱ تا ۲ ساعت	۱ تا ۲ ساعت					
					۰/۳۴۴	۴/۱۸۹	-۸/۸۸۷	۳ تا ۴ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۱۳۹	۳/۹۳۸	۱۰/۴۱۳	بیشتر از ۴ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۹۷۴	۴/۴۵۸	-۳/۱۳۷	کمتر از ۱ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
۰/۳۹۴	۴/۳۲۰	۸/۷۴۷	۱ تا ۲ ساعت	۱ تا ۲ ساعت					
					۰/۳۴۴	۴/۱۸۹	۸/۸۸۷	۲ تا ۳ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۰۰۳	۴/۷۳۵	۱۹/۳۰۰	بیشتر از ۴ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۰۰۰	۴/۲۲۳	-۲۲/۴۳۸	کمتر از ۱ ساعت	کمتر از ۱ ساعت
۰/۱۵۵	۴/۰۷۸	-۱۰/۵۵۳	۱ تا ۲ ساعت	۱ تا ۲ ساعت					
					۰/۱۳۹	۳/۹۳۸	-۱۰/۴۱۳	۲ تا ۳ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۰۰۳	۴/۷۳۵	-۱۹/۳۰۰	۳ تا ۴ ساعت	۱ تا ۲ ساعت
					۰/۰۰۰	۴/۲۲۳	-۲۲/۴۳۸	کمتر از ۱ ساعت	کمتر از ۱ ساعت

جدول شماره ۹: نتایج آزمون فریدمن وضعیت و اولویت هویت‌های هفت گانه

سطح معنادار	درجه آزادی	فریدمن	رتبه میانگین	هویت‌های ۷ گانه	
۰/۰۰۰	۶	۳۲/۱۴۳	۳/۶۳	اجتماعی	هویت ملی
			۵/۱۶	تاریخی	
			۳/۷۹	جغرافیایی	
			۳/۱۳	سیاسی	
			۴/۶۱	دینی	
			۴/۰۶	فرهنگی	
			۳/۶۱	زبانی	

در کل از بین متغیرهای مستقل وارد شده در معادله رگرسیون متغیرهای میزان استفاده دانشجویان از اینترنت، نوع محتوای برنامه اینترنت، استفاده از صفحات اجتماعی توانستند وارد معادله شوند و به میزان هر یک به ترتیب ۰/۱۷۹، ۰/۰۳۷ و ۰/۰۱۷ از متغیر وابسته را تبیین کنند.

گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی اجتماعی شده است. ظهور فضای مجازی موجب شده تا گروه‌های دارای مرزهای سخت سنتی، جای خود را به گروه‌های مجازی با مرزهای منعطف بدهند و به همین دلیل امکان مبادله هر چه بیشتر اطلاعات و پیام‌ها، منجر به کاهش و در مواردی حذف فاصله میان گروه‌های مختلف شده است. با نفوذ فزاینده اینترنت به درون خانه‌ها، امکان اشتراک در تجارب گروه‌های مختلف ایجاد شده است. از منظر سخت افزارهای ارتباطی، تعداد سایت‌ها و تکنولوژی‌های وابسته به آنها نیز در حال گسترش است و این امر ابعاد مختلف زندگی بشری را تحت تاثیر قرار داده و موجب ظهور شکل نوینی از روابط و تعاملات بین افراد انسانی شده است. طبق دیدگاه جبر گرایی هر تکنولوژی با ظهور خود، باعث تغییرات گسترده‌ای می‌شود و جامعه را با تغییرات فرهنگی روبرو می‌کند. در این دیدگاه، تکنولوژی به عنوان عامل مستقلمی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند یک جامعه و الگوهای رفتاری حاکم بر آن را تحت تاثیر قرار داده و شکل نوینی از روابط انسانی را بر اساس ابزارهای نوین ارتباطی شکل می‌دهد. فضای مجازی در واقع محیطی است، مشتمل بر شبکه‌های آن لاین که در لحظه، به مبادله اطلاعات با یکدیگر می‌پردازند. این ارتباطات نه تنها شکل نوینی از روابط اجتماعی را می‌سازد، بلکه فضای مجازی را شکل می‌دهد که در این فضا روابط اجتماعی متنوع و متکثر، براساس شبکه‌های گسترده روابط مجازی مبتنی بر هویت‌های مجازی شکل می‌گیرد.

با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل داده‌ها می‌توان مشاهده کرد نظریات کاستلز، ولمن، هابرماس و که از جمله نظریات مهم مطرح شده در چهارچوب نظری می‌باشد در جامعه ما تایید شدند. نظر کاستلز مبنی بر اینکه جامعه شبکه‌ای با ایجاد خود آگاهی برای مردم منجر به تضعیف

آزمون فریدمن محاسبه شده در دانشجویانی که از اینترنت استفاده می‌کنند برابر ۳۲/۱۴۳ می‌باشد که می‌توان نتیجه گرفت میان میزان و مرتبه میانگین هویت‌های هفتگانه این گروه از دانشجویان با توجه به سطح معنادار ۰/۰۰۰ که کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد تفاوت معنا دار وجود دارد و مقایسه میانگین نمرات هویت‌های این دانشجویان موید آن است که بالاترین رتبه به هویت تاریخی با رتبه میانگین ۵/۱۶ و پایین‌ترین رتبه به هویت سیاسی با رتبه میانگین ۳/۱۳ اختصاص یافته است.

### نتیجه‌گیری

با اثبات فرضیه اول مبنی بر اینکه **بین میزان آشنایی با اینترنت و هویت رابطه وجود دارد** به این نتیجه رسید که هر چه میزان آشنایی کاربران از اینترنت زیاد باشد نمره هویت ملی آنها کمتر است به عبارتی بین دو متغیر رابطه منفی و معکوس وجود دارد.

با اثبات فرضیه دوم مبنی بر اینکه **بین میزان استفاده کاربران از اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد** به این نتیجه رسید که هر چه میزان استفاده کاربران از اینترنت افزایش یابد نمره هویت ملی آنها کمتر و به عبارتی بین دو متغیر رابطه منفی و معکوس وجود دارد.

با اثبات فرضیه سوم مبنی بر اینکه **بین نوع محتوای برنامه‌های اینترنت با هویت ملی رابطه وجود دارد** به این نتیجه رسید که هر چه بیشتر از برنامه‌های اینترنتی استفاده کنند نمره هویت ملی آنها کاهش یافته و به عبارتی بین دو متغیر رابطه منفی و معکوس وجود دارد.

با اثبات فرضیه چهارم مبنی بر اینکه **بین استفاده از صفحات اجتماعی با هویت ملی رابطه وجود دارد** به این نتیجه رسید که هر چه بیشتر از صفحات اجتماعی استفاده کنند نمره هویت ملی آنها کاهش یافته و به عبارتی بین دو متغیر رابطه منفی و معکوس وجود دارد.

با اثبات فرضیه پنجم مبنی بر اینکه **بین گرایش دانشجویان به استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه وجود دارد** به این نتیجه رسید که هر چه دانشجویان گرایش به استفاده از اینترنت داشته باشند به همان ترتیب گرایش آنها به هویت ملی کاهش می‌یابد و بین دو متغیر رابطه منفی و معکوس وجود دارد.

هویت تاریخی دانشجویان دارای بالاترین رتبه نسبت به دیگر هویت‌ها می‌باشد و هویت سیاسی از پایین‌ترین رتبه برخوردار است.

به طور کلی با توجه به نظریات مطرح شده در چهارچوب نظری می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که اینترنت فضای عمومی و عرصه‌ای است که در آن حضور افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت‌وگو تحقق می‌یابد و استفاده‌های گوناگون از اینترنت بالاخص بنابر نظر ولمن استفاده‌های اجتماعی مثل دریافت اخبار و بیان عقاید، به همان‌سان که وابستگی را به اینترنت زیاد می‌کند با ایجاد خودآگاهی برای مردم زمینه تضعیف هویت ملی را فراهم کرده و با تضعیف هویت ملی زمینه برجسته شدن هویت‌هایی که ساخته و پرداخته شده در این فضای مجازی است فراهم می‌شود.

پدیده دولت ملت و هویت ملی مرتبط با آن می‌شود و با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص گرایانه در داخل کشور، همانند هویت‌های قومی و مذهبی، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده می‌شود در جامعه ما تایید شد.

همچنین نتایج بدست آمده از جامعه مورد مطالعه گواه این مساله بود که هر چقدر سابقه و مدت زمان استفاده روزانه از اینترنت در محیط‌هایی چون محیط‌های خبری، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد از میزان احساس تعلق فرد به هویت ملی کاسته می‌شود.

نتایج به دست آمده گواه این است که کاربرانی که به دنبال محیط‌هایی بودند که هم امکان دریافت اخبار و هم بیان عقیده و تبادل نظر برای آنها مثل چت روم و شبکه‌های اجتماعی فراهم شود، از هویت ملی پائینی برخوردارند و

## فهرست منابع

## منبع انگلیسی

- Jankowski, N. W. 'Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations', pp. 34-49 in L. A. Lievrouw & S. Livingstone (eds.) Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTS. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.(2002)

- آذرنگ، عبدالحسین. پدیده جهانی شدن وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی. آگه، تهران، (۱۳۸۲)
- پولادی، کمال. عصر اطلاعاتی و پیدایش جامعه شبکه‌ای. کتاب ماه علوم اجتماعی، (۱۳۸۲)؛ ۶۹: ۴۷
- جنکینز، ریچارد. هویت اجتماعی. یار احمدی. ت. نشر شیرازه، تهران، (۱۳۸۱)
- ذکایی، محمدسعید و فاخره خطیبی. اینترنت و تغییرات هویتی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. (۱۳۸۵)؛ ۲(۷): ۱۶۵-۲۰۳
- رزازی فرافسر. الگوی جامعه شناختی هویت ملی در ایران. فصلنامه مطالعات ملی (۱۳۷۹)؛ ۵(۲): ۱۰۶-۱۱۵
- زنجانی زاده، هما، جوادی، محمد. بررسی تاثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد. مجله جامعه شناسی ایران، (۱۳۸۴)؛ ۲(۶): ۱۲۶
- ساروخانی، باقر، بابایی فرد، اسدالله، اینترنت و جهانی شدن و هویت فرهنگی جوانان در ایران. انتشارات دیدار، تهران، (۱۳۹۱)
- قبادی، حسینعلی. خلاصه مقالات همایش ملی جوانان و هویت ایرانی. جهاد دانشگاهی، تهران، (۱۳۸۷)؛ ۱۸۹
- کاستلز. مانوئل. عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای). علیقلیان. ا. و خاکباز. ا. و چاوشیان. ح. جلد ۱. انتشارات طرح نو، تهران، (۱۳۸۰)
- مومنی، منصور. تحلیل آماری با استفاده از Spss چاپ دوم. ناشر کتاب نو، تهران، (۱۳۸۷)
- میرزایی ورزنده، مصطفی. بازنمایی انواع هویت جمعی (محلی، قومی، دینی، ملی و فراملی). پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی. (۱۳۸۷)
- مومنی، حسن. عوامل موثر بر هویت ملی در بین دانش آموزان مناطق مرزی. مطالعات ملی. (۱۳۹۱)؛ ۱۳(۳): ۵۴
- نراقی زاده، افسانه. مقایسه میزان و نوع استفاده از اینترنت در رابطه با سلامت روان و عملکرد تحصیلی. فصل نامه تخصصی علوم اجتماعی واحد شوشتر. (۱۳۹۱)؛ ۱۷(۶): ۱۸۶