

نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران

دکتر صدیقه ببران^۱

آتیه پوریحیی^۲***

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران انجام شده است. روش پژوهش به لحاظ اجرا، پیمایشی می باشد، داده ها با استفاده از ابزار پرسشنامه جمع آوری شد. جامعه آماری این پژوهش را ۱۱۷ نفر از دانشجویان ارشد دانشکده ارتباطات تشکیل میدهد. در این پژوهش فرضیه هایی را مورد بررسی قرار دادیم، در نهایت پیشنهادات کاربردی در این زمینه ارائه شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییرات هویت فرهنگی کاربران همبستگی معنی داری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه های اجتماعی مجازی بر مولفه های هویت فرهنگی کاربران از جمله دین، زبان، آداب و رسوم گذشته و سنت ها تاثیر گذار می باشند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و سپس برای سنجش میزان همبستگی فرضیه های تایید شده از ضریب همبستگی کرامر استفاده شد.

واژه های کلیدی: شبکه های اجتماعی مجازی، فرهنگ، هویت، هویت فرهنگی

^۱استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد علمی واحد تهران مرکزی

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

مقدمه :

امروزه ما در جهان متحول و دستخوش دگرگونی زندگی میکنیم (گیدنز، ۱۳۷۳ ص ۵۵۵). روند تغییرات چنان سرعت و عمقی یافته که پا برجاسترین عرصه حیات بشر یعنی فرهنگ را نیز در نوردیده و ما را در میانه یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است. تحولی که بارلو از بانیان "بنیاد حریم الکترونیک" آن را جدی ترین تحول فرهنگی از کشف آتش تا کنون میدانند. اما آنچه که زمینه چنین تغییر و تحول شگرفی را پدید آورده و این برهه از تاریخ را واجد برجستگی کرده و دارای اهمیت فوق العاده ای ساخته دستاوردهای نوین ارتباطی - اطلاعاتی شناخته میشوند (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۵۹). بدین ترتیب انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده بیست و یک را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسانها دانست. زیرا تکنولوژیهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی با فراهم آوردن امکان پیدایش جامعه شبکه ای افراد و جوامع را قالب های تازه و هویت های تازه ای بخشیده اند. (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۲۰). یکی از جالبترین آثاری که در رابطه با رابطه هویت و اینترنت موجود است مربوط به "شری ترکل"^۱ میباشد. ترکل تحلیلهای ژان بوردیاری نظریه پرداز پسا مدرنیست را پی گرفته که معتقد است تمایز میان امر "واقعی" و "امر مجازی" به واسطه تعدد و تکثیر بیش از اندازه بازنماییهای فرهنگی در هم شکسته و بر اثر آن "حاد واقیعت"^۲ شکل یافته اند که از وانموده ها ساخته شده اند (بازنماییها جای واقیعت را گرفته و در نهایت واقیعت را در خود فرو بلعیده اند). ترکل آگاه است که این هویتها سایبر جای ارتباطات گرم و صمیمانه جسمی با احساسات عمیق رو در روی اجتماعی و شخصی را نخواهند گرفت. ممکن است سخت موجب بحران و آشفتگی هویتی شوند یا ممکن است جهان مجازی به گوشه ای امن برای گریز از زندگی اجتماعی بدل شوند. در نظر ترکل اینترنت بهترین جایی است که می شود این جابجایی را نشان داد زیرا اینترنت فرصت های مجازی تازه و هویت های بسیار متنوعی را در اختیار می گذارد (رحمت آبادی، ۱۳۸۸، ص ۵۳ و ۵۴). ظهور اینترنت بعنوان رسانه ای قدرتمند در سالهای اخیر دوباره جای گفتگوی جدید را در خصوص نقش رسانه ها باز کرده است. اینترنت به مثابه یک رسانه در سال های اخیر رشد حیرت انگیزی داشته و فرصتها و تهدیدهای بسیاری را بوجود آورده است. دانشجویان از جمله بیشترین استفاده

کنندگان از شبکه های اجتماعی می باشند. در این راستا بحث هویت در میان قشر دانشجو نقطه ی کانونی مسئله ی هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است بخاطر گستره ی شبکه ی روابط و تماس به نسبت وسیع شان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش های ناشی از جامعه ی اطلاعاتی درگیر هستند. بنابراین دانشجویان در مرکز فرآیند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند.

بیان مساله :

همزمان با تحولات قرن ۲۰ و فرایند "جهانی شدن"^۱ در عصر حاضر فناوری اطلاعات و ارتباطات امکان ظهور جامعه شبکه ای را فراهم آورده که تعاریف جدیدی از هویتها و جوامع انسانی عرضه میکند. جهان جدید بصورت شبکه ای در آمده است که بافت اصلی آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل میدهد. در پس این "جامعه شبکه ای"^۲ تغییر ماهیت مراودات اجتماعی به شکل مجازی و معاشرت های الکترونیکی از طریق متون الکترونیک و سیستم چند رسانه ای به عنوان محیط نمادین پدید آمده است که باعث پیدایش نوعی ناامنی اجتماعی و جرایم و بزهکاریهای جدید در فضای مجازی شده است (احمدوند و عطایی، ۱۳۸۵، ص ۲۴). مطالعات اخیر نشان داده اند که بیش از ۹۵ درصد دانشجویان مقطع کارشناسی در انگلیس بطور مداوم از سایتهای شبکه های اجتماعی استفاده میکنند. در طول تاریخ انسان برای انتقال پیام خود رسانه ها را بکار گرفته و فرهنگ خود را نیز با آن گسترش داده است. هویت شرط لازم زندگی اجتماعی است و بدون چارچوبی برای تعیین هویت اجتماعی، انسانها نمیتوانند به صورتی معنادار و پایدار با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در واقع بدون هویت اجتماعی جامعه ای وجود نخواهد داشت، بنابر این بحران هویت و معنا زندگی اجتماعی را بصورتی جدی مختل میکند و افراد و گروه ها ناچارند این بحران را حل کنند. بی گمان بازسازی هویت تنها راه انجام آن مهم است (گل محمدی، ۱۳۸۳، ص ۲۴۸) ضمن اینکه میتوانند با دوستان قبلی و اعضای

۱- Sherry Turkle

۲- Acute - Reality

خانواده خود همچنان در تماس باشند ، از طرف دیگر این دانشجویان تصور میکردند که شبکه های اجتماعی مجازی اغلب برای دلایل اجتماعی اش مورد استفاده قرار میگیرد نه برای اهداف آموزش رسمی . اگرچه گاهی اوقات از آن بطور غیر رسمی برای مقاصد آموزشی نیز استفاده میشود ولی مراقبتهادر خصوص شبکه های اجتماعی باید نسبت به مزایای آن بیشتر در نظر گرفته شود . همچنین از سویی دیگری گمان فرهنگ را باید مهمترین و غنی ترین منبع هویت دانست . افراد و گروهها همواره با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می یابد زیرا این اجزا و عناصر توانایی چشم گیری در تا مین نیازهای انسان به متمایز بودن و ادغام شدن در جمع را دارند . ایجاد همبستگی های جدید اجتماعی ، خلق ارزشهای جدید ، ایجاد فرصتهای فراوان تبادل سریع تر اطلاعات و اخبار و تهدیداتی چون به هم ریختگی در نهادهای اصلی جامعه ، و از سوی دیگر قطعه قطعه شدن افراطی سلیقه ها و خرده فرهنگ ها ، هویتها ، گسترش بی نظمی ، کاهش مشارکت اجتماعی ، اعتماد به اینترنت ، جایگزینی فضای مجازی به جای فعالیتها و رفتارهای اجتماعی از جمله تاثیرات شمرده شده اینترنت هستند . حال با توجه به تاثیراتی که رسانه های نوین ارتباطی اطلاعاتی در تمامی عرصه زندگی افراد دارند . بنابر این ما در صدد پاسخگویی به این پرسش هستیم که آیا استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر تحولات هویت فرهنگی کاربران تاثیر گذاشته اند یا خیر؟

استفاده از فضای مجازی به مساله انکار ناپذیر استفاده میان کاربران تبدیل شده که بخشی از هویت ایشان را تشکیل میدهد و تغییرات و تاثیرات آن بر هویت فرهنگی جهشی انکار ناپذیر محسوب میشود و شاهد احاطه انکار ناپذیر فن آوری نوین هستیم .

امروزه دیگر مبادلات در فضای مجازی ، تبادلات مختلف اجتماعی در فضای مجازی و حتی گروههای دوستی در شبکه های اجتماعی مجازی شکل میگیرد . به نظر میرسد با تمام تلاشها و مطالعات کمی و کیفی تنها توانسته باشیم گمانه زنیهای حاصل از رشد فن آوریهای نوین بر هویت فرهنگی بدست آورده باشیم . این پژوهش

به رابطه میان شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر و تحولات هویت فرهنگی کاربران میپردازد بنابراین به عنوان ابزاری برای کارگزاران رسانه ای و فرهنگی کشور برای برنامه ریزی و گسترش شبکه های اجتماعی مجازی مناسب با فرهنگ و هویت کاربران کشور و برطرف کردن نیازهای فرهنگی کاربران مفید و کاربردی می باشد.

اهداف تحقیق:

هدف اصلی این پژوهش بررسی جایگاه شبکه های اجتماعی مجازی در ایجاد تغییر هویت فرهنگی کاربران میباشد.

اهداف فرعی این پژوهش عبارتند از :

۱- بررسی آثار و پیامدهای شبکه های مجازی بر تحولات هویت

فرهنگی کاربران

۲- ارائه راهبردهایی برای مدیریت مطلوب آثار و پیامدهای شبکه های

اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران

۳- شناخت عوامل موثر بر هویت فرهنگی کاربران

۴- تاثیر عوامل مهم در تغییرات فرهنگی کاربران از طریق شبکه های

اجتماعی مجازی

سوالات تحقیق:

سوال اصلی : آیا شبکه های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران

تاثیر دارند؟

سوالات فرعی :

۱) آیا شبکه های اجتماعی مجازی روی زبان به عنوان یکی از شاخص های هویت

فرهنگی تاثیر دارند؟

۲) آیا شبکه های اجتماعی مجازی روی دین به عنوان یکی از شاخصهای هویت

فرهنگی اثر دارند؟

۳) آیا شبکه های اجتماعی مجازی روی آداب و رسوم (سنتها) به عنوان یکی از

شاخصهای هویت فرهنگی تاثیر دارند؟

۴) آیا مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در تغییرات هویت فرهنگی کاربران تاثیر داشته است؟

فرضیه های تحقیق :

با توجه به اینکه فرضیه پاسخ احتمالی به سوال اصلی است این پژوهش دارای یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی به شرح زیر است :

فرضیه اصلی :

بین میزان استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر هویت فرهنگی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه های فرعی :

۱) شبکه های اجتماعی مجازی روی زبان به عنوان یکی از شاخصهای هویت فرهنگی تاثیر دارند.

۲) شبکه های اجتماعی مجازی روی دین به عنوان یکی از شاخصهای هویت فرهنگی تاثیر دارند.

۳) شبکه های اجتماعی مجازی روی آداب و رسوم (سنتها) به عنوان یکی از شاخصهای هویت فرهنگی تاثیر دارند.

۴) مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران تاثیر دارد.

چارچوب نظری تحقیق:

تحقیق حاضر در قلمرو اثرات رسانه های نوین قرار دارد و از این رو باید چارچوب نظری در حوزه آن را از میان نظریه های مربوطه جست . تاثیرات، از میان جنبه های فرایند ارتباط بیش از همه مورد بحث و بررسی قرار گرفته است . (سورین و تانکارد ، ۱۳۸۱، ص ۳۲۴) مرور تاریخچه این نظریات در اینجا چندان لزومی ندارد چرا که آنها را میتوان در کتب به سادگی جستجو کرد .

نظریه شبکه های اجتماعی :

اگر چه از مفهوم "جامعه اطلاعاتی" نیز غفلت نمیکنند. در مفهوم جامعه اطلاعاتی آنچه مورد تاکید است تغییر "جوهره" فعالیت ها و فرایندهاست اما در مفهوم جامعه شبکه ای توجه به سوی تغییر "اشکال" سازماندهی و زیر ساخت های این جوامع است. جامعه شبکه ای شکلی از جامعه تعریف میشود که به گونه ای فزاینده روابط خود را در شبکه های رسانه ای سامان می دهد شبکه هایی که به تدریج جایگزین شبکه های اجتماعی ارتباطات رو در رو می شوند یا آنها را تکمیل می کنند. (مهدی زاده، ۱۳۸۹، ص ۳۱۸). در نظریه شبکه اجتماعی نقطه عظیمت، پیوندها و روابط میان گره های موجود در شبکه است. منبع مادی و غیر عادی را در درون شبکه به جریان انداخته و حیات آنرا تداوم میبخشد. آنچه که شبکه های اجتماعی سایبر را از شبکه های اجتماعی فیزیکی متمایز میسازد نه بیانهای تئوریک آن بلکه متفاوت بودن بستر و ساز و کارهای ارتباطی و شیوه تعامل و ویژگی باز بودن و عدم تمرکز برخوردارند. بدین معنا که آسیب دیدن یک عضو یا گره در شبکه آن را متلاشی نمیکنند، شبکه های اجتماعی سایبری بطور مداوم به بازسازی و ترمیم خود میپردازند. یک ساختار مبتنی بر شبکه، سیستم باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبرو شود توانایی نوآوری دارد. شبکه ها ابزار مناسبی برای فعالیت های مختلف هستند. برای فرهنگ مبتنی بر ساخت شکنی و تجدید ساختار بی پایان و ... فرایندهای دگرگونی اجتماعی بر فرهنگ و قدرت نیز عمیقاً تاثیر می گذارند. جلوه های فرهنگی از تاریخ و جغرافیا منتزع می شوند و عمدتاً از طریق شبکه های ارتباطات الکترونیک منتقل می شوند. اکنون در آستانه ورود به مرحله جدیدی هستیم که در آن مرجع فرهنگ خود فرهنگ است که در پیروزی بر طبیعت تا جایی پیش رفته است که طبیعت را به گونه ای تصنعی به عنوان یک شکل فرهنگی احیا می کند.

نظریه میدان بوردیو :

نظریه میدان "بوردیو"^۱ نیز با مصرف فرهنگی و رسانه ای و نیز بطور اصولی با تولید فرهنگی و رسانه ای مرتبط است. میدان، قلمروی است که در آن اقدامات

تلاشها و مبارزات برای تولید فرهنگی صورت میگیرد. بورديو تلقی جامعه به منزله مجموعه ای از افراد واحدهای اورگانیک یا سیستمهای اجتماعی را رد میکند. در عوض در حوزه ها یا میدانهای اجتماعی سخن میگوید. از نظر بورديو هر میدان بوسیله نظام شانسیها و فرصتها برای دسترسی به موقعیتهای متفاوت و خلق و خواها(ذائقه های) هر عامل مشخص میشود به بیان دیگر، هر میدان سلسله مراتب موقعیتهای مربوط به خودش را دارد که برای محدود کردن، کنترل کردن و بازتولید انواع روشهای خاص تولید فرهنگی عمل میکند. هر میدان تولید فرهنگی، خلق و خواهی معین یعنی منشیهای شبیه به هم را پدید می آورد. تولید کنندگان، این خلق و خواهی را میپذیرند و درونی میسازند تا به طور موثر آنچه را که تولید و نهایتا مصرف میشود، شکل بدهند و بسازند به عبارتی میدان موقعیتهای و منش (خلق و خواهی) در پسوندی تنگاتنگ، عاملان را سازگار می سازند. او مدعیست که فرهنگها همواره مهر طبقه اجتماعی را بر پیشانی دارد. فرهنگ سلطه طبقه را تاجایی بازتولید می کند که طبقات مسلط بتوانند ارزش های فرهنگی، معیارها و ذائقه خود را بر کل جامعه تحمیل کنند یا دست کم ترجیحات فرهنگی شان را به منزله معیار برترین، بهترین و مشروع ترین سبک زندگی در فرهنگ ملی ثبت کنند. (مهدی زاده، ۱۳۸۹، ص ۲۶۶)

نظریه رسانه های جدید: نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رسانه های جدید مجموعه متمایزی از فناوری های ارتباطات و دارای ویژگی های مشترک "دیجیتالی بودن" و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی است. مفهوم رسانه های جدید بر این اساس واجد این معانی است تجربیات متنی جدید، شیوه های جدید بازنمایی جهان، روابط جدید بین سوژه ها و تکنولوژیهای رسانه ای، تجربیات جدید روابط بین جسم هویت و اجتماع الگوهای جدید سازمان دهی و تولید بر اساس این نظریه، اساسی ترین جنبه فناوری اطلاعات و ارتباطات، دیجیتالی شدن است که بواسطه آن، همه متون معنای نمادین در همه اشکال رمز گذاری شده و ثبت شده به رمز دوتایی (دوگانه) قابل تقلیل است.

مهمترین پیامد دیجیتالی شدن برای نهادهای رسانه ای همگرایی بین همه اشکال رسانه ای موجود بر حسب سازمان توزیع دریافت و مقررات گذاری است. (همان)

نظریه هویت پیتر بورک:

"پیتر بورک"^۱ به صورت تجربی و عملی بر روی تئوری های هویت کار کرده و دیدگاه کنش متقابلی ها را مبنای کار خود قرار داده است. تلاش بورک بر آن است که تئوری های هویت را فراتر از "چارچوب کنش متقابل نمادین" سنتی قرار دهد. بورک هویت را یک مجموعه معنی که در تعریف یک نقش و یا موقعیت اجتماعی از اینکه شخص کیست به کار برده می شود میداند. میتوان گفت که منابع محیطی و نمادها در محیط اجتماعی واقع شده و با توجه به درونداها در تعاملی که بین خود (ذهن فرد) و جامعه (محیط اجتماعی) صورت می گیرد ، برون داد اولیه صورت می گیرد و در مقایسه با معیارهای ذهنی دیگران است که برون داد نهایی که همان رفتار اجتماعی فرد می باشد واقع می گردد و وارد محیط اجتماعی میشود و این محیط اجتماعی منبعی برای ادراک کنش گران دیگر می گردد و با توجه به اینکه منابع محیطی و نمادها با معیارهای ذهنی خود از هویت مقایسه می گردد ، در ادراک از منابع محیطی ، یک سیستم معانی مشترک در بین کنشگران واقع میشود ، که موجب میشود فرد رفتار خود را (رفتار فردی) با این سیستم معانی مقایسه نموده و در نهایت به شکل رفتار اجتماعی بروز نماید که میتواند رفتار اجتماعی سر منشا مشارکت خود در محیط اجتماعی گردد. بنابر " نظریه هویت برک " فرآیند هویت یک نظام کنترل ادراک است . از این قرار است که افراد در موقعیت ها با هدف جفت و جور ساختن ادراکات از خودشان با استاندارد هایی که برای خودشان دارند به صورت خود تنظیم عمل میکنند. این خود تنظیمی پیوسته جاری است و اغلب به کمترین میزان توجه نیاز دارد بنابر این کنش گران زمانی توجهشان جلب میشود که شرایط زمان پیوسته موافق بر موقعیتی به هم بخورد .

روش تحقیق:

در این تحقیق از "روش پیمایشی"^۱ استفاده شده است. ابزار مورد استفاده نیز پرسشنامه است.

جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۱۷ نفر دانشجویان ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز می‌باشد که در سال تحصیلی ۹۲-۹۱ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بوده‌اند. با توجه به اینکه تعدادی از پرسش‌نامه‌ها ۱۷ پرسشنامه براساس ضوابط تکمیل نشده بود از نمونه‌ی کل حذف و نهایتاً تعداد نمونه به ۱۰۰ نفر کاهش پیدا کرد. جامعه آماری در این پژوهش با حجم نمونه برابر است و از روش تمام شمارش استفاده شده است.

"پایایی و روایی"^۲ پرسشنامه:

پیش از انجام عملیات به منظور تعیین روایی علاوه بر دقت در طراحی سوالات (۲۱ سوال)، مورد بررسی اساتید قرار گرفته و اصلاحات لازم انجام شد و پس از تایید به منظور اطمینان برای نهایی شدن آن از نرم افزار SPSS مورد سنجش پایایی نیز قرار گرفته است. حدود ۳۰ نفر از کل پاسخگویان پیش از انجام عملیات به پرسشنامه پاسخ گفته‌اند و با استفاده از آماره "آلفای کرونباخ" و "اعتبار یابی" پرسشنامه پژوهش حاضر معادل ۸/۵ محاسبه شده که رقمی بالا و نشانگر اعتبار بالای پرسشنامه است.

یافته های پژوهش :

شایان ذکر است از میان جداول توزیع فراوانی به دست آمده تنها به تعداد محدودی اشاره شده است که به طور مستقیم به فرضیه های مورد بررسی مربوط میشود.

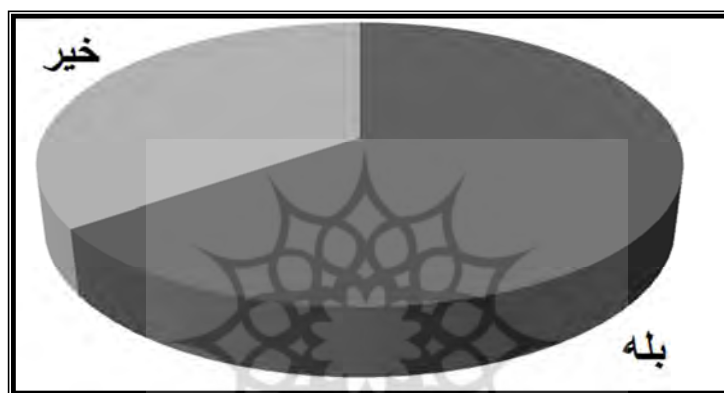
۱-survey

۲- Reliability and Validity

۳- Questionnaire

توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب عضو بودن در یک شبکه اجتماعی مجازی:

یافته ها در نمودار نشان می دهد که ۶۵ نفر از پاسخگویان اظهار کرده اند که عضو یکی از شبکه های اجتماعی مجازی هستند در حالی که ۳۵ نفر از پاسخگویان گزینه عضو نیستم را انتخاب کرده اند . می توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان عضو یکی از شبکه های اجتماعی مجازی هستند .



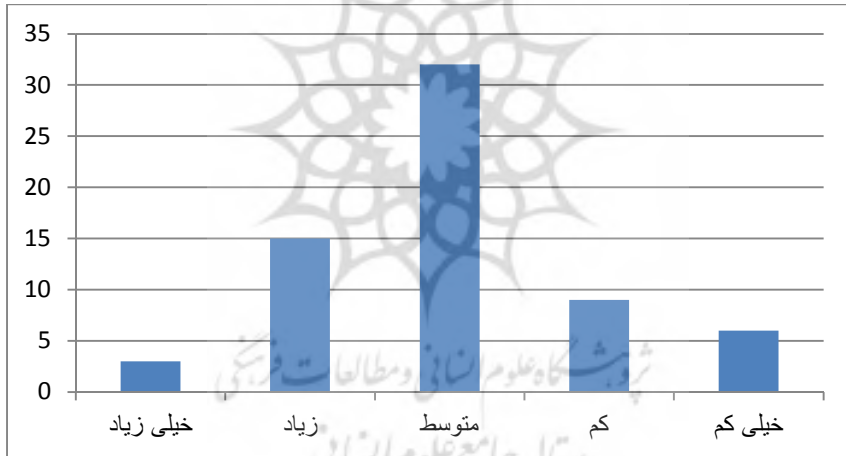
۱- آمار توصیفی پاسخگویان به گویه (به نظر شما شبکه های اجتماعی

مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است)

مطابق جدول و نمودار شماره ۱ ، نظر ۳ نفر معادل ۴/۶ درصد از پاسخگویان در مورد این گویه خیلی زیاد و نظر ۱۵ نفر معادل ۲۳۱/۱ درصد از پاسخگویان زیاد و نظر ۳۲ نفر معادل ۴۹/۲ درصد از پاسخگویان گزینه متوسط و نظر ۹ نفر معادل ۱۳/۸ درصد از پاسخگویان گزینه کم و ۶ نفر معادل ۹/۲ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی کم را انتخاب نموده اند . بیشتر کاربران گزینه متوسط را انتخاب نموده اند که تاثیر متوسط شبکه های اجتماعی مجازی را بر روی زبان پذیرفته اند.

جدول شماره ۱ به نظر شما شبکه های اجتماعی مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است (درصد و فراوانی)

ردیف	پاسخ	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۳	۴/۶
۲	زیاد	۱۵	۲۳/۱
۳	متوسط	۳۲	۴۹/۲
۴	کم	۹	۱۳/۸
۵	خیلی کم	۶	۹/۲
جمع		۶۵	۱۰۰



نمودار شماره ۱ به نظر شما شبکه های اجتماعی مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است.

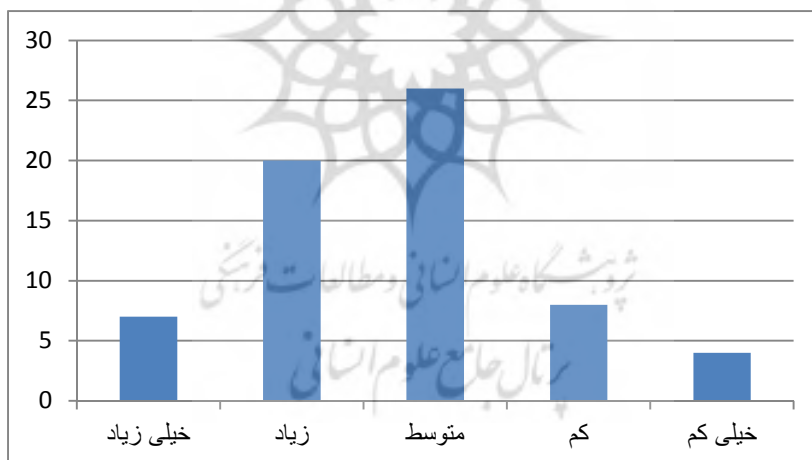
۲- آمار توصیفی پاسخگویان به گویه (آیا شبکه های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران تاثیر دارند).

مطابق جدول و نمودار شماره ۲ نظر ۷ نفر معادل ۱۰/۸ درصد از پاسخگویان در مورد این گویه خیلی زیاد و نظر ۲۰ نفر معادل ۳۰/۸ درصد از پاسخگویان زیاد و نظر ۲۶ نفر معادل ۴۰ درصد از پاسخگویان گزینه متوسط و نظر ۸ نفر معادل ۱۲/۳ درصد از پاسخگویان گزینه کم و ۴ نفر معادل ۶/۲ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی کم را

انتخاب نموده اند. بنابراین بیشترین تعداد پاسخگویان گزینه متوسط و سپس گزینه زیاد را انتخاب نموده اند که نشان دهنده تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر روی هویت فرهنگی کاربران میباشد.

جدول شماره ۲ تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران (درصد و فراوانی)

ردیف	پاسخ	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۷	۱۰/۸
۲	زیاد	۲۰	۳۰/۸
۳	متوسط	۲۶	۴۰
۴	کم	۸	۱۲/۳
۵	خیلی کم	۴	۶/۲
جمع		۶۵	۱۰۰



نمودار شماره ۲ تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران (درصد)

۳- آمار توصیفی پاسخگویان به گویه (آیا شبکه های اجتماعی روی آداب و

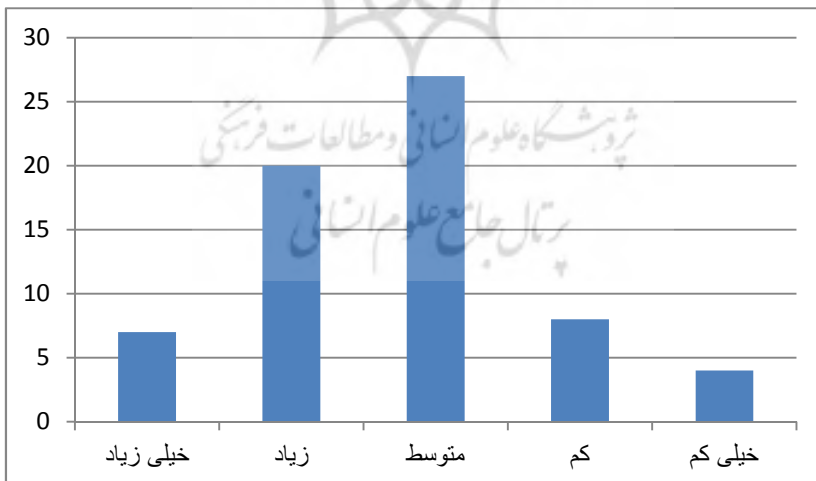
رسوم و میراث گذشته اثر گذاشته است؟)

مطابق جدول و نمودار شماره ۳ نظر ۷ نفر معادل ۱۰/۸ درصد از پاسخگویان در مورد این گویه خیلی زیاد و نظر ۲۰ نفر معادل ۳۰/۸ درصد از پاسخگویان زیاد و نظر

۲۷ نفر معادل ۴۱/۵ درصد از پاسخگویان گزینه متوسط و نظر ۷ نفر معادل ۱۰/۸ درصد از پاسخگویان گزینه کم و ۴ نفر معادل ۶/۲ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی کم را انتخاب نموده اند. بنابراین همانگونه که ملاحظه می شود بیشترین تعداد پاسخگویان گزینه متوسط و سپس گزینه زیاد را انتخاب نموده اند.

جدول شماره ۳ تاثیر شبکه های اجتماعی روی گذشته تاریخی (آداب و رسوم و سنتها) (درصد و فراوانی)

ردیف	پاسخ	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۷	۱۰/۸
۲	زیاد	۲۰	۳۰/۸
۳	متوسط	۲۷	۴۱/۵
۴	کم	۷	۱۰/۸
۵	خیلی کم	۴	۶/۲
جمع		۶۵	۱۰۰



نمودار شماره ۳ تاثیر شبکه های اجتماعی روی گذشته تاریخی (آداب و رسوم و سنتها)

۴- آمار توصیفی پاسخگویان به گویه (به نظر شما شبکه های اجتماعی مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است)

مطابق جدول و نمودار شماره ، نظر ۳ نفر معادل ۴/۶ درصد از پاسخگویان در مورد این گویه خیلی زیاد و نظر ۱۵ نفر معادل ۲۳/۱ درصد از پاسخگویان زیاد و نظر ۳۲ نفر معادل ۴۹/۲ درصد از پاسخگویان گزینه متوسط و نظر ۹ نفر معادل ۱۳/۸ درصد از پاسخگویان گزینه کم و ۶ نفر معادل ۹/۲ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی کم را انتخاب نموده اند . بیشتر کاربران گزینه متوسط را انتخاب نموده اند که تاثیر متوسط شبکه های اجتماعی مجازی را بر روی زبان پذیرفته اند.

جدول شماره ۴ به نظر شما شبکه های اجتماعی مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است (درصد و فراوانی)

رد	پاسخ	تعداد	در
۱	خیلی	۳	۴/۶
۲	زیاد	۱۵	۲۳/۱
۳	متوسط	۳۲	۴۹/۲
۴	کم	۹	۱۳/۸
۵	خیلی کم	۶	۹/۲
جمع		۶۵	۱۰۰

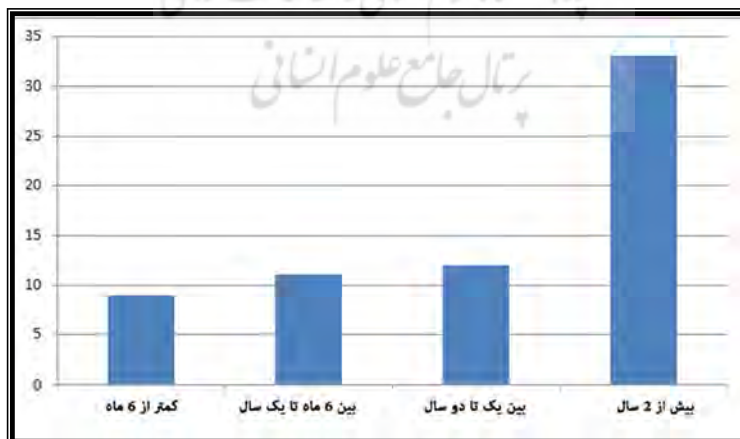


نمودار شماره ۴ (به نظر شما شبکه های اجتماعی مجازی بر روی زبان شما تاثیر داشته است).

۵- آمار توصیفی (چند سال است که عضو شبکه های اجتماعی هستید). همانگونه که جدول شماره ۵ نشان میدهد بیشتر پاسخگویان یعنی ۵۰/۸ درصد بیش از دو سال عضو شبکه های اجتماعی مجازی هستند و ۱۸/۵ درصد پاسخگویان بین یک تا دو سال و ۱۶/۹ درصد پاسخگویان بین شش ماه تا یک سال و ۱۳/۸ درصد آنان کمتر از شش ماه عضو شبکه های اجتماعی مجازی هستند. بنابراین بیشتر کاربران بیش از دو سال عضو شبکه های اجتماعی مجازی می باشند.

جدول شماره ۵ چند سال است که عضو شبکه های اجتماعی هستید. (فراوانی و درصد)

ردیف	مدت عضویت در	تعداد	درصد
۱	کمتر از ۶ ماه	۹	۱۳/۸
۲	بین ۶ ماه تا یک	۱۱	۱۶/۹
۳	بین ۱ تا ۲ سال	۱۲	۱۸/۵
۴	بیش از ۲ سال	۳۳	۵۰/۸
۵	عضو نیستم	۰	۰
جمع		۶۵	۱۰۰



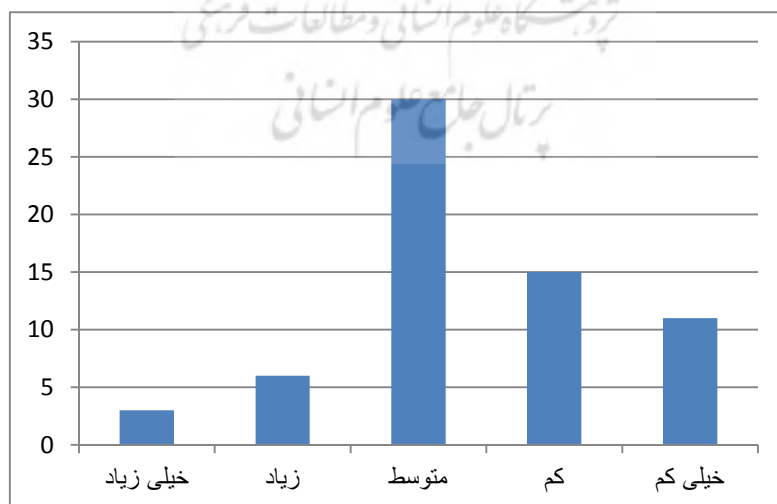
نمودار شماره ۵ چند سال است که عضو شبکه های اجتماعی هستید. (درصد)

۶- آمار توصیفی پاسخگویان به گویه (تا چه حد از شبکه های اجتماعی مجازی دینی - مذهبی استفاده میکنید.)

مطابق جدول و نمودار ، ۳ نفر معادل ۴/۶ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی زیاد و ۶ نفر معادل ۹/۲ نفر از پاسخگویان گزینه زیاد و ۳۰ نفر معادل ۴۶/۲ درصد از پاسخگویان گزینه متوسط و ۱۵ نفر معادل ۲۳/۱ درصد از پاسخگویان گزینه خیلی کم را انتخاب نموده اند. بنابراین همانطور که ملاحظه میشود بیشترین کاربران گزینه متوسط را جهت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی دینی انتخاب نموده اند.

جدول شماره ۶ تا چه حد از شبکه های اجتماعی مجازی دینی استفاده میکنید (درصد و فراوانی)

رد	پاسخ	تعداد	درصد
۱	خیلی زیاد	۳	۴/۶
۲	زیاد	۶	۹/۲
۳	متوسط	۳۰	۴۶/۲
۴	کم	۱۵	۲۳/۱
۵	خیلی کم	۱	۱/۵
جمع		۶۵	۱۰۰



نمودار شماره ۶ تا چه حد از شبکه های اجتماعی مجازی دینی استفاده میکنید (درصد)

آزمون فرضیه ها :

فرضیه اصلی: به نظر می رسد بین میزان استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر هویت فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
اصلی	کایسکور(خی دو)	۰.۰۰۰	۴	۰/۱۷۸	رابطه معنی داری وجود دارد

χ^2 : Chi squ ۲۸/۶۲۸

میزان آماره خی دو برابر ۲۸/۶۲۸ و درجه آزادی آن ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از ۰.۰۱ کمتر است لذا فرضیه اصلی با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا تایید میشود. بنابراین بین دو متغیر هویت فرهنگی و استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۱۷۸ است این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است. همچنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تغییر هویت فرهنگی کاربران افزایش می یابد. لذا این فرضیه تایید میشود.

آزمون فرضیه فرعی اول:

به نظر می رسد بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و زبان به عنوان یکی از شاخصهای هویت فرهنگی ارتباط معنی داری وجود دارد.

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
اول	کایسکور	۰.۰۰۰	۴	۰/۲۸۲	رابطه معنی داری وجود دارد

Chi square : ۵۸.۶۱۵ : χ^2

میزان آماره χ^2 دو برابر ۵۸/۶۱۵ و درجه آزادی آن ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از ۰.۰۱ کمتر است لذا فرضیه اول با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا تایید میشود. بنابراین بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۲۸۲ است این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر را نشان میدهد. همچنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی روی زبان به عنوان یکی از شاخص های هویت فرهنگی تاثیر گذار است. هویت فرهنگی کاربران افزایش می یابد. لذا این فرضیه تایید میشود.

ششگانه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

آزمون فرضیه فرعی دوم :

به نظر می رسد بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و دین به عنوان یکی از شاخصهای تغییر هویت فرهنگی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
دوم	کایسکور	۰.۰۰۰	۴	۰.۳۳۵	رابطه معنی داری وجود دارد

Chi square : ۳۴.۳۰۸ : χ^2

میزان آماره χ^2 دو برابر $34/308$ و درجه آزادی آن ۴ با سطح معناداری $0/000$ است. چون میزان سطح معناداری از $0/01$ کمتر است لذا فرضیه دوم با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا تایید میشود. بنابراین بین دو متغیر زبان و استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر $0/335$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است. همچنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی روی دین به عنوان یکی از شاخص های تغییر هویت فرهنگی کاربران اثر می گذارد. لذا این فرضیه تایید میشود.

آزمون فرضیه فرعی سوم:

به نظر می رسد بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی روی آداب و رسوم (سنتها) به عنوان یکی از شاخصهای تغییر هویت فرهنگی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه	نوع آزمون	سطح معنی داری	درجه آزادی	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
سوم	کایسکور	$0/000$	۴	$0/225$	رابطه معنی داری وجود دارد

$$\chi^2 : \text{Chi square} : 33/988$$

میزان آماره χ^2 دو برابر $33/988$ و درجه آزادی آن ۴ با سطح معناداری $0/000$ است. چون میزان سطح معناداری از $0/01$ کمتر است لذا فرضیه فوق با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا تایید میشود. بنابراین بین آداب و رسوم گذشتگان (سنتها) و استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر $0/225$ است این میزان ضریب همبستگی

بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر وجود دارد . . همچنین ضریب همبستگی دارای علامت مثبت بوده و بیان کننده این نکته است که با افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر روی آداب و رسوم و گذشته تاریخی به عنوان یکی از شاخص های تغییر هویت فرهنگی ارتباط معنی دار وجود دارد . لذا این فرضیه تایید میشود.

آزمون فرضیه چهارم :

به نظر می رسد بین مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر هویت فرهنگی کاربران رابطه معنی داری وجود دارد

فرضیه	نوع	سطح	درجه	ضریب کرامر	نتیجه آزمون
چهارم	کایسکور	۰.۰۰۰	۴	۰/۶۹۱	رابطه معنی داری وجود دارد

χ^2 Chi square : ۱۵/۲۲۰

میزان آماره خی دو برابر ۱۵/۲۲۰ و درجه آزادی آن ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است . چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است لذا فرضیه فوق با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا تایید میشود. بنابراین بین مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر هویت فرهنگی کاربران رابطه معنی داری وجود دارد . همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۶۹۱ است این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط قوی بین دو متغیر وجود دارد . بنابراین با افزایش مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تغییر هویت فرهنگی کاربران نیز افزایش می یابد . لذا فرضیه چهارم تایید میشود.

نتیجه گیری و پیشنهادات :

فرضیات ارائه شده در تحقیق پس از بررسی و انجام آزمون کای اسکور مورد تایید قرار گرفتند . به عبارت دیگر بین برخی از متغیر های مستقل و وابسته رابطه معنی داری وجود دارد بنابر این مشخص گردید که :

۱- در آزمون آماری فرضیه رابطه علی ، رابطه معناداری بین شبکه های اجتماعی مجازی و آداب و رسوم گذشته تاریخی به عنوان یکی از شاخص های هویت فرهنگی وجود دارد . به عبارتی شبکه های اجتماعی مجازی توانسته اند بر روی میراث گذشته تاریخی تاثیر بگذارند. با توجه به ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی ۴ و سطح گویای ۰.۰۰۰ می توان استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر رابطه ای مستقیم معنی دار وجود دارد. ضریب کرامر نیز مبین معنی دار بودن رابطه میان این دو متغیر و شدت آن می باشد.

۲- با توجه به نتایج آماری ، مشخص شد رابطه معنی داری بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و دین وجود دارد . به عبارت دیگر شبکه های اجتماعی مجازی روی دین به عنوان یکی از شاخص های هویت فرهنگی تاثیر دارد . با توجه به ارزش ضریب کاسکور بدست آمده تحت درجه آزادی ۴ و سطح گویای ۰.۰۰۰ می توان استدلال کرد رابطه میان دو متغیر رابطه مستقیم معنا دار می باشد . ضریب کرامر نیز مبین معنی دار بودن رابطه میان دو متغیر و شدت آن می باشد .

۳- همچنین با توجه به نتایج آماری مشخص گردید رابطه معنی داری بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و زبان وجود دارد . به عبارت دیگر شبکه های اجتماعی مجازی روی دین به عنوان یکی از شاخص های هویت فرهنگی تاثیر دارد . با توجه به ارزش ضریب کاسکور بدست آمده تحت درجه آزادی ۴ و سطح گویای ۰.۰۰۰ می توان استدلال کرد رابطه میان دو متغیر رابطه مستقیم معنا دار می باشد . ضریب کرامر نیز مبین معنی دار بودن رابطه میان دو متغیر و شدت آن می باشد .

۴- در آزمون آماری فرضیه رابطه علی بین دو متغیر همچنین ، رابطه معناداری بین مدت زمان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر هویت فرهنگی کاربران وجود دارد . به عبارتی مدت استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی توانسته اند بر روی تغییرات فرهنگی تاثیر بگذارند. با توجه به ضریب کایسکور بدست آمده تحت درجه آزادی ۴ و سطح گویای ۰.۰۰۰ می توان

استدلال کرد که رابطه میان دو متغیر رابطه ای مستقیم معنی دار وجود دارد. ضریب کرامر نیز مبین معنی دار بودن رابطه میان این دو متغیر و شدت آن می باشد.

پیشنهادات تحقیق :

- ۱- با آموزش نوع استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی مجازی و جهت دادن به استفاده از این شبکه های مجازی در خصوص دستیابی به اهداف فرهنگی ملی می-توان تا حدودی چگونگی استفاده از آن را تحت کنترل و مدیریت قرار داد و از ضرر و زیان های ناشی از تضعیف هویت فرهنگی دوری گزید.
- ۲- مسئولان و برنامه ریزان فرهنگی کشور با ارائه ی سیاست ها و برنامه های منسجم در عرصه فضای مجازی و ارتقای شبکه های اجتماعی مجازی ملی، زمینه را برای معرفی ارزشهای ملی و دینی در این فضای فراهم کنند
- ۳- رسانه های رسمی و نهادهای فرهنگی و آموزشی کشور می بایست با اطلاع رسانی مستمر در خصوص شبکه های اجتماعی مجازی، سواد رسانه ای کاربران این حوزه را ارتقا بخشند.
- ۴- فرهنگ سازی و ترغیب کاربران شبکه های اجتماعی مجازی بخصوص کاربران جوان به تبادل اطلاعات ارزشمند جهت حفظ تمدن و میراث فرهنگی، آداب و رسوم و سنتهای درست
- ۵- برگزاری نشست ها و هم اندیشیهای تخصصی در زمینه آسیب شناسی تاثیرات شبکه های اجتماعی مجازی بر تغییرات هویت فرهنگی کاربران با حضور اساتید، دانشجویان حوزه های روانشناسی، جامعه شناسی و ارتباطات که می تواند نتایج و دستاوردهای مطلوبی برای سیاستگزاران و برنامه ریزان کشور داشته باشد.

منابع :

- ۱- احمد وند، علی محمد و عطایی ، امیر مسعود (۱۳۸۵) نقش فناوری اطلاعات (IT) در در سیستم پلیس و فضای مجازی
- ۲- رحمت آبادی ، فروغ (۱۳۸۸)، تاثیر فضای مجازی بر هویت فرهنگی ، رساله کارشناسی ارشد واحد علوم تحقیقات
- ۳- سورن و تانکارد ، ورنر و جیمز ، (۱۳۸۱). نظریه های ارتباطات ، ترجمه علیرضا دهقان ، دانشگاه تهران.
- ۴- صالحی امیری ، سید رضا (۱۳۸۵) مسائل فرهنگی جهان معاصر
- ۵-- کاستلز ، مانوئل. (۱۳۸۰) عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه علی پایا، جلد اول: ظهور جامعه شبکه‌ای ، تهران: طرح نو
- ۶- گل محمدی، احمد، (۱۳۸۰) جهانی شدن فرهنگ، هویت، نشر نی
- ۷- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳) جامعه شناسی ترجمه منوچهر صبوری تهران نشر نی چاپ دوم
- محمدپور، احمد ، طیبی نیا ، موسی (۱۳۸۹)، عوامل موثر بر هویت فرهنگی دانش آموزان اسدآباد ، فصلنامه " پژوهش ، جوانان و فرهنگ "
- ۸- مهدی زاده ، سید محمد (۱۳۸۹) نظریه های رسانه : اندیشه های رایج و