

## اینترنت و هویت ملی در میان کاربران

\* باقر ساروخانی

\*\* خدیجه رضایی قادی

### چکیده

پژوهش حاضر، در صدد شناسایی تاثیرات استفاده از اینترنت بر هویت کاربران جوان است. از این منظر، ضمن مروری که بر فضای مفهومی موضوع دارد، از رویکرد تلفیقی بر گرفته از تئوری ساخت‌یابی گیدنز و تئوری هاستون برای تبیین پدیده بهره گرفته است و با عنایت به فرضیاتی که از این تئوری‌ها با توجه به ویژگی جامعه آماری مورد مطالعه اخذ می‌کند، به شناسایی رابطه استفاده از اینترنت و هویت کاربران می‌پردازد. با روش پیمایشی و استفاده از تکنیک پرسشنامه بر روی ۳۸۴ نفر از کاربران جوانان بین ۱۸ - ۲۸ سال در شهر تهران که از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده بودند، اطلاعات و داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میان میزان استفاده از اینترنت و هویت ملی رابطه معنادار و معکوس وجود دارد. همچنین نوع استفاده از اینترنت نیز در میزان تعلق به هویت ملی تاثیرگذار است. و در نهایت استفاده از اینترنت باعث تضعیف هویت ملی می‌گردد.

**واژه‌های کلیدی:** فضای مجازی، اینترنت، گمنامی، هویت، هویت ملی.

- تاریخ دریافت مقاله: ۳ دی ۱۳۹۰ تاریخ پذیرش نهایی: ۲۷ فروردین ۱۳۹۱

saroukhani@yahoo.com/

nrezaei30@gmail.com

\* استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

\*\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

## مقدمه

ما امروز در انقلابی‌ترین دوره تاریخ بسر می‌بریم و تغییر و تحول دائمی به واقعیت انکار ناپذیر و اساسی حیات اجتماعی بدل شده است. عملاً در تمامی طول تاریخ بشر، آهنگ تغییرات اجتماعی نسبتاً کند بوده است و اکثر مردم کم و بیش همان شیوه‌های زندگی پدرانشان را دنبال می‌کرده‌اند. حال آنکه امروزه بر عکس، ما در جهانی متحول و دستخوش دگرگونی چشمگیر و دائمی زندگی می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۷۳: ۵۵۵)، به قسمی که شگفت‌انگیزترین رویداد دنیای معاصر را می‌توان سرعت بی‌سابقه تغییرات اجتماعی دانست (لنسکی و لنسکی، ۱۳۶۹: ۳).

روند تغییرات اجتماعی چنان سرعت و عمقی یافته که پا بر جا ترین عرصه حیات بشر یعنی فرهنگ را در نوردیده و ما را در میانه یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است. تحولی که بارلو آن را جدی‌ترین تحول فرهنگی از کشف آتش تا کنون می‌داند (Whittle, 1997:231).

انقلاب ارتباطی-اطلاعاتی سده بیست و یک را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی "جامعه شبکه‌ای" که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های تازه بخشیده، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه ایستار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است. لذا، این هویت است که در بحران فرهنگی ناشی از شتاب و ژرفای تغییرات بی‌وقفه اجتماعی، مسئله آفرین می‌شود. کشورهای پیرامونی (به تعبیر والراشتاین) نیز از این تحولات بر کنار نیستند. هر چند که شرایط کمتر مساعد تغییر باشد (کازنو، ۱۳۷۰: ۲۴۸).

یکی از تهدیداتی که برخی محققان بدان اشاره داشته‌اند آن است که استفاده از اینترنت به تدریج جایگزین روابط واقعی انسان‌ها در زندگی روزمره می‌گردد. از دیدگاه ایشان اینترنت ابزاری است که از طریق ایجاد و فراهم آوردن فضایی مجازی برای ایجاد رابطه، افراد را از دردسر روبه رو شدن با دیگران و قرار گرفتن در وضعیت جهان واقعی رها می‌سازد. سوالی که این پژوهش به دنبال پاسخ گویی بدان است در همین فضا مطرح شده است. شبکه جهانی اینترنت از هزینه انتشار اطلاعات کاسته و افراد را برای گذر از میانجی‌های سنتی که قدرت کنترل اطلاعات را داشتند، یاری می‌رساند. از این پدیده نوین با عنوان سیاست شبکه یاد می‌شود. سیاست شبکه شیوه نوینی از دیپلماسی است که به دنبال بهره برداری از ظرفیت‌های قدرت زایی

اینترنت به منظور شکل دهی به سیاست، فرهنگ، ارزش و هویت است (Mills, 2002: 16). در ایران به علت کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری اینترنت، این رسانه بیشتر فضایی با رنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به شمار می‌رود. کاربران ایرانی خصوصاً جوانان به علت موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و در راستای فرار از فشارهای الزام آور هنجارهای اجتماعی موجود و در جهت گسترش تعاملات اجتماعی با دیگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار نادر یا پر هزینه (چه از لحاظ اجتماعی، سیاسی و یا حتی اقتصادی) است، و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت، کم‌رنگ بودن گستره مشارکت اجتماعی برای آنان در دنیای واقعی، دستیابی و تامین نیازهای مغفول مانده خود در دنیای واقعی و به دنبال کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر، به فضای مجازی روی آورده و زیستن در این فضا را به طور نیمه فعال و فعال تجربه می‌کنند. این تجارب بسته به میزان عمق و وسعتشان موجب تغییراتی در ابعاد مختلف هویت جوان ایرانی به طور عام و جوانان تهرانی به طور خاص و متزلزل شدن جدی فراروایت‌های موجود در اذهان آنان شده و دستیابی به هویتی مدرن را علی‌رغم شرایط موجود در زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد. در برخی موارد نیز با کشیده شدن دنباله و تبعات زیستن و تعامل در این فضا به دنیای واقعی هر روزه جوانان، سبک زندگی آنان نیز به طور ملموس و در سطحی انضمامی نیز تغییر می‌کند. حال سوال اصلی این است که حضور در چنین فضایی چه تأثیراتی بر هویت ملی کاربران جوان خواهد گذاشت؟ آیا اینترنت باعث تضعیف ابعاد هویت ملی می‌گردد، یا ابزاری خواهد بود در جهت تقویت هویت ملی کاربران.

### تحقیقات تجربی

#### تحقیقات خارجی

روبرت کرات و همکارانشان در یک تحقیق طولی تأثیر روان‌شناختی اینترنت و اجتماعی اینترنت را بر ۱۶۹ نفر طی دو سال سنجیده‌اند. آنان در گزارش خود ابتدا به انواع شیوه‌های استفاده از اینترنت پرداخته و با تشریح تشابه تلویزیون با اینترنت و تلفن پیامدهای مشابه را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، استفاده بیشتر از اینترنت با کاهش ارتباط

پاسخگو با اعضای خانواده در خانوار، کاهش اندازه دایره اجتماعی آنان، و افزایش افسردگی و تنهایی آنان همراه بود (Kraut, 2001:32).

کیت همپتن و بری ولمن در تحقیقی، به مطالعه شبکه‌های اجتماعی، اشتغال شهری، استفاده از اینترنت، و ایستارهای سکنه‌های حومه شهر تورنتو پرداختند. گردآوری داده‌ها در این تحقیق به دو روش پیمایشی و قوم‌نگاری میدانی صورت گرفت. آنها می‌خواستند بدانند برخورداری از نعمت دسترسی به اینترنت مجانی و بسیار پر سرعت، چه اثری بر انواع روابط بین شخصی افراد با دوستان، بستگان و همسایگان می‌گذارد. دستاورد محتوایی تحقیق اینکه اینترنت از طیفی از پیوندهای اجتماعی قوی و ضعیف، ابزاری، عاطفی، اجتماعی و نسبی حمایت می‌کند. روابط به ندرت در ارتباط کامپیوتری صرف محفوظ می‌مانند، بلکه بصورت ترکیبی از تعاملات بر خط و کنار خط وجود دارند. به رغم توان اینترنت برای خدمت به عنوان یک تکنولوژی ارتباط جهانی، عمده فعالیت بر خط، میان افرادی است که نزدیک یکدیگر زندگی یا کار می‌کنند (Hampton, 2000).

### تحقیقات داخلی

رفعت جاه و شکوری در مقاله ای با نام "هویت و اینترنت" به بررسی این موضوع پرداخته‌اند. این مقاله، تاثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی را با استفاده از روش پیمایشی مورد مطالعه قرار می‌دهد. مطالعه در شهر سنندج در میان دو گروه از دختران، یعنی آنهایی که از اینترنت استفاده می‌کردند و آنهایی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند، صورت گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که میان دو گروه مذکور به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی تفاوت معنا داری وجود دارد. هویت دینی، قومی، خانوادگی و هویت شخصی در افراد گروه اول، نسبت به افراد گروه دوم از شدت کمتری برخوردار بود. آنها معتقدند که این موضوع از یک سو نشانگر کاهش تاثیر کانال‌های سنتی در فرایند هویت سازی و از سوی دیگر بیانگر تحول کیفی مولفه‌های هویت یابی در عصر جدید است که غالباً خارج از کنترل مراجع سنتی و غیر رسمی قرار دارد (رفعت جاه، ۱۳۸۶: ۲۷).

محمدرضا حافظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) در تحقیق خود با عنوان تاثیر جهانی شدن بر هویت ملی در صدد پاسخگویی به این پرسش بوده‌اند که چه نسبتی میان جهانی شدن و هویت ملی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران وجود دارد. جامعه پژوهش تعداد ۱۱۵۰۷۷

نفر از دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران است که با استفاده از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای سهمیه‌ای تعداد ۳۸۲ نفر به منزله نمونه آماری تحقیق برگزیده شدند. نتایج حاصل از بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که گسترش فرایندهای جهانی شدن در قالب فن آوری اطلاعات و ارتباطات زمینه ساز تقویت هویت فروملی (قومی و مذهبی) و تضعیف هویت ملی دانشجویان بوده است (حافظ نیا، ۱۳۸۵: ۴۵).

بهزاد دوران (۱۳۸۰) در رساله دکتری خود در دانشگاه تربیت مدرس با عنوان هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک به این پرسش اساسی می‌پردازد که آیا تجربه فضای سایبرنتیک موجب تضعیف هویت ملی کاربران می‌شود؟ در این تحقیق محقق پس از بسط فضای مفهومی موضوع و نیز شرح و تفصیل رویکردهای نظری مختلف پیرامون موضوع تحقیق خود، با اتکا بر نظریه هویت اجتماعی تاجفل به ساخت مقیاسی برای اندازه‌گیری هویت ملی می‌پردازد. پرسش نامه نهایی را نمونه ۳۶۵ نفری از دانشجویان دانشگاه تهران تکمیل کردند که به روش غیر احتمالی و از نوع نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب شده بودند. فرضیه تحقیق با استفاده از روش‌های آماری من-وابت نی و نیز رگرسیون چند متغیری مورد آزمون قرار گرفت. محقق در تحقیق خود به این نتیجه رسیده است که تعامل با فضای مجازی موجب تضعیف هویت ملی کاربران نمی‌شود و در واقع تاثیری بر هویت ملی کاربران نداشته است (دوران، ۱۳۸۰: ۷۸).

### جهانی شدن

جهانی شدن روندی است که در قالب گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به تشدید یکپارچگی و درهم تنیدگی مناسبات گسترده در ابعاد و سطوح مختلف (اقتصادی، فرهنگی سیاسی و غیره) میان کنشگران نو (NGOها، اجتماعات مجازی، شرکت‌های فراسرزمینی یا چند ملیتی و غیره) و سنتی (دولت، حکومت، مقامات اداری و اجرایی) شده است. این تاثیرات دگرگونی در مناسبات پیشین اجتماعات انسانی، افزایش حجم مراودات، فرا سرزمینی شدن نیازها و اثر گذاری‌ها، فزاینده‌گی دامنه آگاهی و به تبع آن، دگرگونی در مطالبات را به دنبال داشته است.

جهانی شدن بیانگر نوعی پراکنش کروی (اندیشه، کالا و غیره) است (Salzano.2003:45). پیامدهای جهانی شدن به مثابه روندی فراگیر کلیه ابعاد زندگی فردی و گروهی بشر را در گستره فضا متاثر ساخته است. سطح و ژرفای این روند، پیوند سراسری با نقش آفرینی

۵۶..... فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۹۱)

واحدهای سیاسی در گستره دانش، اقتصاد، برخورداری از میزان فناوری و غیره داشته است. تاکنون از این اصطلاح تعاریف مختلفی ارائه شده و هریک از صاحب نظران متناسب با حوزه کاری خود ابعاد ویژه‌ای از آن را مهم دانسته و به تفسیر و تبیین جهان پرداخته‌اند. در اینجا برخی از این تعاریف اشاره می‌شود.

ملکوم واترز (۱۹۹۵) معتقد است "جهانی شدن فرایندی اجتماعی است که در آن قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده، از بین می‌رود و مردم به طور فزاینده از کاهش این قید و بندها آگاه می‌شوند" (واترز، ۱۳۷۹: ۱۲).

آنتونی گیدنز (۱۹۹۷) نیز معتقد است جهانی شدن، درهم تنیدگی رویدادها و روابط اجتماعی سرزمین‌های « دور دست » با تاروپود موضعی یا محلی جوامع دیگر است؛ پدیده‌ای که می‌توان آن را نوعی تلاقی حاضر و غایب دانست (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۲).

در تعریفی دیگر آمده است: منظور از جهانی شدن عبارت است از " فرایند فشرده‌گی فزاینده‌ی زمان و فضا که به واسطه‌ی آن مردم دنیا کم و بیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه‌ی جهانی واحد ادغام می‌شوند. شاخص‌هایی که صاحب نظران مختلف برای جهانی شدن بر شمرده‌اند عبارت‌اند از فشرده‌گی جهان، وابسته‌تر شدن بخش‌های مختلف جهان به همدیگر، افزایش وابستگی و درهم تنیدگی جهانی، فرایند غربی کردن و همگون‌سازی جهان، ادغام همه‌ی جنبه‌های اقتصادی در گسترده‌ای جهانی، پهناورتر شدن گستره‌ی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری کنش‌های اجتماعی، کاهش هزینه‌های تحمیل شده توسط فضا و زمان، افزایش بی‌سابقه‌ی ارتباطات و برخوردهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، افزایش پیوندها و همبستگی‌های میان دولت‌ها و جوامع تشکیل دهنده‌ی نظام جهانی مدرن، همگونی فرهنگی جهانی، گسترش تجدد به اقصی نقاط جهان و جهان گیر شدن ویژگی‌های محوری فرهنگ و تمدن غربی" (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۱).

از مفاهیم مهمی که در کنار جهانی شدن به کار می‌رود مفهوم بین‌المللی شدن است؛ البته این دو مفهوم از نظر معنایی با یکدیگر تفاوت دارند. به نظر لسلی اسکالر (۲۰۰۰) "واژه‌ی بین‌المللی به مفاهیم سر در گم‌کننده‌ی جهانی شدن مبتنی بر نظام موجود و حتی متغیر دولت‌های ملی اشاره می‌کند، در حالی که واژه‌ی جهانی نشانه‌ی ظهور فرایندها و نظامی از روابط اجتماعی است که بر اساس نظام دولت‌های ملی استوار نیست" (احمدی، ۱۳۸۱: ۱۸). در این

بررسی نقش تفاوت‌های فردی بر ارتباط غیر کلامی و انتقال مفاهیم .....۵۷

زمینه اسکلر اصطلاح عملکردهای فراملی را به کار می‌گیرد؛ یعنی عملکردهایی که منشا آن حوزه‌های کنشی و کنش‌گران ملی یا محلی هستند (عاملی، ۱۳۸۳:۷).

بنابراین، جهانی شدن پدیده‌ای است که در عصر جدید، به ویژه دهه‌های اخیر، ظهور کرده است. وسایل ارتباط جمعی، اعم از وسایل حمل و نقل، تلویزیون، رادیو، نشریات، و در سال‌های اخیر شبکه‌های ارتباطی بین‌المللی، از قبیل اینترنت، مهم‌ترین نقش را در ظهور جهانی شدن داشته‌اند. هر چند نمی‌توان این واقعیت تاریخی را انکار کرد که جوامع انسانی قرن‌هاست که با همدیگر دارای روابط متقابل‌اند، اما در عصر جدید، به دنبال گسترش وسایل ارتباط جمعی، روابط میان جوامع و انسان‌ها، هم از نظر کمیت و هم از نظر کیفیت، دچار دگرگونی‌های بنیادی شده است.

### اینترنت

اینترنت شبکه ارتباطی و اطلاعاتی قدرتمندی است که در وهله اول به عنوان یک طرح تحقیقاتی نظامی شروع به کار کرد و در اواخر دهه ۱۹۶۰ در وزارت دفاع آمریکا به عنوان یک پروژه تحقیقاتی ادامه یافت (مدیری و دیگران، ۱۳۷۶:۵). تعداد کل کاربران اینترنت تا سال ۱۹۹۹ بین ۱۵۰ تا ۱۸۰ میلیون نفر برآورد شده است که تقریباً ۹۹ درصد از تمامی ارتباطات اینترنت به آمریکای شمالی و ژاپن و اروپای غربی اختصاص داشت. "اگر چه آمارها هنوز بیش‌ترین تعداد کاربران را در اینگونه کشورها نشان می‌دهد، اما تعداد کاربران در سایر مناطق جهان نیز به سرعت در حال افزایش است" (اسلوین، ۱۳۸۰:۳۹).

با ظهور اینترنت، تفاوت فاحش بین سایر اشکال ارتباطات نظیر ارتباطات شفاهی، نوشتاری، چاپی و الکترونیکی را تا حدودی از بین می‌رود و اینترنت تمامی این اشکال ارتباطات را با همدیگر ترکیب می‌کند. از این رو از طریق این رسانه نو پدید، می‌توان یک گفتار شفاهی را بلافاصله تبدیل به یک پیام نمود و همچنین آن را چاپ کرد و علاوه بر این آن را به صورت الکترونیک به تعداد نامحدودی از کاربران فرستاد. از این رو، می‌توان گفت اینترنت یک رسانه تک بعدی، یک سویه و تک‌گویانه نیست. اینترنت این امکان را فراهم می‌کند که از یک نقش به نقش دیگر حرکت کرد و دوباره به نقش پیشین بازگشت. در فضای اینترنت، می‌توان هم عمومی بود و هم خصوصی، به طور هم‌زمان، هم می‌توان فرستنده بود و

هم گیرنده (Rantanen, 2006 :139).

اینترنت می‌تواند فضایی مناسب و دموکراتیک جهت بازنمود کردن هویت‌های گوناگون، از جمله هویت‌های نژادی، قومی، جنسیتی و ملی باشد. در چنین شرایطی، برداشت از هویت دیگران توسط کاربران عمیقاً تحت تاثیر بازنمودهایی خواهد بود که از سوی دیگران در اینترنت ارائه می‌شود. این ویژگی اینترنت سبب می‌شود بسیاری از برداشت‌های قالبی از هویت‌ها و فرهنگ‌های دیگر از بین بروند و کاربران بتوانند در یک فضای دموکراتیک به تبادل فکری و فرهنگی و آشنایی با دیگران بپردازند. در چنین شرایطی، حتی هویت نژادی، نه به عنوان یک واقعیت ذاتی و تغییر ناپذیر، بلکه به عنوان یک فرآورده‌ی اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته می‌شود (Na Kamura , 2005 :523).

### چارچوب نظری پژوهش

پرسش از هویت و انواع آن در نظریه اجتماعی معاصر به شدت مورد بحث و مناقشه است. علت این مناقشه و اغتشاش معنایی را شاید بتوان در نظریه‌های بی‌شمار موجود در باب مراحل سیر تحول جوامع خصوصاً از سنتی یا پیشامدرن به مدرن و پسامدرن یافت. از بررسی و نقد نظریه‌ها و مدل‌های مرتبط با موضوع پژوهش و نیز بررسی و نقد مطالعات تجربی انجام شده در زمینه‌ی موضوع پژوهش پس از جمع‌بندی نتایج حاصل از بررسی و نقد منابع به تدوین چارچوب نظری تحقیق و ارائه مدل پژوهش می‌پردازیم:

در فرآیند جهانی‌شدن و به دنبال آن فراگیری استفاده از رسانه‌های نوین ارتباطی نظیر اینترنت دیدگاه‌های آنتونی گیدنز، هوستون و رابرتسون را تلفیق کرده‌ایم چرا که هر کدام از این نظریه‌ها نکات برجسته‌ی جداگانه‌ای دارند که تبیین نظری و دستگاه تئوریک ما را کامل می‌کند. از آنتونی گیدنز فشردگی زمان و مکان و جدایی فضا و زمان از مکان و به وجود آمدن جامعه‌ای جهانی تحت منطق پویش تجدد و از هوستون مفاهیم نیک خواهی فرهنگی، ستیزش فرهنگی، تخریب خلاق فرهنگی و از رابرتسون هم آگاهی از امر جهانی را گرفته‌ایم.

به طور خلاصه گیدنز معتقد است که نهادها و نظم مدرن از جهات مهم و گوناگونی گسسته از مجموعه فرهنگ‌ها و شیوه‌های زندگی پیشامدرن هستند و از نظر شکلی نیز با تمام انواع نظم سنتی تفاوت دارند. در مجموع گیدنز مدرنیته را در پیوند با شش پدیده و مفهوم



اصلی زمان و مکان، بازتابندگی، بیم، اعتماد، پیوندهای خصوصی و هویت شخصی قرار می‌دهد. وی بحث خود پیرامون جامعه و هویت شخصی در عصر مدرن را کاملاً با اتکا به مباحث پیشین خود در رابطه با ویژگی‌ها، پیامدها و ابعاد مدرنیته متاخر مطرح می‌کند. از نظر وی تغییراتی که امروز در جنبه‌های خصوصی زندگی شخصی ما ایجاد شده، بستگی مستقیم به استقرار پیوندهای اجتماعی بسیار فراخ دامنه و وسیع دارد چرا که از نظر او برای نخستین بار در تاریخ بشریت، به علت سطح وسیع و عمق بیش از پیش فرایندهای فاصله‌گیری زمانی- مکانی، ازجا‌کنندگی و باز جاگیری، در دوران کنونی ماست که خود و جامعه در محیطی جهانی بیش از هر زمانی به هم وابسته شده و با یکدیگر در حال تعامل دائمی‌اند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۹).

اما رولن رابرتسون می‌گوید تحت تاثیر فناوری ارتباطی و ماهیت نظام سرمایه داری و وابستگی متقابل نظام سیاسی فشرده‌گی به وجود می‌آید. فشرده‌گی، همگونی و درهم‌تنیدگی را به وجود می‌آورد و در نتیجه یک نوع وابستگی متقابل در سطح جهانی به وجود می‌آید که تحت تاثیر آن آگاهی شکل می‌گیرد.

سرانجام هوستون که درباره اثرگذاری اینترنت بر فرهنگ مفاهیم نیک خواهی فرهنگی، ستیزش فرهنگی، تخریب خلاق فرهنگی را بیان می‌کند و معتقد است که در نیک خواهی فرهنگی ابزار اینترنت می‌تواند تساهل نسبت به تفاوت‌های فرهنگی را در سطح جهان افزایش دهد. در واقع اینترنت به افراد اجازه می‌دهد با جوامع محلی دوردست ارتباط برقرار نماید و درباره اصول و تفاوت‌ها، با دیگر فرهنگ‌ها مذاکره نماید. در ستیزش فرهنگی اینترنت می‌تواند زمینه گفت‌وگو را به سوی ایدئولوژی انقباضی و تنش فرهنگی بکشاند و برخی فرهنگ‌ها به جای تساهل بیشتر، خود را بالاتر از دیگران پنداشته و درصد القای فرهنگ خود بر دیگران هستند. بالاخره در تخریب خلاق فرهنگی اینترنت می‌تواند تعاملات میان فرهنگی را افزایش دهد، در این صورت احتمال است که ایده‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای بیگانه واحدهای ملی را زیر و رو کنند (Houston, 2001:273).

در تلفیق سه نظریه فوق، نظریه‌ی خود را چنین ارائه می‌دهیم. در شرایط نظام سرمایه داری در جهان کنونی جدایی فضا و زمان از مکان شکل گرفته که به فشرده‌گی فضا و زمان یعنی کاهش زمان و کوچک شدن فضا انجامیده است. در نتیجه ما شاهد برهم خوردن نظم سنتی

۶۰..... فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۹۱)

فضا و زمان هستیم. در شرایطی این چنین انسان‌ها به بازسازی مفهوم زمان و فضا پرداخته اند و در نتیجه با گسست دوران مدرن با دوران سنتی مواجه هستیم. این شرایط گسست در سطح جهانی همگونی و درهم تنیدگی و آن گاه وابستگی متقابل را به وجود آورده است. تحت تاثیر این وابستگی متقابل آگاهی یعنی تعلق به جهانی واحد و آگاهی از امر جهانی شدن شکل گرفته است.

در فضای مجازی بی کران اینترنت همه افراد حقیقی و حقوقی از طریق راه اندازی سایت و وبلاگ امکان نقش آفرینی یافته و گستره پیام رسانی خود را جهانی می‌سازند. در این شرایط جهانی یا عرصه جهانی (رابرستون) مرزها نفوذپذیر می‌شود و فضای اجتماعی گسترش چشم‌گیری می‌یابد. و منابع و شرایط لازم برای هویت سازی و معنایابی سنتی از بین می‌رود و بحران هویت و معنا ایجاد می‌شود. در نتیجه افراد به بی ثباتی، دوگانگی، چندگانگی و سیالیت هویتی دچار می‌شوند.

اینترنت فضای سیاسی متفاوتی را برای گروه‌ها، احزاب و تشکل‌ها و اقوام به وجود آورده است. همچنین ابزار اثرگذاری و دامنه دسترسی متنوعی را برای اعضا فراهم کرده و حس پیوستگی هویتی آنان را تقویت می‌نماید. این وضعیت برای گروه‌های از نظر سرزمینی پراکنده، بسیار موثر است. دیپلماسی مجازی برای گروه‌های سیاسی و فرهنگی پراکنده، سرزمینی مجازی پیوسته به وجود می‌آورد در نتیجه تعاملات هویتی و فرهنگی آنان افزایش یافته و ارزش‌ها و باورها بُعد فرا منطقه‌ای و جهانی می‌یابند.

از طرف دیگر قدرت در گستره جهانی شدن بر تولید دانش مبتنی است در این گستره کشورهای قدرتمند محسوب می‌شوند که در دو محور اقتصادی و فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشگام باشند. بی گمان کشورهای انگلوساکسون و حوزه‌های متأثر از فرهنگ آن‌ها، کنش گران اصلی این گستره‌اند و کشورهای دیگر به نوعی دنباله رو آن‌ها به شمار می‌روند. از این منظر است که زبان انگلیسی به عنوان زبان مسلط ظاهر شده است. بر این اساس هویت ملی براساس تغییر شکل نظام سیاسی، تحول در باورهای فرهنگی و گشودگی آن به روی آموزه‌های فرهنگی دیگر، دچار دگردیسی شده و به مقوله‌ای نسبی تبدیل می‌شود. آگاهی، هویت، نگرش و رفتار افراد را جهت می‌دهد. بر این اساس می‌توان گفت ویژگی‌های رفتاری افراد جامعه در هر زمان ملهم از آگاهی و معرفت آن‌هاست که افزون بر شکل دهی به هویت

آن جامعه به زیرساخت‌های تاریخی نسل‌های بعدی نیز تبدیل می‌شود. یکی از گرایش‌های هویتی افراد هویت ملی آنان به عنوان بنیاد شکل‌گیری ملت است. در عصر اینترنت، پیدایی فرهنگ دیجیتال و رسوخ پدیده اینترنت در تمام ابعاد زندگی بشری، اندوخته‌ها و آموخته‌های فرهنگی نیز تن به روایت‌ها و قرائت‌های مختلف داده و هیچ ایده، فرهنگ، گفتمان و کنشی از تکثرگرایی به دور نمانده است.

با توجه به مباحث فوق فرضیه‌های تحقیق را بدین شکل ارائه می‌دهیم:

### فرضیه‌های تحقیق

- ۱) بین میزان استفاده از اینترنت و تعلق به هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۲) بین نوع استفاده از اینترنت و تعلق به هویت ملی رابطه وجود دارد.
- ۳) استفاده از اینترنت باعث تضعیف هویت ملی می‌شود

### روش‌شناسی پژوهش

در بخش تجربی این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده است. شهر تهران به عنوان جامعه‌ی آماری پژوهش، انتخاب شده است و از طریق فرمول عمومی کوکران ۳۸۴ نفر را عنوان جمعیت نمونه انتخاب شدند.

شیوه نمونه‌گیری در این بخش جزء گروه نمونه‌گیری احتمالی (یعنی احتمال برابر حضور کلیه افراد جامعه آماری در فرایند نمونه‌گیری) و از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. در توضیح این نمونه‌گیری باید گفت، فرایند نمونه‌گیری از خوشه‌های کامل واحدها را نمونه‌گیری خوشه‌ای می‌نامند و در مواردی که نمونه‌گیری فرعی در خوشه‌های انتخابی صورت گیرد، نمونه‌گیری چند مرحله‌ای محسوب می‌شود. در واقع، می‌توان نمونه‌گیری خوشه‌ای را حالت خاصی از نمونه‌گیری چند مرحله‌ای دانست (موزر و گالتون، ۱۳۶۷: ۸۰). به بیان دیگر در این روش به جای مشاهده تمام افراد تشکیل دهنده جامعه آماری، مناطق یا خوشه‌هایی از جامعه آماری مورد بررسی انتخاب می‌شوند و سپس بر اساس روش‌های نمونه‌گیری تصادفی ساده یا سیستماتیک، نمونه‌ها با احتمال برابر در خوشه‌ها انتخاب می‌شوند.

با توجه به مطالب گفته شده، ابتدا شهر تهران بر اساس نقشه جغرافیایی مناطق بیست و دوگانه به پنج قسمت شمال، جنوب، شرق، غرب، مرکز تقسیم می‌شود. آنگاه از بین این

۶۲..... فصلنامه فرهنگ ارتباطات (سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۹۱)

قسمت‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده پنج منطقه انتخاب می‌شوند. بدین ترتیب از قسمت شمال منطقه ۲، از قسمت جنوب منطقه ۱۶، از قسمت شرق منطقه ۸، از قسمت غرب منطقه ۵، و از قسمت مرکز منطقه ۱۰ انتخاب شدند. سپس بلوک‌های هر یک از مناطق پنج‌گانه شماره‌گذاری شد و آنگاه بر اساس حجم نمونه خانوار داخل هر یک از این مناطق، بلوک‌ها و خانوارها انتخاب شدند. در مرحله آخر نیز از هر یک از خانوارها یک نفر (کاربر بالای ۱۸ سال) برای انجام مصاحبه و فرایند پرسشگری انتخاب شدند.

## تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته‌های پژوهش

### یافته‌های داده‌های عمومی

در بخش توصیف داده‌ها به نتایج زیر دست یافتیم:

- ۱- بیشترین پاسخگویان را مردان با ۶۰/۷ درصد تشکیل دادند.
- ۲- بیشترین پاسخگویان در گروه سنی ۲۴-۲۸ با ۵۳/۶ درصد تشکیل دادند.
- ۳- بیشترین پاسخگویان دارای مدرک لیسانس با ۴۹ درصد بودند.
- ۴- بیشترین درصد پاسخگویان با ۶۶/۹ درصد بیکار بودند.
- ۵- ۵۸/۸ درصد از پاسخگویان درآمدی کمتر از ۲۵۰ هزار تومان داشتند.
- ۶- بیشترین پاسخگویان را مجردین با ۶۸/۸ درصد تشکیل می‌دادند.
- ۷- ۸۵/۴ درصد از پاسخگویان دسترسی به اینترنت داشتند.
- ۸- ۷۱ درصد از پاسخگویان به مدت ۵ سال و بیشتر از اینترنت استفاده می‌کردند.
- ۹- ۳۰/۲ درصد پاسخگویان حدود ۴ ساعت در روز از اینترنت استفاده می‌کنند.
- ۱۰- حدود ۳۰/۲ درصد از پاسخگویان به منظور کسب‌خبر و اطلاعات به اینترنت مراجعه می‌کنند.
- ۱۱- حدود ۳۲/۲ درصد از پاسخگویان برای جستجوی مطالب علمی به اینترنت سر می‌زنند.
- ۱۲- حدود ۳۸/۶ درصد از پاسخگویان به منظور تفریح و هیجان به اینترنت مراجعه می‌کنند.
- ۱۳- از میان پاسخگویان ۳۹ درصد تسلط زیادی به زبان انگلیسی داشتند.
- ۱۴- از میان پاسخگویان ۲۹ درصد توانایی زیادی در گرفتن اطلاعات از اینترنت را داشتند.
- ۱۵- از میان پاسخگویان ۳۶ درصد اعلام کردند که به تعامل و مکاتبه در سایت‌های اینترنتی می‌پردازند.

### یافته‌های هویت ملی

- ۷۱ درصد جوانان به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند.
- ۷۴ درصد جوانان به سرزمین ایران عشق می‌ورزند.
- ۵۶ درصد جوانان اسلام را مایه سربلندی ایرانیان بدانند.
- ۷۵ درصد جوانان عیدهای مذهبی مانند فطر را دوست دارند.
- ۷۱ درصد جوانان پرچم ایران را مایه سربلندی می‌دانند.
- ۶۲ درصد جوانان با شنیدن سرود ملی به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند.
- ۸۶ درصد جوانان حافظ و مولوی را مایه افتخار ایرانیان می‌دانند.
- ۸۴ درصد جوانان فردوسی را مایه سربلندی ایرانیان می‌دانند.
- ۶۴ درصد جوانان به زبان فارسی عشق می‌ورزیدند.
- ۶۴ درصد جوانان مخالف این بودند که ای کاش در ایران به دنیا نیامده بودند.
- ۶۷ درصد جوانان مخالف این بودند که حاضر نیستند یک لحظه در ایران بمانند.

### آزمون فرضیه‌ها

#### تحلیل دو متغیره

در این مرحله به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق، ابتدا دو متغیر میزان مصرف از اینترنت و نوع مصرف از آن را گونه‌شناسی کرده به این شکل که کاربران براساس میزان استفاده از اینترنت به سه دسته عدم استفاده، بین ۱ تا ۴ ساعت استفاده در روز، و بیشتر از ۴ ساعت استفاده در روز و همچنین براساس نوع مصرف به دو دسته استفاده عمومی (سرگرمی، تفریحی) و استفاده تخصصی (علمی، آموزشی و خبری) تقسیم شدند. هر یک از متغیرهای مستقل به طور جداگانه با متغیر وابسته تحقیق به صورت دو به دو مورد مقایسه و تحلیل قرار گرفته‌اند. برای همبستگی و معنا داری رابطه آنها در سطح سنجش ترتیبی-ترتیبی از ضریب همبستگی تاو-کندال و برای ارزیابی میزان و شدت رابطه آنها از ضریب دی سامرز استفاده می‌شود. همچنین برای پیوستگی و معنا داری رابطه در سطح سنجش اسمی- ترتیبی از آزمون کی دو و از ضریب کرامر برای میزان پیوستگی و معناداری رابطه استفاده می‌شود (ساعی، ۱۳۷۷:۸۶). در ادامه به هریک از این متغیرهای مستقل و رابطه آنها با متغیر وابسته می‌پردازیم.

### فرضیه اول: رابطه بین میزان مصرف اینترنت و هویت ملی

در مورد رابطه بین میزان مصرف اینترنت و هویت ملی، نتایج حاصل از آزمون خی دو ( $\text{Chi-Square}=30/152$ ) که در سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) است نشان می‌دهد که بین میزان مصرف اینترنت و هویت ملی رابطه وجود دارد. افرادی که دسترسی به اینترنت ندارند در مقایسه با کسانی که به اینترنت دسترسی دارند هویت ملی قوی تری دارند ( $85/7$ ) همچنین کاربرانی که در روز بین ۱ تا ۴ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند ( $63/1$ ) در مقایسه با کاربرانی که در روز بیشتر از ۴ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند ( $40/8$ ) از هویت ملی قویتری برخوردار هستند. همبستگی ( $\text{Kendall tau-C}=-0/200$ ) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین میزان مصرف اینترنت و هویت ملی در حد متوسط و جهت رابطه بین این دو متغیر نیز خلاف جهت است به عبارت دیگر با افزایش میزان مصرف اینترنت، میزان تعلق به هویت ملی نیز با شدت ضعیفی کاهش پیدا می‌کند.

جدول ۱- بررسی رابطه بین میزان مصرف اینترنت و هویت ملی

کل	بیشتر از ۴ ساعت در روز	استفاده ۱ تا ۴ ساعت در روز	عدم استفاده	میزان مصرف هویت ملی	
				فراوانی	ضعیف
۵۵	۱۸	۳۷	۰	فراوانی	ضعیف
۱۴/۳	۲۳/۷	۱۴/۷	۰	درصد	
۹۱	۲۷	۵۶	۸	فراوانی	بینابین
۲۳/۷	۳۵/۵	۲۲/۲	۱۴	درصد	
۲۳۸	۳۱	۱۵۹	۴۸	فراوانی	قوی
۶۲	۴۰/۸	۶۳/۱	۸۵/۷	درصد	
۳۸۴	۷۶	۲۵۲	۵۶	فراوانی	کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

۶۵..... بررسی نقش تفاوت‌های فردی بر ارتباط غیرکلامی و انتقال مفاهیم

Chi-Square	d.f	Sig	Kendall tau-C
۳۰/۱۵۲	۴	۰/۰۰۰	-۰/۲۰۰

فرضیه دوم: رابطه بین نوع مصرف اینترنت و هویت ملی:

در مورد رابطه بین نوع مصرف اینترنت و هویت ملی، نتایج حاصل از آزمون خی دو (Chi-Square=۵۲/۵۹۱) که در سطح معناداری (sig =۰/۰۰۰) است نشان می‌دهد که بین نوع مصرف اینترنت و هویت ملی رابطه وجود دارد. همچنین همبستگی (Cramer's V=۰/۲۶۲) نشان می‌دهد که شدت رابطه بین نوع مصرف اینترنت و هویت ملی در حد ضعیف می‌باشد. همچنین این جدول نشان می‌دهد که کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند از هویت ملی بالاتری برخوردارند. (۸۵/۷) و در رتبه بعدی افرادی قرار دارند که از اینترنت استفاده تخصصی می‌نمایند. (۶۲/۱). و کسانی که از اینترنت استفاده عامیانه دارند از هویت ملی ضعیفی برخوردارند.

جدول ۲- بررسی رابطه بین نوع مصرف اینترنت و هویت ملی

کل	تخصصی	عامیانه	عدم استفاده	نوع مصرف	
				فراوانی	هویت ملی
۵۵	۴۸	۷	۰	فراوانی	ضعیف
۱۴/۳	۱۵/۷	۳۱/۸	۰	درصد	
۹۱	۶۸	۱۵	۸	فراوانی	بینابین
۲۳/۷	۲۲/۲	۶۸/۲	۱۴/۳	درصد	
۲۳۸	۱۹۰	۰	۴۸	فراوانی	قوی
۶۲	۶۲/۱	۰	۸۵/۷	درصد	
۳۸۴	۳۰۶	۲۲	۵۶	فراوانی	کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	

Chi-Square	d.f	Sig	Cramer's V
۵۲/۵۹۱	۴	۰/۰۰۰	۰/۲۶۲

### فرضیه سوم: استفاده از اینترنت باعث تضعیف هویت ملی می‌گردد.

ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۱۶۱ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا ( $P=۰/۰۰۳$ ) می‌باشد و چون این رقم منفی می‌باشد بیانگر وجود رابطه معکوس میان این دو متغیر می‌باشد. یعنی هرچه میزان استفاده از اینترنت بالا رود، هویت ملی تضعیف می‌شود. بنابراین فرضیه سوم مبنی بر وجود رابطه معکوس بین دو متغیر پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2=۰/۰۲۶$  حدود ۳ درصد از تغییرات هویت ملی توسط میزان استفاده از اینترنت قابل تبیین است.

### نتیجه گیری

گسترش فزاینده فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی در سالهای اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تحت تاثیر قرار داده است. همان طور که تلگراف، تلفن و راه آهن در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باعث تحول چشم اندازهای ملی و بین المللی شدند، فناوری ارتباطات و وجه مشخص آن، یعنی اینترنت در زمان ما، تحولاتی بی سابقه را به دنبال داشته اند؛ تا آن جا که به وجه غالب جهان معاصر تبدیل شده است. گسترش فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، که مانوئل کاستلز از آن به عنوان جامعه شبکه‌ای یاد می‌کند، 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 جبرگرایی هر تکنولوژی با ظهور خود، باعث تغییرات گسترده‌ای می‌شود و جامعه را با تغییرات فرهنگی روبرو می‌کند. در این دیدگاه، تکنولوژی به عنوان عامل مستقلی 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.

### ارائه پیشنهادها

- ۱- با بنیاد قرار دادن یکپارچگی و همبستگی ملی و پذیرش تنوع فضایی و فرهنگی در ایران، ایجاد می‌نماید که زمینه‌های تحقق نموده‌ها و شناسه‌های فرهنگی قومی (زبانی، فرهنگی و ...) اقوام ایرانی فراهم شود. تحت شرایط مذکور باید هویت فرهنگی، زبانی و دینی اقلیت‌های قومی را حفظ کرده و شرایط لازم را برای بروز آزادانه و رشد و پرورش آن‌ها فراهم آورد.
- ۲- مکانیسم‌های هویت سازی نهادهای اجتماعی باید به کمک ابزارهایی که در اختیار دارد (نظیر: خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، رسانه‌های داخلی) به انتقال صحیح میراث فرهنگی، تاریخی و اجتماعی به افراد جامعه و به خصوص نسل جوان بپردازد، این امر با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح میسر می‌شود.
- ۳- میزان تعلق هویت ملی در بین پاسنخگویان با تحصیلات پایین در سطح پایینی است لذا لازم است که به بررسی و نوسازی هویت ملی و ایرانی پرداخت و این مهم هم حاصل نمی‌شود مگر آنکه موانع نوسازی هویت ملی و امکانات موجود نوسازی هویت ملی خوب شناخته شود و این امر خود مستلزم انجام تحقیقات جامع و کامل در این زمینه است.
- ۴- کارگزاران اجتماعی که به دنبال مبارزه با بحران هویت‌اند صرفاً نباید به دنبال افزایش و تعدد مراجع آگاهی بخش باشند بلکه باید به دنبال ساز و کار و روشی باشند که بتواند آگاهی را به کنشی رفتاری در سطح جامعه تبدیل نمایند زیرا صرف آگاهی، هویت ساز نیست.
- ۵- تزیف هویت ملی همچنین فرسایش و کاهش سرمایه اجتماعی را در جامعه به دنبال دارد بنابراین باید زمینه‌هایی را ایجاد کرد و گسترش داد که شبکه ارتباطی بین مردم را گسترده تر می‌کند. بدین ترتیب تعاملات عاطفی میان افراد افزایش پیدا می‌کند و با تشکیل گروه‌ها و تشکل‌های جدید، روحیه همبستگی اجتماعی و اعتماد افراد به یکدیگر در جامعه افزایش

می‌یابد. این چیزی است که جامعه ما امروزه با توجه به تغییرات (همچون افزایش جمعیت، دگرگونی زندگی در شهرهای بزرگ، تحولات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و ...) دهه اخیر بدان نیازمند است. بنابراین، با توجه به این که سرمایه اجتماعی به منزله یک اصل محوری در راه مشارکت اعضای یک جامعه برای دستیابی به توسعه محسوب می‌شود و کاهش متغیرهای اعتماد اجتماعی، پیوند اجتماعی و نیز روابط و تعاملات اظهاری در جامعه یکی از موانع بزرگ تحقق آن محسوب می‌شود، تولید، تقویت و توسعه سرمایه اجتماعی بسیار حائز اهمیت است. به همین منظور لازم است که علاوه بر ایجاد و گسترش زمینه‌ها و بسترهای تعاملات و پیوند اجتماعی برای افراد جامعه و بالاخص نسل جوان، مسئولین به رکن اساسی و مهم سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، توجه کنند.

## منابع

- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، (عباس گیلوری و علی رادباوه، مترجمین). تهران: نشر کتابدار.
- پور احمدی، حسین. (۱۳۸۰). فرایندهای جهانی شدن و چالش‌های مفاهیم در رخدادهای یازده سپتامبر، فصلنامه سیاست خارجی، سال ۱۵. ش ۴.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۵). تاثیر جهانی شدن بر هویت ملی مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. فصلنامه ژئوپلیتیک. سال دوم. ش سوم و چهارم.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۰). فضای سایبرنتیک و هویت اجتماعی. پایان نامه دکتری دانشگاه تربیت مدرس.
- ساعی، علی (۱۳۷۷). آمار در علوم اجتماعی با کاربرد نرم افزار SPSS در پژوهش‌های اجتماعی، تهران، نشر جهاد دانشگاهی.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۳). جهانی شدن‌ها مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه ارغنون. ش ۲۴
- کازنو، ژان (۱۳۷۰). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. (باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، مترجم). تهران: نشرامیرکبیر.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۳). جامعه‌شناسی. (منوچهر صبوری، مترجم). تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۵). تجدد و تشخیص. (ناصر موفقیان، مترجم). چاپ چهارم. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). پیامدهای مدرنیته، (محسن ثلاثی، مترجم). چاپ سوم. تهران: نشر مرکز.
- لانسکی، گرهارد؛ لانسکی، جین. (۱۳۶۹). سیر جوامع بشری. (ناصر موفقیان، مترجم). تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- موزر، کلاس آدولف و ج. کالتون. (۱۳۶۷). روش تحقیق. (کاظم ایزدی، مترجم). تهران: انتشارات کیهان.
- مدیری، ناصر، شیوا نورپناه، بنفشه شاکر. (۱۳۷۶). شبکه‌ی اینترنت در ایران و جهان، انتشارات دانشگاه هرمزگان.
- واترز، مالکوم. (۱۳۷۹). جهانی شدن. (اسماعیل مردانی گیوی و سیاش مریدی، مترجمین).

- Houston. Douglas,(2001) **The internet, Globalization, and culture**, School of Business, University of Kansas.
- Hampton, Keith N. & Wellman, Barry (2000). **Examining community in the digital neighborhood early results from Canada's Wired suburb**. In Toru Ishida and Kathering Isbister (eds.) **Digital cities: technologies, experiences, and future perspectives**. Lecture Notes in Computer Science 1765. Heidelberg, Germany: Springer- Verlag.
- Kraut, Robert; Lundmark, Vicki; Patterson, Michael; Kiesler, Sara; Mukopadhyay, Tridas; & Scherlis. William (1998). **Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?** American Psychologist, Vol.53, No9
- Mills, Kurt, cybernation, Global Societ. (V.1.16.2002)
- Whittle, David B. (1997) **Cyberspace : the new human dimension**
- Yorj: W.H. Freeman and Company.
- Nakamura, Lisa, (2005). **Head-hunting on the internet identity; Tourism, Avatars and racial Passing in Textual and Graphic chat spaces in popular culture: A Reader-** Edited by: Raiford Guins and omayra Zaragoza Cruz, London. Thousand oaks. New Delhi SAGE publication.
- Rantanen, Tevhi (2006). **The media and globalization**, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE publications.
- Salzano, Massimo (2003). **Globalization**, Italian School of Public Finance.

## **Internet and national identity**

**Bagher Saroukhani (PhD)\***

**Khadighe Rezai Ghade (PhD Student) \*\***

### **Abstract**

The paper is to study and recognize the Internet effects on the identity from this perspective, in addition to the study's review of the concept of the subject, an integrated approach on the basis of the Giddens' structuration and Houston's theories is applied in order to explain the phenomenon. Furthermore, concerning the assumptions of the mentioned theories in regard to the characteristics of the study population, it is strived to determine the relationship between Internet use and user identity. As a matter of fact, the data was collected according to the survey methods in research and techniques using questionnaire survey on 384 young users, selected by cluster sampling, aged between 18 to 28; moreover, depth interview qualitative research was applied in order to complete the data. Thus, the findings indicated that the amount and use of the Internet culminate in alterations in the young users' national identity so that their personal identity is undermined; furthermore, using the Internet results in strengthening of their ethnic identity while their national identity will fade.

**Key words:** cyberspace, Internet, identity, , national identity

---

\*Full Professor, Department of Sociology, University of Tehran/ saroukhani@yahoo.com.

\*\* PhD Student of Sociology, Azad University, Tehran /nrezai30@gmail.com.