

کاربری اینترنت و تأثیر آن بر هویت اجتماعی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

۳۵-۶۸: (۳۹) ۱۸

شاپا ۱۰۱۰-۲۸۰۹

نمایه در ISC

امید قادرزاده^۱

عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان

مریم احمدپور

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

پذیرش: ۹۰/۴/۵

دریافت: ۹۰/۲/۱۸

چکیده : در مقاله حاضر، با توجه به سهم فراوان رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به ویژه اینترنت در مصرف فرهنگی و فراغتی دانشجویان، تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه کردستان مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش نظری، بر اساس نتایج به دست آمده از بررسی دیدگاه‌های صاحب‌نظران این حوزه و مرور منابع تجربی مرتبط، یک چهارچوب مفهومی تنظیم گردیده و در قالب آن، فرضیه‌های اصلی پژوهش مطرح شده است. بر اساس یافته‌های حاصل از پیمایش در بین ۴۰۰ نفر از دانشجویان کاربر اینترنت، بکارگیری اینترنت، اثر کاهش دهنده‌ای بر هویت قومی و اثر تقویت‌کننده‌ای بر هویت اجتماعی عام در سطوح ملی و جهانی دارد. اما بیشترین اثر تقویت‌کنندگی بکارگیری اینترنت، بر هویت جهان‌وطنانه است. همچنین نوع همبستگی میزان دسترسی به اینترنت با انواع هویت‌های اجتماعی، تا حدودی متفاوت با میزان و نوع مصرف آن است. بنابراین، مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به ویژه اینترنت به مثابه جنبه سخت‌افزاری جهانی‌شدن فرهنگی، باید به مثابه فرصتی برای بازاندیشی در مرزبندی‌های هویتی، تعدیل خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی و تقویت عام‌گرایی هویتی در نظر گرفته شود.

کلیدواژگان: دانشجویان، هویت ملی، فضای مجازی، هویت قومی، اینترنت، هویت جهان‌وطنی

۱. پست الکترونیکی نویسنده رابط: ogh1355@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرآغاز پیدایش تحولات جدیدی در حوزه روابط اجتماعی بوده و نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر روابط میان انسان‌ها، بلکه نگرش آنان به خود، جامعه و جهان را تغییر داده است (کاستلز، در چاوشیان ۱۳۸۰، ۲۰). فضای مجازی به عنوان نوعی فرافضا، بیانگر وجود جهانی است که در پی منابع ارتباطی - اطلاعاتی متعدد از طریق شبکه‌های بهم پیوسته رایانه‌ای به وجود آمده است (Saha 2009, 489).

وایتل^۱ در کتاب "فضای مجازی: بعد انسانی"، فضای مجازی را این‌گونه تعریف می‌کند: (الف) فضایی روانی - تخیلی که در آن افکار، مجذوب توهمی رؤیاگونه می‌شوند؛ (ب) دنیای مفهومی تعاملات شبکه‌ای بین افراد و فرآورده‌های غیرمادی‌شان و هر چیز همراه با چنین شبکه‌ها و تعاملاتی؛ (پ) وضعیتی از اندیشه که توسط افراد در ارتباط و با بازنمایی‌های دیجیتال زبان و تجربه حسی، به اشتراک گذاشته می‌شود. افرادی که به لحاظ زمان و مکان از یکدیگر جدا هستند، ولی از طریق شبکه‌هایی از ابزار فیزیکی دسترسی، به یکدیگر متصل هستند (Wittle 1997, 9).

در فضای مجازی، در پی تسهیل بسترهای تعامل اجتماعی، توافق اجتماعی عمیق‌تر و یکپارچگی اجتماعی فراخ‌تری ایجاد می‌شود، اما باز در همان حال، از زاویه‌ای دیگر به دلیل کارکردهای خصوصی و منحصربه‌فردش، تمایز و انزوای اجتماعی گسترش می‌یابد. فضای مجازی، تقویت‌کننده هویت‌های ملی و محلی و تضعیف‌کننده آنها و مروج هویت‌های جهانی و فرامحلی است، این دوگانگی‌های متناقض، از خصوصیات ذاتی و اصلی جهان مجازی است (Taylor and Spencer 2004, 204). در پی دگرگونی‌های به وجود آمده، استنباط مدرن از هویت اجتماعی - که عمدتاً در چارچوب دولت-ملت‌های مدرن و در درون مرزهای ملی محصور بود - با چالش جدی مواجه شده است و گرایش به تکرر، در حال افزایش و تعمیق است؛ فرایندی ثبات‌شکن، اما در عین حال زاینده و تکوینی که عبارت است از برساختن و دفاع از مجموعه گسترده و پردامنه‌ای از انواع هویت‌ها، معانی و اجتماعات نویناد در تقابل با چارچوب‌های اجتماعی مدرن (دان، ۱۳۸۵، ۲۴-۳۰).

1. Wittle

افزایش ارتباطات جهانی و دسترسی به مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی، نظیر اینترنت، موجب ایجاد تغییرات فرهنگی وسیعی در گروه‌ها و اقشار مختلف جوامع، به‌ویژه در میان جوانان شده است. با رویارویی جوانان با اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف، رشد حضور جوانان در حوزه‌های گوناگون اجتماعی-اقتصادی، و به‌ویژه در مراکز علمی، بیشتر تحت تأثیر این فرایند قرار گرفته است. این فرایند همانند فرایندهای دیگر، رابطه‌ای دیالکتیکی با جوانان دارد و آنها با شیوه‌های گوناگون در برابر آن واکنش نشان می‌دهند. یکی از تأثیرهای فناوری‌های نوین ارتباطی بر جوانان، دگرگونی در فرایند تولید و بازتولید هویت اجتماعی آنها است. در حال حاضر، بررسی هویت اجتماعی جوانان، بدون توجه به توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، ناقص و کم‌ارزش خواهد بود. پیمایش کیا (۱۳۸۷) درباره "جوانان، رسانه‌ها و جهانی شدن"، نیز مؤید این موضوع است که رسانه‌های ارتباطی جدید، در مصرف فرهنگی و فراغتی جوانان، بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است و مهمترین منبع هویت‌بخشی است. بنابراین، جوانان و به‌ویژه دانشجویان، در زمره وسیع‌ترین طیف مخاطبان و فعالان در فضای مجازی هستند و اینترنت جزء لاینفک و اصلی آن محسوب می‌شود (ذکایی و خطیبی ۱۳۸۴؛ Deane 2000).

بدیهی است که در جامعه ایران، به دلیل بافت چندفرهنگی و متنوع آن، تنوع و تکثر فرهنگی مورد بحث در مراکز دانشگاهی، به خوبی تجلی یافته است. در چنین فضایی با دانشجویانی مواجه هستیم که علاوه بر اشتراک‌های فرهنگی، هر یک از ویژگی‌های زبانی، محلی و فرهنگی خاص خود برخوردار هستند و در وهله اول، در اجتماعات محلی، قومی و خرده‌فرهنگ‌های مختلف، جامعه‌پذیر می‌شوند و با ورود به دانشگاه و استفاده از رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، در فرایند جامعه‌پذیری ثانویه قرار می‌گیرند.

در چند دهه اخیر، در پژوهش‌های متعدد اهمیت اساسی کارگزاران جامعه‌پذیری در تکوین و بسط هویت‌های اجتماعی و تقویت هویت‌های ثانویه، نظیر شهروندی و هویت ملی مورد توجه قرار گرفته است (Tajfel and Turner 1986; Jenekins 2000; Sanders 2002). از جمله پرسش‌های مهم در پژوهش‌های مذکور این است که مرزبندی‌های هویتی، چگونه شکل می‌گیرد؟ در چه نواحی حمایت و تقویت می‌شود؟ چگونه در جامعه، شکلی تثبیت شده و

پابرجا می‌یابد؟ و در نهایت، با چه سازوکارهایی بازتولید می‌شود و در طول زمان استمرار می‌یابد؟

با وجود مشکلات موجود در مشخص کردن اهمیت نسبی سهم هر یک از عوامل اثرگذار در این حوزه، اغلب صاحب‌نظران معتقد هستند که رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، از کارگزاران اصلی جامعه‌پذیری ثانویه محسوب می‌شود که با رها کردن پدیده اجتماعی از قید و بندهای مختلف، به‌ویژه سرزمین و دولت-ملت و عرضه انبوهی از منابع فرهنگی هویت، قابلیت و امکان بی‌پایان هویت‌سازی و تنوع هویتی (از خاص تا عام) را مهیا کرده و پویایی، پیچیدگی و تحرک روابط و زندگی اجتماعی را پدید آورده است (تاملینسون ۱۳۸۱؛ عبداللهی و مروت ۱۳۸۴؛ ذکایی ۱۳۸۵؛ رابرتسون ۱۳۸۸). همین موضوع طرح صحیح مسئله هویت‌های اجتماعی و تحلیل عالمانه آن، با توجه به آثار اجتماعی حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت به مثابه یکی از فناوری‌های جدید ارتباطی، بر جنبه‌های هویت اجتماعی جوانان ایرانی، به ویژه دانشجویان ضرورت و اهمیت خاصی یافته است. با توجه به بهره‌مندی و مصرف بیشتر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در میان دانشجویان و نیز با اذعان به این واقعیت که اینترنت در جامعه ایران و به‌ویژه در محیط دانشگاه، بیشتر کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی داشته است، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که استفاده از اینترنت-چه به طور مستمر و جدی و چه به نحو پراکنده و مقطعی-چه تأثیری بر جنبه‌ها و سطوح تعلق اجتماعی و مرزبندی‌های هویتی دانشجویان خواهد گذاشت و این تأثیرها دانشجویان ایرانی را به کدام سو سوق خواهد داد؟ به عبارت دیگر، آیا استفاده از اینترنت، از شدت خاص‌گرایی‌های اجتماعی و فرهنگی کاسته و موجب بسط مرزبندی‌های هویتی و تقویت احساس تعلق به شناسه‌های هویت اجتماعی در سطوح ملی و جهانی شده است یا اینکه منجر به خاص‌گرایی‌های فرهنگی در قالب برجسته شدن هویت قومی شده است؟

دیدگاه‌های نظری و تجربی

هویت از موضوعاتی است که در نظریه‌ها و دیدگاه‌های گوناگون جامعه‌شناسی، به دلیل پیوند با پدیده‌هایی نظیر بازنمایی، آگاهی، عضویت و تعلق جمعی، انسجام اجتماعی، نمادگرایی و معنا که تعیین‌کننده جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی افراد است، مورد توجه ویژه‌ای قرار

گرفته و به شیوه‌های متفاوتی مفهوم‌سازی شده است. از این رو، اشتغال نظری و عملی به هویت، به ویژگی اصلی آثار نظری و تجربی جامعه‌شناسی در دوران معاصر تبدیل شده است (Horboken 2004, 199).

با توجه به مباحث بسیار فراگیر مرتبط با جهانی شدن فرهنگی، به‌ویژه گسترش و تعمیق فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، در رویکردهای متعارف جامعه‌شناسی، اغلب تصور می‌شود که این فرایند، سرانجام موجب تحلیل و کمرنگ شدن خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی و تکوین و بسط هویت‌های جمعی عام، به عنوان شکل غالب و مسلط هویت‌های جمعی خواهد شد (فکوهی ۱۳۸۸، ۳۱۸؛ عبداللهی و قادرزاده ۱۳۸۸، ۲). با وجود بسیاری از تغییرات فراوان ناشی از فرایند مزبور در سراسر جهان، بحران‌های قومی و فرهنگی سده بیستم، بیانگر اهمیت یافتن خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی و تبدیل مرزهای تفاوت به مرزهای خصوصیت است (Smith 2001, 180-186; Fenton 2004, 180-186; Spohn 2003, 265; Entessar 1992, 1-4). از این رو، در رویکردهای نظری معاصر، بیان شده است که فناوری‌های نوین ارتباطی، تأثیری دوگانه دارند؛ اولاً، محیطی که به دلیل ماهیت جهان‌گستر و بالقوه همگانی خود به تقویت ساختارهای جهانی و شبیه‌بودگی فرهنگی کمک می‌کند؛ دوم اینکه، در بطن خود فعالیت انواع خاص‌گرایی‌ها را میسر می‌کند (Taylor and Spencer 2004, 204؛ فکوهی ۱۳۸۸، ۳۱۸). در ذیل به اختصار، دیدگاه‌های صاحب‌نظران این حوزه بیان می‌شود.

به اعتقاد گیدنز، در دنیای مدرن با وجود نهادهای اجتماعی مدرن و نیز حضور رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی، به‌ویژه ماهواره و اینترنت، تغییرات ریشه‌ای در کیفیت زندگی روزمره پدید آمده که بر خصوصی‌ترین جنبه‌های تجارب انسان نیز تأثیر گذاشته است. تجربه باواسطه، از نخستین تجربه نوشتاری به این طرف، همواره آثار پایداری بر هویت و نیز بر ساختارهای اساسی روابط اجتماعی گذاشته است. با توسعه ارتباطات جمعی، به‌ویژه ارتباطات الکترونیکی، تداخل توسعه هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی، تا حد موازین و معیارهای جهانی و عام، بیش از پیش محسوس شده است. بنابراین، در دوران معاصر، برنامه‌ریزی زندگی بر اساس بازتاب‌های محلی و جهانی، به تدریج به صورت طرح مرکزی ساختار هویت شخصی درآمده است (گیدنز ۱۳۸۷، ۷۹-۸۱). به اعتقاد گیدنز، در عصر جهانی، هویت‌های فرهنگی محلی امکان بروز بیشتری می‌یابند و تقریباً در همه ملت‌های جهان، هویت ملی در حال تجدیدنظر و

بازاندیشی است (گیدنز ۱۳۸۴، ۲۴-۹۰). در واقع، گیدنز تبیین اصلی را مورد توجه قرار می‌دهد که می‌توان آن را همزیستی هویت‌های جمعی خرد و کلان نامید؛ بدین معنا که در دوران جهانی شدن، شاهد تعامل و همنشینی هویت‌های جمعی محلی با هویت‌های جمعی کلان هستیم، بدون اینکه وجود یکی، دال بر ضدیت با وجود دیگری باشد (توسلی ۱۳۸۶، ۱۶).

رابرتسون از نظریه‌پردازانی است که نظریه‌اش درباره جهانی شدن، به‌ویژه جهانی شدن فرهنگی، بیانگر یک مفهوم‌بندی در عام‌ترین سطح تحلیل است. رابرتسون، جهانی شدن را در بطن نظریه‌ای تبیین می‌کند که فرمول‌بندی "عام شدن خاص و خاص شدن عام" مشخص‌کننده آن است. هویت‌جویی به منزله "عام شدن خاص" است که در کنار "خاص شدن عام" یکی از اجزای پدیدآورنده فرایند جهانی شدن است (رابرتسون ۱۳۸۷، ۱۱۱-۱۱۳). به اعتقاد رابرتسون، همراه با در هم فشردن جهان، مبانی برساخته شدن هویت، به نحو فزاینده، اما به طور مسئله‌انگیز جنبه‌های مشترکی می‌یابد. شرایط سراسری بازنمایی هویت در وضعیت تراکم جهانی، مسائل تحلیلی وسیعی را مطرح می‌کند که برای آنها پاسخ‌های متعددی وجود دارد. از جمله مهمترین آنها در دو سر طیف، دیدگاه‌هایی است که رابرتسون آنها را "نسبی‌گرایی" و "جهان‌گرایی" می‌نامد. استدلال وی این است که باید به خاص و عام توجه کامل کرد (رابرتسون ۱۳۸۸، ۲۱۰-۲۱۷). به اعتقاد وی، جهانی‌شدن، متضمن فشردگی همه جهان و نیز افزایش سریع در خودآگاهی کل جهان است (رابرتسون ۱۳۸۷، ۵۹).

جنبه مهمی از نظریه جهانی شدن رابرتسون، با توضیح پیدایش یک "فرهنگ جهانی" مرتبط است که در آن فرهنگ‌های مختلف محلی و بومی و نیز یک فرهنگ مشترک جهانی، هر دو جایگاه خود را دارند. وی، جهان را به عنوان یک نظام اجتماعی- فرهنگی معرفی می‌کند و معتقد است که در دوره معاصر، جهان از وضعیت "در خود" به سوی وضعیت "برای خود" پیش می‌رود. رابرتسون، جهان را حوزه تکثر می‌داند و برای فرهنگ، استقلال نسبی قائل است. در نظام جهانی معاصر، مسائل درونی جوامع ملی، تحت الزام‌های جهانی شکل می‌گیرند و دنیای جهانی شده کنونی، منبع عمده ارجاع جهان‌بودگی است. جهان‌بودگی، آگاهی فزاینده درباره جهان به عنوان یک کل است. از مظاهر این آگاهی، شکل‌گیری انگاره‌های هویتی در حوزه جهانی است. فرهنگ جهانی با پدیده جهان‌بودگی مرتبط است. فرهنگ جهانی همه جوامع را سوق می‌دهد تا درباره اندیشه و عمل مدرنیزه‌شدن، گرایشی ویژه داشته باشند. اما آنها

این کار را با ارجاع به سنن بومی خاص انجام می‌دهند. رابرتسون، پدیده محلی را جنبه‌ای از جهانی‌شدن فرهنگی می‌داند که همواره متضمن هم‌زمانی و درون‌پیوستگی امر جهانی و امر محلی است (همان، ۲۱۱-۲۳۴).

تامپسون در کتاب "رسانه‌ها و مدرنیته"، معتقد است که با تحول جوامع مدرن، فرایند خودشکل‌پذیری بازتابی‌تر و بازتر می‌شود، بدین معنی که افراد برای ساختن هویتی منسجم برای خود، بیش از پیش به منابع شخصی خودشان بازمی‌گردند. در عین حال، فرایند خودشکل‌پذیری به گونه‌ای فزاینده با مواد نمادین رسانه‌ای تغذیه شده، دامنه‌گرایش‌های فراهم را برای افراد، بسیار وسعت بخشیده و همزمان با این وضعیت، رابطه بین خودشکل‌پذیری و محل مشترک را سست کرده است. این رابطه تا جایی که افراد به طور فزاینده به اشکال اطلاعات و ارتباطی دسترسی دارند که از منابع دور نشأت می‌گیرند، رابطه‌ای آزاد و فارغ از تقید است. به عبارت دیگر، افراد به طور فزاینده به چیزی دسترسی دارند که می‌توان به طور کلی آن را "معرفت غیرمحلی" نامید، اما رابطه بین خودشکل‌پذیری و محل مشترک از بین نرفته است، زیرا معرفت غیرمحلی، همواره به تملک افرادی در محل‌های مشخص درمی‌آید و اهمیت و دلالت عملی این معرفت، همیشه به علایق گیرندگان و منابعی منوط است که آنها به فرایند تملک پیوند می‌دهند. تحول رسانه‌ها نه تنها فرایند خودشکل‌پذیری را پر بار و دگرگون می‌کند، بلکه نوع جدیدی از نزدیکی و صمیمیت را به وجود می‌آورد که غیرمتقابل است و با تعامل رو در رو بسیار تفاوت دارد.

به اعتقاد تامپسون، قبل از ظهور رسانه‌ها، تعامل به صورت رودرو بود و معرفت ماهیتی "محلی" داشت که از طریق تبادل شفاهی، از نسلی به نسل دیگر سپرده می‌شد و با ضرورت‌های عملی زندگی سازگار می‌گردید. این شرایط با پیدایش رسانه‌های ارتباطی جدید به طور کلی تغییر یافت. فرایند خودشکل‌پذیری، بیش از پیش به دسترسی به اشکال رسانه‌ای ارتباط، وابسته گردید. معرفت محلی با اشکال جدید معرفت غیرمحلی تکمیل گردید که در یک محمل مادی، تثبیت یافته بود و بیش از پیش، جابجا شده است و به نحو فنی باز فرآوری گردیده و از طریق رسانه‌ها انتقال یافته است. با باز کردن درهای خویشتن به اشکال جدید معرفت غیرمحلی و سایر انواع مواد نمادین رسانه‌ای، تحول رسانه‌ها سازمان بازتابی خویشتن را غنا بخشیده است. خویشتن به صورت طرحی بازتابی درآمده است که در آن، فرد مواد رسانه‌ای

را در یک روایت زندگی‌نامه‌ای منسجم و همواره بازنگری شده ادغام می‌کند (تامپسون ۱۳۸۷، ۲۵۳-۲۶۰).

به اعتقاد تاملینسون، هویت بیشتر محصول جهانی شدن است تا قربانی آن. مفهوم هویت در مرکز تصورات فرهنگی معاصر ما جای گرفته است و حرکت به سمت گرایش‌های جهان‌وطنانه، مبتنی بر رشد سریع رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی منطقه‌زدا است. رسانه‌های مذکور با رها کردن پدیده اجتماعی از قید و بندهای مختلف و عرضه انبوهی از منابع فرهنگی هویت، قابلیت بی‌پایان هویت‌سازی و تنوع هویتی (از خاص تا عام) را مهیا کرده‌اند (تامپسون ۱۳۸۷، ۵۵).

تامپسون، هویت را یکی از جنبه‌های جالب توجه زندگی اجتماعی نهادی شده در مدرنیته می‌داند و معتقد است جهانی شدن، موجب تکثیر هویت می‌شود و در حقیقت هویت را ایجاد می‌کند. هویت به ویژه در قالب هویت ملی، محصول ایجاد و ابقای آگاهانه فرهنگ از طریق نظام آموزشی و رسانه‌هاست. وی معتقد است که قدرت منطقه‌زدایی جهانی شدن، با نوعی مخالفت ساخت‌یافته روبرو می‌شود که دولت-ملت‌های پیشرفته به حمایت از آن می‌پردازند. البته نمی‌توان انکار کرد که جهانی شدن، دولت-ملت‌ها را به لحاظ توانایی خود در حفظ انحصار تعلقات هویتی، به خطر انداخته است. مدرنیته، قبل از هر چیز به معنای انتزاع اعمال اجتماعی و فرهنگی از بافت‌های خاص محلی و نهادی کردن و تنظیم آنها بر اساس زمان و مکان است. اعمال فرهنگی، اموری را شامل می‌شود که از طریق آن، تعلق و وابستگی را به یک مکان یا اجتماع تصور می‌کنیم. چارچوب تصویری که از این طریق ایجاد می‌شود، همان هویت فرهنگی است؛ یعنی تعاریف شخصی و جمعی بر اساس تمایزهای خاص، اغلب تحت تأثیر سیاست‌هایی مانند جنسیت، تمایلات جنسی، طبقه اجتماعی، مذهب، نژاد، قومیت و ملیت بوده‌اند. تاملینسون معتقد است مکان‌هایی که در آن زندگی می‌کنیم، بر اثر ارتباطات برخاسته از جهانی شدن فرهنگی، به طور فزاینده‌ای نفوذپذیر شده‌اند. مشهودترین نمونه این نوع نفوذپذیری محلی، تعامل با رسانه‌های جهانی و فناوری‌های ارتباطی است. اکنون مباحث و موضوعات مختلف، می‌توانند بدون هیچ تناقضی، تعلق به یک ملت و وفاداری‌های قومی و نیز احساسات جهان‌وطنی را تجربه و بیان کنند (تامپسون ۱۳۸۷، ۵۱-۱۴۰).

تامپسون، وجه مشخصه منطقه‌زدایی را کشش و فشار دیالکتیکی خود جهانی شدن می‌داند. هر جا منطقه‌زدایی هست، بازمنطقه‌ای شدن نیز هست. وی از تجربه باواسطه‌ای صحبت می‌کند

که در جریان روزمره تجربه زنده به شیوه‌هایی بر آگاهی ظاهر می‌شود که با شیوه‌های تجربه رودرروی هم‌جواری فیزیکی در محل تفاوت دارد و این گونه می‌توان اهمیت "منطقه‌زدایی باواسطه" را درک کرد. به اعتقاد وی، فناوری‌های رسانه‌ای، جزء این تجربه باواسطه است و اینترنت می‌تواند درکی از خود جهان را به عنوان یک بافت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی معنادار به دست دهد و زیست‌جهان‌های ما را به دنیایی بزرگ‌تر بگشاید. داشتن هویت جهانی، اندیشیدن و عمل کردن به عنوان "جهان‌وطن" یا شهروند جهانی است. فرد جهان‌وطن کسی است که می‌تواند در آن واحد، هم در سطح جهانی و هم در سطح محلی زندگی کند (همان، ۲۶۶). از این رو، می‌توان دیدگاه تاملینسون را "جهانی - محلی گرانه" نامید.

در منابع تجربی نیز آثار و الزام‌های توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، نظیر اینترنت به مثابه یکی از جنبه‌های جهانی شدن فرهنگی بر هویت اجتماعی به طور عام یا به طور خاص بر هر یک از سطوح قومی، ملی و جهانی مورد توجه قرار گرفته است. جونز و اسمت^۱ (۲۰۰۱)، در مقاله‌ای پژوهشی با عنوان بنیان‌های فردی و جامعه‌ای هویت ملی، ابعاد هویت ملی را در ۲۱ کشور توسعه‌یافته جهان با روش پیمایش مورد بررسی قرار داده‌اند. به اعتقاد نویسندگان، هویت ملی به معنای احساس تعلق و تعهد به اجتماع ملی، دو جنبه اساسی را شامل می‌شود: نخست، جنبه "محمولی هویت ملی" که با مفهوم هویت قومی در ادبیات تاریخی و نظری قرابت دارد. دوم، جنبه "اراده‌گرایانه هویت ملی" که بیانگر مفهوم هویت مدنی است. یافته‌ها نشان می‌دهند که با افزایش میزان تحصیلات و درآمد، گرایش به جنبه محولی هویت ملی، تضعیف و تعهد به شناسه‌های اراده‌گرایانه و مدنی هویت ملی بیشتر می‌شود. به اعتقاد جونز و اسمت، عوامل سطح خرد، پیش‌بینی‌کننده‌های مؤثری برای تعلق ملی و مدنی است و مشوق بازاندیشی و عام‌گرایی محسوب می‌شود. با این حال، سهم عوامل خرد از طریق عوامل ساختاری کلان، مانند میزان فراوان صنعتی شدن و جهانی شدن فرهنگ، به‌ویژه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی تسهیل می‌گردد و عوامل کلان، مانند عوامل زمینه‌ای عام، عوامل خرد را شامل می‌شود و آثارشان را تسهیل، تسریع و تعمیق می‌کند. در مورد عوامل کلان، یافته‌ها نشان می‌دهد که نیروهای کلان، مانند میزان فراوان صنعتی شدن و جهانی شدن فرهنگ با جنبه مدنی و اراده‌گرایانه هویت ملی - در برابر جنبه محدود و انتسابی هویت ملی - مساعد است و به

آن میدان می‌دهد. بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش ون جینگ^۱ (۲۰۰۵)، با عنوان "فضای مجازی و هویت واقعی: جستجوی هویت فرهنگی دیاسپورای چینی در اجتماع مجازی"، که در آن تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر هویت فرهنگی دیاسپورای چینی مورد بررسی قرار گرفته مشخص شد که ارزش‌های فرهنگی متفاوت پذیرفته شده و هویت فرهنگی چندپاره و ترکیبی پدید آمده است. یافته‌های پژوهش درباره تجارب درون‌فردی نیز نشان می‌دهند که همزیستی میان جامعه واقعی و جامعه مجازی ایجاد شده و موجب تقویت گفتمان هویت فرهنگی گردیده است. ذکایی و خطیبی (۱۳۸۴)، در پیمایشی با عنوان "رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن" بیان کرده‌اند که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران ایرانی می‌شود. حضور در فضای مجازی به عنوان فضایی متکثر، به ویژه برای کاربر ایرانی که در جهان واقعی خود با دنیایی نسبتاً یکدست روبرو است، پذیرش تکثر و نسبی‌نگری را آسان‌تر کرده و مقاومت آنان را در برابر دیگری و جهان وی کم‌رنگ‌تر کرده است. حافظ‌نیا و همکاران (۱۳۸۵)، در پیمایشی با عنوان "تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی"، نشان داده‌اند که گسترش فرایندهای جهانی شدن در قالب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت)، موجب تقویت جنبه‌های محلی هویت (فروملی) دانشجویان شده است. این فرایند حتی هویت ملی آنها را نیز تضعیف کرده است. نتایج پژوهش‌های کیفی توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۶) درباره "جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک" نیز نشان داده است که لک‌ها با وجود تفاوت‌های فرهنگی که در میان خویشان دارند، از برخی خصایص فرهنگی مشترک برخوردار هستند که بیانگر هویت قومی آنها است. آنها بخش دیگری از هویت فرهنگی خود را به شیوه‌ای عام‌گرایانه بازسازی می‌کنند. همه عناصر فرهنگی در میان این قوم، از قدرت هویت‌سازی همسانی برخوردار نیستند؛ عناصری که درون فرایندهای قدرت، تفاوت و مقاومت قرار می‌گیرند، توان هویت‌سازی بیشتری دارند.

چارچوب نظری

مروری بر ادبیات نظری و تجربی مرتبط با فضای مجازی و هویت اجتماعی، بیانگر وجود دیدگاه‌های متعدد، متفاوت و متناقض درباره آثار و الزام‌های توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و

1. Wenjing

اطلاعاتی، نظیر اینترنت بر میزان تعلق جمعی است. گیدنز معتقد است که انسان امروزی دیگر مانند گذشته، یک انسان تک‌ساحتی نیست؛ بلکه در تعامل با گروه‌های مرجع متعدد و نیز سطوح متنوع دیالوگ و گفت‌گو، هویتی چندساحتی یافته است. از این رو، تغییرات هویت، ناشی از دگرگونی‌هایی است که در جامعه از طریق نهادهای امروزی و وسایل ارتباط جمعی از قبیل روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و غیره انجام می‌شود. وی، در کتاب تجدد و تشخیص بیان می‌کند که رسانه‌های ارتباطی جدید، عامل رهایی روابط اجتماعی از محدودیت‌های تعامل چهره به چهره در چارچوب محله‌ها و سرزمین‌های محدود و معین و بسط روابط اجتماعی در گستره زمان و فضا است، اما در عین حال، موجب استمرار زندگی در محل‌های واقعی نیز می‌شود؛ بدین معنا که جهانی شدن در درجه اول، عام‌گرایی فرهنگی وسیعی را بر اساس ارزش‌های عام و جهان‌شمول در سطح جهانی به وجود می‌آورد، این فرایند با شکستن مرزهای تنگ فیزیکی، انسان‌ها را در نواحی مختلف جهان با هم مرتبط می‌کند و هویتی یکسان و مشابه را گسترش می‌دهد. علاوه بر این، به تقویت فرهنگ‌های محلی و بومی می‌انجامد (گیدنز ۱۳۸۵، ۸۳-۹۶). به عقیده رابرتسون، همراه با درهم فشردن جهان، مبانی برساخته شدن هویت به نحو فزاینده، اما به شکل مسئله‌انگیزی از جنبه‌های مشترکی برخوردار می‌شود. شرایط سراسری بازنمایی هویت در وضعیت تراکم جهانی، مسائل تحلیلی وسیعی را مطرح می‌کند که پاسخ‌های متعددی برای آنها وجود دارد. از جمله مهمترین آنها در دو سر طیف، دیدگاه‌هایی است که رابرتسون آنها را "نسبی‌گرایی" و "جهان‌گرایی" می‌نامد. استدلال وی این است که باید به خاص و عام توجه کامل کرد (رابرتسون ۱۳۸۸، ۲۱۰-۲۱۷). تاملینسون نیز معتقد است که حرکت به سمت گرایش‌های جهان‌وطنانه، تحت تأثیر رشد سریع رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی منطقه‌زدا است. در واقع، رسانه‌های مذکور با رها کردن پدیده‌های اجتماعی از قید و بندهای مختلف، به ویژه سرزمین و دولت-ملت و عرضه انبوهی از منابع فرهنگی هویت، قابلیت و امکان بی‌پایان هویت‌سازی و تنوع هویتی (از خاص تا عام) را مهیا کرده‌اند (تاملینسون ۱۳۸۷، ۵۵).

به اعتقاد اغلب نظریه‌پردازان این حوزه، فناوری‌های نوین ارتباطی، به‌ویژه اینترنت با فراهم کردن امکانات بی‌سابقه‌ای برای بازتولید کم‌هزینه، پخش یا انتشار همزمان و تمرکززدایی بنیادی، گفت‌وگوی میان فرهنگ‌ها را بیش از پیش تسهیل کرده‌اند. فضای مجازی، بسیار فراخ است و

هر فرد یا گروه، در صورت برخوردار بودن از موقعیت‌ها و ابزارهای لازم، می‌تواند به آن راه یابد. این فضا در واقع نوعی حوزه عمومی است که با مهیا کردن بسترهای مکالمه یا گفت‌وگوی فارغ از زور و اجبار و مبتنی بر توافق عملی، آگاهی از تعدد و تنوع فرهنگی یا وجود فرهنگ‌های گوناگون، نقد و نقدپذیری فرهنگی و همزیستی و آمیزش فرهنگی را افزایش و تقویت می‌کند (گل‌محمدی ۱۳۸۶، ۱۶۸-۱۶۹).

استدلال اصلی مقاله حاضر این است که دانشجویان در مقایسه با گروه‌ها و اقشار فرهنگ‌های مختلف جامعه، از فرصت‌ها و امکانات سخت‌افزاری (دسترسی به رایانه و اینترنت پرسرعت) و نرم‌افزاری (گذراندن واحدهای درسی و دوره‌های تخصصی مرتبط با رایانه و اینترنت، نظیر مهارت‌های هفت‌گانه فناوری اطلاعات (ICDL)، داشتن مهارت‌های زبانی و سواد رسانه‌ای) برای حضور و بهره‌مندی از فرصت‌ها و قابلیت‌های نهفته در فضای مجازی برخوردار هستند. به همین دلیل، برخی صاحب‌نظران از نخبه‌گرایی یا نخبه‌پروری فضای مجازی سخن می‌گویند و معتقدند که فضای مجازی، نوعی فضای متعلق به نخبگان است (Hess 1995, 116). بنابراین، دانشگاه به مثابه یکی از نهادهای اجتماعی مدرن در کنار تربیت فرد متخصص، در ارتقای فرهنگ و تربیت شهروند مشارکت‌جو سهیم است (Delanty 2002, 7). در دانشگاه با مهیا شدن امکانات، ابزارها و انتقال مهارت‌های لازم مرتبط با رایانه و اینترنت، حضور و ورود دانشجویان - به عنوان نمایندگان فکری قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف - در فضای مجازی تسهیل، تسریع و تقویت می‌شود. با دسترسی دانشجویان به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، ضمن افزایش آگاهی از وجود و ماهیت دنیای اجتماعی - فرهنگی دیگر در سطوح ملی و فراملی و تقویت نسبت‌باوری، خاص‌گرایی‌های فرهنگی و قومی در دانشجویان تعدیل می‌گردد و با پذیرش ارزش‌های عام و تقویت درهم‌تنیدگی فرهنگی، عام‌گرایی فرهنگی در سطوح ملی و فراملی در دانشجویان تقویت می‌گردد.

۴. فرضیه‌های پژوهش

۱. بین کاربری اینترنت و هویت قومی دانشجویان، رابطه وجود دارد: با افزایش استفاده دانشجویان از اینترنت، شدت هویت قومی، کاهش می‌یابد.

۲. بین کاربری اینترنت و هویت ملی دانشجویان، رابطه وجود دارد: با افزایش استفاده دانشجویان از اینترنت، هویت ملی دانشجویان تقویت می‌شود.
۳. بین کاربری اینترنت و هویت جهان‌وطنانه رابطه وجود دارد: با افزایش استفاده دانشجویان از اینترنت، هویت جهان‌وطنانه تقویت می‌شود.
۴. بین متغیرهای زمینه‌ای (جنسیت، مقطع تحصیلی و مذهب) و اهمیت یافتن انواع هویت اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

۱. متغیر وابسته

هویت اجتماعی، شناسه آن حوزه و قلمرویی از حیات اجتماعی است که فرد خود را با ضمیر "ما" متعلق و متناسب می‌داند و در برابر آن، احساس تعهد و تکلیف می‌کند (عبداللهی ۱۳۷۷، ۴). موضوع هویت اجتماعی در ادبیات نظری و تجربی، از دیدگاه‌های مختلفی مورد بازخوانی و بررسی قرار گرفته است که با توجه به دامنه اثرگذاری بر سطوح خرد، میانه و کلان واقعیت اجتماعی، سه سطح قومی، ملی و جهان‌وطنی از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. دو مفهوم هویت قومی و قومیت، پیوند تنگاتنگی با هم دارند، حتی در دایره‌المعارف معتبر علوم انسانی - اجتماعی، با عنوان قومیت درباره هویت قومی صحبت شده است. قومیت، فرایندی اجتماعی و روان‌شناختی است که با آن افراد با یک گروه و برخی از جنبه‌های فرهنگ آن گروه، هویت و پیوند می‌یابند. به عبارت دیگر، قومیت نوعی ویژگی و شرایط عضویت گروهی محسوب می‌شود؛ این عضویت گروهی، مبتنی بر آگاهی از تعلق گروهی است. تمایز گروه از گروه‌های دیگر نیز از طریق نشانگرهای نمادین فرهنگی زیستی یا سرزمین و نیز (تصور) وجود گذشته مشترک و منافع مشترک انجام می‌شود (Keyes 1998, 237).

هویت ملی را می‌توان نوعی احساس تعلق به ملتی خاص دانست؛ ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان، تاریخ، فرهنگ و سرزمین معینی دارد (Guibreau 2001, 234). آنتونی اسمت، هویت ملی را بازتولید و بازتفسیر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌هایی می‌داند که عناصر تمایزبخش هر ملتی است. احساس تعلق به یک ملت از طریق همین مجموعه انجام می‌شود. به عبارت دیگر، افراد با اشتراک در این گونه نمادها و نشانه‌ها، با گروهی از انسان‌ها که ملت نام دارند، پیوند می‌یابند و برچسب هویتی به آنها زده می‌شود (Smith 2001, 18).

سومین سطح هویت اجتماعی، هویت جهانی یا جهان‌وطنی است؛ فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، موقعیت را برای ایجاد مرحله‌ای جدید در سازماندهی فضاها و اجتماعی فراهم می‌کنند. با نفوذپذیر شدن فزاینده مرزهای اجتماعی و درهم‌تنیدگی جهانی، فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های گوناگون در فضای فراخ جهانی در تعامل با هم قرار گرفته‌اند که با عیان شدن مسائل مشترک جهانی و گسترش ارزش‌های جهان‌شمول نظیر حقوق بشر، نوعی آگاهی جهانی از وجود و ماهیت دنیاها و اجتماعی - فرهنگی دیگر به وجود آمده و با افزایش نسبیّت‌باوری، موقعیتی جهانی برای تکوین و بسط فرهنگ‌ها و هویت‌ها در سطوح فرامحلی، فراملی و بسط هویت جهان‌وطنی و شهروندی جهانی فراهم شده است (Featherstone 1990, 6؛ نش ۱۳۸۰، ۲۹۰-۲۹۳). از این رو، هویت جهان‌وطنی، به عنوان عام‌ترین هویت اجتماعی فراجمعه‌ای، هویت اجتماعی هم‌نوع است؛ یعنی هویتی که همه افراد انسانی را - صرف‌نظر از هر گونه رنگ قومی، ملی یا منطقه‌ای و فقط به عنوان انسان یا هم‌نوع - به هم مرتبط و در برابر هم مدیون و مکلف می‌کند.

در پژوهش حاضر، با اذعان به ماهیت پیچیده، چندبعدی و کیفی سطوح هویت اجتماعی و با پیروی از پژوهش‌های تجربی (عبداللهی ۱۳۸۱ و ۱۳۸۴، جلیبی ۱۳۷۸، فکوهی ۱۳۸۱، عبداللهی و قادرزاده ۱۳۸۸، جونز و اسمت ۲۰۰۱)، به منظور مقایسه و مشخص کردن دقیق‌تر سلسله‌مراتب هویتی دانشجویان، متغیر هویت اجتماعی در سطوح قومی، ملی و جهانی به طور جداگانه عملیاتی گردید و با طیف پنج‌گزینه‌ای (کاملاً موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف و کاملاً مخالف) مورد سنجش قرار گرفت. برای سنجش هر یک از این سطوح، با توجه به جنبه‌های چهارگانه تاریخی، سرزمینی، فرهنگی و سیاسی، هفده گویه ساخته شد و از گویه‌های مذکور، شاخص هویت اجتماعی با دامنه ۵۱ تا ۲۵۵ به دست آمد. سپس برای محاسبه میانگین شاخص‌های مذکور، دامنه آنها با اعمال ضریب به ۱ تا ۳ برگردانده شد. شایان ذکر است که متغیر هویت اجتماعی در سطوح قومی، ملی و جهان‌وطنی، یک متغیر رتبه‌ای است و ۳ ارزش ضعیف، متوسط و قوی دارد که بر اساس میزان مخالفت یا موافقت پاسخگویان با گویه‌های ذکرشده به دست می‌آید. با توجه به ماهیت پیچیده، چندبعدی و کیفی فضای مجازی، به ویژه بکارگیری اینترنت، در پژوهش حاضر با پیروی از پژوهش‌های تجربی (منتظرانم ۱۳۸۷، ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵، محسنی، دوران و سهرابی ۱۳۸۵، جواهری و باقری ۱۳۸۶، Matthews and Schrum 2003, Morahan and Schumacher 2003) پس از بیان تعریف نظری، مجموعه‌ای از شاخص‌ها و معرف‌های مناسب و مرتبط به هم، در دو جنبه میزان دسترسی به اینترنت و مصرف

(سابقه، نوع و میزان مصرف) عملیاتی و اندازه‌گیری شد. برای سنجش میزان اعتماد یا پایایی متغیرهای وابسته و مستقل به عنوان متغیرهای ترکیبی که با بیش از یک شاخص اندازه‌گیری شده است، از آزمون آلفای کرونباخ و برای ارزیابی میزان اعتبار یا روایی ابزار اندازه‌گیری از روش‌های اعتبار صوری و درونی استفاده شده است. در جدول (۱) نتایج آزمون پایایی متغیرهای وابسته و مستقل پژوهش بیان شده است.

جدول (۱): نتایج آزمون پایایی معرف‌های متغیر وابسته و مستقل

ردیف	متغیر	مؤلفه‌ها	تعداد شاخص‌ها	نتایج آزمون پایایی	
				همبستگی کلی	نتایج آزمون پایایی
۱	هویت قومی	۱-۱. جنبه تاریخی ۲-۱. جنبه فرهنگی ۳-۱. جنبه سرزمینی ۴-۱. جنبه سیاسی	۱۷	۰/۷۸۳	۰/۸۴۷
۲	هویت ملی	۱-۲. جنبه تاریخی ۲-۲. جنبه فرهنگی ۳-۲. جنبه سرزمینی ۴-۲. جنبه سیاسی	۱۷	۰/۷۲۶	۰/۸۳۳
۳	هویت جهانی	۱-۳. جنبه تاریخی ۲-۳. جنبه فرهنگی ۳-۳. جنبه فراسرزمینی ۴-۳. جنبه سیاسی	۱۷	۰/۶۴۷	۰/۷۵۳
۴	بکارگیری اینترنت	۱-۴. میزان دسترسی به اینترنت	۹	۰/۶۸۹	۰/۷۸۹
		۲-۴. میزان و نوع مصرف	۱۷	۰/۷۷۳	۰/۸۵۱

۲. جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر، همه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه کردستان است که در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹ در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل شدند. بدیهی است که در جامعه ما، قشر نخبه و تحصیل‌کرده در مقایسه با سایر اقشار و گروه‌های اجتماعی، دسترسی بیشتری به اینترنت دارند و به لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در دانشگاه‌های دولتی، بسترها و امکان دسترسی به اینترنت و تعامل در فضای مجازی مهیا است. تعداد کل جامعه آماری در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۹، ۵۵۰۶ نفر بوده است. از تعداد فوق، حجم نمونه با

استفاده از فرمول کوکران، ۳۶۱ نفر برآورد گردید و از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی استفاده شد. شایان ذکر است که برای مقابله با نقص پوشش و بی‌جوابی، ۴۰۰ نفر از دانشجویان به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر، از نوع پیمایش است که با استفاده از ابزار پرسشنامه و با مراجعه حضوری به پاسخگو و مصاحبه با وی تکمیل شده است. داده‌های مورد نیاز با استفاده از فنون کمی، مورد تحلیل قرار گرفته است؛ به طوری که پس از توصیف سلسله‌مراتب هویتی دانشجویان، با استفاده از فنون تحلیل چندمتغیری، از جمله تحلیل رگرسیون، سهم متغیرهای مستقل در تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته تعیین شده است.

یافته‌های پژوهش

۱. تحلیل توصیفی

۱-۱- ویژگی‌های جمعیتی پاسخگویان

دانشجویان دانشگاه کردستان، جمعیت نمونه پژوهش حاضر هستند. در نمونه مورد بررسی، ۳۶/۵ درصد دختر و ۶۲/۳ درصد پسر بودند. به لحاظ مقطع تحصیلی، ۵۲ درصد در مقطع کارشناسی و مابقی در مقطع کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل بودند. جمعیت نمونه به لحاظ سن، بین ۱۹-۳۴ سال با میانگین سنی ۲۲ قرار داشت و بیشترین افراد در گروه سنی ۱۹-۲۴ (۵۳/۵ درصد) بودند. به لحاظ مذهب، ۳۹/۵ درصد اهل تسنن و ۵۷/۵ درصد اهل تشیع بودند. به لحاظ قومیت نیز ۵۷/۳ درصد کرد، ۲۱/۳ درصد فارس، ۱۰ درصد ترک، ۶ درصد لر، ۲/۵ درصد لک، ۱/۵ درصد عرب و ۰/۸ درصد بلوچ هستند. دانشجویان مورد بررسی، خاستگاه‌های اجتماعی و محیط‌های خانوادگی متفاوتی داشته‌اند. والدین اکثر دانشجویان، بی‌سواد بودند یا میزان سواد آنها زیر دیپلم و میزان درآمدشان کم بود. فقط تعداد کمی از آنها، از شرایط نسبتاً مناسب‌تری برخوردار بوده‌اند. در مقایسه با میزان سواد والدین، تحول بین‌نسلی در حوزه ارتقای وضعیت تحصیلی و سرمایه فرهنگی دانشجویان مشهود است.

۱-۲- توصیف آماری هویت اجتماعی دانشجویان

در جدول (۲)، نما و میانگین سطوح تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی دانشجویان ملاحظه می‌شود. نتایج به دست آمده، نشان می‌دهند که میزان احساس تعلق، تعهد و وفاداری به شناسه‌های هویت قومی و هویت ملی در میان دانشجویان، جالب توجه است. میانگین هویت قومی و

هویت ملی، به ترتیب معادل ۷۵ و ۷۶ است که بر اساس یک مقیاس صفر تا ۱۰۰، بیش از حد متوسط ارزیابی می‌شود. میانگین مذکور، بیانگر این واقعیت است که اجتماعات قومی و ملی، در صدر تعلق‌ها و ترجیحات هویتی دانشجویان قرار دارد و از منابع اصلی وفاداری، تعهد و انسجام اجتماعی در میان آنان محسوب می‌شود. میانگین شاخص هویت جهانی، معادل ۶۸ است که بر اساس یک مقیاس صفر تا ۱۰۰ در حد متوسط ارزیابی می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت که هویت‌های قومی، ملی و جهانی، اجزای هویت اجتماعی دانشجویان را تشکیل داده‌اند و اکثر دانشجویان به هویت‌های اجتماعی سه‌گانه مذکور گرایش دارند.

جدول (۲): مشخصات دانشجویان در انواع هویت اجتماعی

متغیرها	گزینه‌ها	فراوانی	درصد خالص
هویت ملی	۱- ضعیف	۲۸	۷
	۲- متوسط	۱۷۲	۴۳
	۳- قوی	۲۰۰	۵۰
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	قوی	
	میانگین	۷۵/۸۸	
هویت قومی	۱- ضعیف	۱۹	۴/۸
	۲- متوسط	۱۵۵	۳۸/۸
	۳- قوی	۲۲۶	۵۶/۵
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	قوی	
	میانگین	۷۶/۹۷	
هویت جهانی	۱- ضعیف	۵۳	۱۳/۳
	۲- متوسط	۲۶۲	۶۵/۵
	۳- قوی	۸۵	۱/۳
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	متوسط	
	میانگین	۶۸/۹۴	

۱-۳- توصیف آماری بکارگیری اینترنت

متغیر مستقل اصلی پژوهش حاضر، نوع مصرف و میزان بکارگیری اینترنت در میان دانشجویان است. اطلاعات جدول (۳) نشان می‌دهد که میزان دسترسی به ابزارهای نوین اطلاعاتی و

ارتباطی، نظیر اینترنت در ۹۳/۸ دانشجویان متوسط و بالا است. به لحاظ میزان مصرف، در ۷۰ درصد از دانشجویان مورد بررسی، میزان مصرف کالاهای نوین فرهنگی نظیر اینترنت، متوسط و زیاد است و فقط میزان مصرف ۳۰ درصد از پاسخگویان، کم است. میزان بکارگیری اینترنت در ۲۹/۲ درصد از دانشجویان در حد کم، در ۴۵ درصد در حد متوسط و در ۲۵/۸ درصد از آنان نیز در حد زیاد است.

جدول (۳): مشخصات دانشجویان بر حسب میزان بکارگیری اینترنت

متغیرها	گزینه‌ها	فراوانی	درصد خالص
میزان دسترسی	۱- کم	۲۵	۶/۲
	۲- متوسط	۱۷۹	۴۴/۸
	۳- زیاد	۱۹۶	۴۹
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	زیاد	
میزان مصرف	۱- کم	۱۲۰	۳۰
	۲- متوسط	۱۶۳	۴۰/۷
	۳- زیاد	۱۱۷	۲۹/۳
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	متوسط	
میزان بکارگیری اینترنت	۱- کم	۱۱۷	۲۹/۲
	۲- متوسط	۱۸۰	۴۵
	۳- زیاد	۱۰۳	۲۵/۸
	جمع	۴۰۰	۱۰۰
شاخص مرکزی	نما	متوسط	

۲. تحلیل استنباطی (وارسی فرضیه‌ها)

در این بخش، فرضیه‌های پژوهش با روش‌های آماری تحلیل واریانس، ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون چندمتغیره بررسی و ارزیابی خواهند شد.

۲-۱- تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی بر حسب جنسیت

اطلاعات جدول (۴)، معنادار بودن تفاوت شاخص هویت‌های قومی و ملی را بر حسب جنسیت افراد نمونه نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، میانگین نمره دانشجویان زن و مرد در انواع هویت‌های مذکور با هم تفاوت دارد. به طوری که، میانگین هویت قومی در بین

دانشجویان دختر، کمتر از دانشجویان پسر و میانگین هویت ملی در بین دانشجویان دختر، بیشتر از دانشجویان پسر است. تفاوت‌های مشاهده شده بر اساس آزمون F و سطح معناداری نشان می‌دهند که میان هویت‌های قومی و ملی دانشجویان با جنسیت، رابطه معناداری وجود دارد، در حالی که این رابطه برای هویت جهانی معنادار نیست.

جدول (۴): تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی دانشجویان بر حسب جنسیت

شاخص جنسیت	میانگین شاخص هویت قومی	میانگین شاخص هویت ملی	میانگین شاخص هویت جهانی
زن	۶۲/۴۲	۶۶/۰۲	۵۹/۸۱
مرد	۶۷/۰۴	۶۰/۸۲	۶۰/۰۶
میانگین کل = ۶۵/۷۳ $F = ۲/۳۶۲$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۰۱۹$			
میانگین کل = ۶۳/۴۲ $F = ۴/۷۶۶$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۰۰۰$			
میانگین کل = ۵۹/۹۳ $F = ۰/۲۵۴$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۷۹۹$			

۲-۲- تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی بر حسب مقطع تحصیلی

بر اساس اطلاعات جدول (۵)، میانگین هویت قومی در بین دانشجویان کارشناسی، بیشتر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد است؛ در حالی که میانگین هویت‌های ملی و جهانی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد بیشتر است. تفاوت‌های مشاهده شده بر اساس آزمون F و سطح معناداری نشان می‌دهد که میان انواع هویت اجتماعی و مقطع تحصیلی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۵): تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی دانشجویان بر حسب مقطع تحصیلی

شاخص مقطع تحصیلی	میانگین شاخص هویت قومی	میانگین شاخص هویت ملی	میانگین شاخص هویت جهانی
کارشناسی	۶۲/۳۷	۶۴/۰۹	۶۲/۷۰
کارشناسی ارشد	۵۸/۲۸	۶۷/۸۳	۶۹/۹۷
میانگین کل = ۶۰/۳۲ $F = ۱/۹۵۸$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۰۲$			
میانگین کل = ۶۵/۹۶ $F = ۲/۸۱۴$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۰۰۲$			
میانگین کل = ۶۶/۳۳ $F = ۳/۲۹۷$ $df = ۱$ $Sig = ۰/۰۰۲$			

۲-۳- تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی بر حسب نوع مذهب

نتایج جدول (۶)، بیانگر معنادار بودن تفاوت شاخص هویت‌های قومی و ملی دانشجویان بر حسب نوع مذهب افراد نمونه است؛ به طوری که، میانگین هویت قومی در نزد دانشجویان سنی

مذهب و میانگین هویت ملی در بین دانشجویان شیعه بیشتر است. در حالی که چنین رابطه‌ای برای هویت جهانی معنادار نیست.

جدول (۶): تحلیل واریانس انواع هویت اجتماعی دانشجویان بر حسب نوع مذهب

میانگین شاخص هویت جهانی	میانگین شاخص هویت ملی	میانگین شاخص هویت قومی	شاخص نوع مذهب
۶۰/۶۰	۶۱/۳۸	۶۹/۸۹	اهل سنت
۵۹/۱۰	۶۶/۳۲	۶۲/۶۲	اهل تشیع
میانگین کل = ۵۹/۸۵ F=۱/۵۷۱ df=۱ sig= ۰/۱۱۷	میانگین کل = ۶۳/۸۰ F=۴/۷۲۹ df=۱ Sig=۰/۰۰۰	میانگین کل = ۶۶/۲۵ F=۷/۱۶۰ df=۱ Sig=۰/۰۰۰	

۲-۴- رابطه انواع هویت اجتماعی با بکارگیری اینترنت

بر اساس یافته‌های تجربی حاصل از تحلیل همبستگی در جدول (۷)، میزان همبستگی آماری بین میزان بکارگیری اینترنت و هویت قومی دانشجویان، حدود ۰/۴۹- است که همبستگی منفی را بین دو متغیر نشان می‌دهد. علاوه بر این، با توجه به سطح معناداری مشاهده شده، می‌توان گفت که همبستگی مذکور، معنادار است. به عبارت دیگر، با افزایش بکارگیری اینترنت در نزد دانشجویان، اهمیت هویت قومی در میان آنان کاهش می‌یابد؛ از این رو، می‌توان گفت که فرضیه اول پژوهش حاضر، با احتمال ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۷): ضرایب همبستگی انواع هویت اجتماعی با بکارگیری اینترنت

میزان بکارگیری اینترنت			انواع هویت اجتماعی
سطح معناداری	مقدار کاسکویر	مقدار کندال	
۰/۰۰۰	۸۷/۰۶	-۰/۴۸۸	هویت قومی
۰/۰۰۰	۱۲۳/۰۴	۰/۶۰۱	هویت ملی
۰/۰۰۰	۱۳۱/۳۲	۰/۶۴۲	هویت جهانی

همبستگی بین میزان بکارگیری اینترنت و هویت ملی، ۰/۶۰۱ است که بیانگر وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر است. علاوه بر این، با توجه به P محاسبه شده، می‌توان گفت که همبستگی مذکور، معنادار است؛ بدین معنا که افزایش میزان بکارگیری اینترنت، موجب تقویت هویت ملی می‌شود. همچنین میزان همبستگی آماری بین میزان بکارگیری اینترنت و هویت

جهانی ۰/۶۴۲ است که وجود همبستگی مثبت را بین دو متغیر نشان می‌دهد. همبستگی بین دو متغیر مذکور، به لحاظ آماری معنادار است. بنابراین، فرضیه‌های دوم و سوم مقاله نیز تأیید می‌شود. در نتیجه، متغیر بکارگیری اینترنت با هویت‌های ملی و جهانی همبستگی مثبت و با هویت قومی، همبستگی منفی دارد، ولی بیشترین همبستگی آن با هویت جهانی و کمترین همبستگی آن با هویت قومی است. بدین ترتیب، می‌توان گفت که بکارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی نظیر اینترنت در میان دانشجویان، بیشتر از همه به تقویت هویت‌های جمعی عام در سطوح جهانی و ملی منجر می‌شود. وقتی اجزای تشکیل‌دهنده بکارگیری اینترنت (میزان دسترسی و میزان و نوع مصرف) به طور مجزا با انواع هویت، مورد تحلیل همبستگی قرار گرفتند، مشخص شد که اجزای مختلف میزان بکارگیری اینترنت، همبستگی‌های متفاوتی با انواع هویت دارند. در جدول (۸) نتایج مربوط به تحلیل همبستگی جنبه‌های مختلف بکارگیری اینترنت با انواع هویت بیان شده است. بر اساس داده‌های جدول، بیشترین همبستگی بین میزان و نوع مصرف با هویت جهانی و ملی وجود دارد، ولی همبستگی بین میزان و نوع مصرف با هویت قومی منفی است؛ یعنی با افزایش میزان مصرف اینترنت، اهمیت هویت قومی نزد دانشجویان کاهش می‌یابد. اما میزان دسترسی، الگوی کاملاً متفاوتی را نشان می‌دهد. این جنبه با انواع هویت‌ها همبستگی مثبت دارد؛ با این حال، بیشترین همبستگی را با هویت قومی دارد.

جدول (۸): ضرایب همبستگی بین ابعاد دوگانه بکارگیری اینترنت و انواع هویت

میزان بکارگیری اینترنت						انواع هویت اجتماعی
میزان و نوع مصرف			میزان دسترسی			
سطح معناداری	مقدار کا اسکور	مقدار کندال	سطح معناداری	مقدار کا اسکور	مقدار کندال	
۰/۰۰۲	۵۶/۱۴	-۰/۲۸۴	۰/۰۰۰	۴۱/۲۵	۰/۲۱۳	هویت قومی
۰/۰۰۰	۷۶/۲۴	۰/۴۷۱	۰/۰۰۰	۴۹/۲۶	۰/۲۷۵	هویت ملی
۰/۰۰۰	۹۷/۱۲	۰/۵۷۴	۰/۰۰۰	۳۴/۱۴	۰/۲۱۴	هویت جهانی

۲-۵- تحلیل رگرسیون (ساده) متغیرهای مستقل و وابسته

پس از بررسی روابط بین متغیرهای اصلی پژوهش، اعم از متغیر وابسته و مستقل، اکنون مناسب است که یک تحلیل رگرسیون ساده از رابطه انواع هویت اجتماعی با تک تک متغیرهای مستقل انجام دهیم تا موقعیت برای تحلیل رگرسیون چندمتغیره فراهم شود. تحلیل رگرسیون ساده،

رابطه بین دو متغیر را نشان می‌دهد که یکی متغیر وابسته (Y) و دیگری متغیر مستقل (X) است، و وضعیت کلی آن به شکل $Y=a + bX$ است. عملیات مربوط به تحلیل رگرسیون ساده در جدول (۹) بیان شده است.

جدول (۹): ضرایب تحلیل رگرسیون ساده شاخص انواع هویت اجتماعی دانشجویان

متغیر وابسته	هویت قومی				هویت ملی				هویت جهانی			
	مقدار F	ضریب	مقدار	سطح معناداری	مقدار R Square	ضریب	مقدار	سطح معناداری	مقدار R Square	ضریب	مقدار	سطح معناداری
بکارگیری اینترنت	۲۳۸/۳۲	-۰/۴۸۸	۰/۰۰۰	۰/۲۳۸	۳۱۲/۴۱	۰/۶۰۱	۰/۰۰۰	۰/۳۶۲	۳۴۷/۱۵	۰/۶۴۲	۰/۰۰۱	۰/۴۱۳
مقطع تحصیلی	۲۴۹/۲۶	-۰/۴۹۲	۰/۰۰۰	۰/۲۴۳	۲۸۵/۳۲	۰/۵۳۱	۰/۰۰۲	۰/۲۸۳	۳۸۷/۲۹	۰/۶۳۸	۰/۰۰۲	۰/۴۰۸
مذهب	۲۲۴/۷۱	۰/۴۶۱	۰/۰۰۰	۰/۲۱۳	۲۷۲/۴۳	۰/۵۱۲	۰/۰۰۰	۰/۲۶۳	۱۳۷/۲۴	-	-	-
جنسیت	۱۶۸/۰۹	۰/۳۶۳	۰/۰۱۹	۰/۱۳۲	۱۹۴/۲۱	۰/۳۹۶	۰/۰۰۰	۰/۱۵۷	-	-	-	-

مقایسه داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که قوی‌ترین رابطه معنادار، بین شاخص هویت قومی با شاخص مقطع تحصیلی وجود دارد. همان‌طور که در جدول فوق بیان شده است، بیشترین مقدار F (۲۴۹/۲۶) و بیشترین مقدار ضریب بتا (۰/۴۹۲) مربوط به این متغیر است. مقدار ضریب تعیین با مقدار ۰/۲۴۳ نیز نشان می‌دهد که شاخص مقطع تحصیلی، البته بدون کنترل سایر متغیرها، ۲۴ درصد از تغییرات شاخص هویت قومی دانشجویان را تبیین می‌کند. بنابراین، بر اساس تحلیل رگرسیون ساده، این متغیر بیشترین اثر را بر هویت قومی دانشجویان دارد و فرضیه مورد نظر نیز تأیید می‌شود. در دومین رتبه، قوی‌ترین رابطه معنادار بین شاخص هویت قومی با شاخص بکارگیری اینترنت وجود دارد. مقدار ضریب تعیین (۰/۲۳۸) نیز نشان می‌دهد که شاخص بکارگیری اینترنت، البته بدون کنترل سایر متغیرها، حدود ۲۴ درصد از تغییرات شاخص هویت قومی دانشجویان را تبیین می‌کند. بنابراین، بر اساس تحلیل رگرسیون ساده، متغیر بکارگیری اینترنت، یکی از متغیرهایی است که بیشترین اثر را بر هویت قومی دارد و فرضیه مذکور مجدداً تأیید می‌شود. متغیر مذهب، سومین رتبه را در اثرگذاری بر متغیر وابسته دارد و مانند دو شاخص قبلی، هر دو رابطه در سطح کمتر از یک هزارم معنادار است. ضریب تعیین نشان می‌دهد که شاخص مذهب، البته بدون کنترل کردن سایر متغیرها، ۲۱ درصد از تغییرات شاخص هویت قومی را تبیین می‌کند و فرضیه مطرح شده، از این طریق نیز تأیید

می‌شود. متغیر جنسیت نیز کمترین مقدار ضرایب مطرح شده را دارد. این متغیر بدون کنترل سایر متغیرها، ۱۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و فرضیه مذکور، مجدداً تأیید می‌شود. بر اساس داده‌های جدول (۹)، قوی‌ترین رابطه معنادار بین شاخص هویت‌های ملی و جهانی با شاخص بکارگیری اینترنت وجود دارد. همان‌طور که در جدول فوق بیان شده است، بیشترین مقدار F و ضریب β ، مربوط به این متغیر است. مقدار ضریب تعیین برای هویت‌های ملی و جهانی، به ترتیب $0/362$ و $0/413$ است که نشان می‌دهند شاخص بکارگیری اینترنت، البته بدون کنترل سایر متغیرها، به ترتیب 36 و 41 درصد از تغییرات شاخص هویت‌های ملی و جهانی دانشجویان را تبیین می‌کند. بنابراین، بر اساس تحلیل رگرسیون ساده، این متغیر بیشترین اثر را بر هویت‌های ملی و جهانی دارد و فرضیه مطرح شده درباره رابطه بکارگیری اینترنت با هویت‌های ملی و جهانی دانشجویان، تأیید می‌شود. در دومین رتبه، قوی‌ترین رابطه معنادار بین شاخص هویت‌های ملی و جهانی با شاخص مقطع تحصیلی وجود دارد. مقادیر ضریب تعیین نیز نشان می‌دهند که شاخص مقطع تحصیلی به تنهایی، البته بدون کنترل سایر متغیرها، به ترتیب 28 و 40 درصد از تغییرات هویت‌های ملی و جهانی دانشجویان را تبیین می‌کند و فرضیه مربوط، مجدداً تأیید می‌شود. متغیر مذهب، سومین رتبه را در میزان اثرگذاری بر شاخص هویت ملی دارد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که شاخص مذهب به تنهایی، البته بدون کنترل سایر متغیرها، 26 درصد از تغییرات شاخص هویت ملی را تبیین می‌کند و فرضیه مورد نظر نیز تأیید می‌شود. داده‌های فوق، نمایی سطحی و گذرا را از رابطه متغیر وابسته (انواع هویت اجتماعی) با متغیرهای مستقل این پژوهش نشان می‌دهند که حائز اهمیت است و موقعیت را برای تحلیل رگرسیون چندمتغیره آماده‌تر می‌کند.

۲-۶- رگرسیون چندگانه (گام به گام)

تحلیل رگرسیون چندمتغیره، این امکان را به پژوهشگر می‌دهد تا رابطه یک متغیرهای مستقل را با متغیر وابسته، از طریق کنترل اثر آماری سایر متغیرهای مستقل موجود در رابطه بررسی کند و از اضافه برآورد کردن میزان اثرگذاری متغیرهای مستقل، به دلیل وجود همبستگی بین آنها جلوگیری کند. بر خلاف تحلیل رگرسیون ساده (یک متغیره)، همه متغیرهای مستقل اصلی (چهار متغیر) را یک جا در تحلیل وارد می‌کنیم تا مشخص شود که میزان و نوع اثر این متغیرها بر متغیر وابسته با کنترل کردن اثر سایر متغیرها چگونه است و کدام متغیرها در معادله

وارد می‌شود و کدام متغیرها نمی‌تواند در معادله وارد شود. نتایج مربوط به تحلیل رگرسیون چندمتغیره، در جدول (۱۰) بیان شده است.

جدول (۱۰): رگرسیون گام به گام شاخص انواع هویت اجتماعی دانشجویان

شاخص هویت قومی				متغیرها
مقدار R Square تجمعی	سطح معناداری	مقدار ضریب Beta	مقدار ضریب F	
۰/۱۴۹	۰/۰۰۰	-۰/۳۸۷	۱۸۳/۶	تحصیلات
۰/۲۷۹	۰/۰۰۰	-۰/۳۶۱	۱۶۷/۵	تحصیلات / بکارگیری اینترنت
۰/۳۱	۰/۰۰۰	۰/۱۷۶	۸۹/۲۳	تحصیلات / بکارگیری اینترنت / مذهب
شاخص هویت ملی				متغیرها
مقدار R Square تجمعی	سطح معناداری	مقدار ضریب Beta	مقدار ضریب F	
۰/۲	۰/۰۰۰	۰/۴۵	۲۰۲/۴۵	بکارگیری اینترنت
۰/۳۴	۰/۰۰۲	۰/۳۸	۱۸۱/۹	بکارگیری اینترنت / تحصیلات
۰/۴۱	۰/۰۰۰	۰/۲۶	۹۷/۱۱	بکارگیری اینترنت / تحصیلات / مذهب
شاخص هویت جهانی				متغیرها
مقدار R Square تجمعی	سطح معناداری	مقدار ضریب Beta	مقدار ضریب F	
۰/۳۲	۰/۰۰۰	۰/۵۷	۲۹۸/۵۱	بکارگیری اینترنت
۰/۴۴	۰/۰۰۰	۰/۳۴۶	۱۳۹/۶۷	بکارگیری اینترنت / تحصیلات

بر اساس داده‌های جدول فوق، از بین متغیرهای مستقل در پژوهش حاضر، یکی از متغیرهای مستقلی که بر هویت قومی اثر مستقل زیادی داشته است و بیشترین مقدار از تغییرات آن را تبیین می‌کند، شاخص تحصیلات است. از آنجایی که در این تحلیل، سایر متغیرهای مستقل کنترل شده‌اند، ضریب بتای حاصل را رگرسیون جزئی می‌نامند که ضریبی استاندارد شده است و مقدار آن را با ضریب بتای سایر متغیرها می‌توان مقایسه کرد. مقایسه مقادیر بتای این

جدول با جدول (۹) نشان می‌دهد که با کنترل آماری سایر متغیرهای مستقل، مقدار زیادی از ضریب بتای این متغیر کاهش یافته و از $0/492$ به $0/387$ - رسیده است. با این حال، از میزان معناداری و قدرت تبیین آن کاسته نشده است. با توجه به اینکه ضریب بتای این متغیر، از همه ضرایب بتا بیشتر است، بیشترین اثر را بر هویت قومی داشته است. در عین حال، بار دیگر تحلیل رگرسیون چندمتغیره نیز فرضیه مذکور را تأیید می‌کند.

بکارگیری اینترنت، متغیر مستقل بعدی است که در معادله وارد شده است. ضریب بتای این متغیر، $0/361$ - است و کمتر از متغیر مستقل قبلی، بر هویت قومی تأثیر می‌گذارد. همان طور که در جدول فوق بیان شده است، با کنترل کردن سایر متغیرهای مستقل، از مقدار ضریب F و بتای آن در جدول (۹) کاسته شده و به ترتیب از حدود $238/32$ و $0/488$ - به $167/5$ و $0/361$ - کاهش یافته است. ولی در سطح معناداری آن، تغییری ایجاد نشده است. در صورتی که در جدول قبلی، ضریب تعیین این متغیر $0/238$ بود، در اینجا با اضافه شدن این متغیر به معادله رگرسیون، حدود $0/13$ درصد به ضریب تعیین چندمتغیره افزوده شده و از $0/149$ به $0/279$ رسیده است. به طوری که این دو متغیر، با هم 28 درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی هویت قومی دانشجویان را تبیین می‌کنند. بدین ترتیب، این فرضیه تأیید می‌گردد که «با افزایش بکارگیری اینترنت، از شدت هویت قومی کاسته می‌شود». ملاحظه می‌گردد که به ترتیب، متغیرهای مستقل بعدی به معادله افزوده می‌شود، هم مقدار ضریب بتای آنها و هم قدرت تبیین آنها کمتر شده است. مذهب سومین و آخرین متغیر مستقلی است که در معادله رگرسیون وارد شده است. با اضافه شدن این متغیر به معادله، مقدار ضریب تعیین تجمعی $0/031$ افزایش یافته و به مقدار $0/31$ رسیده است. ملاحظه می‌شود که با کنترل آماری متغیرهای مستقل، سطح معناداری و قدرت تبیین متغیر "جنسیت" در تبیین هویت قومی دانشجویان از بین رفته است و متغیرهای مستقل تحصیلات، بکارگیری اینترنت و مذهب، به ترتیب بیشترین اثر مستقل را بر هویت قومی داشته‌اند و با هم حدود 31 درصد تغییرات هویت قومی را در میان دانشجویان تبیین می‌کنند.

در خصوص ضرایب تحلیل رگرسیون چندمتغیره شاخص هویت ملی دانشجویان باید گفت که از میان متغیرهای مستقل بررسی شده در پژوهش حاضر، یکی از متغیرهای مستقلی که بیشترین مقدار از تغییرات هویت ملی را تبیین می‌کند، شاخص بکارگیری اینترنت است. با

کنترل آماری سایر متغیرهای مستقل، مقدار زیادی از ضریب بتای این متغیر کاسته شده و از ۰/۶۰۱ به ۰/۴۴۷ کاهش یافته است. با این حال، از سطح معناداری و قدرت تبیین آن کاسته نشده است. با توجه به اینکه ضریب بتای این متغیر، از همه ضرایب بتا بیشتر است، بیشترین اثر را نیز بر هویت ملی اعمال کرده است. در عین حال، بار دیگر تحلیل رگرسیون چندمتغیره، فرضیه مربوطه را تأیید می‌کند.

تحصیلات متغیر مستقل بعدی است که در معادله وارد شده است. ضریب بتای این متغیر، ۰/۳۸ است و کمتر از متغیر مستقل قبلی بر هویت ملی تأثیر می‌گذارد. با کنترل سایر متغیرهای مستقل، از مقدار ضریب F و بتای آن در جدول (۹) کاسته شده، ولی در سطح معناداری آن تغییر ایجاد نشده است. در جدول قبلی، ضریب تعیین این متغیر ۰/۲۸۳ بود، در اینجا با اضافه شدن این متغیر به معادله رگرسیون، حدود ۰/۱۴ درصد به ضریب تعیین چندمتغیره افزوده شده و از ۰/۲ به ۰/۳۴ رسیده است. یعنی این دو متغیر با هم ۳۴ درصد از تغییرات هویت ملی دانشجویان را تبیین می‌کنند. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌گردد که «با افزایش استفاده دانشجویان از اینترنت، هویت ملی تقویت می‌شود». مذهب سومین و آخرین متغیر مستقلی است که در معادله رگرسیون وارد شده است. با اضافه شدن این متغیر به معادله، ضریب تعیین تجمعی ۰/۰۷ افزایش یافته و به ۰/۴۱ رسیده است. ملاحظه می‌شود که با کنترل آماری متغیرهای مستقل، سطح معناداری و قدرت تبیین متغیر "جنسیت" در تبیین هویت ملی دانشجویان، از بین رفته است و متغیرهای مستقل بکارگیری اینترنت، تحصیلات و مذهب، به ترتیب بیشترین اثر مستقل را بر هویت ملی دارند و با هم حدود ۴۱ درصد از تغییرات هویت ملی را در میان دانشجویان تبیین می‌کنند.

بر اساس داده‌های جدول فوق، از میان متغیرهای مستقل در پژوهش حاضر، متغیر بکارگیری اینترنت بیشترین مقدار از تغییرات هویت جهانی را تبیین می‌کند. مقایسه مقادیر بتای این متغیر در جدول‌های (۹) و (۱۰) نشان می‌دهد که با کنترل آماری سایر متغیرهای مستقل، مقدار زیادی از ضریب بتای این متغیر کاسته شده و از ۰/۶۴۲ به ۰/۵۷ رسیده است. با این حال، از سطح معناداری و قدرت تبیین آن کاسته نشده است. با توجه به اینکه ضریب بتای این متغیر، از همه ضرایب بتا بیشتر است، بیشترین اثر را نیز بر هویت جهانی داشته است. در عین حال، بار دیگر

تحلیل رگرسیون چندمتغیره این فرضیه را تأیید می‌کند که «با افزایش بکارگیری اینترنت در میان دانشجویان، هویت جهانی تقویت می‌شود».

تحصیلات دومین و آخرین متغیر مستقلی است که در معادله وارد شده است. ضریب بتای این متغیر، $0/346$ است و کمتر از متغیر مستقل قبلی بر هویت جهانی تأثیر می‌گذارد. همان طور که در جدول فوق بیان شده است، با کنترل سایر متغیرهای مستقل، از مقدار ضریب F و بتای آن در جدول (۹) کاسته شده و به ترتیب از حدود $347/15$ و $0/638$ به $139/67$ و $0/346$ رسیده است، ولی در سطح معناداری آن تغییری ایجاد نشده است. در جدول قبلی، ضریب تعیین این متغیر $0/408$ بود، اما در اینجا با اضافه شدن این متغیر به معادله رگرسیون، حدود $0/12$ درصد به ضریب تعیین چندمتغیره افزوده شده و از $0/32$ به $0/44$ رسیده است. یعنی این دو متغیر، با هم 44 درصد از تغییرات هویت جهانی دانشجویان را تبیین می‌کنند. بنابراین، فرضیه مورد نظر مجدداً تأیید می‌شود. بر اساس یافته‌های پژوهش، متغیرهای "مذهب" و "جنسیت" در معادله حذف شدند و متغیرهای مستقل بکارگیری اینترنت و تحصیلات، به ترتیب بیشترین اثر را بر هویت جهانی گذاشتند و با هم حدود 44 درصد از واریانس هویت جهانی را در میان دانشجویان تبیین می‌کنند. در واقع، باید با توجه به سایر دیدگاه‌های نظری، به دنبال متغیرهای دیگری بود که میزان بیشتری از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، با رجوع به دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی مرتبط و استفاده از نتایج آنها برای تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دانشجویان، چارچوب نظری پژوهش تنظیم گردید و در قالب آن، فرضیه‌های اصلی تدوین گردید و مورد آزمون قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهند که هویت‌های ملی، قومی و جهانی، اجزای هویت اجتماعی دانشجویان را تشکیل می‌دهند و اکثر دانشجویان به هویت‌های اجتماعی سه‌گانه مذکور گرایش دارند. با این حال، وقتی دانشجویان به اولویت‌بندی انواع هویت اجتماعی خود می‌پردازند و از آنها خواسته می‌شود تا گرایش خود را به ترتیب اهمیت و اولویت انواع هویت اجتماعی مشخص کنند، دانشجویان تقریباً به یک اندازه جنبه‌های محلی (فروملی) و جامعه‌ای (ملی) هویت اجتماعی را بر جنبه فراملی و برون‌گرا یا جهانی ترجیح می‌دهند. شایان ذکر است که در اذهان و بیش

دانشجویان، هر کدام از این هویت‌ها لزوماً در تقابل با یکدیگر تعریف نشده‌اند و در تعامل با هم و به نحو مکمل، هویت اجتماعی دانشجویان را شکل می‌دهند. این موضوع، بیانگر ماهیت روابط اجتماعی در جامعه معاصر است که با گسترش و تعمیق فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، روابط اجتماعی در سطوح درون جامعه‌ای، جامعه‌ای و فراجامعه‌ای، خصلتی متکثر و پویا یافته و در نتیجه، هویت‌های اجتماعی نیز پیچیده، سیال، متنوع و چندگانه شده‌اند. این هویت‌ها در تعامل با یکدیگر قرار دارند و با توجه به شرایط و موقعیت‌های اجتماعی مختلف، سطحی از هویت اجتماعی، شکل غالب یافته و فرد بر اساس آن، خود را به دیگران معرفی می‌کند و در قبال آن، احساس تعهد و تعلق می‌کند که این وضعیت، به معنی نفی و نادیده گرفتن سایر هویت‌های اجتماعی فرد نیست.

همچنین یافته‌های پژوهش، مؤید این واقعیت است که در قریب به اتفاق دانشجویان، میزان استفاده از اینترنت و دسترسی به آن، متوسط و بالا است. علاوه بر این، مصرف کالاهای نوین فرهنگی در حدود دوسوم از دانشجویان، متوسط و زیاد است. از این رو، میزان استفاده از اینترنت به عنوان برآیندی از میزان دسترسی و مصرف اینترنت، در حدود ۷۰ درصد از دانشجویان، متوسط و در ۲۵/۸ درصد آنها، زیاد است. بنابراین، حدود یک‌سوم دانشجویان را می‌توان کاربر حرفه‌ای محسوب کرد.

براساس یافته‌های پژوهش، متغیر استفاده از اینترنت، تأثیر دوگانه‌ای بر انواع هویت اجتماعی دانشجویان دارد، به طوری که با افزایش دسترسی به اینترنت و استفاده از آن و نیز رشد سابقه و نوع مصرف (داشتن وبلاگ، عضویت در سایت‌ها، چت کردن، دوستابی مجازی، سایت‌های سرگرمی، دریافت اخبار علمی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی، عضویت در اجتماعات مجازی، نشر افکار و عقاید، ارتباط با سایر ملل)، به دلیل تعدیل بینش، و ارتقا و بسط جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی، از شدت خاص‌گرایی‌های محلی کاسته می‌شود و هویت اجتماعی دانشجویان در سطوح ملی و فراملی، بسط و تقویت می‌گردد و همدلی و همراهی با هویت‌های اجتماعی عام نیز افزایش می‌یابد. یافته‌های مذکور، اهمیت دیدگاه‌های نظری معاصر را به ویژه دیدگاه گیدنز، تامپسون، رابرتسون و تاملینسون درباره تأثیر فراوان رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی منطقه‌زدا، به عنوان وجه سخت‌افزاری جهانی‌شدن در بازاندیشی در هویت‌های فردی و اجتماعی و بسط مرزبندی‌های هویتی نشان می‌دهد. از این رو، در نتایج پژوهش شاهد این

واقعیت هستیم که با افزایش استفاده از رسانه‌های نوین ارتباطی، سطوح هویت اجتماعی دانشجویان، مورد جرح و تعدیل قرار می‌گیرد.

یافته‌های پژوهش حاضر، با نتایج پژوهش‌های تجربی ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)، گل محمدی (۱۳۸۶) و جونز و اسمت (۲۰۰۱) درباره بازاندیشی در هویت‌های اجتماعی، ارتقای گفت و گو و آگاهی بین فرهنگی و گذار از هویت‌های محدود به هویت‌های عام سازگار است و با یافته‌های پژوهش حافظ‌نیا و همکاران (۱۳۸۵) درباره اهمیت یافتن نشانه‌های هویت فروملی در فضای مجازی تقابل دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، استفاده از اینترنت، تأثیر تعدیل‌کننده‌ای بر خاص‌گرایی‌های فرهنگی و قومی دارد. ظاهراً تأثیر تعدیل‌کننده اینترنت، تا حدودی ناشی از تأثیرگذاری بافت و محیط دانشگاه، به مثابه یکی از نهادهای اجتماعی مدرن و یکی از کارگزاران محوری جامعه‌پذیری ثانویه بر بینش و تعلق اجتماعی دانشجویان است. در واقع، با ورود افراد به دانشگاه و مهیا شدن بسترها و امکان افزایش آگاهی‌های بین فرهنگی و در نتیجه، تعامل بین فرهنگی در قالب عضویت و حضور دانشجویان در تشکلهای و کانون‌های سیاسی، فرهنگی و علمی، جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی دانشجویان مورد جرح و تعدیل قرار می‌گیرد. علاوه بر این، دایره خودی بسط می‌یابد و به قول کویستو^۱، همبستگی با خودی‌ها به همبستگی با همه تسری می‌یابد و برادری قومی و قبیله‌ای، جای خود را به برادری با همه می‌دهد. بنابراین، محیط دانشگاه طوری است که در آن افرادی از قومیت‌ها و مذاهب مختلف، در محیطی عاری از زر و زور و تزویز، امکان بازاندیشی را در دیدگاه‌ها و دلبستگی‌های اجتماعی یافته و به تمرین هم‌فهمی، هم‌دلی، مدارا و نوع‌دوستی می‌پردازند و با مجهز شدن به مهارت‌های اجتماعی و عملی لازم برای ورود به دنیای واقعی و مجازی، جنبه‌های آسیب‌زای دنیای مجازی نیز تا حدودی کاهش می‌یابد و کنترل می‌شود.

تحلیل واریانس متغیرهای زمینه‌ای با انواع هویت‌های اجتماعی، بیانگر معنادار بودن تفاوت انواع هویت اجتماعی بر حسب متغیرهای زمینه‌ای است. تفاوت‌های مشاهده شده بر اساس آزمون F و سطح معناداری نشان می‌دهد که میان هویت‌های قومی و ملی دانشجویان با جنسیت رابطه معناداری وجود دارد. در حالی که، این رابطه برای هویت جهانی معنادار نیست. وضعیت مذکور، مؤید این واقعیت است که هویت اجتماعی دانشجویان، علاوه بر تأثیرپذیری از شرایط و

بافت اجتماعی، تحت تأثیر دیدگاه‌های زیستی-روانی و روان‌شناختی نیز است و از این رو، جنبه‌های انتسابی و اکتسابی دارد. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر، بیانگر معنادار بودن تفاوت شاخص هویت‌های قومی و ملی دانشجویان، بر حسب نوع مذهب افراد نمونه است. این وضعیت را می‌توان بر اساس مبانی نظری پژوهش حاضر، در قالب پیوند ارگانیک ملیت و دین، به مثابه جنبه محوری هویت ملی، قومی و ماهیت سکولار فرهنگ و هویت جهان‌وطنانه توجیه کرد. همچنین، میانگین هویت قومی در بین دانشجویان کارشناسی، بیشتر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد است؛ در حالی که میانگین هویت‌های ملی و جهانی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد، بیشتر بوده و رشد فراوانی یافته است. تفاوت‌های مشاهده شده بر اساس آزمون F و سطح معناداری نشان می‌دهد که میان انواع هویت اجتماعی و مقطع تحصیلی دانشجویان، رابطه معناداری وجود دارد. وجود این وضعیت، مؤید تأثیر فراوان تحصیلات دانشگاهی و موفقیت نسبی دانشگاه در تقویت همگرایی ملی در بافت چندفرهنگ‌گرای جامعه ایرانی است. یافته مذکور، مؤید یافته پیمایش جونز و اسمت (۲۰۰۱) درباره وجود همبستگی مستقیم بین میزان تحصیلات و مهارت‌های شناختی افراد با بسط و تعمیم هویت اجتماعی است. ریچارد مونچ نیز در کتاب "فهم مدرنیته" بیان کرده است که یکی از امکانات بسیار مهم برای فرد به منظور تقویت هویت عام، دسترسی به فرصت‌های آموزشی است. دسترسی به فرصت‌های آموزشی، برای فرد امکان جهش را در سوگیری‌های ارزشی از خاص به عام مهیا می‌کند؛ همچنین احساس عضویت فرد را در اجتماعی گسترده‌تر تلقین می‌کند و به وی اجازه می‌دهد تا احساس تعلق و تعهد خود را به آن تعمیم دهد و آن را تقویت کند. در سطح کلان نیز رسانه‌ها با ارسال و ترویج پیام خود از طریق گسترش وسایل ارتباط جمعی، به همگن کردن هویت‌های گوناگون می‌پردازند و هویت عام را تقویت می‌کنند (Munch 1988, 125).

یافته‌های تحلیل رگرسیون نیز نشان می‌دهند که با کنترل آماری سایر متغیرهای مستقل، بیشترین ضریب تعیین در میان متغیرهای مستقل و هویت قومی، به متغیر مقطع تحصیلی با $0/149$ و کمترین ضریب تعیین، به متغیر مذهب $0/031$ مربوط است. در مورد هویت ملی نیز بیشترین ضریب تعیین، به متغیر بکارگیری اینترنت $0/2$ و کمترین ضریب تعیین به متغیر مذهب $0/07$ مربوط است. همچنین با کنترل آماری سایر متغیرهای مستقل، بیشترین ضریب تعیین در

میان متغیرهای مستقل و هویت جهانی، به متغیر بکارگیری اینترنت ۰/۳۲ و کمترین ضریب تعیین به متغیر تحصیلات ۰/۱۲ مربوط است.

نتایج پژوهش حاضر، بیانگر تأثیر استفاده از اینترنت به مثابه شاخص اصلی حضور و تجربه فضای مجازی بر هویت اجتماعی در سطوح قومی، ملی و جهان‌وطنانه است؛ به طوری که با ورود افرادی از اقوام مختلف ایرانی به دانشگاه و مهیا شدن بسترها و موقعیت‌های تجربه حضور در فضای مجازی از طریق بکارگیری اینترنت، با در دسترس قرار دادن دیگری‌های متنوع و متعدد دور و نزدیک و فراهم کردن امکان تعامل مجازی و نیز واقعی با آنها، برای دانشجویان اقوام مختلف، امکان شناخت بهتر خود و دیگران فراهم می‌شود. شناختی که دستیابی به آن، بدون تعامل گسترده با دیگری‌های متفاوت بسیار دشوار است. حضور در فضای مجازی به عنوان فضایی متکثر، پذیرش تفاوت‌ها، انطباق با تفاوت‌ها و نسبی‌گرایی را تسهیل و تقویت می‌کند و مقاومت آنها را در برابر دیگری و جهان وی کاهش می‌دهد. بنابراین، فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به‌ویژه اینترنت به مثابه جنبه سخت‌افزاری جهانی شدن، باید فرصتی برای تعدیل خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی، گذار از محلی‌گرایی و تقویت عام‌گرایی در نظر گرفته شود. البته باید توجه کرد که تأثیرها و تغییرات مذکور، با توجه به میزان مصرف، نوع مصرف اینترنت، ساختارهای ذهنی و عینی موجود در جهان واقعی دانشجویان کاربر اینترنت، عوامل متعدد و ناگفته دیگر، به لحاظ کمیت و کیفیت بسیار متفاوت است.

وجود رابطه مستقیم و معنادار عام‌گرایی هویتی در سطح ملی و جهان‌وطنی، با استفاده از اینترنت، بیانگر ناگزیر بودن روند جهانی شدن و نفوذ آن با سرعت شگفت‌آور در همه جنبه‌ها است. از این رو، به جای اتخاذ نگاه سلبی و تهدیدآمیز به فناوری‌ها و رسانه‌های ارتباطی جدید، توصیه می‌شود تا از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های متنوع و بی‌شمار آن، برای تقویت مخرج‌های مشترک هویت‌های مذکور در حوزه ارزش‌های والای انسانی و اخلاقی، به بهترین نحو ممکن استفاده شود.

با توجه به تفاوت‌پذیری میانگین هویت‌های قومی، ملی و جهان‌وطنانه در میان دانشجویان اقوام ایرانی، برگزاری سمینارها، میزگردها، اردوهای سیاحتی، کارگاه‌های علمی و نیز برگزاری جشنواره فرهنگ اقوام در دانشگاه‌ها به منظور آشنایی بیشتر دانشجویان با فرهنگ‌های مختلف ایران زمین و تقویت هر چه بیشتر هویت ملی در کنار هویت‌های اجتماعی دیگر نیز لازم است.

نشریه‌های دانشجویی در زمره رسانه‌های مهم توسعه فرهنگی و اجتماعی در محیط دانشگاه محسوب می‌شود. بنابراین، در وهله اول نشریه‌های دانشجویی را باید به مثابه بستر و فرصتی در نظر گرفت که از طریق آن، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی دانشجویان و نیز تعهد اجتماعی و تعلقات جمعی عام در دانشجویان ارتقا و پرورش یابد. از این رو، ابتنای برنامه‌های معاونت فرهنگی در دانشگاه‌ها در فرایند تقویت فعالیت‌های فرهنگی در قالب کانون‌های فرهنگی، انجمن‌های علمی و نشریه‌های دانشجویی، گامی اساسی برای تعدیل خاص‌گرایی‌های اجتماعی و فرهنگی و تکوین و تقویت زیرساخت‌های معرفتی و فرهنگی لازم برای مواجهه منطقی و عالمانه با فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید و کاهش جنبه‌های آسیب‌زای اجتماعات مجازی است.

منابع

- تامپسون، جان. بی. تا. رسانه‌ها و مدرنیته. ترجمه مسعود اوحدی. ۱۳۸۷. تهران: سروش.
- تاملینسون، جان. بی. تا. جهانی شدن و فرهنگ. ترجمه محسن حکیمی. ۱۳۸۱. تهران: دفتر پژوهش.
- تاملینسون، جان. جهانی شدن و هویت فرهنگی. ترجمه الهام کریمی. ۱۳۸۷. پژوهشنامه هویت (۱۹): ۱۳۹-۱۵۵.
- توسلی، غلامعباس و سیاوش قلی‌پور. ۱۳۸۶. جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک. مجله جامعه‌شناسی ایران ۸ (۳): ۸۱-۱۰۴.
- جواهری، فاطمه و لیلا باقری. ۱۳۸۶. تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم ۱۵ (۵۹-۵۸): ۳۳-۶۶.
- چلبی، مسعود. ۱۳۷۸. هویت قومی و رابطه آن با هویت ملی در ایران. تهران: دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.
- حافظ‌نیا، محمدرضا، کاویانی‌راد، مراد، کریمی پور، یداله، طاهرخانی، مهدی. ۱۳۸۵. تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی. فصلنامه ژئوپلیتیک ۲ (۳-۴): ۱-۲۲.
- دان، رابرت. بی. تا. نقد اجتماعی پست مدرنیته: بحران‌های هویت. ترجمه صالح نجفی. ۱۳۸۱. تهران: شیرازه.
- ذکایی، محمد سعید و فاخره خطیبی. ۱۳۸۴. رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی. فصلنامه علوم اجتماعی ۸ (۳۳): ۱۱۱-۱۵۳.
- رابرتسون، رونالد. بی. تا. جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. ترجمه کمال پیولادی. ۱۳۸۷. تهران: ثالث.
- رابرتسون، رونالد. جهان - محلی شدن: زمان - فضا و همگونی - ناهمگونی. ترجمه مراد فرهادپور. ۱۳۸۸. مجله ارغنون ۶ (۲۴): ۲۱۱-۲۳۸.
- عبداللهی، محمد و محمدعثمان حسین‌بر. ۱۳۸۱. گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران ۴ (۴): ۱۰۱-۱۲۶.

- عبداللهی، محمد و برزو مروت. ۱۳۸۴. هویت جمعی غالب در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهر سنج. *فصلنامه علوم اجتماعی* (۳۲): ۷۷-۱۱۳.
- عبداللهی، محمد و امید قادرزاده. ۱۳۸۸. هویت جمعی غالب کردها در کشورهای ایران و عراق. *نامه علوم اجتماعی* ۱۷ (۳۶): ۱-۲۵.
- فکوهی، ناصر. ۱۳۸۱. شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی. *مجله جامعه‌شناسی ایران* ۴ (۴): ۱۲۷-۱۶۱.
- فکوهی، ناصر. ۱۳۸۸. *همسازي و تعارض در هویت و قومیت*. تهران: گل آذین.
- کاستلز، مانوئل. بی. تا. *عصر اطلاعات، قدرت هویت*. ترجمه حسن چاوشیان. ۱۳۸۰. تهران: طرح نو.
- گل‌محمدی، احمد. ۱۳۸۶. گفت‌وگو در دنیای مجازی (تأثیر فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی بر گفت‌وگوی میان فرهنگ‌ها). *پژوهش علوم سیاسی* (۴): ۱۶۵-۱۷۷.
- گیدنز، آنتونی. بی. تا. *چشم‌اندازهای جهانی*. ترجمه محمدرضا جلالی پور. ۱۳۸۴. تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی. بی. تا. *تجدد و تشخیص*. ترجمه ناصر موفقیان. ۱۳۸۵. تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی. بی. تا. *پیامدهای مدرنیت*. ترجمه محسن ثلاثی. ۱۳۸۷. تهران: مرکز.
- محسنی، منوچهر و بهزاد دوران، سهرابی، محمد هادی. ۱۳۸۵. بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت. *مجله جامعه‌شناسی ایران* ۷ (۴): ۷۲-۹۵.
- منتظر قائم، مهدی. ۱۳۸۷. تأثیر اینترنت بر افزایش سرمایه انسانی و سرمایه ارتباطی اعضای هیئت علمی و دانشجویان مقطع ارشد و دکتری در دانشگاه‌های برگزیده. *فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی* ۱ (۴): ۱۸۵-۲۱۱.
- نش، کی. ات. بی. تا. *جامعه‌شناسی معاصر: جهانی شدن، سیاست، قدرت*. ترجمه محمد تقی دلفروز. ۱۳۸۰. تهران: کویر.

- Deane, J. 2000. *Information, knowledge and development*. <http://www.oneworld.org/panos.html> (accessed feb.12, 2010).
- Delanty, G. 2002. *Challenging Knowledge*. Open University Publications.
- Entessar, N. 1992. *Kurdish Ethnonationalism*. The United States of America: Lynne Rienner Publishers.
- Featherstone, M. 1990. *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Fenton, S. 2004. Beyond Ethnicity: The Global Comparative Analysis of Ethnic Conflict. *International Journal of Comparative Sociology* 45(3-4): 179-194.
- Guibernau, M. 2001. Globalization and Nation-State In Guibernau, M&Hutchinson, j (eds) *Understanding Nationalism*. Cambridge: Polity Press.
- Hess, D. J. 1995. *Science and Technology in a Multicultural World*. New York: Columbia University Press.
- Horboken, V. 2004. Ethnic Communication. In *Social Identities*. Taylor, G & Spencer, S.(eds) 199-218. London: Routledge
- Jenkins, R. 2000. Categorization: Identity, Social Process and Epistemology. *Current Sociology* 48(3): 7-25.

- Jones, F. L. and Smith, P. 2001. Diversity and Commonality in National Identities: An Exploratory Analysis of Cross-National Patterns. *Journal of Sociology* 37(1): 45-63.
- Keyes, C. 1998. Ethnicity. In Wuthnow, R(eds). *The Encyclopedia of Politics and Religion*. London: Routledge.
- Kia, A. 2007. *Professional users cyberspace and identity*. Allameh Tabatabai University: Tehran.
- Kivisto, P. 2002. *Multiculturalism In a Global Society*. USA: Black Publishers Inc.
- Matthews, D, Schrum, I. 2003. High-Speed internet use and academic gratifications in college residence. *The Internet and Higher Education* 6(2): 125-144.
- Morahan-Martin, J, Schumacher, P. 2003. Loneliness and social uses of the internet. *Computers In Human Behaviuor* 19(6): 659-671.
- Munch, R. 1988. *Understanding Modernity*. London: Routledge.
- Saha, T. K. 2009. War on words in cyberspace- Legal constraints and conflicts between rights of privacy and freedom of speech. *Journal of intellectual property Rights* 14 (6): 489-500.
- Sanders, J. M. 2002. Ethnic Boundaries and Identity in Plural Societies. *Annual Review of Sociology* (28): 327-357.
- Smith, A. D. 2001. *Nationalism*. Combridge: Polity.
- Spohn, W. 2003. Multiple modernity. Nationalism and Religion: A Global Perspective. *Current Sociology* 15(3-4): 265-286.
- Tajfel, H. and Turner, J. C. 1986. The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour. Worchel, S. and Austin, W. G. (eds). *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Taylor, G and Spencer, S. 2004. *Social Identities*. London: Routledge.
- Wenjing, X. 2005. Virtual space, real identity: Exploring cultural identity of Chinese Diaspora in virtual community. *Telematics and Informatics* 22(4): 395-404.
- Whittle, David. B. 1997. *Cyberspace: the human dimension*. New York: W. H. Freeman and company.