

تأثیر اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن بر هویت فرهنگی

دانشجویان دانشگاه تهران

اسداله بابایی فرد (استادیار فرهنگ و جامعه‌شناسی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

babaiefardm@gmail.com

چکیده

امروزه از جهانی شدن در بسیاری از حوزه‌های گوناگون علمی بحث شده و گرایش‌های مختلفی نسبت به این پدیده وجود دارد. فرض بنیادی این پژوهش این بوده است که چگونگی اثرگذاری جهانی شدن به زمینه‌های اجتماعی- فرهنگی هر جامعه وابسته است. این پژوهش، با تکیه بر برخی استدلال‌های نظری، به‌ویژه دیدگاه‌های استوارت هال و آنتونی گیدنز و همچنین نتایج داده‌های مصاحبه با دانشجویان دانشگاه تهران، نشان می‌دهد که جهانی شدن به معنای غربی شدن نیست. در این پژوهش، ۳۰ دانشجو از ۱۴ دانشکده دانشگاه تهران به طور تصادفی جهت انجام مصاحبه انتخاب شده‌اند. هدف اساسی این پژوهش بررسی رابطه بین استفاده از اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم جهانی شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران بوده است. به طور کلی، در این پژوهش ملاحظه شد که در حوزه‌های مختلف زندگی برای دانشجویان خانواده و دین جایگاه مهمی دارند. از نظر آن‌ها، تعلق به قومیت و ملیت و گرایش به جهانی شدن منافاتی با هم ندارند. همچنین معتقدند که زنده نگه داشتن نام و یاد شخصیت‌ها و مفاخر ملی به خاطر کارکردهایی که برای جامعه دارد، ضروری است. بیش‌تر آن‌ها معتقدند که نه تنها اینترنت باعث ایجاد اختلال در روابط اجتماعی‌شان نشده است، بلکه توانسته‌اند به طور چشم‌گیری از داده‌های گوناگون اینترنت در حوزه‌های علمی، اجتماعی و فرهنگی استفاده کنند و نهایتاً این که آن‌ها تبادل بین فرهنگی و ارتباطات‌های جهانی را لازمه پویایی، پیشرفت و توسعه هر جامعه به شمار می‌آورند. کلیدواژه‌ها: هویت قومی، هویت ملی، هویت‌سازی خانواده، جهانی شدن، کثرت‌گرایی فرهنگی.

۱. مقدمه (بیان مسأله، اهمیت و ضرورت پژوهش)

جهانی شدن^۱ پدیده‌ای است که در سال‌های اخیر پدیدار شده و بسیاری از حوزه‌های زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. اساساً گستردگی، عمق و نوع اثرگذاری جهانی شدن از گروهی به گروه دیگر و

1 Globalization

از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. پژوهش حاضر که در قالب روش کیفی و به صورت مصاحبه انجام شده است، درصدد بررسی رابطه بین گرایش به جهانی شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران بوده است. بررسی چنین مسأله‌ای به این دلیل دارای اهمیت است که جوانان به‌ویژه دانشجویان، بخش مهمی از جمعیت جامعه ایران را تشکیل می‌دهند و مسلماً نوع رویارویی آن‌ها با واقعیت‌ها و پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی، نقش اساسی در حیات اجتماعی و فرهنگی جامعه خواهد داشت. شاهد چنین داعیه‌ای نقش مهم آن‌ها در تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ایران در دهه‌های اخیر است. همچنین جوانان به خاطر نقش مهم‌شان در عرصه‌های گوناگون حیات اجتماعی، همواره مورد توجه کارگزاران سیاسی بوده‌اند. ارزش‌ها، نگرش‌ها و گرایش‌های جوانان، به‌ویژه جوانان دانشگاهی، نقش اساسی در هدایت جامعه و تعیین مسیر حرکت اقشار اجتماعی گوناگون به‌ویژه توده مردم داشته است؛ به همین دلیل نوع رویارویی آن‌ها با پدیده‌های اجتماعی گوناگون از سوی کارگزاران سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان میزان سنجش آرامش، سلامت و نظم و هم‌بستگی اجتماعی یا عدم آرامش، بیماری و ازهم‌گسیختگی اجتماعی به شمار می‌آمده است. واقعیت جهانی شدن به‌ویژه در جامعه ما کم‌تر به صورت تجربی بررسی شده و بیش‌تر به صورت نظری در این زمینه بحث شده است. در این پژوهش تلاش کرده‌ام با توجه به واقعیت‌ها و تجربه زیسته‌ی دانشجویان، پدیده جهانی شدن و گرایش به آن را بررسی کنم. در این زمینه به‌ویژه تمرکز من بر اینترنت، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارها و مکانیسم‌های جهانی شدن بوده است.

در این پژوهش یافتن پاسخ پرسش‌های زیر مورد نظر بوده است: ۱. هویت‌سازی خانواده دانشجویان در فرآیند جهانی شدن چگونه است؟ ۲. تعلق آن‌ها به دین در این فرآیند چگونه است؟ ۳. آیا در این فرآیند تعلق دانشجویان به ملیت دگرگون می‌شود؟ ۴. جهانی شدن چه تأثیری بر تعلق آن‌ها به هویت و فرهنگ قومی بر جای می‌گذارد؟ ۵. آیا در این فرآیند تعلق دانشجویان به هویت و فرهنگ ملی تغییر پیدا می‌کند؟ ۶. در این فرآیند تعلق آن‌ها به شخصیت‌ها و مفاخر ملی چه وضعیتی پیدا می‌کند؟ ۷. به چه میزان آن‌ها در بهره‌گیری از اینترنت دارای قدرت مدیریت هستند؟ ۸. در فرآیند استفاده از اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن، هویت فرهنگی دانشجویان چه وضعیتی پیدا می‌کند؟

۲. روش پژوهش

این پژوهش به شیوه پژوهش موردی از نوع پژوهش موردی ابزاری^۱ انجام شده است. در این نوع پژوهش، پژوهش‌گر با یک پرسش پژوهشی، معما یا نیاز به درک کلی یک پدیده رو به رو است و فکر

1 Instrumental Case Study

می‌کند که با مطالعه یک مورد خاص می‌تواند درباره آن پرسش پژوهشی به آگاهی بیش‌تری دست یابد. پژوهش موردی، ابزاری است برای دست‌یابی به پاسخ پرسش یا پرسش‌های خاصی که در مورد موضوع یا پدیده‌ای خاص مورد نظر پژوهش‌گر است (استیک، ۱۳۷۹، ص. ۱۸-۱۱). در پژوهش موردی از نمونه‌گیری نظری یا هدف‌مند استفاده می‌شود. در این نوع نمونه‌گیری بزرگی حجم نمونه یا موردها مورد نظر نیست با این حال، باید موردهایی انتخاب شوند که در بسط تئوری و آزمون آن مؤثر و کافی باشند. در این پژوهش نیز پژوهش‌گر تلاش کرده است دانشجویانی را برای مصاحبه انتخاب کند که نمونه‌ای باشند از کاربران حرفه‌ای اینترنت در حوزه دانشگاهی.

در این پژوهش با ۳۰ دانشجو از ۱۴ دانشکده دانشگاه تهران در مقاطع تحصیلی مختلف، مصاحبه شده است. دانشجویان نمونه به صورت تصادفی جهت انجام مصاحبه انتخاب شده‌اند. از آن جا که در انجام مصاحبه، اولاً قاعده خاصی جهت تعیین تعداد نمونه وجود ندارد و ثانیاً پس از رسیدن به نقطه اشباع نظری نیازی به ادامه مصاحبه وجود ندارد، در این پژوهش نیز پژوهش‌گر بنا به تشخیص و سلیقه خود، از هر دانشکده و رشته تحصیلی تعداد خاصی دانشجویان جهت انجام مصاحبه انتخاب کرده است. نکته مهمی که در این جا باید یادآور شوم این است که در مصاحبه‌های انجام شده ملاحظه شد که بخش چشم‌گیری از پاسخ‌های ارائه شده از سوی دانشجویان شباهت زیادی به همدیگر داشتند و این واقعیت به معنای رسیدن به نقطه اشباع نظری بوده است. از این رو، نیازی به ادامه مصاحبه‌ها و افزودن بر تعداد نمونه مصاحبه‌شوندگان نبوده است. انجام این مصاحبه‌ها از اوایل خرداد ماه سال ۱۳۸۷ شروع شده و در اواخر همان سال به پایان رسیده است. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش غالباً از بین دانشجویانی بوده‌اند که در سایت‌های اینترنت دانشکده‌ها مشغول به فعالیت بوده‌اند.

۳. مبانی و چهارچوب نظری پژوهش

امروزه جهانی شدن به‌ویژه به واسطه اینترنت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای جهانی شدن، بسیاری از حوزه‌های زندگی انسان‌ها از جمله علم و تکنولوژی، اقتصاد، سیاست، حقوق و فرهنگ را دگرگون کرده است. دیدگاه‌ها و گرایش‌های مختلف درباره جهانی شدن را می‌توان در قالب سه حوزه بررسی کرد. این حوزه‌ها عبارت‌اند از رویکرد طرفداران جهانی شدن، رویکرد مخالفان جهانی شدن و رویکرد میانه‌رو. در این پژوهش از رویکرد میانه‌رو حمایت شده است. در پاسخ به این پرسش که آیا جهانی شدن به یکسان‌سازی فرهنگی می‌انجامد یا به کثرت‌گرایی فرهنگی؟ پژوهش‌گر با آوردن برخی استدلال‌های نظری و شواهد تجربی از این عقیده دفاع کرده است که جهانی شدن یک پدیده پیچیده و چندبعدی است و

اثرگذاری آن به زمینه‌ها و عوامل اجتماعی - فرهنگی مختلف بستگی دارد. علاوه بر این، افراد، گروه‌ها و جوامع انسانی به خاطر وجود منافع و علایق مختلف به‌سادگی هویت و فرهنگ خود را کنار نمی‌گذارند و همواره با جریان‌های یکسان‌ساز فرهنگی جهانی به مقاومت می‌پردازند. صاحب‌نظران مختلف، جهانی‌شدن را در معانی مختلفی همچون بین‌المللی‌شدن، آزادسازی، جهان‌گستری، غربی‌کردن، متجددکردن جهان، آمریکایی‌شدن، امپریالیسم، قلمروزدایی، دورگه‌شدن فرهنگ‌ها، چندفرهنگی‌شدن جوامع، غیرملمی‌شدن اقتصادها، جهانی‌شدن سرمایه‌داری و یک‌پارچگی فرهنگی به کار برده‌اند (شولت، ۱۳۸۲؛ توسلی، ۱۳۸۵؛ اینگلیس^۱، ۲۰۰۵، ص. ۱۳۶-۱۱۰؛ می^۲، ۲۰۰۳؛ نیلان و فیکسا^۳، ۲۰۰۶). به نظر من بخش مهمی از اختلاف دیدگاه‌ها درباره‌ی جهانی‌شدن ناشی از اختلاف نظرها درباره‌ی تعریف چنین پدیده‌ای به عنوان یک پدیده مثبت یا منفی است. رویکردهای گوناگون درباره‌ی اینترنت را نیز می‌توان در قالب سه رویکرد بررسی کرد.

رویکرد هواداران مطلق اینترنت، رویکرد مخالفان شدید اینترنت و رویکرد طرفداران کاربرد منطقی اینترنت. هواداران مطلق اینترنت معتقدند که اینترنت از طریق امکاناتی که در حوزه اطلاعات و ارتباطات انسانی فراهم می‌آورد، می‌تواند به پدیدارشدن یک آرمان‌شهر انسانی کمک کند. منتقدان اینترنت معتقدند که هواداران مطلق اینترنت اساساً به توزیع جغرافیای نابرابر اینترنت، نقش اینترنت در بروز نابرابری‌های انسانی - اجتماعی و پیامدهای منفی آن بر هویت و فرهنگ جوامع انسانی توجه ندارند. آن‌ها مخالف یکسان‌سازی فرهنگی به واسطه‌ی اینترنت هستند. طرفداران کاربرد منطقی اینترنت خواهان انسانی‌شدن تکنولوژی و مخالف افراط و تفریط در رویارویی با هر نوع فرآورده‌ی انسانی هستند. صاحب‌نظران مختلف معتقدند که زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی کاربران نقش اساسی در اثرپذیری آن‌ها از ابعاد هویتی و فرهنگی اینترنت دارند. به نظر آن‌ها عاملیت انسانی^۴ نقش مهمی در چگونگی استفاده از اینترنت و اثرپذیری از آن دارد (برتون، ۱۳۸۲؛ اسلوین، ۱۳۸۰؛ ریسچیانو، ۱۳۸۵؛ بارکر^۵، ۲۰۰۴؛ بارنی^۶، ۲۰۰۴؛ بنت^۷، ۲۰۰۶؛ رزی^۸، ۲۰۰۴؛ کاواناگ^۹، ۲۰۰۷).

1 David Inglis

2 Christopher May

3 Pam Nilan & Carles Feixa

4 Human Agency

5 Chris Barker

6 Darin Barney

7 Andy Bennett

8 Anthony Rosie

9 Allison Cavanagh

در این پژوهش دیدگاه‌های برخی از صاحب‌نظران جهانی‌شدن به‌ویژه دیدگاه‌های استوارت هال^۱ و آنتونی گیدنز^۲ به‌عنوان چهارچوب نظری پژوهش استفاده شده‌اند. پیچیدگی قرائت و تفسیر پیام‌های رسانه-ای و پیچیدگی عملکرد پدیده جهانی‌شدن با توجه به زمینه‌ها و عوامل اجتماعی گوناگون، در رویکرد هال و شکل‌گیری هویت در دوران مدرن، به‌هم‌پیوستگی پدیده‌های انسانی-اجتماعی جهانی و نقش عاملیت انسانی در تکوین آن‌ها به‌ویژه جهانی‌شدن در رویکرد گیدنز، مبنای نظری این پژوهش هستند. در چنین رویکردهایی پیچیدگی جهانی‌شدن، فرآیند استفاده از اینترنت و اثرگذاری آن‌ها بر هویت فرهنگی افراد و جوامع تأکید شده است (واترز، ۱۳۷۹؛ کوهن و کندی^۳، ۲۰۰۰؛ الیوت و لمرت^۴، ۲۰۰۶؛ هال، ۱۳۸۳الف، ص. ۲۶۲-۲۳۹، هال، ۱۳۸۳ب، ص. ۳۵۲-۳۱۹، هال، ۱۳۸۶، ۱۹۹۶؛ دورینگ، ۱۳۷۸؛ رانتانن^۵، ۲۰۰۶؛ گیدنز، ۱۳۷۷، ۱۳۷۸، ۱۳۷۹، ۱۳۸۲، ۱۳۸۴؛ ادگار و سدویک^۶، ۱۹۹۹؛ نوبل^۷، ۲۰۰۰؛ کیبل و لودر^۸، ۲۰۰۲؛ الیوت و ری^۹، ۲۰۰۲).

۴. پیشینه پژوهش در جهان و ایران

در مورد آثار منفی اینترنت گفته شده است که اینترنت باعث انزوای اجتماعی کاربران می‌شود. از جمله، نتایج یک پژوهش در پیتزبورگ ایالات متحده که روی ۲۵۶ نفر در طی دو سال انجام شد، نشان داد که استفاده از اینترنت حلقه روابط اجتماعی دور و نزدیک را کاهش داده، گوشه‌گیری و در نتیجه افسردگی، را افزایش می‌دهد (برتون، ۱۳۸۲، ص. ۱۶۵-۱۶۴). در حالی که برخی پژوهش‌ها نتایج دیگری را نشان می‌دهند. مثلاً در یک نظرسنجی ۷۰ درصد پاسخ‌گویان مخالف این عقیده بوده‌اند که اینترنت تهدیدی برای روابط سنتی باشد (سولر، به نقل از گنجی، ۱۳۸۵، ص. ۱۵). تحقیقات نشان می‌دهند که گروه‌های خاصی از کاربران که دارای علایق مشترکی هستند، به جای منزوی شدن به ارتباط‌های جمعی گسترده با همدیگر می‌پردازند. از مهم‌ترین کارکردهای اینترنت برای این گروه از افراد، گردهم‌آیی مجازی است و نتیجه آن نیز ایجاد هم‌بستگی اجتماعی و تشکیل هویت جمعی جدید است (کوکز، ۱۳۸۵، ص. ۶۵-۴۳۵). نتایج یک پژوهش دیگر که در سال ۲۰۰۰ انجام گرفته است، نشان می‌دهد که اینترنت برای

1 Stuart Hall

2 Anthony Giddens

3 Robin Cohen & Paul Kennedy

4 Anthony Elliott & Charles Lemert

5 Terhi Rantanen

6 Andrew Edgar & Peter Sedgwick

7 Trevor Noble

8 Leigh Keeble & Brian D. Loader

9 Anthony Elliott & Larry Ray

زنان یکی از ابزارهای ایجاد ارتباط و تماس‌های بیش‌تر با شبکه‌هایی همچون دوستان و خانواده‌شان بوده است (بیگز، به نقل از گنجی، ۱۳۸۵، ص. ۱۴). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که اینترنت برای افراد برون‌گرا دست‌آوردهای خوبی همچون بهبود وضعیت مشارکت در جامعه، بالا بردن عزت نفس، کاهش تنهایی، فراهم می‌کند، اما برای افراد درون‌گرا می‌تواند پیامدهای منفی داشته باشد (دوران، ۱۳۸۱، ص. ۱۱۸-۱۱۷). پژوهش باکارجیوا نیز نشان می‌دهد که کاربران اینترنت به واسطه استفاده از اینترنت به زندگی هر روزه و جهان زندگی خود شکل داده و بر موانع و محدودیت‌های نظام‌های مادی و غیر مادی پیرامونی خود غلبه می‌کنند (باکارجیوا، ۲۰۰۵).

پژوهش‌های موجود نشان می‌دهند که استفاده از اینترنت در ایران رو به گسترش است. مثلاً، گروه‌های قومی گوناگون از طریق اینترنت جهت اطلاع‌رسانی، حفظ و تقویت هویت خود و همچنین معرفی هویت و فرهنگ خود به دیگران استفاده می‌کنند (عیاری، ۱۳۸۴). نتایج یک پژوهش دیگر نشان می‌دهد که بین کاربران اینترنت و والدین آن‌ها - که از اینترنت استفاده نمی‌کنند - اختلاف ارزش‌ها وجود دارد. این اختلاف در زمینه‌هایی همچون ازدواج و سن مناسب ازدواج، چندهمسری، روابط دختر و پسر قبل از ازدواج، همسرگزینی از دایره خویشاوندی و چگونگی گذران اوقات فراغت بوده است (بوربور حسین‌بیگی، ۱۳۸۳). همچنین، اینترنت فضایی است که در آن افراد می‌توانند با پنهان نگاه داشتن هویت خود، آزادانه به بحث و جدل‌های دینی بپردازند (تاریوردی، ۱۳۸۳). با توجه به نتایج یک پژوهش دیگر، اینترنت به مثابه یک فضای شهری است که کاربران می‌توانند در آن آزادانه به طرح دیدگاه‌ها، افکار و علایق خود بپردازند (میردامادی، ۱۳۸۰). نتایج یک پژوهش در ایران نشان می‌دهد که هویت زنانه در تبلیغات اینترنتی هم تحت تأثیر دنیای واقعی است و هم با آن تفاوت‌هایی دارد. بسیاری از ویژگی‌های هویتی بازنمایی شده برای زنان یا مردان با عناصر هویتی کاربران در فرهنگ‌های گوناگون تفاوت دارد. این امر که بازتاب حذف جغرافیای محلی و حتی ملی در عرصه اینترنتی است، از یک سو می‌تواند منجر به افزایش تشابهات و همگنی هویت جنسیتی کاربران در جوامع و فرهنگ‌های گوناگون شود و از سوی دیگر، می‌تواند با ایجاد آگاهی بیش‌تر در کاربران نسبت به هویت جنسیتی ملی و محلی خویش و وجوه افتراق آن با سایر هویت‌های جنسیتی، به تقویت باورهای ملی و محلی و در نتیجه، افزایش وجوه افتراق هویتی منجر شود (فرسلون، ۱۳۸۴، صص. ۹۶-۹۴). نتایج یک پژوهش دیگر نشان می‌دهد که به موازات افزایش سن و تحصیلات پاسخ‌گویان، میزان تمایل به بهره‌گیری از الگوی اطلاعاتی اینترنت افزایش می‌-

یابد. در عوض، افراد گروه‌های سنی و تحصیلی پایین‌تر بیش‌تر تمایل دارند که از الگوی ارتباطی اینترنت استفاده کنند (گنجی، ۱۳۸۵، صص. ۱۴۸-۱۴۶).

نتایج یک پژوهش دیگر که درباره تأثیر استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان انجام شده است نشان‌دهنده وجود رابطه بین نوع استفاده از اینترنت و نوع گرایش دینی است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه قم و دانشگاه آزاد اسلامی قم بوده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که تفاوت معناداری بین کاربران و غیرکاربران از نظر شدت اعتقادات دینی، میزان مراعات ظاهر شرعی و مشارکت در امور دینی وجود دارد. همچنین انواع استفاده از اینترنت دارای رابطه معنادار با مقیاس کلی دین‌داری و برخی از ابعاد دین‌داری (عبادات و احکام دینی) و نیز نشانه‌های دین‌داری بوده است. این پژوهش نشان می‌دهد که استفاده اطلاعاتی از اینترنت دارای رابطه مثبت با دین‌داری است، اما رابطه استفاده‌های تفریحی و ارتباطی از اینترنت با میزان التزام به ابعاد و نشانه‌های دین‌داری منفی بوده است (کرم‌اللهی، ۱۳۸۷). به طور کلی، پژوهش‌های انجام شده در ایران درباره اینترنت بیش‌تر به موضوعاتی همچون الگوی استفاده از اینترنت در بین دانش‌آموزان و دانشجویان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، الگو، میزان استفاده و رضایت اقرار تحصیل‌کرده جامعه از اینترنت، استفاده از اینترنت و رابطه آن با ارزش‌های سیاسی و زمینه‌های فرهنگی کاربران و دلایل روی آوردن آن‌ها به این رسانه ارتباطی جدید، پرداخته‌اند و توجه چندانی به مسأله تکوین هویت فرهنگی در فضای مجازی اینترنت نداشته‌اند.

۵. تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته‌های پژوهش

۵.۱. مشخصات عمومی پاسخ‌گویان

به طور کلی، از ۳۰ دانشجوی انتخاب شده، ۲۱ دانشجوی مرد و ۹ دانشجوی زن بوده‌اند. از نظر مقطع تحصیلی، ۹ نفر از دانشجویان در مقطع کارشناسی، ۱۴ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۷ نفر در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بوده‌اند.

جدول ۱- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب جنسیت و تعداد نمونه در مقاطع تحصیلی مختلف

جنسیت و مقطع تحصیلی دانشکده	تعداد نمونه	مرد	زن	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
اقتصاد	۱	۱	-	-	۱	-
هنرهای زیبا	۱	۱	-	-	۱	-
زبان‌های خارجی	۱	۱	-	-	۱	-
ادبیات و علوم انسانی	۲	۱	۱	۱	۱	-
روانشناسی و علوم تربیتی	۳	۲	۱	۲	۱	-

ادامه جدول ۱

جنسیت و مقطع تحصیلی	تعداد نمونه	مرد	زن	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
علوم اجتماعی	۴	۲	۲	۱	۲	۱
فنی و مهندسی	۶	۴	۲	۱	۳	۲
حقوق و علوم سیاسی	۵	۳	۲	۴	-	۱
تربیت بدنی و علوم ورزشی	۱	۱	-	-	۱	-
الهیات و معارف اسلامی	۱	۱	-	-	-	۱
مدیریت	۲	۲	-	-	۲	-
مطالعات جهان	۱	-	۱	-	۱	-
دام پزشکی	۱	۱	-	-	-	۱
علوم پایه	۱	۱	-	-	-	۱
جمع	۳۰	۲۱	۹	۹	۱۴	۷

به لحاظ زبانی و قومیت، ۲۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان فارس، ۵ نفر ترک، ۲ نفر گیلگ، ۲ نفر لر و ۱ نفر لک هستند. از نظر مذهبی، همه دانشجویان مصاحبه‌شونده مسلمان و اهل تشیع بوده‌اند. به لحاظ جغرافیایی، مصاحبه‌شوندگان از استان‌های تهران (۹ نفر)، فارس (۴ نفر)، اصفهان، خراسان، کرمانشاه، همدان (هر کدام ۲ نفر)، گیلان، مازندران، سمنان، آذربایجان غربی، زنجان، لرستان، خوزستان، بوشهر و یزد (هر کدام ۱ نفر) بوده‌اند. از نظر پایگاه اقتصادی-اجتماعی، ۵ نفر از آن‌ها به سطح بالا، ۱۹ نفر به سطح متوسط و ۶ نفر به سطح پایین تعلق دارند. مدت زمان استفاده هفتگی دانشجویان از اینترنت نیز از ۲ ساعت تا ۳۰ ساعت در نوسان بوده است. بیش‌تر آن‌ها از ایمیل برای انجام فعالیت‌های علمی و پژوهشی و ارتباطات دوستانه استفاده می‌کنند. آن‌ها از ایمیل برای ارتباط با دوستان و استادان خود در زمینه‌های علمی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، سیاسی و غیره استفاده می‌کنند. در مواردی نیز آن‌ها موضوعات سرگرم‌کننده برای همدیگر ارسال می‌کنند. دانشجویان این پژوهش غالباً یا چت نمی‌کنند و یا این که بسیار کم از این قابلیت اینترنت استفاده می‌کنند.

جدول ۲- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب جنسیت، زبان، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی و دیگر مشخصات عمومی آن‌ها

متغیرها دانشجو	جنسیت	زبان	محل سکونت (استان)	رشته تحصیلی	مقطع تحصیلی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	استفاده هفتگی از اینترنت (ساعت)
۱	مرد	فارس	فارس	مهندسی مکانیک، گرایش طراحی کاربردی	کارشناسی ارشد	متوسط	۷
۲	مرد	فارس	خراسان	دام پزشکی	دکتری	متوسط	۱۰

ادامه جدول ۲

متغیرها دانشجوی	جنسیت	زبان	محل سکونت (استان)	رشته تحصیلی	مقطع تحصیلی	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	استفاده هفتگی از اینترنت (ساعت)
۳	مرد	ترک	زنجان	علوم سیاسی، گرایش اندیشه سیاسی	دکتری	متوسط	۸
۴	مرد	فارس	فارس	مدیریت بازرگانی	کارشناسی ارشد	بالا	۷
۵	مرد	فارس	تهران	مهندسی برق، گرایش قدرت	کارشناسی ارشد	متوسط	۸
۶	زن	فارس	تهران	مهندسی برق، گرایش الکترونیک	کارشناسی	بالا	۱۴
۷	مرد	لک	کرمانشاه	جامعه‌شناسی نظری فرهنگی	دکتری	متوسط	۴
۸	زن	فارس	کرمانشاه	مطالعات فرهنگی و رسانه	کارشناسی ارشد	متوسط	۱۵
۹	مرد	فارس	فارس	جمعیت‌شناسی	کارشناسی ارشد	متوسط	۷
۱۰	مرد	گیلکی	گیلان	معماری، گرایش مرمت شهری	کارشناسی ارشد	متوسط	۷
۱۱	مرد	فارس	تهران	مدیریت بازرگانی، گرایش مالی	کارشناسی ارشد	پایین	۳۰
۱۲	مرد	لر	لرستان	زبان انگلیسی	کارشناسی ارشد	متوسط	۲۰
۱۳	زن	فارس	تهران	مهندسی مکانیک، گرایش تبدیل انرژی	کارشناسی ارشد	بالا	۱۴
۱۴	مرد	فارس	بوشهر	شیمی، گرایش نفت	دکتری	پایین	۳۰
۱۵	مرد	فارس	تهران	بیوشیمی	دکتری	پایین	۱۰
۲۴	زن	فارس	تهران	کتابداری و اطلاع‌رسانی	کارشناسی	متوسط	۶
۲۵	مرد	گیلکی	مازندران	روان‌شناسی	کارشناسی	متوسط	۳۰
۲۶	مرد	ترک	همدان	تاریخ، گرایش اسناد و مدارک آرشیوی	کارشناسی ارشد	پایین	۷
۲۷	زن	فارس	اصفهان	علوم ارتباطات اجتماعی	کارشناسی	بالا	۲۵
۲۸	زن	فارس	سمنان	علوم سیاسی	کارشناسی	متوسط	۶
۲۹	مرد	فارس	یزد	حقوق قضایی	کارشناسی	متوسط	۲
۳۰	مرد	ترک	آذربایجان غربی	کتابداری و اطلاع‌رسانی	کارشناسی ارشد	متوسط	۱۴

برخی از مصاحبه‌شوندگان این پژوهش، از وبلاگ شخصی خود برای بیان دغدغه‌های اجتماعی و فرهنگی و نقد برخی دیدگاه‌های نادرست در بین برخی از وبلاگ‌نویسان ایرانی استفاده می‌کنند. برخی از

آن‌ها برای ارایه مطالب درسی در وبلاگ شخصی و ارتباط با دانشجویان خود استفاده می‌کنند، برخی نیز از وبلاگ برای بیان موضوعات تخصصی مربوط به رشته علمی‌شان استفاده می‌کنند و نهایتاً برخی از آن‌ها برای آشنایی با دیگران و برقراری ارتباط با آن‌ها مشخصات فردی‌شان را در وبلاگ شخصی‌شان درج می‌کنند. نتایج این پژوهش نشان داد که بخش مهمی از دانشجویان از اینترنت برای کسب اطلاعات علمی و برطرف کردن نیازهای علمی‌شان استفاده می‌کنند.

جدول ۳- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب استفاده از امکانات مختلف اینترنت

موارد دانشجوی	ایمیل	چت	وبلاگ‌نویسی	سایت‌های علمی	سایت‌های فرهنگی	سایت‌های سیاسی	سایت‌های سرگرمی
۱	اطلاعات جدید	اصلاً	ندارد	موضوعات تخصصی	زیاد: اطلاعات و اخبار سینمایی	کم	اصلاً
۲	علمی و فرهنگی	تا حدودی	دیدگاه‌های متفکران مشهور	گرفتن نرم‌افزارهای تخصصی و عمومی	موسیقی و فیلم‌های مستند به زبان اصلی، موضوعات گوناگون اجتماعی و فرهنگی	تا حدودی	اصلاً
۳	علمی و ارتباط‌های دوستانه	اصلاً	ندارد	علمی و دانشگاهی	زیاد	خیلی زیاد	اصلاً
۴	علمی و ارتباط‌های دوستانه	خیلی کم	ندارد	خیلی زیاد	بیش تر موسیقی	اصلاً	اصلاً
۵	علمی و ارتباط‌های دوستانه	اصلاً	مسائل محیط زیست، موسیقی، عکس ...	خیلی زیاد	بیش تر موسیقی	اطلاعات و اخبار سیاسی	اصلاً
۶	علمی و ارتباط‌های دوستانه	اصلاً	موضوعات شخصی و مسائل اجتماعی	خیلی زیاد: موضوعات تخصصی	اصلاً	اصلاً	کم
۷	بیش تر علمی	اصلاً	بیش تر وبلاگ‌های دیگران را می‌خواند.	تا حدودی	فیلم‌های هالیوود، مسائل جوانان و موضوعات قومی: بیش تر در سایت لکستان	زیاد	اصلاً
۸	هنری، سرگرمی	ارتباط با دوستان	بیش تر موضوعات علمی و درسی	خیلی زیاد	فیلم‌های سینمایی، موسیقی، متن سخنرانی‌های برخی روشن‌فکران دینی.	سایت قطار و سفیر لینک	خیلی کم
۹	خبرگزاری‌ها، علمی، ادبی و هنری	خیلی کم	بیش تر اهل شعر بوده و دارای مجموعه شعر است.	سایت‌های علوم اجتماعی و فلسفه	محصولات فرهنگی، همچون فیلم و موسیقی، را غالباً از بیرون تهیه می‌کند.	بی. بی. سی، روز آنلاین	اصلاً
۱۰	علمی، تخصصی، فرهنگی	اصلاً	ندارد	موضوعات تخصصی	موضوعات ادبی و هنری: سینما و تئاتر	گرفتن اخبار	اصلاً
۱۱	علمی و حرفه‌ای	با همکاران	ندارد	تا حدودی	خیلی کم	تا حدودی	طالع‌بینی ...

ادامه جدول ۳

مورد دانشجو	ایمیل	چت	وبلاگ نویسی	سایت های علمی	سایت های فرهنگی	سایت های سیاسی	سایت های سرگرمی
۱۲	علمی و ارتباط- های دوستانه	خیلی کم	دارد	موضوعات تخصصی	فیلم و موسیقی؛ سستی ایرانی؛ شجریان ...	کم	اصلاً
۱۳	علمی و ارتباط- های دوستانه	اصلاً	ندارد	گرفتن مطالب علمی	شعر، موسیقی سستی و پاپ: شجریان، کریس دی برگ، یانی ...	در حد کسب اطلاعات سیاسی	فال، آشپزی ...
۱۴	کارهای پژوهشی و دانشگاهی	اگر کسی آنلاین شود.	ندارد	دارای ده مقاله‌ی تخصصی در اینترنت.	اخبار و اطلاعات فرهنگی و هنری	اصلاً	اصلاً
۱۵	علمی و ارتباط- های دوستانه	خیلی کم	ندارد	موضوعات تخصصی	کم	تا حدودی	اصلاً
۱۶	اجتماعی، سیاسی و فرهنگی	اصلاً	ندارد	گرفتن مقاله و کتاب	هنرمندان سینما، این- های خاص فرقه‌های دینی گوناگون، اماکن مذهبی و تاریخی	مرور روزنامه‌ها	اصلاً
۱۷	علمی و ارتباط- های دوستانه	کم	دغدغه‌های اجتماعی و فرهنگی	خیلی زیاد: موضوعات تخصصی	فیلم و موسیقی، مطالب مربوط به فمینیسم، آثار منیر و روانی‌پور و عباس معروفی ...	تا حدودی	مطالب جالب و اجتماعی
۱۸	علمی و ارتباط- های دوستانه	خیلی کم	ارایه مطالب درسی	فکری و عقیدتی	هنر و سینما	مرور روزنامه‌ها	خیلی کم
۱۹	علمی، دوستانه، ادبی	خیلی کم	ندارد	ورزشی، بدن‌سازی ...	سایت‌های خواننده‌ها، بازیگران ...	اصلاً	اصلاً
۲۰	علمی و ارتباط- های دوستانه	اصلاً	نوشتن مطالب اقتصادی: در مورد مکتب نهادگرایی	موضوعات تخصصی	محصولات فرهنگی را غالباً از بیرون تهیه می- کند.	اقتصادی و سیاسی	اصلاً
۲۱	علمی، دوستانه، خانوادگی	اعضای خانواده	بیش تر ادبی و مربوط به رشته‌ی تخصصی‌اش	مطالب مربوط به رشته‌ی تخصصی	هنری، ادبی و سینمایی	مرور روزنامه‌ها	کم
۲۲	اخبار و اطلاعات سیاسی	اصلاً	ندارد	موضوعات تخصصی	موسیقی، فیلم، اشعار شاعران معاصر ایرانی	ایسنا، بازتاب	کم
۲۳	ارتباط‌های دوستانه	خیلی کم	ندارد	موضوعات تخصصی	زیاد	زیاد	تا حدودی
۲۴	ارتباط‌های دوستانه	افراد جدید	کم	موضوعات تخصصی	سایت‌های بازیگران و هنرمندان	خیلی کم	طنز
۲۵	علمی و ارتباط- های دوستانه	اساتید و همکاران	دارای وبلاگ شخصی و عضو وبلاگ‌های گروهی متعدد	مطالب مربوط به رشته‌ی تخصصی	تا حدودی	کم	کم
۲۶	ارتباط با دوستان و ارسال اخبار و اطلاعات	کم: افراد ناشناس	مدیر وبلاگ دانشجویی در زمینه تاریخ	عکس‌های تاریخی، دائرةالمعارف‌ها ...	موزه‌ها، اماکن تاریخی ایران، موسیقی سستی ایرانی	تا حدودی	اصلاً
۲۷	علمی و ارتباط- های دوستانه	اصلاً	بیش تر خواندن وبلاگ‌ها	موضوعات تخصصی	کم	اصلاً	فال ...

ادامه جدول ۳

موارد دانشجو	ایمیل	چت	وبلاگ‌نویسی	سایت‌های علمی	سایت‌های فرهنگی	سایت‌های سیاسی	سایت‌های سرگرمی
۲۸	ارتباط با اساتید	اصلاً	بیش‌تر خواندن وبلاگ‌ها	مقالات علمی	کم	زیاد	تا حدودی
۲۹	علمی و ارتباط- های دوستانه	خیلی کم	ندارد	سایت‌های سازمان ملل و قوه قضائیه	موسیقی‌های قدیمی ایرانی	روزنامه‌های ایران، تابناک ...	اصلاً
۳۰	علمی و ارتباط- های دوستانه	ارتباط با دوستان	درج مشخصات فردی جهت آشنایی و ارتباط با دیگران	موضوعات تخصصی	موسیقی ایرانی و خارجی	مرور ایمیل- های سیاسی	طنز، حوادث، طبیعت

مصاحبه‌شوندگان این پژوهش غالباً از سایت‌های فرهنگی موضوعات گوناگونی همچون انواع موسیقی، از قبیل موسیقی سنتی و موسیقی پاپ ایرانی، موسیقی کلاسیک و موسیقی پاپ غربی، موسیقی برخی کشورهای آسیایی همچون ژاپن و چین، شعر کلاسیک و نو ایرانی و غیرایرانی، فیلم‌های قدیمی و جدید ایرانی و غیرایرانی، اطلاعات و اخبار سینمایی، زندگی، آثار و خاطرات هنرمندان سینما و خواننده‌ها، آیین-های خاص فرقه‌های دینی گوناگون، موزه‌ها و اماکن مذهبی و تاریخی ایرانی و غیرایرانی، موضوعات فمینیستی و فعالیت‌های مربوط به برابری حقوق زن و مرد در کشورهای مختلف جهان، موضوعات فرهنگی مربوط به برخی اقشار اجتماعی، همچون جوانان و اقوام، موضوعات دینی، اعتقادی و ایدئولوژیک و مقاله‌ها و سخنرانی‌های متفکران و روشن‌فکران دینی را دانلود می‌کنند یا به صورت آنلاین استفاده می‌کنند. برخی از دانشجویان اصلاً وارد سایت‌های سیاسی نمی‌شوند، برخی دیگر از این سایت‌ها کم و تا حدودی استفاده می‌کنند و برخی دیگر که از چنین سایت‌هایی استفاده می‌کنند غالباً در راستای رشته تخصصی‌شان است. بخش چشم‌گیری از دانشجویان اصلاً از سایت‌های سرگرمی استفاده نمی‌کنند یا بسیار کم از چنین سایت‌هایی استفاده می‌کنند. دانشجویان غالباً از ایمیل، وبلاگ‌نویسی، سایت‌های علمی و سایت‌های فرهنگی بیش‌تر از امکاناتی همچون چت، سایت‌های سیاسی و سایت‌های سرگرمی استفاده می‌کنند.

جدول ۴- توزیع پاسخ‌گویان بر حسب میزان استفاده از رسانه‌های خارجی

رسانه کد دانشجو	تلویزیون ماهواره‌ای	رادیوهای خارجی	کتاب‌های خارجی	روزنامه‌های خارجی	مجلات خارجی
۱	کم	کم	کم	کم	کم
۲	اصلاً	کم	زیاد	تا حدودی	زیاد
۳	اصلاً	اصلاً	خیلی زیاد	خیلی زیاد	بیش‌تر از اینترنت

ادامه جدول ۴

مجلات خارجی	روزنامه‌های خارجی	کتاب‌های خارجی	رادیوهای خارجی	تلویزیون ماهواره‌ای	رسانه کد دانشجویی
اصلاً	اصلاً	کتاب‌های مربوط به موفقیت در مدیریت	اصلاً	کم	۴
اصلاً	اصلاً	رمان، ادبیات، سیاسی	کم	اصلاً	۵
اصلاً	اصلاً	تا حدودی	اصلاً	خیلی کم	۶
تاحدودی	اصلاً	بیش‌تر جامعه‌شناختی و رمان	VOA	خیلی کم	۷
خیلی زیاد	اصلاً	اصلاً	خیلی کم	اصلاً	۸
اصلاً	اصلاً	کتاب‌های مربوط به جامعه‌شناسی	BBC و رادیو فردا	CNN, VOA	۹
مجلات تخصصی	اصلاً	خیلی کم	اصلاً	VOA, CNN, BBC	۱۰
خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم	Channel 1, VOA	۱۱
Science	Daily News	تا حدودی	VOA	اصلاً	۱۲
اصلاً	اصلاً	اصلاً	اصلاً	VOA, پارس	۱۳
مجلات تخصصی	اصلاً	چند کتاب رمان	BBC و VOA	اصلاً	۱۴
کم	اصلاً	کم	اصلاً	اصلاً	۱۵
کم	بیش‌تر روزنامه‌های اینترنتی	کم	اصلاً	اصلاً	۱۶
مجله‌ی Economist	بیش‌تر روزنامه‌های اینترنتی	بیش‌تر علمی و اخیراً رمان	اصلاً	RTL, Euronews, CNN ZDF	۱۷
مجلات اینترنتی	خیلی کم	تاحدودی	اصلاً	برخی شبکه‌های میانه رو	۱۸
تاحدودی	Tehran Times	داستان و رمان	اصلاً	برنامه‌های سرگرمی و ورزشی	۱۹
اصلاً	روزنامه‌های اینترنتی	چند کتاب رمان	اصلاً	اصلاً	۲۰
کم	کم	زیاد	رادیو زمانه و رادیو فردا	خیلی کم	۲۱
اصلاً	اصلاً	اصلاً	VOA	برنامه‌های سرگرمی	۲۲
خیلی کم	خیلی کم	کم: بیش‌تر ترجمه شده	خیلی کم	برنامه‌های سیاسی	۲۳
خیلی کم	خیلی کم	کم: بیش‌تر ترجمه شده	خیلی کم	خیلی کم	۲۴
زیاد	اصلاً	کم: بیش‌تر ترجمه شده	تاحدودی	خیلی کم	۲۵
اصلاً	اصلاً	تاحدودی	اصلاً	کم: فیلم‌های سینمایی	۲۶
خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم	تاحدودی	۲۷

ادامه جدول ۴

کد دانشجو	رسانه	تلویزیون ماهواره‌ای	رادیوهای خارجی	کتاب‌های خارجی	روزنامه‌های خارجی	مجلات خارجی
۲۸	سیاسی، اجتماعی و پزشکی	VOA و رادیو فردا	کم	کم	کم	کم
۲۹	فیلم‌های قدیمی ایرانی	رادیو فردا	خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم	خیلی کم
۳۰	سینمایی و برنامه‌های ورزشی	BBC و رادیو فردا	بیش‌تر رمان	Daily News	News Week	

برخی از پاسخ‌گویان این پژوهش برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان خارج از کشور را ضعیف ارزیابی می‌کنند و معتقدند که به لحاظ محتوایی چندان چنین برنامه‌هایی را قبول ندارند (دانشجوی کد ۱۰ و ۱۸). با این حال، برخی از دانشجویان چندان از رسانه‌های ارتباطی داخلی استفاده نمی‌کنند و در این زمینه غالباً این عقیده را مطرح می‌کنند که رسانه‌های ارتباطی ما از مضمون و محتوای عمیقی برخوردار نیستند. کم‌ترین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی مربوط به رادیو بوده است. در زمینه استفاده از مجله‌های خارجی نیز بیش‌تر دانشجویان مجله‌های تخصصی را مورد استفاده قرار می‌دهند. از آن که روزنامه‌ها و مجلات خارجی چندان وارد ایران نمی‌شوند دانشجویان ایرانی روزنامه‌ها و مجله‌های مورد نیاز خود را غالباً از اینترنت دانلود می‌کنند یا مطالعه می‌کنند. از بین رسانه‌های خارجی، استفاده از کتاب‌های خارجی بیش‌تر از رسانه‌های دیگر در میان دانشجویان رواج دارد. به طور کلی، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی در بین دانشجویان بررسی شده در این پژوهش در حد متوسط و پایین‌تر از متوسط قرار دارد. در این پژوهش ملاحظه شد که برای دانشجویان اینترنت مهم‌ترین رسانه ارتباطی و ابزار اطلاع‌رسانی است. چنین قضیه‌ای نشان دهنده این واقعیت است که اینترنت در مقایسه با رسانه‌های دیگر، نقش مهمی در هویت‌بخشی به کاربران آن به ویژه دانشجویان و دیگر اقشاری که از این رسانه ارتباطی چندبعدی استفاده می‌کنند دارد، به همین دلیل می‌توان آن را یکی از مراجع هویتی کاربران به شمار آورد.

۲.۵. تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های پژوهش

در مصاحبه‌های انجام‌شده ملاحظه کردم که بخش چشم‌گیری از دانشجویان در مورد برخی از پرسش‌ها و موضوعات پژوهش دیدگاه‌های مشترک دارند، به همین دلیل در تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها تلاش کرده‌ام با ذکر کد دانشجویان مشترکات دیدگاه‌های آن‌ها درباره موضوع خاص را بیاورم؛ در مواردی که نیاز به تلخیص وجود داشته گفته‌های دانشجویان را تلخیص کرده و آن‌ها را به صورت نقل قول غیرمستقیم ارائه

کرده‌ام و در مواردی که گفته‌های آن‌ها اهمیت خاصی داشته یا بر موضوع خاصی تأکید داشته‌اند، گفته‌هایشان را به صورت نقل قول مستقیم آورده‌ام.

۱.۲.۵. وضعیت هویت‌سازی خانواده در فرآیند جهانی شدن

در همه مصاحبه‌های انجام شده با دانشجویان ملاحظه شد که در حوزه‌های مختلف زندگی برای آن‌ها خانواده جایگاه بسیار مهمی دارد. اکثر خانواده‌های دانشجویان غالباً در زمینه استفاده از رسانه‌های ارتباطی جهانی همچون تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت بر فرزندان خود به‌ویژه کودکان و نوجوانان نظارت دارند. حتی در مورد فرزندان بزرگ‌تر خانواده که غالباً نظارت مستقیم بر رفتارهایشان ندارند، سعی دارند بیش‌تر به صورت غیرمستقیم ارزش‌ها و باورها و همه آن چیزهایی را که کمال مطلوب خانواده و جامعه به شمار می‌آیند به آن‌ها منتقل کرده و آن‌ها را به عنوان عناصری کارآمد راهی جامعه و زندگی اجتماعی کنند. در خانواده‌های ایرانی اعضای بزرگ‌تر خانواده به‌ویژه پدر و مادر، دارای جایگاه والا و احترام بسیاری هستند. برای بیش‌تر ایرانی‌ها، خانواده یکی از امن‌ترین و مناسب‌ترین پناهگاه‌ها در برهه‌ها و حوزه‌های گوناگون زندگی است. خانواده ایرانی نقش مهمی در تعیین و تکوین ارزش‌ها و باورها و به‌طور کلی، هویت اعضای خود دارد. هر چند در این زمینه نهادهایی همچون آموزش و پرورش، رسانه‌های ارتباط جمعی، گروه‌های حرفه‌ای و هم‌سالان نیز دارای نقش هستند، اما نقش آن‌ها مربوط به برهه‌ها و حوزه‌های خاص زندگی و هویت افراد است، در حالی که نقش و تأثیر خانواده بر زندگی و هویت افراد مربوط به برهه‌ها و حوزه‌های گوناگون زندگی و هویت افراد است.

اساساً هدف من از طرح متغیر هویت‌سازی خانواده در این پژوهش این بوده است که وضعیت و جایگاه خانواده در فرآیند جهانی شدن را بررسی کنم. برخی از نویسندگان، صاحب‌نظران و کارگزاران رسمی و غیر رسمی معتقدند که جهانی شدن، به‌ویژه به واسطه اینترنت باعث تضعیف و تحلیل جایگاه خانواده و نقش آن در هویت‌سازی شده است، اما برخی دیگر معتقدند میزان نقش و تأثیر جهانی شدن و اینترنت بر هویت افراد تابع عوامل و زمینه‌های اجتماعی گوناگون، از جمله خود خانواده و جایگاه و قدرت آن در هویت‌سازی افراد جامعه است. آن‌ها معتقدند که اگر خانواده در زمینه هویت‌سازی دارای جایگاه و قدرت مطلوب باشد، رسانه‌های ارتباط جمعی نمی‌توانند تأثیرات منفی بر هویت افراد داشته باشند. گذشته از این، در زمینه‌های پذیرایی افراد از رسانه‌های ارتباط جمعی مسأله مهمی که باید توجه شود، محتوا و نوع پیام‌های نهفته در این رسانه‌ها است و چه بسا رسانه‌ها بتوانند با پیام‌های مفید و سازنده خود نقشی مثبت در تکوین هویت افراد بازی کنند؛ بنابراین وجود نگرانی در بین برخی از افراد در مورد آثار

منفی و مخرب رسانه‌های ارتباط جمعی بر هویت افراد نشان‌دهنده عدم آگاهی آن‌ها از پیچیدگی عملکرد چنین رسانه‌هایی در زمینه هویت‌سازی است. در این پژوهش مشخص شد که هم خانواده‌های دانشجویان نقش اساسی در تکوین هویت آن‌ها بازی می‌کنند و هم این که در حوزه‌های گوناگون زندگی به طور اعم و در زمینه هویت‌سازی، به طور اخص، برای خود دانشجویان خانواده دارای جایگاه بسیار مهم و حیاتی است. به همین دلیل، برخلاف برخی تصورات رایج، استفاده از برخی رسانه‌های ارتباطی جهانی همچون اینترنت باعث ایجاد اختلال و آسیب در هویت افراد نشده است. با این حال، خانواده‌های برخی از دانشجویان به‌ویژه برخی از خانواده‌های طبقه پایین و متوسط در برخورد با رسانه‌های ارتباط جمعی جهانی همچون تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت، سعی دارند محتاطانه برخورد کنند.

بیش تر دانشجویان این قضیه را مطرح می‌کنند که غالباً دارای خانواده‌های مذهبی هستند، خانواده‌های آن‌ها تلاش می‌کنند فرزندان‌شان دارای پرورش اخلاقی و مذهبی شوند. این قضیه به‌ویژه، در مورد کودکان و نوجوانان شدت بیشتری دارد، اما در مورد فرزندان بزرگ‌تر و اعضای جوان خانواده، آن‌ها تساهل بیش‌تری از خود نشان می‌دهند؛ زیرا فرض بر این است که اولاً جوانان ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی را درونی کرده‌اند و ثانیاً شخصیت افراد در سنین جوانی شکل گرفته و به سختی می‌توان آن را دگرگون کرد. خانواده‌های اغلب دانشجویان به علت داشتن اعتماد به فرزندان‌شان، در مورد استفاده از رسانه‌هایی همچون اینترنت چندان نگران آن‌ها نیستند. به طور کلی، از نظر بیش‌تر دانشجویان، در اثرپذیری از رسانه‌های ارتباطی جهانی همچون اینترنت، خانواده و بنیان‌های خانوادگی بسیار مهم و حیاتی هستند (دانشجوی کد ۱، ۲، ۲۱، ۲۴، ۲۵ و ۲۶). با این حال، یکی از دانشجویان می‌گوید امروزه سطح سواد فرزندان از والدین‌شان بیش‌تر است، از این رو آن‌ها نمی‌توانند بر فرزندان‌شان کنترل داشته باشند (دانشجوی کد ۵).

هرچند این عقیده که امروزه سطح سواد فرزندان از والدین‌شان بیش‌تر است در مورد استفاده از برخی رسانه‌های ارتباطی مدرن همچون موبایل، سیستم‌های کامپیوتری گوناگون، تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت درست است، اما چنین واقعیتی دلیل عدم امکان نظارت یا ضعف نظارت خانواده‌ها بر فرزندان نمی‌تواند باشد؛ زیرا اگر در حوزه خانوادگی روابط دموکراتیک بین اعضای خانواده وجود داشته باشد، منطقی‌اً انتظار می‌رود که فرزندان، ارزش‌ها و هنجارهای اعضای بزرگ‌تر خانواده را عمیقاً درونی کنند. در چنین وضعیتی آن‌ها امر و نهی‌های اعضای بزرگ‌تر را به‌عنوان خواسته‌های خیرخواهانه، در همه حوزه‌های زندگی، از جمله استفاده از رسانه‌های ارتباطی جهانی، به کار خواهند بست. در چنین شرایطی، پس از یک مقطع سنی خاص حتی نیازی به امر و نهی والدین بر رفتار افراد وجود نخواهد داشت (دانشجوی کد ۶، ۷، ۹ و ۱۱).

به گفته بیشتر دانشجویان، جامعه ما اساساً یک جامعه خانواده‌محور است، از این رو خانواده‌ها در سراسر زندگی اعضا، چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیر مستقیم بر آن‌ها نظارت دارند و در حوزه‌های مختلف زندگی آن‌ها را یاری می‌کنند (دانشجوی کد ۲، ۸، ۱۱ و ۲۷). بیشتر دانشجویان می‌گویند که عواملی هم‌چون استحکام بنیان‌های خانواده، سطح آگاهی اعضای خانواده، نحوه استفاده، نوع استفاده و هدف از استفاده از اینترنت نقش بسیار مهمی در چگونگی استفاده از اینترنت دارند (دانشجوی کد ۳، ۹، ۱۰، ۱۷، ۱۹، ۲۰، ۲۲ و ۲۶). به طور کلی، بیشتر دانشجویان معتقد بوده‌اند که نه تنها چگونگی اثرپذیری از اینترنت به عوامل متعددی بستگی دارد، بلکه اینترنت یک ابزار ارتباطی مدرن است که می‌توان از آن برای پیشبرد خانواده و تحکیم بنیان‌های خانواده استفاده کرد.

۵.۲.۲. وضعیت تعلق به دین در فرآیند جهانی شدن

در همه مصاحبه‌های انجام شده با دانشجویان ملاحظه شد که آن‌ها دین را جزء مهم و جدایی‌ناپذیر زندگی تلقی می‌کنند. از نظر آن‌ها، دین به زندگی انسان معنا، جهت و آرامش می‌دهد و انجام مناسک دینی به سلامت اخلاقی انسان کمک می‌کند. آن‌ها غالباً تلاش می‌کنند با توجه به مقتضیات دنیای کنونی و به صورت آگاهانه به مبانی دینی پایبند باشند. بیشتر دانشجویان به مناسک دینی عمل می‌کنند، اما برخی از آن‌ها به انجام مناسک دینی پایبند نیستند با این حال، خودشان را مذهبی می‌دانند. آن‌ها انجام چنین مناسکی را جزء ذاتی دین به شمار نمی‌آورند و معتقدند که دین عمیق‌تر و گسترده‌تر از آن چیزی است که بتوان مناسک را جزء ذاتی آن به شمار آورد. آن‌ها غالباً دین را امری فردی و در معنای رابطه انسان با خدا در یک فضای فردی و به دور از تعاریف، هنجارها و قواعد رسمی و تعریف شده به شمار می‌آورند. برای بیشتر دانشجویان تجربه دینی بسیار مهم‌تر از مناسک دینی است (دانشجوی کد ۷). با این حال، برخی از آن‌ها که به مناسک دینی نیز پایبندند، عمل به مناسکی دینی را نشانه ایمان دینی می‌دانند. از نظر آن‌ها اگر انسان بخواهد اعتقاد قلبی خود را بروز دهد، در مناسک دینی تبلور پیدا می‌کند (دانشجوی کد ۱۲، ۱۴، ۲۶، ۲۹ و ۳۰). به نظر یکی از دانشجویان، در شرایط سخت زندگی، به ویژه شرایط استرس‌زای زندگی کنونی، امکان این که انسان به پوچی برسد وجود دارد، اما دین می‌تواند زندگی او را معنادار کند. هر چند مکاتب بشری می‌توانند یا می‌خواهند کارکرد آرامش‌بخش داشته باشند، اما کارکرد آن‌ها مقطعی است و با کارکرد دین الهی قابل مقایسه نیست (دانشجوی کد ۱۲). ارتباط معنوی و دینی به انسان احساس آرامش می‌دهد (دانشجوی کد ۱۵، ۲۲ و ۳۰). وقتی انسان به یک نیروی متعالی وصل شود، بهتر می‌تواند مسایل خود را حل کند (دانشجوی کد ۲۰). اساساً دین به زندگی انسان معنا و هدف می‌بخشد (دانشجوی کد ۲۱،

۲۸ و ۲۹). بیش تر دانشجویان معتقدند که عوامل گوناگونی در زمینه دین داری انسان‌ها تأثیر دارند و صرفاً یک رسانه ارتباطی خاص همچون اینترنت، دارای این قدرت نیست که دین داری را تضعیف یا تقویت کند. در این زمینه، عملکرد اینترنت با فراهم آمدن شرایط و عوامل دیگر می‌تواند مؤثر واقع شود.

۵. ۲. ۳. وضعیت تعلق به ملیت در فرآیند جهانی شدن

دانشجویان این پژوهش غالباً به ملیت خود علاقه مند هستند، با این حال، هیچ یک از آن‌ها دارای گرایش‌های ناسیونالیستی افراطی نیستند. برای آن‌ها تعلق به ملیت تا آن جا مفید است که با اصولی همچون آزادی، برابری، زندگی برادرانه و انسانی و پیشرفت و توسعه تعارض نداشته باشد. آن‌ها غالباً تعلق به ملیت را با تعلق به جامعه جهانی آمیخته‌اند. آن‌ها طرفدار ارتباط‌های گسترده با جوامع و فرهنگ‌های دیگر هستند، با این حال معتقدند که چنین ارتباطی نباید به زیان هویت و فرهنگ ایرانی تمام شود. آن‌ها برای موارث تاریخی ایران ارزش و اهمیت خاصی قایل هستند و آن‌ها را به عنوان نمادی از تعالی، افتخارات و عظمت جامعه ایرانی تلقی می‌کنند. برای آن‌ها حفظ برخی سنت‌های باستانی ایرانی همچون عید نوروز به عنوان جزئی از فرهنگ و هویت ما ضرورت دارد. آن‌ها غالباً به خاطر تعلق‌شان به جامعه ایران حاضرند در شرایط مختلف و به صورت‌های مختلف از هویت ایرانی و موجودیت جامعه ایران دفاع کنند. با این حال، برخی از آن‌ها می‌گویند که دفاع کردن آن‌ها از ملیت ایرانی به معنای دفاع از سیاست رایج یا حکومت نیست. در مورد ارتباط ایران با فرهنگ‌های دیگر، بیش تر دانشجویان حفظ هویت و فرهنگ و منافع ملی را در اولویت می‌دانند با این حال، آن‌ها - بر خلاف برخی دیدگاه‌ها و تصورات رایج - معتقدند که در شرایط کنونی ارتباط با دنیای پیرامون، بیش تر سازنده است نه مخرب. دانشجویان در مورد حفظ هویت ایرانی و دفاع از آن می‌گویند: «اگر برخی مؤلفه‌های هویتی با زمان و مکان هم‌خوانی نداشته باشند، باید حذف یا اصلاح شوند. وقتی گفته می‌شود هویت ملی، باید اکثریت شهروندان احساس حرمت و عدالت کنند و اساساً جامعه‌ای می‌تواند خوب از خودش دفاع کند که در بین شهروندان خود هم‌دلی ایجاد کرده باشد (دانشجوی کد ۳). فرهنگ نمی‌تواند خودش را ایستا نگاه دارد. تبادل فرهنگی باعث پویایی فرهنگی می‌شود و عدم ارتباط به زیان جامعه تمام می‌شود» (دانشجوی کد ۲۲).

در مورد حفظ برخی سنت‌های قدیمی، دانشجویان معتقدند همچنان که در جوامع دیگر نیز سنت‌های قدیمی حفظ شده و حتی تبلیغ می‌شوند، ما نیز باید آن‌ها را حفظ کنیم. برخی از سنت‌های بیگانه همچون ولنتاین، سنت‌های خاص و منحصر به فردی نیستند که ما با تصور این که ما فاقد چنین سنت‌هایی بوده‌ایم، بخواهیم از آن‌ها تقلید کنیم. کارکرد چنین سنت‌هایی ایجاد دوستی و صمیمیت و انسجام اجتماعی است و

ما دارای بسیاری سنت‌های قدیمی بوده‌ایم که دارای چنین کارکردهایی بوده‌اند، اما بیش‌تر آن‌ها را فراموش کرده‌ایم و تنها معدودی از آن‌ها همچون عید نوروز را حفظ کرده‌ایم. ما نه تنها باید چنین سنت‌هایی را حفظ کنیم، بلکه باید آن‌ها را به جوامع و فرهنگ‌های دیگر نیز معرفی کنیم (دانشجوی کد ۲، ۵، ۱۱، ۲۷ و ۲۹). دانشجویان در مورد دفاع از هویت و فرهنگ ایرانی، غالباً طرفدار هویت و فرهنگ ایرانی هستند؛ با این حال برخی از آن‌ها در این زمینه تفاسیر خاص خودشان را دارند. به‌طور کلی، این دانشجویان می‌گویند: «من از هویت و فرهنگ ایرانی‌ام دفاع می‌کنم، به خاطر این که ایران فرهنگی غنی دارد و نمی‌توانم بینم فرهنگ‌هایی که تازه به دوران رسیده هستند به فرهنگ من آسیب برسانند... (دانشجوی کد ۲۷). بیش‌تر دانشجویان به ملیت خود دارای تعلق هستند، با این حال تأکید خاصی بر از میان برداشتن مرزهای مصنوعی بین ملت‌ها و تبادل ملت‌ها دارند: «اینترنت همانند بازار است: اگر صرفاً مصرف‌کننده باشیم، ممکن است زیان کنیم، اما اگر عرضه‌کننده هم باشیم، می‌توانیم بهره‌مند شویم (دانشجوی کد ۲). نقد فیلم ۳۰۰ از سوی صاحب‌نظران ایرانی یا مخالفت ایرانیان با تغییر نام خلیج فارس مثال‌هایی از دفاع از ملیت از طریق اینترنت هستند» (دانشجوی کد ۶، ۱۳، ۱۸، ۱۹، ۲۲ و ۲۶).

۵.۲.۴. وضعیت تعلق به هویت و فرهنگ قومی در فرآیند جهانی‌شدن

بیش‌تر دانشجویان غالباً به هویت و فرهنگ قومی خود علاقه‌مند هستند. از نظر آن‌ها تعلق به قومیت و جهانی‌شدن منافاتی با هم ندارند. میراث قومی محصول تجارب انسان‌های بسیار و نشانه و شناسنامه هر قومی هستند و باید آن‌ها را حفظ کرد، با این حال تعلق به هویت و فرهنگ قومی نباید مبتنی بر تعصب جاهلانه باشد. یک قوم برای حفظ موجودیت و پویایی خود باید به تعامل با اقوام و فرهنگ‌های دیگر بپردازد. در این فرآیند است که می‌آموزد باید عناصر قومی دست‌وپاگیر را از بین ببرد و عناصر مثبت و سازنده را تقویت کند (دانشجوی کد ۱). «جامعه ایرانی متشکل از اقوام مختلف است و حفظ و تقویت اقوام به معنای تقویت هویت و هم‌بستگی ملی است. تاریخ ایران چیزی نیست جز تاریخ قومیت‌ها. با این حال، به نظر من فقط عناصری همچون قومیت و زبان مشترک عامل همبستگی و وحدت انسان‌ها نیستند و چه بسا همچنان که مولوی می‌گوید، دو نفر هم‌زبان با همدیگر بیگانه باشند، اما دو نفر غیرهم‌زبان با همدیگر احساس الفت و آشنایی داشته باشند» (دانشجوی کد ۲۶). دانشجویان معتقدند که اگر کارگزاران اجتماعی، فرهنگی و سیاسی سیاست چندفرهنگ‌گرایانه را در پیش بگیرند، نه تنها با هویت و فرهنگ قومی دچار تعارض نخواهند شد، بلکه زمینه‌های لازم را برای کثرت‌گرایی قومی و آزادی اقوام در عرصه‌های گوناگون فراهم خواهند آورد. در این زمینه، آموزش و پرورش و رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی داشته

باشند (دانشجوی کد ۳). بیش‌تر دانشجویان در عین حال که آزادی اقوام را مورد تأکید قرار می‌دهند، با فعالیت‌های تجزیه‌طلبانه و قوم‌مدارانه مخالف‌اند و معتقدند همه ما گذشته از این که به کدام قومیت تعلق داریم، ایرانی هستیم و باید در حفظ وحدت ایران بکوشیم (دانشجوی کد ۵، ۶، ۸، ۲۱، ۲۷، ۲۸ و ۳۰).

۵.۲.۵. وضعیت تعلق به هویت و فرهنگ ملی در فرآیند جهانی شدن

در این پژوهش ملاحظه شد که دانشجویان غالباً به هویت و فرهنگ ملی خود علاقه‌مند هستند. با این حال، آن‌ها به فرهنگ جهانی نیز تمایل دارند و این تمایل خود را در تعارض با تعلق‌شان به هویت و فرهنگ ملی نمی‌بینند. آن‌ها توجه خاصی به مؤلفه‌های هویت ملی، همچون موسیقی، شعر و ادبیات، فرهنگ و هنر، موارث تاریخی، غذا و پوشش، و به طور کلی، همه عناصری که نمادی از هویت و فرهنگ ایرانی هستند، دارند. آن‌ها شدیداً مخالف طرد فرهنگ خودی و از خود بیگانگی فرهنگی هستند. به طور کلی، عناصری همچون ادبیات، موسیقی، غذا و پوشش محلی از عناصر مهم هویت و فرهنگ ملی هر جامعه هستند و مسلماً تعلق به آن‌ها و حفظ آن‌ها نشان‌دهنده تعلق به هویت و فرهنگ ملی هستند. یکی از دانشجویان همه این عناصر را محصول تجربه بشری می‌داند و معتقد است که آن‌ها صرفاً به یک جامعه خاص تعلق ندارند. با این حال، ایشان می‌گویند: «هر جامعه‌ای دارای عناصر و مؤلفه‌های هویتی خاص خود است و باید در حفظ آن‌ها کوشا باشد؛ مثلاً ما دارای موسیقی سنتی هستیم و این موسیقی دارای حیطه کار و رسالت خاص خود است. ما نباید یکی از انواع موسیقی همچون موسیقی سنتی یا موسیقی پاپ را اولویت‌بندی کرده و برای یکی از آن‌ها بهای بیش‌تر و برای دیگری بهای کم‌تری قایل شویم. ما باید ببینیم اهداف هر نوع موسیقی چیست و با توجه به این اهداف از آن‌ها استفاده کنیم. به طور مثال، موسیقی سنتی موسیقی خاص قشر فرهیخته جامعه و موسیقی پاپ موسیقی قشر نوجوان و جوان و عامه مردم است. ما نباید در استفاده از نوع خاصی از موسیقی همچون موسیقی سنتی، پاپ، رپ یا راک، تعصب نشان دهیم». در مورد سینما نیز ایشان می‌گویند: سینما محصول دنیای غرب است و روزی بود که به ما تعلق نداشت، اما امروزه ما دارای سینمای ایرانی هستیم. ما ضمن بهره‌گیری از سینمای جهانی، باید در حفظ و تقویت سینمای خود بکوشیم. همچنین به نظر ایشان حفظ غذا، لباس، زبان و گویش محلی منافاتی با زندگی در دنیای مدرن ندارد. در مجموع ایشان معتقدند که «ما باید هویت و فرهنگ خود را حفظ کنیم و در عین حال از ابعاد مثبت و سازنده فرهنگ جهانی استفاده کنیم... اگر ما دارای دید جهان‌گرایانه باشیم، می‌توانیم حتی فرهنگ خود را جهانی کنیم» (دانشجوی کد ۱). دانشجویان غالباً موسیقی سنتی ایرانی را جزء موسیقی‌های بسیار غنی دنیا به شمار می‌آورند و درباره موسیقی پاپ ایرانی نیز نظر تأییدآمیزی دارند:

«جهانی شدن امکاناتی برای تقویت و ترویج موسیقی سنتی فراهم کرده است. در حوزه موسیقی نوعی تلفیق به وجود آمده است و این پدیده، پدیده مثبتی است. اساساً موسیقی محلی به راحتی تحت تأثیر موسیقی بیگانه قرار نمی‌گیرد. امروزه موسیقی پاپ در ایران گسترش پیدا کرده است، اما موسیقی سنتی را از بین نبرده است» (دانشجوی کد ۹). موسیقی ما از موسیقی غربی بسیار غنی‌تر است و خود غربی‌ها هم به این واقعیت اشاره دارند. ما از حدود قرون سوم و چهارم هجری موسیقی علمی داریم و کسانی مثل فارابی و ابوالفرج اصفهانی درباره موسیقی کتاب نوشته‌اند. بخش قابل توجهی از موسیقی جهانی از موسیقی ایرانی الهام گرفته است، اما در حال حاضر بنا به دلایلی ما این توانایی را از دست داده‌ایم (دانشجوی کد ۱۰). دانشجویان درباره پوشش ایرانی، از جمله پوشش‌های محلی، نظر تأییدآمیزی دارند، با این حال آن‌ها اصرار چندانی بر استفاده از پوشش خاص ندارند. آن‌ها غالباً بر استفاده از پوشش متعارفی که با هویت و فرهنگ ایرانی ناسازگار نباشد تأکید می‌کنند. آن‌ها معتقدند تا حدود زیادی نوع پوشش هر شخص نشان‌دهنده نوع شخصیت وی است، از این رو کسی که دارای هویت و فرهنگ غنی باشد با هر نوع پوششی در عرصه‌های عمومی ظاهر نمی‌شود (دانشجوی کد ۱۱ و ۱۵). آن‌ها در مورد غذای ایرانی، به عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگ ایرانی، غالباً ذائقه و سلیقه نسبتاً مشابهی دارند. آن‌ها غالباً غذای ایرانی را به غذای خارجی ترجیح می‌دهند. با این حال، در موقعیت‌های خاص از برخی غذاهای خارجی، مثل غذاهای فست‌فود نیز استفاده می‌کنند «غذاهای فست‌فود ملازم با زندگی مدرن هستند و چندان با جامعه و فرهنگ ما هم‌خوانی ندارند. ما می‌توانیم فست‌فودی داشته باشیم که محتویات آن بومی باشد» (دانشجوی کد ۳).

اکثر مصاحبه‌شوندگان به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند و معتقدند که ایران دارای گذشته‌های پر افتخار بسیاری بوده است و هر چند امروزه دچار زوال فکری و فرهنگی شده است، اما چنین واقعیتی نباید باعث بی‌اعتنایی ما به هویت و فرهنگ ملی و احساس سرافکنندگی در برابر بیگانگان باشد: «باید روشن‌فکران در مورد مفاهیمی هم‌چون سنت و مدرنیته و تمدن و غیر تمدن بازناندیشی کنند... من فرهنگ را بیش‌تر به لحاظ ارتباط بین انسان‌ها و به صورت بین‌الذهانی در نظر می‌گیرم... در آلمان دوره هیتلر بهداشت وجود داشت، اما فرهنگ انسانی وجود نداشت... اگر حرمت انسانی در یک جامعه اهمیت داشته باشد و رعایت شود، چنین جامعه‌ای حتی اگر به لحاظ تکنولوژیک ضعیف باشد، نسبت به جامعه مدرن به لحاظ تکنولوژیک برتری دارد. از این رو، چنین جامعه‌ای نباید نسبت به جامعه‌ای که از نظر تکنولوژیک قوی‌تر است احساس ضعف و فروتر بودن داشته باشد» (دانشجوی کد ۳).

دانشجویان درباره حفظ عناصر فرهنگی بومی، محلی و ملی می‌گویند: «ما برای تحقق پیشرفت و توسعه ضرورتی ندارد که فرهنگ خود را کنار بگذاریم... در ترکیه تلاش غرب‌گرایان برای حذف سنت‌ها ناکام مانده است. تلاش رضاخان در راستای تحقق سکولاریزاسیون یا حذف قومیت‌ها در ایران نیز ناکام مانده است... بحران‌های کنونی جامعه ما به دی و قومیت‌ها مربوط است. روشن‌فکران ما به حضور دین و قومیت‌ها در جامعه توجه نکرده‌اند. ظهور اسلام سیاسی و قوم‌گرایی در ایران واکنشی به بی‌توجهی روشن‌فکران به مقوله‌های دین و قومیت‌ها بوده است. در شرایط جهانی شدن، محلی‌گرایی تقویت شده است. این محلی‌گرایی واکنشی به یکسان‌سازی فرهنگی جهانی است... جهانی شدن امکاناتی به وجود آورده مثل عدالت و حقوق بشر. اقوام و ملت‌های مختلف از ابزارهای عمومی مثل اینترنت استفاده می‌کنند برای دفاع از حقوق، هویت و فرهنگ خود (دانشجوی کد ۳). به‌طور کلی، دانشجویان درباره تأثیر اینترنت بر هویت و فرهنگ ملی می‌گویند: «اقلیت‌ها می‌توانند از اینترنت جهت معرفی خود و شناساندن مسایل و مشکلات خود به جهانیان استفاده کنند... (دانشجوی کد ۱۶).

۵.۲.۶. وضعیت تعلق به شخصیت‌ها و مفاخر ملی در فرآیند جهانی شدن

به نظر مصاحبه‌شوندگان این پژوهش، شخصیت‌ها و مفاخر ملی هر جامعه جزء سرمایه‌های انسانی آن جامعه هستند. آن‌ها نه تنها در طول زندگی خود در حوزه‌های گوناگون به پیشرفت، توسعه و تعالی جامعه کمک می‌کنند، بلکه پس از پایان زندگی‌شان و در برهه‌های زمانی دوردست در آینده، زندگی، آثار و افکارشان چراغ راه آیندگان و عامل انگیزش آن‌ها برای پیشرفت و تکامل خواهند بود. به تعبیر بسیاری از متفکران، گذشته و مفاخر آن چراغ راه آینده است و هر فرد، گروه یا جامعه‌ای که آن‌ها را فراموش کند، خود را از سرمایه‌های با ارزشی که با صرف هزینه‌ها و تحمل سختی‌های فراوان فراهم شده‌اند محروم خواهد کرد. پاس‌داشت و زنده نگاه‌داشتن شخصیت‌ها و مفاخر ملی به هیچ وجه به معنای نمایش مغرورانه و متعصبانه افرادی که در گذشته آثار خاصی پدید آورده‌اند نیست؛ زیرا چنین چیزی به جز شخصیت‌پرستی و غافل ماندن از بنیان کار آن‌ها، فلسفه وجودی آثارشان و زندگی و شخصیت حقیقی‌شان نخواهد بود. اساساً بزرگ‌داشت شخصیت‌ها و مفاخر ملی وسیله‌ای است جهت زنده نگاه‌داشتن نام کسانی که زندگی خود را وقف پیشرفت و توسعه جامعه بشری، به طور اعم و جامعه خود، به طور اخص کرده‌اند. از این رو، به درستی می‌توان بیش‌تر دانشمندان و شخصیت‌هایی را که مردم یا کارگزاران رسمی آن‌ها را تحت عنوان شخصیت‌ها و مفاخر ملی نام می‌برند، دانشمندان و شخصیت‌های فراملی و جهانی به شمار آورد. به راستی آیا ما می‌توانیم شخصیت‌هایی همچون کوروش کبیر، رازی، ابن سینا، بیرونی، فارابی،

ملاصدرا، خیام، عطار، سهروردی، حلاج، فردوسی، مولوی، سعدی و حافظ را صرفاً جزء شخصیت‌ها و مفاخر ملی ایرانی تلقی کرده و نسبت به آن‌ها احساس تملک و انحصارطلبی خاصی به وجود آوریم؟ اتفاقاً امروزه آوازه و اثربخشی زندگی و دست‌آوردهای بسیاری از این دانشمندان و شخصیت‌هایی که ما آن‌ها را تحت عنوان مفاخر ملی می‌شناسیم، از مرزهای جغرافیایی و فرهنگی جامعه ما فراتر رفته و ابعاد جهانی پیدا کرده‌اند و قضیه جالب و طنز آمیز این است که ما ایرانی‌ها یا شناخت چندانی نسبت به آن‌ها نداریم و یا این که فقط به ذکر مختصر نام و خاطره آن‌ها در محافل گوناگون بسنده می‌کنیم، در صورتی که دیگران، دیگری که این شخصیت‌ها و دانشمندان به لحاظ جغرافیایی و فرهنگی به آن‌ها تعلق ندارند، بسیار بیش‌تر و بهتر از ما منزلت آن‌ها را درک می‌کنند، از آثارشان استفاده می‌کنند و آن‌ها را به دیگران می‌شناساند. مسلماً در جایی که ما بهای چندانی برای شخصیت‌ها و مفاخر ملی مان قایل نباشیم چندان انتظار نمی‌رود که برای آثارشان ارزش قایل شویم. به طور کلی، دانشجویان غالباً معتقدند که پاس داشت مفاخر ملی در افراد جامعه انگیزش به تلاش و پیشرفت به وجود آورده و به طور مستقیم و غیر مستقیم به پیشرفت و توسعه جامعه کمک می‌کند. یکی از دانشجویان در این زمینه می‌گوید: «شخصیت‌ها و مفاخر ملی... سازندگان هویت و فرهنگ ما هستند. انباشت تجارب و دانش آن‌هاست که باعث پیشرفت و تکامل جامعه می‌شود، ما به طور مستقیم و غیر مستقیم از دستاوردهای آن‌ها استفاده می‌کنیم و تأثیر می‌پذیریم؛ به طور مثال ما از ادبیات، رمان‌ها، نمایش‌ها و فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی، و آثار فرهنگی و هنری دانشمندان و نویسندگان خود استفاده می‌کنیم و این آثار و دستاوردها به اشکال مختلف و به‌طور خودآگاه یا ناخودآگاه در زندگی ما نقش ایفا می‌کنند. از این رو، ما باید پدیدآورندگان این آثار و دستاوردها و به طور کلی، همه شخصیت‌ها و مفاخر ملی مان را ارج نهیم و به نسل‌های جدید بشناسانیم» (دانشجوی کد ۱). دانشجویان دیگر در این زمینه می‌گویند: «غربی‌ها در گذشته‌شان دارای فقر مفاخر هستند... برعکس، ما دارای مفاخر و شخصیت‌های بزرگ تاریخی بوده‌ایم...» (دانشجوی کد ۱۰).

۷.۲.۵. وضعیت مدیریت دانشجویان در بهره‌گیری از اینترنت

بر خلاف برخی تصورات رایج، بیش‌تر مصاحبه‌شوندگان این پژوهش این عقیده را مطرح می‌کنند که نه تنها اینترنت باعث ایجاد اختلال در روابط اجتماعی‌شان نشده است، بلکه آن‌ها توانسته‌اند به‌طور چشم‌گیری از داده‌های گوناگون اینترنت در حوزه‌های علمی و غیر علمی استفاده کنند. آن‌ها غالباً به صورت آگاهانه، برنامه‌ریزی شده و به صورت هدف‌مند و غالباً برای انجام کارهای علمی و پژوهشی از اینترنت استفاده می‌کنند. به طور کلی، آن‌ها در این زمینه می‌گویند: «استفاده درست یا نادرست از اینترنت به خود

کاربران وابسته است... (دانشجوی کد ۱). ما در خانه‌مان هم دارای گیرنده ماهواره‌ای هستیم و هم امکان دسترسی به اینترنت داریم، اما از آنجا که خوب تربیت شده‌ایم، به صورت خودکنترلی از آن‌ها استفاده می‌کنیم... (دانشجوی کد ۱۲). برای من اینترنت هرگز نمی‌تواند جایگزین ارتباطات میان‌فردی شود» (دانشجوی کد ۲۷).

۸.۲.۵ بهره‌گیری از اینترنت، گرایش به جهانی شدن و هویت فرهنگی دانشجویان

یکی از نشانه‌های گرایش به جهانی شدن، مبادله فکری و فرهنگی با هم‌نوعان خود در جوامع دیگر است. دانشجویان در زمینه امکان مبادله فکری و فرهنگی از طریق اینترنت می‌گویند: «اساساً ما نباید از ارتباطات جهانی واهمه داشته باشیم؛ زیرا دارای پشتوانه‌های فرهنگی غنی و مفاخر و شخصیت‌های برجسته‌ای همچون فردوسی، سعدی، حافظ و مولوی هستیم که می‌توانند به زندگی ما جهت بدهند... اگر ارتباطات جهانی ما کاهش یابد یا از بین برود، فرهنگ ما نیز رو به ضعف می‌رود (دانشجوی کد ۱). برخی از نویسندگان معتقدند که اینترنت یکی از ابزارهای نظام سرمایه‌داری برای ترویج مصرف‌گرایی در جوامع توسعه‌نیافته و تخریب فرهنگ و هویت آن‌هاست. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش غالباً مخالف چنین دیدگاهی هستند و آن را نوعی نظریه توطئه تلقی می‌کنند. یکی از مصاحبه‌شوندگان که دانشجوی رشته اقتصاد است در این زمینه می‌گوید: «من دیدم نسبت به نظام سرمایه‌داری منفی نیست و فکر نمی‌کنم نظام سرمایه‌داری بخواهد هویت و فرهنگ جوامع دیگر را از بین ببرد. رشد کشورهای دیگر به نفع نظام سرمایه‌داری نیز هست. نظام سرمایه‌داری به بازار اهمیت زیادی می‌دهد و رشد بازار به نفع نظام سرمایه‌داری است... کشورهایی مثل چین خود را وارد نظام اقتصادی سرمایه‌دارانه کردند و پیشرفت کردند... (دانشجوی کد ۲۰). یکی از امکانات اینترنت در زمینه جهانی شدن، امکان آشنایی و دوستی با آدم‌ها و فرهنگ‌های جدید است. بخش چشم‌گیری از دانشجویان موافق چنین دیدگاهی هستند و در این زمینه می‌گویند: «من بیش‌تر در زمینه امور علمی و پژوهشی با آدم‌های جدید آشنا شده‌ام. این آشنایی‌ها به ارتباطات دوستانه هم منجر شده‌اند... با این حال، من با ایرانی‌های خارج از کشور گفت‌وگوهای اجتماعی - فرهنگی داشته‌ام (دانشجوی کد ۲). به نظر برخی از نویسندگان اینترنت باعث می‌شود بسیاری از ارزش‌ها و اخلاقیات جامعه ما از بین برود و مردم ما دچار غرب‌زدگی شوند. اکثر مصاحبه‌شوندگان این پژوهش مخالف چنین دیدگاهی هستند و در این زمینه می‌گویند: «ارتباط مفید با اینترنت به قابلیت جامعه و زمینه‌های مختلف فردی، خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی بستگی دارد (دانشجوی کد ۳، ۴، ۱۰).

طرفداران جهانی شدن معتقدند که اینترنت یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال تجارب انسانی مختلف برای پیشرفت جوامع دیگر است. اکثر دانشجویان چنین دیدگاهی را تأیید کرده و در این زمینه می‌گویند: «مقالات علمی، کتاب‌ها و دانشگاه مجازی اینترنتی باعث انتقال اطلاعات و تجربیات به جوامع دیگر می‌شوند» (دانشجوی کد ۱۱). برخی از مخالفان جهانی شدن معتقدند که هر جامعه‌ای ضرورتاً برای تحقق پیشرفت و توسعه نیازی به اقتباس و بهره‌گیری از جوامع دیگر ندارد. اکثر پاسخ‌گویان این پژوهش مخالف چنین دیدگاهی هستند و در این زمینه می‌گویند: «رشد عقلانیت انسان در گرو ارتباط با جهان پیرامون است. تمدن‌ها از طریق تبادل فرهنگی پیشرفت کرده‌اند» (دانشجوی کد ۳). «ما نیاز به اقتباس داریم، همچنان که ژاپن از طریق اقتباس از کشورهای غربی توانست سیستم علمی، تکنولوژیک، صنعتی، آموزشی و فرهنگی خود را متحول کند» (دانشجوی کد ۸). برخی از مخالفان اینترنت معتقدند اینترنت دارای ابعاد و پیامدهای منفی بر هویت و فرهنگ کاربران است. در حالی که طرفداران اینترنت معتقدند که اینترنت سرشار از پیام‌های فرهنگی مختلف است و استفاده درست از آن به خود کاربران وابسته است. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش غالباً دیدگاه دوم را تأیید می‌کنند و در این زمینه می‌گویند: اگر خانواده و جامعه در زمینه استفاده درست از اینترنت شرایط و آگاهی‌های لازم را فراهم کند، اینترنت نمی‌تواند تأثیر منفی بر کاربران داشته باشد (دانشجوی کد ۲، ۳، ۴ و ۳۰).

به نظر طرفداران اینترنت، گسترش ارتباطات اینترنتی می‌تواند نقش مهمی در حل و فصل مسایل انسانی داشته باشد. اکثر دانشجویان این پژوهش چنین دیدگاهی را تأیید می‌کنند و در این زمینه می‌گویند: «اگر در زمینه استفاده از اینترنت شرایط لازم فراهم شوند می‌توان از آن در راستای حل و فصل مسایل انسانی، همچون مسایل زیست - محیطی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی استفاده کرد» (دانشجوی کد ۲). اگر از اینترنت درست استفاده شود، می‌شود از آن برای جلوگیری از جنگ‌ها، گسترش انسان‌دوستی، شناخت متقابل افراد، جوامع و فرهنگ‌ها استفاده کرد» (دانشجوی کد ۱۱). برخی از مخالفان اینترنت در ایران معتقدند که اینترنت هویت ملی یا دینی ما را تضعیف کرده یا از بین می‌برد. در حالی که طرفداران اینترنت معتقدند که ما می‌توانیم ایرانی یا مسلمان بودن خود را حفظ کنیم و در عین حال ارتباطات جهانی اینترنتی داشته باشیم. اکثر مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گویند: «اگر توان و شرایط لازم برای استفاده از اینترنت نداشته باشیم، ارتباط اینترنتی می‌تواند به تهاجم فرهنگی بیانجامد و هویت ملی و دینی ما را از بین ببرد، اما اگر غیر از این باشد، می‌توانیم به تبادل فرهنگی با دیگران بپردازیم» (دانشجوی کد ۲). «ایرانی بودن و مسلمان بودن ما هیچ تضادی با ارتباطات جهانی و جهانی شدن ندارد و، بر عکس، اسلام خود، دینی است

که ارتباط بین ملت‌ها و اقوام را تشویق می‌کند» (دانشجوی کد ۲۱). طرفداران اینترنت معتقدند که با استفاده درست از اینترنت، می‌توانیم به افزایش هم‌بستگی جهانی کمک کنیم. بیش‌تر دانشجویان با چنین عقیده‌ای موافق بوده و در این زمینه می‌گویند: «در هیچ جای دنیا دو محیط و فرهنگ همانند هم، پیدا نمی‌شوند. تنها چیز مشترک در کره زمین کلمه انسان است. انسانیت در تمام فرهنگ‌ها و جوامع مشترک است. اینترنت ابزاری است که می‌تواند به ایجاد و گسترش ارتباط‌های انسانی و افزایش علایق مشترک و هم‌بستگی انسانی در سراسر جهان کمک کند. هدف آن نیز کمال انسانی است (دانشجوی کد ۴). در غرب در سال‌های اخیر تلاش شده است یک بیانیه اخلاقی از مشترکات ادیان تدوین شود. متفکرانی مثل جان هیک معتقدند این بیانیه بیش‌تر مسیحی، غربی یا لیبرال خواهد بود، تا این که جهانی باشد. با این حال، به نظر من اینترنت دارای پتانسیل وحدت‌بخشی در سراسر جهان است... (دانشجوی کد ۱۶).

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

به‌طور کلی، براساس یافته‌های تجربی این پژوهش، ملاحظه می‌شود که از یک طرف بیشتر دانشجویان دیدگاه مثبتی نسبت به جهانی‌شدن و همچنین کارکردهای اینترنت، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارها یا مکانیسم‌های جهانی‌شدن دارند و از این رو، دارای گرایش زیادی به جهانی‌شدن، هویت و فرهنگ جهانی هستند و از طرف دیگر، تعلق زیادی نسبت به برخی مؤلفه‌های هویتی ملی، محلی و قومی دارند و معتقدند که گرایش به جهانی‌شدن نه تنها تعارضی با تعلق به ملیت، هویت و فرهنگ ملی و هویت و فرهنگ قومی ندارد، بلکه می‌تواند در راستای تعدیل یا تقویت آن‌ها عمل کند. به گفته بیش‌تر دانشجویان، خانواده آن‌ها نقش و جایگاه مهمی در هویت‌سازی‌شان ایفا می‌کند. آن‌ها کارکرد خانواده در زمینه هویت‌سازی را بسیار مهم‌تر از کارکرد گروه هم‌سالان و نهادها یا عواملی همچون آموزش و پرورش و رسانه‌های ارتباط جمعی رسمی یا دولتی می‌دانند. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که اینترنت نه تنها به تنهایی قادر نیست ارزش‌های مربوط به حوزه خانواده را از بین ببرد، بلکه قدرت‌مند بودن چنین ارزش‌هایی باعث هدایت بهتر کاربران در زمینه استفاده از اینترنت می‌شود؛ مثلاً اگر خانواده و ارزش‌های خانوادگی از ثبات و استحکام لازم برخوردار باشند، نه تنها اینترنت قادر به نابودی هویت فرهنگی افراد نخواهد بود، بلکه به بهره‌گیری درست کاربران و تقویت هویت فرهنگی آن‌ها کمک خواهد کرد. مقطع تحصیلی و سن نیز از دیگر متغیرهایی هستند که با گرایش به جهانی‌شدن دارای رابطه‌ای معنادار و مستقیم بوده‌اند. به بیان دیگر، به موازات بالا رفتن سن و مقطع تحصیلی، گرایش کاربران به جهانی‌شدن نیز افزایش می‌یابد. با این حال، این قضیه با این واقعیت که کاربران همچنان به عناصر هویت و فرهنگ ملی و محلی خود نیز پایبند باشند

تعارضی ندارد. به نظر من چنین قضیه‌ای اساساً با این واقعیت مرتبط است که افراد دارای هویت و شخصیت تکوین یافته و مستحکم در همه عرصه‌های زندگی خود به صورت معنادار و هدف‌مند عمل می‌کنند. برای آن‌ها، عرصه‌های گوناگون زندگی عرصه‌هایی هستند برای پیشرفت، تکامل و خودشکوفایی؛ به همین دلیل، به جای از دست دادن فرصت‌ها، همواره از ابزارهای گوناگون برای دستیابی به پیشرفت و تکامل و شکوفایی استعدادها و گوناگون خود استفاده می‌کنند.

دانشجویان غالباً در حوزه‌های گوناگون زندگی‌شان از اندیشه‌ها و زندگی مفاخر ملی الگوبرداری می‌کنند. بیش‌تر آن‌ها دارای گرایش‌های دینی بالایی هستند و این عقیده را مطرح می‌کنند که دین نقش مهمی در زندگی فردی و اجتماعی‌شان دارد. همچنین، برخلاف برخی تصورات رایج، دانشجویان این پژوهش نه تنها کاربران منفعل اینترنت نبوده‌اند، بلکه به صورت آگاهانه و ارادی و با برخورداری از قدرت تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌های اینترنتی از چنین اطلاعات و داده‌هایی استفاده می‌کنند. در مورد رابطه گرایش به جهانی شدن با متغیرهای تعلق به هویت و فرهنگ ملی، تعلق به ملیت، تعلق به مفاخر ملی و تعلق به هویت و فرهنگ قومی، می‌توان گفت که رابطه بین این متغیرها پیچیدگی خاصی دارد. به بیان دیگر، گرایش به جهانی شدن در شرایط خاص می‌تواند هم تحت تأثیر متغیرهای مذکور قرار داشته باشد و هم می‌تواند به تقویت آن‌ها کمک کند. اگر در بین افراد، گروه‌ها، اقوام یا جوامع خاص به لحاظ اجتماعی و فرهنگی زمینه‌ها و شرایط گرایش به جهانی شدن وجود داشته باشند، انتظار می‌رود که عناصر هویتی و فرهنگی آن‌ها، بیش‌تر آن‌ها را به سوی جهانی شدن هدایت کند؛ از سوی دیگر، آن‌ها این توانایی را خواهند داشت که از طریق اینترنت نسبت به عناصر هویتی و فرهنگی خود شناخت پیدا کرده و به تقویت آن‌ها بپردازند. مسلماً امکان این که افراد، گروه‌ها و جوامع فاقد زمینه‌ها و شرایط لازم برای رویارویی آگاهانه با پدیده جهانی شدن بیش‌تر از ابعاد منفی اینترنت و جهانی شدن متأثر شوند و نتوانند از ابعاد مثبت آن‌ها بهره‌مند شوند، بیشتر است.

جدول ۵- دسته‌بندی گونه‌های کاربران اینترنت با توجه به ویژگی‌های فردی، شخصیتی و اجتماعی آن‌ها

گونه سوم کاربران ابزاری	گونه دوم کاربران از خود بیگانه	گونه اول کاربران خودآگاه	گونه‌های کاربران اینترنت گرایش‌ها و ویژگی‌های کاربران
متوسط	پایین	بالا	رده سنی
غالباً کارشناسی ارشد و دکتری	غالباً کارشناسی	غالباً کارشناسی ارشد و دکتری	مقطع تحصیلی
متوسط	زیاد	بسیار زیاد	مدت زمان استفاده از اینترنت
مدیریت متوسط	مدیریت ضعیف	مدیریت قوی	مدیریت بهره‌گیری از اینترنت
متوسط	کم	خیلی زیاد	میزان هدف‌مندی در استفاده از اینترنت

ادامه جدول ۵

گونه‌های کاربران اینترنت گرایش‌ها و ویژگی‌های کاربران	گونه اول کاربران خودآگاه	گونه دوم کاربران از خود بیگانه	گونه سوم کاربران ابزاری
میزان تعلق به دین	تعلق زیاد	تعلق ضعیف	تعلق متوسط
میزان تعلق به ملیت	تعلق زیاد	تعلق ضعیف	تعلق متوسط
میزان تعلق به فرهنگ ملی	تعلق زیاد	تعلق ضعیف	تعلق متوسط
میزان تعلق به مفاخر ملی	تعلق زیاد	تعلق ضعیف	تعلق متوسط
میزان تعلق به فرهنگ قومی	تعلق متوسط	تعلق بسیار ضعیف	تعلق کم
میزان گرایش به جهانی شدن	گرایش متعادل	گرایش شدید	گرایش ضعیف
الگوی استفاده از اینترنت	الگوی اطلاعاتی ^۰ ارتباطی	الگوی ارتباطی	الگوی اطلاعاتی
رویارویی با عناصر فرهنگی جدید	مبتنی بر اقتباس آگاهانه	مبتنی بر تقلید ناآگاهانه	مبتنی بر اقتباس آگاهانه
نوع مصرف اینترنتی	مصرف علمی - دانشگاهی	مصرف غیر علمی - عامیانه	مصرف علمی - حرفه‌ای
استفاده اینترنتی معطوف به هویت	استفاده مثبت	استفاده منفی	استفاده خنثی
نوع عاملیت انسانی	عاملیت قوی	عاملیت ضعیف	عاملیت متوسط
نوع هویت فردی	هویت مستحکم	هویت ضعیف	هویت معمولی
نوع هویت فرهنگی	هویت پویا و خودآگاه	هویت تقلیدی و از خود بیگانه	هویت معمولی
نوع ترکیب هویتی	هویت محلی گرا - جهانی گرا	هویت ملقمه‌ای	هویت محلی گرا
گروه مرجع	شخصیت‌های آکادمیک ملی و جهانی	هم‌سالان	شخصیت‌های آکادمیک ملی و جهانی
جهت‌گیری نسبت به سنت و مدرنیته	ترکیب بهینه سنت و مدرنیته	طرد سنت و تقلید ناشیانه از مدرنیته	ترکیب ابزاری سنت و مدرنیته
جهت‌گیری نسبت به وطن	ترکیب وطن‌گرایی و جهان‌گرایی	جهان‌وطن‌گرایی ناشیانه	ترکیب ابزاری وطن‌گرایی و جهان‌گرایی
نوع اثرپذیری از اینترنت	اثرپذیری مثبت	اثرپذیری منفی	اثرپذیری مثبت
فراوانی گونه‌های کاربران	بیش تر کاربران	تعداد بسیار کمی از کاربران	تعداد کمی از کاربران
پیامد مصرف اینترنت	پیشرفت هویتی و فرهنگی	بحران هویتی و فرهنگی	تغییر هویتی و فرهنگی

به طور کلی، با توجه به یافته‌های تجربی این پژوهش و با استفاده از روش گونه‌شناسی، می‌توان کاربران اینترنت در جامعه آماری این پژوهش را به سه گونه یا دسته تقسیم کرد: ۱. گونه اول: کاربران خودآگاه، ۲. گونه دوم: کاربران از خود بیگانه، ۳. گونه سوم: کاربران ابزاری. از نظر سنی، گونه اول در رده سنی بالا، گونه دوم در رده سنی پایین و گونه سوم در رده سنی متوسط قرار می‌گیرند. از نظر مقطع تحصیلی، گونه اول و سوم غالباً در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری و گونه دوم در مقطع کارشناسی قرار دارند. از نظر مدت زمان استفاده از اینترنت، گونه اول بسیار زیاد، گونه دوم زیاد و گونه سوم به طور

متوسط از اینترنت استفاده می‌کنند. از نظر مدیریت بهره‌گیری از اینترنت، گونه اول دارای مدیریت قوی، گونه دوم دارای مدیریت ضعیف و گونه سوم دارای مدیریت متوسط هستند. از نظر هویت‌سازی خانواده، خانواده‌های آنها توجه بیشتری به تکوین درست هویت اعضایشان دارند، از این رو نوع هویت‌سازی آنها را هویت‌سازی قوی نامیده‌ام، در حالی که هویت‌سازی خانواده‌های گونه‌های دوم و سوم کاربران اینترنت به ترتیب، هویت‌سازی ضعیف و هویت‌سازی متوسط است. عناصر و عواملی همچون دین، ملیت و فرهنگ ملی و قومی نقش مهمی در تکوین هویت آنها، معنادار کردن و جهت‌دار کردن زندگی‌شان دارند؛ غالباً از اندیشه‌ها و دست‌آوردهای گوناگون مفاخر ملی برای تعیین مسیر زندگی و پیشرفت خود الگوبرداری می‌کنند؛ تلاش می‌کنند علاوه بر میراث‌های محلی و ملی، از دست‌آوردهای ملت‌های دیگر برای پیشرفت و تکامل خود استفاده کنند، به همین دلیل است که گرایش بیشتری نسبت به جهانی شدن دارند؛ آنها در مقایسه با گونه اول و دوم کاربران، غالباً از الگوی اطلاعاتی - ارتباطی اینترنت استفاده می‌کنند. در این زمینه، کاربران گونه سوم وضعیت بهتری دارند؛ زیرا آنها لاقلاً از الگوی اطلاعاتی اینترنت برای انجام کارهای علمی خود استفاده می‌کنند و همانند گونه دوم درگیر ابعاد ارتباطی آسیب‌زای اینترنت نیستند؛ اساساً این دسته از کاربران اینترنت رویکردی ابزاری به اینترنت دارند.

از نظر نوع رویارویی با عناصر فرهنگی جدید، کاربران گونه اول و سوم که من آنها را کاربران خودآگاه و کاربران ابزاری نامیده‌ام، به اقتباس آگاهانه از چنین عناصری می‌پردازند، در حالی که کاربران گونه سوم که من آنها را کاربران از خود بیگانه نامیده‌ام، به تقلید ناآگاهانه از آنها می‌پردازند. نوع مصرف اینترنتی کاربران گونه اول غالباً علمی - دانشگاهی، کاربران گونه دوم غالباً غیر علمی - عامیانه و کاربران گونه سوم غالباً علمی - حرفه‌ای است. این که کاربران اینترنت از این رسانه ارتباطی و ابزار اطلاعاتی در زمینه هویتی و فرهنگی چه نوع استفاده‌ای می‌برند، با توجه به زمینه‌های فکری و اجتماعی کاربران تفاوت پیدا می‌کند. کاربران گونه اول غالباً تلاش می‌کنند در این زمینه به استفاده مثبت بپردازند، در حالی که کاربران گونه دوم در این زمینه درگیر استفاده منفی از آن هستند. از سوی دیگر، نوع استفاده کاربران گونه سوم از عناصر هویتی و فرهنگی را استفاده‌ی خنثی نامیده‌ام، به این دلیل که این کاربران، اولاً علاقه چندانی به مقوله‌ها و مسایل هویتی و فرهنگی ندارند و به همین علت چندان در این زمینه از اینترنت استفاده نمی‌کنند و ثانیاً در صورت ورود به سایت‌های اینترنتی مرتبط به مقوله‌ها و مسایل هویتی و فرهنگی، بیش‌تر برای ارضای حس کنجکاوی خود یا بالا بردن اطلاعات عمومی خود در این زمینه‌ها از اینترنت استفاده می‌کنند. بنا به چنین دلایلی من استفاده آنها از اینترنت در این زمینه را استفاده خنثی

نامیده‌ام. براساس یافته‌های تجربی این پژوهش، ملاحظه شد که کاربران گونه اول در این زمینه دارای عاملیت قوی، کاربران گونه دوم دارای عاملیت ضعیف و کاربران گونه سوم دارای عاملیت متوسط هستند. این پژوهش نشان می‌دهد که کاربران گونه اول از نظر فردی دارای هویت مستحکم، کاربران گونه دوم دارای هویت ضعیف و کاربران گونه سوم دارای هویت معمولی هستند. از نظر هویت فرهنگی نیز کاربران گونه اول دارای هویت پویا و خودآگاه، کاربران گونه دوم دارای هویت تقلیدی و از خود بیگانه و کاربران گونه سوم دارای هویت معمولی هستند.

از آن جا که کاربران گونه اول دارای تعصب‌های خام نسبت به عناصر هویتی محلی و ملی یا جهانی نیستند و هدف آن‌ها پیشرفت و تکامل فکری و فرهنگی است، به صورت آگاهانه به ترکیب عناصر هویتی گوناگون می‌پردازند، از این رو می‌توان نوع ترکیب هویتی آن‌ها را هویت محلی گرا - جهانی گرا نامید، اما از آن جا که کاربران گونه دوم توجه چندانی به مقوله‌ها و مسایل هویتی ندارند و به ویژه تمایل به تقلید ناآگاهانه از عناصر هویتی بیگانه و درآمیختن غیرمقولانه آن‌ها با عناصر هویتی بومی و محلی دارند، می‌توان ترکیب هویتی آن‌ها را هویت ملقمه‌ای نامید. گونه سوم از کاربران نیز غالباً به عناصر هویتی بومی و محلی علاقه‌مند هستند، از این رو من ترکیب هویتی آن‌ها را هویت محلی گرا نامیده‌ام. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که گونه‌های مختلف کاربران رویارویی‌های متفاوتی با سنت و مدرنیته دارند. کاربران گونه اول غالباً دست به ترکیب بهینه سنت و مدرنیته می‌زنند، کاربران گونه دوم به طرد سنت و تقلید ناشیانه از مدرنیته می‌پردازند، در حالی که کاربران گونه سوم دست به ترکیب ابراری سنت و مدرنیته می‌زنند. این دسته از افراد ممکن است به سنت یا مدرنیته گرایش داشته باشند، اما در نهایت تلاش می‌کنند در شرایط خاص از تعارض‌های موجود بین آن‌ها دوری کنند. علاوه بر این، در این پژوهش ملاحظه شد که کاربران گونه اول به ترکیب بهینه وطن‌گرایی و جهان‌گرایی می‌پردازند. از نظر آن‌ها وطن‌گرایی با جهان‌گرایی در تعارض با همدیگر قرار ندارند. آن‌ها معتقدند انسان‌های جوامع دیگر نیز هم‌نوعان ما هستند و ما می‌توانیم در حوزه‌های گوناگون زندگی با آن‌ها ارتباط برقرار کرده و از نظر فکری و انسانی نیز با آن‌ها هم‌دلی برقرار کنیم. آن‌ها رویکرد گونه دوم از کاربران اینترنت نسبت به وطن‌گرایی و جهان‌گرایی را جهان‌وطن‌گرایی ناشیانه نامیده‌ام، به این دلیل که از یک سو، این گروه از کاربران شناخت درستی نسبت به فرهنگ و هویت جامعه خود ندارند، به همین علت علاقه چندانی به جامعه و هویت ملی خود ندارند. گونه سوم از کاربران نیز نه همانند گونه اول تمایل به ترکیب دو عنصر وطن‌گرایی و جهان‌گرایی دارند و نه به صورت متعصبانه خود را وارد فرآیندهای فکری و فرهنگی و انسانی جهانی می‌-

کنند. آن‌ها در شرایط خاص تعلقات وطن‌دوستانه خود را نشان می‌دهند و در شرایط دیگر و در جریان بروز برخی رخدادهای جهانی ممکن است با جامعه جهانی احساس هم‌بستگی داشته باشند. از این رو به نظر من، رویکرد آن‌ها به مقوله وطن‌گرایی و جهان‌گرایی، ترکیب ابزاری وطن‌گرایی و جهان‌گرایی است. از نظر نوع اثرپذیری از اینترنت، گونه‌های اول و سوم از کاربران دارای اثرپذیری مثبت و گونه دوم دارای اثرپذیری منفی هستند. به لحاظ آماری، بیش‌تر کاربران در جمعیت نمونه این پژوهش جزء گونه اول، تعداد کمی از آن‌ها جزء گونه سوم و تعداد بسیار کمی از آن‌ها جزء گونه دوم هستند. نهایتاً این که از نظر پیامد مصرف اینترنت، مصرف اینترنت برای کاربران گونه اول باعث پیشرفت هویتی و فرهنگی، برای کاربران گونه سوم باعث تغییر هویتی و فرهنگی و برای کاربران گونه دوم باعث بحران هویتی و فرهنگی می‌شود.

در این پژوهش، ضمن پایبندی به این عقیده که جهانی‌شدن به‌ویژه در بعد فرهنگی می‌تواند برای جوامع مختلف چالش برانگیز باشد، بیش‌تر از این رویکرد حمایت شده است که این پدیده یک فرصت بی‌ظنیر برای رشد و شکوفایی جوامع مختلف فراهم آورده است، به شرط آن که آن‌ها دارای این توانمندی باشند که وارد عرصه مبادله با فرهنگ جهانی شده و صرفاً مصرف‌کننده محصولات فرهنگی جهانی نباشند. در این زمینه جامعه ایران نیز باید ضمن توانمند ساختن خود در زمینه تولید محصولات فرهنگی، زمینه‌های لازم را برای مبادله با فرهنگ جهانی فراهم آورده و به جای منفعل شدن در برابر فرهنگ جهانی به بازیگری فعال تبدیل شود. جامعه ایران باید این واقعیت را بپذیرد که فرهنگ و تمدن مدرن - که اساساً یا غالباً محصول دنیای غرب بوده و به‌ویژه ایرانیان نقش چندانی در تولید آن نداشته‌اند - خواه ناخواه به جهان‌گستری خود ادامه خواهد داد. پس چه بهتر که به جای تحریم چنین پدیده‌ای، یا محصورکردن خود در حصار هویت‌ها یا فرهنگ‌های سنتی - که برخی از آن‌ها توانایی مقاومت در برابر هویت‌ها و فرهنگ‌های مدرن را نداشته و از این رو نمی‌توانند منابع هویتی قابل اعتماد و اتکایی باشند - وارد دنیای مدرن شده و از فرصت‌های آن در زمینه هویت‌سازی بهره‌گیرند.

شواهد تاریخی نشان می‌دهند که ایران در گذشته یکی از بزرگ‌ترین تمدن‌های بشری بود که در حوزه‌های فکری و فرهنگی گشودگی داشت و با جهان خارج در تبادل مستمر به سر می‌برد... دست-آوردهای تمدنی و فرهنگی ایران باستان برای جهانیان چنان چشم‌گیر بوده است که تصور همه‌جانبه‌زیبایی‌ها، شگفتی‌ها، عظمت‌ها و دست‌آوردهای فرهنگ و تمدن بشری در سطح جهان بدون در نظر گرفتن سهم ایرانیان در تکوین و تکامل آن‌ها امکان‌پذیر نیست (راوندی، ۱۳۶۲، ص. ۳۵-۱۳؛ ثلاثی، ۱۳۷۹؛ آشفته

تهرانی، ۱۳۸۷، ص. ۱۲۵-۱۱۳). مسلماً امروزه برخی از طرح‌های سیاسی آگاهانه برون مرزی در منزوی ساختن ایران از جامعه جهانی نقش خاصی داشته‌اند، با این حال، عواملی همچون برخی ویژگی‌های فرهنگی جامعه ایران، برخی عملکردهای کارگزاران سیاسی ایران، ناکافی بودن تولیدات فرهنگی داخلی و ناتوانی محصولات آن‌ها در رقابت با محصولات فرهنگی خارجی و در نتیجه، روی آوردن بخش مهمی از افراد جامعه به تولیدات رسانه‌های خارجی - آن هم غالباً به شکل قاچاق و غیرقانونی آن - و وجود برخی تعارض‌ها در درون جامعه ایران - همچون رویارویی گرایش‌های سکولاریستی و گرایش‌های ضد سکولاریستی، تعارض در تفاسیر مختلف از اسلام، تعارض‌های قومی، تعارض‌های سیاسی و تعارض‌های مربوط به پدیدار شدن و رشد جمعیت جوان - و مخالفت برخی از گروه‌ها و جناح‌های سیاسی و مذهبی با پدیده جهانی شدن، در این زمینه نقش مهم‌تری داشته‌اند. بنا به چنین دلایلی، مادامی که جامعه ایران نتواند وارد جریان‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و فرهنگی جهانی شود و قواعد بازی در عرصه جهانی را رعایت نکند، روز به روز منزوی‌تر شده و از سوی جامعه جهانی به حاشیه رانده خواهد شد (زنگنه، ۱۹۹۴، ص. ۱۱-۱؛ هالیدی، به نقل از محمدی، ۲۰۰۳: ۷-xii؛ محمدی، ۲۰۰۳، ص. ۴۰-۲۴؛ محمدی، ۲۰۰۳، ص. ۲۳۸-۲۲۹؛ مهدی، ۲۰۰۳، ص. ۵۴-۵۱). چنین پدیده‌ای در حوزه فرهنگ می‌تواند به پیامدهای زیان‌باری، از جمله محصورماندن در حصار سنت‌های فرهنگی خاص، محروم‌ماندن از دستاوردهای فرهنگی جوامع دیگر و در نتیجه، عدم بلوغ فکری و فرهنگی جامعه، بیانجامد.

در بحث از فرصت‌های اینترنت، به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم جهانی شدن، شاید این تصور پیش آید که از آن جا که مکانیسم‌های گوناگونی وجود دارند که می‌توان از آن‌ها به‌عنوان مکانیسم‌های بازدارنده از ابعاد منفی و مخرب اینترنت استفاده کرد؛ بنابراین نیازی به نظارت بر اینترنت نیست. در حالی که نگارنده دارای چنین دیدگاهی نیست. نگارنده اساساً با نظارت سنجیده بر اینترنت، به‌ویژه در مورد برخی اقشار جامعه - همچون نوجوانان، که با توجه به برخی شرایط و زمینه‌های اجتماعی جامعه ما مستعد اثرپذیری از ابعاد منفی و مخرب اینترنت هستند - کاملاً موافق است، اما نکته مهم این جاست که به بهانه نظارت بر اینترنت، محدودیت‌ها و نظارت‌هایی را اعمال نکنیم که به خاطر آن از بخش مهمی از داده‌ها و محتویات اینترنتی که نه تنها منفی و مخرب نیستند، بلکه برای اقشار تحصیل‌کرده و دانشگاهی ضرورت دارند، خود را محروم کنیم. امروزه فیلترگذاری اینترنتی در ایران عملاً به چنین مسأله‌ای انجامیده است و به خاطر حساسیت فیلترهای اینترنتی به برخی اسامی، کلمات و اصطلاحات عملاً امکان دسترسی به بخش قابل توجهی از محتویات اینترنتی وجود ندارد. در مجموع، راهکارهای نگارنده برای رویارویی آگاهانه با پدیده

جهانی شدن عبارتند از: ۱. نقد نگرش نوستالژیک نسبت به گذشته، ۲. نقد نگرش‌های منفی نسبت به پدیده جهانی شدن و بهره‌گیری از ابعاد مثبت آن، ۳. رویارویی آگاهانه و غیرایدئولوژیک با پدیده جهانی شدن، ۴. فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای کثرت‌گرایی فرهنگی، ۵. بازسازی و تقویت بنیان‌های فکری-فرهنگی داخلی، ۶. دست‌یابی به اقتدار ارتباطی و فرهنگی از طریق بهره‌گیری از کالاهای فرهنگی جهانی. به طور کلی، از آن جا که مسایل اجتماعی می‌توانند در عوامل و زمینه‌های گوناگون و متعددی ریشه داشته باشند، از این رو لازم است تمامی چنین عوامل و زمینه‌هایی از سوی کارگزاران اجتماعی و فرهنگی جامعه مورد شناسایی قرار گیرند و با برطرف ساختن محدودیت‌ها و مشکلات موجود، زمینه‌های لازم را برای گزینش عقلانی عناصر فکری و فرهنگی فرامرزی فراهم آورند. در این زمینه آن‌ها بهتر است به جای ارایه، آموختن یا تحمیل کردن برخی اندیشه‌ها و آموزه‌ها، راه درست آموختن، درست اندیشیدن و درست انتخاب کردن را به افراد جامعه بیاموزند؛ مسلماً در چنین فرآیندی آن‌ها دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های لازم را برای تفکر و زندگی در دنیای پیچیده، درهم‌تنیده و جهانی شده کنونی پیدا خواهند کرد. اگر ما شرایط لازم را برای تفکر و زندگی افراد جامعه فراهم آوریم و به توانایی آن‌ها در گزینش مسیر درست تفکر و زندگی ایمان بیاوریم، ضمن جلب اعتماد آن‌ها و ایجاد وحدت و هم‌بستگی اجتماعی، می‌توانیم نقش اساسی در ایجاد و تقویت اعتماد به نفس، خودکنترلی و بلوغ فکری و فرهنگی آن‌ها در وضعیت پیچیده، دگرگون شونده، نامطمئن و غیرقابل کنترل زندگی در جهان و جامعه جهانی شده کنونی داشته باشیم و از این راه به پیشرفت و توسعه جامعه در همه ابعاد، به‌ویژه در حوزه فکری و فرهنگی، کمک کنیم.

کتاب‌نامه

۱. آشفته‌تهرانی، ا. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی جهانی شدن. تهران: نشر دانژه.
۲. استیک، ر. (۱۳۷۹). هنر پژوهش موردی (م.ع. حمید رفیعی، مترجم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. اسلوین، ج. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. (ع. گیلوری و ع. راد باوه، مترجمان). تهران: نشر کتابدار.
۴. برتون، ف. (۱۳۸۲). آیین اینترنت: تهدیدی برای پیوند اجتماعی؟ (ع. ا. سرحدی و ن. جمشیدی، مترجمان). تهران: انتشارات امیرکبیر.
۵. بوربور حسین بیگی، م. (۱۳۸۳). بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل، مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و والدین آن‌ها. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه تهران، ایران.
۶. تارپوردی، ع. (۱۳۸۳). تعامل دینی در گروه‌های بحث اینترنتی، مطالعه‌ی موردی: تالار گفت‌وگوی دین. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه تهران، ایران.

۷. توسلی، غ. (۱۳۸۵). بررسی گفتمان‌های غالب در بحث جهانی شدن. فصل‌نامه علمی. (۲۷)، ۱۷۹-۱۵۷.
۸. ثلاثی، م. (۱۳۷۹). جهان ایرانی و ایران جهانی: تحلیل رویکرد جهان‌گرایانه در رفتار، فرهنگ و تاریخ ایرانیان. تهران: نشر مرکز.
۹. دوران، ب. (۱۳۸۱). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. پایان‌نامه منتشر نشده دکترای جامعه‌شناسی. دانشگاه تربیت مدرس، ایران.
۱۰. دورینگ، س. (۱۳۷۸). مطالعات فرهنگی. (ح. مشیر زاده، مترجم). تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان تهران.
۱۱. راوندی، م. (۱۳۶۲). زندگی ایرانیان در خلال روزگاران. تهران: نشر رامین.
۱۲. ریسچیانو، ف. ل. (۱۳۸۵). سه چهره امپریالیسم اطلاعاتی، امپریالیسم سایبر: روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک. (پ. علوی، مترجم). تهران: انتشارات ثابیه.
۱۳. شولت، ی. آ. (۱۳۸۲). نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن. (م. کرباسیان، مترجم). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۴. عیاری، آ. (۱۳۸۴). هویت قومی در اینترنت: بررسی عملکرد اینترنتی گروه‌های قومی آذری، بلوچ، ترکمن، عرب خوزستانی و کرد. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد مردم‌شناسی. دانشگاه تهران، ایران.
۱۵. فرسلون، ر. (۱۳۸۴). بازنمایی هویت زنانه در تبلیغات اینترنتی. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه تهران، ایران.
۱۶. کرم‌اللهی، ن. (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی آثار استفاده از اینترنت بر دین‌داری جوانان. پایان‌نامه منتشر نشده دکترای جامعه‌شناسی. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.
۱۷. کوکر، ل. (۱۳۸۵). چانه‌زنی بر سر هویت ملی و جنبش اجتماعی در فضای سایبر: بومیان و مهاجران بر روی اینترنت، امپریالیسم سایبر: روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک. (پ. علوی، مترجم). تهران: انتشارات ثابیه.
۱۸. گنجی، ا. (۱۳۸۵). بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، مطالعه موردی: نوجوانان و جوانان شهر تهران. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد پژوهش در علوم اجتماعی. دانشگاه تهران، ایران.
۱۹. گیدنز، آ. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. (م. ثلاثی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
۲۰. گیدنز، آ. (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (ن. موفقیان، مترجم). تهران: نشر نی.
۲۱. گیدنز، آ. (۱۳۷۹). جهان رهاشده: گفتارهایی درباره یک پارچگی جهانی. (ع. ا. سعیدی و ی. حاجی عبدالوهاب، مترجم). تهران: انتشارات علم و ادب.
۲۲. گیدنز، آ. (۱۳۸۴). چشم‌اندازهای جهانی. (م. ر. جلائی پور، مترجم). تهران: طرح نو.
۲۳. گیدنز، آ. (۱۳۸۲). فراسوی چپ و راست. (م. ثلاثی، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
۲۴. میردامادی، م. (۱۳۸۰). فضای سیبرنتیک به مثابه فضای شهری، مطالعه موردی: کاربران اینترنت در شهر تهران. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد مردم‌شناسی. دانشگاه تهران، ایران.
۲۵. واترز، م. (۱۳۷۹). جهانی شدن. (ا. مردانی گیوی و س. مریدی، مترجمان). تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.

۲۶. هال، ا. (۱۳۸۳ الف). بومی و جهانی: جهانی شدن و قومیت. (ب. برکت، مترجم). فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی ارغنون (۲۴). ۲۶۲-۲۳۹

۲۷. هال، ا. (۱۳۸۳ ب). هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید. (ش. وقفی پور، مترجم). فصلنامه فلسفی، ادبی، فرهنگی ارغنون (۲۴). ۳۱۹-۳۵۲

۲۸. هال، ا. (۱۳۸۶). غرب و بقیه: گفت‌وگو و قدرت. (م. متحد، مترجم). تهران: انتشارات آگاه.

1. Bakardjieva, M. (2005). *Internet society: The Internet in everyday life*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: SAGE Publications.
2. Barker, C. (2004). *The SAGE dictionary of cultural studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
3. Barney, D. (2004). *The network society*. United Kingdom and United States of America: Polity Press.
4. Bennett, A. (2006). *Culture and everyday life*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
5. Cavanagh, A. (2007). *Sociology in the age of the Internet*. In *sociology and social change* A. Warde & N. Crossley (Eds.). London and New York: Mc Graw-Hill Education and Open University Press.
6. Cohen, R., & Kennedy, P. (2000). *Global sociology*. London: Macmillan Press.
7. Edgar, A., & Sedgwick, P. (Editors). (1999). *Key concepts in cultural theory*. London and New York: Routledge.
8. Elliott, A. & Lemert, C. (2006). *The new individualism: The emotional costs of globalization*. London and New York: Routledge.
9. Elliott, A. & Ray, L. (Eds). (2002). *Key contemporary social theorists*. United Kingdom and United States of America: Blackwell Publishing.
10. Hall, S. (1996). The question of cultural identity. In S. Hall, D. Held & T. McGrew (Eds.). *Modernity and its futures: Understanding modern societies, An introduction*. United Kingdom and United States of America: Polity Press in association with Blackwell Publishers.
11. Inglis, D. (2005). Culture and everyday life. In A. Elliott (Ed.), *The new sociology*. London and New York: Routledge.
12. Keeble, L., & Loader, B.D. (2002). *Community informatics: Shaping computer-mediated social relations*. London and New York: Routledge.
13. Mahdi, A. A. (2003). Iranian women: Between Islamicization and globalization. In A. Mohammadi (Ed.), *Iran encountering globalization: Problems and prospects, Globalization: Problems and prospects*. London and New York: Routledge Curzon.
14. May, C. (2003). *The information society: A sceptical view*. United Kingdom and United States of America: Polity Press in association with Blackwell Publishing.
15. Mohammadi, A. (2003). *Iran and modern media in the age of globalization*. In A. Mohammadi (Ed.), *Iran encountering globalization: Problems and prospects*. London and New York: Routledge Curzon.
16. Mohammadi, A. (2003). The sixth Majles election and the prospects for democracy in Iran. In A. Mohammadi (Ed.), *Iran encountering globalization: Problems and prospects*. London and New York: Routledge Curzon.
17. Mohammadi, A. (Ed.). (2003). *Iran encountering globalization: Problems and prospects*. London and New York: Routledge Curzon.

18. Nilan, P., & Feixa, C. (Eds.). (2006). *Global youth? Hybrid identities, plural worlds*. London and New York: Routledge.
19. Noble, T. (2000). *Social theory and social change*. London and New York: Palgrave Publishers.
20. Rantanen, T. (2006). *The media and globalization*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
21. Rosie, A. (2004). Cyber identity. In G. Taylor & C. Spencer (Eds.), *Social identities: Multidisciplinary approaches*. London and New York: Routledge.
22. Zangeneh, H. (Ed.). (1994). *Islam, Iran, and world stability*. New York: St. Martin's Press.

