



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۳

تأثیر فضای مجازی در ترویج ارزش های فرهنگی، مورد پژوهی: استان لرستان

مریم بیرانوندزاده^۱، محمدرضا منصورى^۲، حمید ملایی^۳

۱-دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری و پژوهشگر جهاد دانشگاهی واحد لرستان

۲-کارشناس ارشد شهرسازی، شهرداری کوهدشت

۳-فوق لیسانس مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۱۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تأثیر فضای مجازی در ترویج ارزش های فرهنگی در استان لرستان تدوین شده است. طرح پژوهشی از نوع توصیفی-تحلیلی مبتنی بر منابع اسنادی و پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه کارشناسان سازمان تبلیغات استان لرستان و صاحب نظران این حوزه بوده اند. نتایج تحقیق نشان داد بین متغیرهای مستقل ذکر شده (شامل: بستر سازی، محتوی سازی، سرمایه گذاری، نظارت) با متغیر وابسته توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج حاصل از محاسبات تاپسیس نشان می دهد که شاخص سواد رسانه ای فعالان فرهنگی-مذهبی علاوه بر سواد اسلامی رتبه اول را در ارائه راهکارهای توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد، تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی-مذهبی، راه اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی-مذهبی، ساماندهی سرویس های داخلی و شناخت شبکه های اجتماعی، اشتراک گذاشتن فعالیت های فرهنگی-مذهبی در شبکه های اجتماعی، استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی در رتبه های بعدی اثر گذاری بر ترویج و توسعه توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد. تولید محتوای مناسب مذهبی در فضای مجازی، سرمایه گذاری در حوزه آموزش و پرورش جهت استعدادیابی و هدایت آنها به سمت رشته های مرتبط با فضای مجازی و سایبری در راستای توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی، استفاده از قابلیت های فضای مجازی نظیر تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی-مذهبی و... از راهکارهای پیشنهادی این پژوهش جهت توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی می باشد.

واژگان کلیدی: فعالیت های فرهنگی مذهبی، راهکارهای توسعه، فضای مجازی، لرستان

مقدمه

امروزه نقش فرهنگ در مباحث توسعه از محورهای مورد توجه صاحب نظران است. کارشناسان توسعه، فرهنگ و زندگی را جدایی ناپذیر می‌دانند؛ زیرا درک نیازهای جامعه، نیازمند توجه به عوامل فرهنگی است (لنسکی، ۱۳۷۴). در هزاره سوم فن‌آوری اطلاعات به عنوان عمده‌ترین محور تحول و توسعه در جهان منظور شده و دستاوردهای ناشی از آن نیز چنان با زندگی مردم عجین گردیده که بی‌توجهی به آن، اختلالی عظیم در جامعه، رفاه و آسایش مردم به وجود می‌آورد.

جامعه‌های مجازی با شکستن مرزهای جغرافیایی و فروریختن دیوارهای مرزی یک جامعه و فراتر رفتن از مرزهای جامعه خود و تعامل و ارتباط با جوامع گوناگون توانسته اند با فرهنگ آن جامعه ارتباط برقرار کنند و گاهی اوقات به تضعیف فرهنگی دیگر جوامع بپردازند و این یک نوع تهدید جدی برای فرهنگ و هویت یک جامعه محسوب می‌شود. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های جامعه مجازی انتشار اطلاعات و ورود بی‌هویت در آن است. این آزادی و بی‌هویتی در صورتی که به درستی کنترل و مدیریت نشود می‌تواند به عنوان آسیب جدی مسائل فرهنگی و مذهبی در جوامع مجازی مطرح شود. از دیگر تهدیداتی که گسترش بدون نظارت فضای مجازی می‌تواند برای جامعه داشته باشد می‌توان به ایجاد تفرقه قومیتی، گسست میان نسلی، هتک حرمت و نقض حریم خصوصی افراد، شکل‌گیری ارتباط نامتعارف میان جوان‌ها و... اشاره نمود (عسگری و عزیزخانی، ۱۳۸۶: ۲).

با توجه به شرایط کنونی وضعیت فرهنگی جامعه و رشد سریع فناوری اطلاعات و فضاها، مجازی، هرگونه سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی موفق و اثربخش مستلزم پذیرش فناوری‌های نوین و طراحی سازوکارهای مناسب جهت بهره‌گیری از این امکانات می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

پیشینه تحقیق

از جمله پژوهش‌های صورت گرفته مرتبط با موضوع می‌توان به مواردی از قبیل موارد ذیل اشاره نمود: استار (۱۹۹۵) معتقد است هیچ تضمینی وجود ندارد که تعامل در شبکه‌های مجازی صرفاً بی‌عدالتی‌های نژادی، جنسی و طبقاتی را که در اشکال دیگر ارتباطات سراغ داریم، کپی کند. شیلدز (۱۹۹۶) ویژگی‌های مربوط به ارزش‌های فرهنگ مجازی و مواردی نظیر نوع نگاه به سانسور، تعامل اجتماعی، سیاست‌های سلطه‌طلبانه و کنش‌های جنس‌مدارانه در شبکه را مورد بررسی قرار داده اند اما دیگران معتقدند فضای مجازی محل ایجاد فرهنگی کاملاً جدید است. به عنوان مثال لوی می‌گوید فرهنگ مجازی پیدایش یک فرهنگ

متفاوت جهانی و جدید است چرا که از عدم تعصب در فهم از جهان برگرفته شده است و هیلی فضای مجازی را فضایی میانه، میان تمدن و صحرائشینی می داند که در آن گرایشات و گزینه های فرهنگی را می توان انتخاب کرد. انرسان (۱۹۹۷) معتقد است که ارزش های فرهنگ مجازی، ارزش های گفتاری، قابل دسترس، آزاد و دارای واکنش سریع هستند. کستلز معتقد است که فرهنگ هکری اساس فرهنگ مجازی است و ارزش های شایسته سالارانه، مفهوم اولیه جامعه مجازی و آزادی فردی بالایی را به همراه دارد.

ناپفر و مورس (۱۹۹۷) ماهیت مردسالارانه فرهنگ مجازی را بررسی می کند.

جوردن (۱۹۹۹) مدعی است که فرهنگ مجازی، نیرویی است که فرهنگ، سیاست و اقتصاد را می سازد و قدرت فناوری را قدرتی تعریف می کند که نظام هنجاری فرهنگ مجازی را شکل می دهد. کولکو (۲۰۰۰) معتقد است جوامع مجازی جدید، ارزش هایی عمدتاً غربی از فرهنگ بومی خود وارد این جوامع می کنند.

نارولا (۲۰۰۲) وسایل الکترونیکی جدید سبب رشد فردگرایی و انزوای اجتماعی اقشار استفاده کننده آن خواهد شد. دورینگ (۲۰۱۰) در تحقیقی باین نتیجه رسیده است که جهانی شدن در معنای واقعی خودش، غربی شدن، یکنواخت شدن و هماهنگ کردن فرهنگ جهان با فرهنگ غربی است.

عسگری و عزیزخانی (۱۳۸۶)، در مقاله ای با عنوان لزوم توجه به فرهنگ در زیرساخت ای شهر الکترونیک باین نتیجه رسیده اند که جامعه مجازی تحولات سیاسی-اجتماعی وسیع و شگرفی را پدید آورده است. مشکلات فرهنگی جدید و منحصر به فردی در این حوزه ایجاد شده که نیازمند رسیدگی است. جامعه مجازی نه تنها در چگونگی افعال و اقدامات روزمره ما تأثیر می گذارد، بلکه تلقی ما از آنها را نیز تغییر داده است.

اخوان خرازی (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان رویکردی تحلیلی به ضرورت توجه به فرهنگ جوامع پرداخته است. ایشان در تحقیق خود به تأثیر فرهنگ جوامع در کلیه شئون زندگی و بر شهرسازی پرداخته اند و معتقدند که در کلیه طرح ها و برنامه های شهری باید توجه به فرهنگ در سرلوحه مطالعات قرار گیرد و تطابق برنامه و طرحها با فرهنگ از مقولات اساسی پایداری جوامع است.

احمدزاده کرمانی (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان درآمدی بر پدیدار شناسی فضای مجازی سعی نموده اند با بهره گیری از رویکرد پدیدارشناسی - با تأکید بر رویکرد های دگر - به فهمی از تحولات حوزه سایبر دست یابند.

حقگو (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی فرصت ها و راهکار های تقویت فرهنگ ایرانی- اسلامی در فضای مجازی پرداخته اند، نتایج تحقیق ایشان نشان داده است که محور های اصولی تقویت فرهنگ در فضای مجازی، سیاست- گذاری، سرمایه گذاری، تصمیم گیری و هماهنگی در فضای مجازی است و باید مدیران و مسئولان مربوط با حمایت های خود و رویکردی جهادی، زمینه را برای تقویت و تولید محتوای فاخر فراهم کنند.

-وکیل‌ها(۱۳۹۳) به مطالعه تاثیر فضای مجازی بر عرصه هویت فرهنگی پرداخته است، نتایج تحقیق این محقق نشان می‌دهد افراد با حضور در شبکه های اجتماعی و استفاده از گونه های مختلف رسانه های اجتماعی از مزایای حضور در این اجتماع مجازی نظیر حمایت اطرافیان، اطلاعات، عواطف و احساسات برخوردار شده و اغلب جوانب زندگی واقعی خود را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست در این اجتماعات مجازی دارا هستند.

روش تحقیق

نوع تحقیق، کاربردی، از نظر کنترل متغیرها از نوع میدانی، از لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی است که از روش تحقیق پیمایشی و اسنادی برای دستیابی به اهداف تحقیق استفاده شده است. شیوه گردآوری اطلاعات در بخش نخست از طریق مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش از طریق مطالعه کتابخانه‌ای می‌باشد. رتبه‌بندی عوامل اثرگذار بر توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی با مدل‌های تاپسیس و ویکور صورت گرفت. سنجش ارتباط بین متغیرها و فرضیات ارائه شده با آزمون T تک نمونه‌ای انجام شده است

یافته های تحقیق

مهم ترین متغیرهای اثرگذار بر توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی استخراج و در قالب مدل های تاپسیس و ویکور رتبه بندی شدند. نتایج یافته های تحقیق در قالب جداول زیر آمده است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱: رتبه بندی راهکارهای اثر گذار بر توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان به روش تاپسیس

TOPSIS	CLi	Di-	Di+	شاخص
۱۴	۰.۳۸۷۵۳	۰.۰۶۸۷	۰.۱۰۸۵۸	استفاده از مطالب جذاب با محتوای مناسب فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی
۱۱	۰.۳۹۲۱۸	۰.۰۶۶۸۷	۰.۱۰۳۶۴	بومی سازی فضای مجازی، در توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی
۶	۰.۴۱۸۶۵	۰.۰۹۱۶۴	۰.۱۲۷۲۶	استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی
۸	۰.۳۹۷۵۴	۰.۰۷۸۰۷	۰.۱۱۸۳۱	تنوع سازی و به روز رسانی فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی
۱	۰.۴۴۳۶۳	۰.۰۸۶۱۷	۰.۱۰۸۰۷	سواد رسانه ای فعالان فرهنگی - مذهبی علاوه بر سواد اسلامی
۲۰	۰.۳۵۷۰۷	۰.۰۶۲۷۶	۰.۱۱۳۰۱	تشکیل کارگروه ها و سازمان های تخصصی فرهنگی - مذهبی
۴	۰.۴۳۴۸۸	۰.۰۸۴۸۹	۰.۱۱۰۳۱	ساماندهی سرویس های داخلی و شناخت شبکه های اجتماعی
۱۳	۰.۳۹۱۲۷	۰.۰۷۷۷۱	۰.۱۲۰۹	میزان دسترسی آسان به فضای مجازی با محوریت فرهنگی-مذهبی
۷	۰.۳۹۸۲۷	۰.۰۷۷۶۱	۰.۱۱۷۲۶	استفاده از نرم افزارهای مختلف، انیمیشن ها و ... با موضوعات فرهنگی-مذهبی
۳	۰.۴۳۵۲۷	۰.۰۸۴۳۸	۰.۱۰۹۴۸	راه اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی-مذهبی
۲	۰.۴۴۰۴۸	۰.۰۸۲۲۳	۰.۱۰۴۴۶	تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی - مذهبی
۱۴	۰.۳۸۷۵۳	۰.۰۶۸۷	۰.۱۰۸۵۸	معرفی لینک های فرهنگی - مذهبی در سطح ملی و بین المللی
۵	۰.۴۳۳۶۴	۰.۰۹۳۱۲	۰.۱۲۱۶۲	اشتراک گذاشتن فعالیت های فرهنگی - مذهبی در شبکه های اجتماعی
۱۹	۰.۳۶۴۵	۰.۰۷۵۹۲	۰.۱۳۲۳۶	عضو گیری از جوانان در کانال ها و گروه های مجازی
۹	۰.۳۹۷۵۱	۰.۰۶۹۸۸	۰.۱۰۵۹۲	برگزاری مسابقات اینترنتی با محوریت موضوعات فرهنگی و مذهبی
۱۶	۰.۳۸۷۰۱	۰.۰۶۷۳۷	۰.۱۰۶۷۱	ایجاد فروشگاه اینترنتی محصولات فرهنگی
۱۱	۰.۳۹۲۱۸	۰.۰۶۶۸۷	۰.۱۰۳۶۴	سرمایه گذاری فکری، معنوی و مادی در فضای مجازی
۱۰	۰.۳۹۶۸۷	۰.۰۶۹۰۱	۰.۱۰۴۸۸	افزایش بودجه مربوط به فعالیت های فرهنگی - مذهبی
۱۸	۰.۳۸۰۴۳	۰.۰۶۸۳	۰.۱۱۱۲۳	انجام فعالیت های علمی و پژوهشی
۱۷	۰.۳۸۵۲۳	۰.۰۶۶۶۷	۰.۱۰۶۳۹	پدیده جهانی شدن در توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی

نتایج حاصل از محاسبات تاپسیس نشان می دهد که شاخص سواد رسانه ای فعالان فرهنگی - مذهبی علاوه بر سواد اسلامی رتبه اول را در ارائه راهکارهای توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد،



تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی- مذهبی، راه اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی-مذهبی، ساماندهی سرویسهای داخلی و شناخت شبکه های اجتماعی، اشتراک گذاشتن فعالیت های فرهنگی- مذهبی در شبکه های اجتماعی، استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی در رتبه های بعدی اثر گذاری بر ترویج و توسعه توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد.

-رتبه بندی راهکارهای اثر گذار بر توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان بر اساس روش ویکور

این روش توسط آپریکوویچ و زنگ که بر مبنای روش *Lp-metric* توسعه یافته است (آپریکوف و زنگ، ۲۰۰۷). این روش روی دسته بندی و انتخاب از یک مجموعه گزینه ها تمرکز داشته و جواب های سازشی را برای یک مساله با معیارهای متضاد تعیین می کند، به طوری که قادر است تصمیم گیرندگان را برای دستیابی به تصمیم نهایی یاری دهد. در اینجا جواب سازشی نزدیکترین جواب موجه به جواب ایده آل است که کلمه سازش به یک توافق متقابل اطلاق می گردد (Opricovis & Tzeng, 2004).



جدول ۲: بررسی عوامل اثر گذار بر توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان بر اساس روش ویکور

گزینه ها	Si	Ri	Qi	رتبه نهایی
استفاده از مطالب جذاب با محتوای مناسب فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی	۰.۵۰۳۹۲۸۵۷۱	۰.۱۵	۰.۱۶۶۷۶۲	۴
بومی سازی فضای مجازی، در توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی	۰.۴۸۵۵۹۵۲۳۸	۰.۱۷۵	۰.۲۰۴۲۳۳	۵
استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی	۰.۴۳۹۰۴۷۶۱۹	۰.۲۱	۰.۲۰۶۵۲۲	۷
تنوع سازی و به روز رسانی فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی	۰.۵۰۸۰۳۵۷۱۴	۰.۱۷۵	۰.۲۵۸۱۵۲	۱۲
سواد رسانه ای فعالان فرهنگی- مذهبی علاوه بر سواد اسلامی	۰.۵۳۶۸۴۵۲۳۸	۰.۲	۰.۴۰۸۸۹۶	۱۶
تشکیل کارگروه ها و سازمان های تخصصی فرهنگی- مذهبی	۰.۴۹۷۵۵۹۵۲۴	۰.۱۵	۰.۱۵۱۴۵۹	۳
ساماندهی سرویس های داخلی و شناخت شبکه های اجتماعی	۰.۵۵۷۲۰۲۳۸۱	۰.۱۵	۰.۲۹۴۷۶۵	۱۳
میزان دسترسی آسان به فضای مجازی با محوریت فرهنگی-مذهبی	۰.۵۶۶۴۲۸۵۷۱	۰.۲۲	۰.۵۴۵۱۹۵	۱۹
استفاده از نرم افزارهای مختلف، انیمیشن ها و ... با موضوعات فرهنگی- مذهبی	۰.۴۴۵۷۱۴۲۸۶	۰.۲۲	۰.۲۵۵۱۴۹	۱۱
راه اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی-مذهبی	۰.۵۹۰۵۹۵۲۳۸	۰.۱۷۵	۰.۴۵۶۵۲۲	۱۷
تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی- مذهبی	۰.۴۷۱۹۰۴۷۶۲	۰.۱۵	۰.۰۸۹۸۱۷	۲
معرفی لینک های فرهنگی- مذهبی در سطح ملی و بین المللی	۰.۵۲۳۵۱۱۹۰۵	۰.۱۵	۰.۲۱۳۸۱۶	۸
اشتراک گذاشتن فعالیت های فرهنگی- مذهبی در شبکه های اجتماعی	۰.۴۸۶۲۵	۰.۱۷۵	۰.۲۰۵۸۰۷	۶
عضو گیری از جوانان در کانال ها و گروه های مجازی	۰.۴۸	۰.۲۱	۰.۳۰۴۹۲	۱۴
برگزاری مسابقات اینترنتی با محوریت موضوعات فرهنگی و مذهبی	۰.۵۲۵۱۷۸۵۷۱	۰.۱۵	۰.۲۱۷۸۲	۹
ایجاد فروشگاه اینترنتی محصولات فرهنگی	۰.۵۲۵۶۵۴۷۶۲	۰.۱۸۳۳۳۳	۰.۳۲۷۶۶	۱۵
سرمایه گذاری فکری، معنوی و مادی در فضای مجازی	۰.۵۶۱۴۲۸۵۷۱	۰.۲	۰.۴۶۷۹۶۳	۱۸
افزایش بودجه مربوط به فعالیت های فرهنگی- مذهبی	۰.۵۳۸۹۸۸۰۹۵	۰.۱۵	۰.۲۵۱۰۰۱	۱۰
انجام فعالیت های علمی و پژوهشی	۰.۶۴۷۱۴۲۸۵۷	۰.۳	۱	۲۰
پدیده جهانی شدن در توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی	۰.۴۶۹۷۰۲۳۸۱	۰.۱۴۶۶۶۷	۰.۰۷۳۶۵۶	۱

نتایج حاصل از محاسبات با روش ویکور نشان می دهد که پدیده جهانی شدن در توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی رتبه اول را در توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد. تشکیل گروه ها و کانال های فرهنگی- مذهبی، تشکیل کارگروه ها و سازمان های تخصصی فرهنگی- مذهبی، استفاده از مطالب جذاب با محتوای مناسب فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی، بومی سازی فضای مجازی، در توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی، اشتراک گذاشتن فعالیت های فرهنگی- مذهبی در شبکه های اجتماعی و استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی در دیگر رتبه های بعدی اثرگذار بر توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد.

فرضیه اول: به نظر می رسد بین محتوی سازی فضای مجازی با محوریت ارزش های فرهنگی- مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی- مذهبی رابطه معنی داری وجود دارد.

در این فرضیه محتوی سازی فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی به عنوان متغیر وابسته معرفی شده اند، جهت سنجش میزان معناداری روابط بین متغیرها از آزمون T تک نمونه ای بهره گرفته شده است. که نتایج آن در جداول زیر انعکاس یافته است.

جدول ۳: میانگین محتوی سازی فضای مجازی با محوریت ارزش های فرهنگی - مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی

محتوی سازی با محوریت ارزش های فرهنگی - مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین
	۵۴	۱۷.۱۵۶۹	۳.۴۸۳۵۲	۴.۸۷۷۹

جدول ۴: آزمون آماری t محتوی سازی با محوریت ارزش های فرهنگی - مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی

محتوی سازی با محوریت ارزش های فرهنگی - مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی	آزمون آماری t					
	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان از تفاوت ۹۵٪	
					پایین ترین	بالا ترین
	-۷۵.۵۳۱	۵۰	.۰۰۰۱	-۳۶.۸۴۳۱۴	-۳۷.۸۲۲۹	-۳۵.۸۶۳۴

با توجه به سطح معنی داری داده شده در جدول آزمون آماری، نتایج به دست آمده از تحلیل T با توجه به میزان ضریب همبستگی ۰/۰۰۰۱ نشان می دهد، که بین محتوی سازی با محوریت ارزش های فرهنگی - مذهبی و توسعه فعالیت های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. از آن جایی که سطح معنی دار مشاهده شده کمتر از ۵٪ است، نشان از رد فرضیه صفر و تایید فرضیه یک را دارد.

فرضیه دوم:

- به نظر می‌رسد بین بستر سازی فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی رابطه معنی‌داری وجود دارد. در این فرضیه بستر سازی فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی به عنوان متغیر وابسته معرفی شده‌اند، جهت سنجش میزان معناداری روابط بین متغیرها از آزمون T تک نمونه‌ای بهره‌گرفته شده است. که نتایج آن در جداول ۵-۳ و ۵-۴ نشان داده شده است.

جدول ۵: میانگین بستر سازی فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی

بستر سازی فضای مجازی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین
	۵۴	۱۴.۶۴۸۱	۲.۵۲۶۵۲	۳.۴۳۸۲

جدول ۶: آزمون آماری t بستر سازی فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی

جدول ۴-۵:						
بستر سازی فضای مجازی	فاصله اطمینان از تفاوت ۹۵٪					
	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	پایین‌ترین	بالا‌ترین
					-۱۱۴.۴۵۶	۵۳

با توجه به سطح معنی‌داری داده شده در جدول آزمون آماری، نتایج به دست آمده از تحلیل T با توجه به میزان ضریب همبستگی $۰/۰۰۰۱$ نشان می‌دهد، که بین بستر سازی فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین بهره‌گیری از قابلیت‌های فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی رابطه معنی‌داری وجود دارد.



جدول ۷: میانگین بهره گیری از قابلیت های فضای مجازی و توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی

قابلیت های فضای مجازی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین
	۵۴	۲۸.۵۱۸۵	۵.۳۸۹۵۱	۰.۷۳۳۴۲

جدول ۸: آزمون آماری t بهره گیری از قابلیت های فضای مجازی و توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی

قابلیت های فضای مجازی	Test Value = 54				
	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	فاصله اطمینان از تفاوت ۹۵%	
				پایین ترین	بالا ترین
	-۳۴.۷۴۳	۵۳	.۰۰۰	-۲۵.۴۸۱۴۸	-۲۶.۹۵۲۵

با توجه به سطح معنی داری داده شده در جدول آزمون آماری، نتایج به دست آمده از تحلیل T با توجه به میزان ضریب همبستگی $۰/۰۰۰$ نشان می دهد، که بین بهره گیری از قابلیت های فضای مجازی و توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه چهارم

-به نظر می رسد بین افزایش سرمایه گذاری در فضای مجازی و توسعه فعالیت های فرهنگی-مذهبی رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۹: میانگین افزایش سرمایه‌گذاری در فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی:

انحراف از میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	افزایش میزان سرمایه گذاری در فضای مجازی
۳۴۳۰۳	۲۰۴۷۳۶۲	۱۱۰۳۶۵۴	۵۴	

جدول ۱۰: آزمون آماری t افزایش سرمایه‌گذاری در فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی

افزایش میزان سرمایه گذاری در فضای مجازی	فاصله اطمینان از تفاوت ۹۵%				
	اختلاف میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	پایین ترین	
				پایین ترین	پایین ترین
	-۴۲۰۶۳۴۶۲	۰۰۰۱	۵۱	-۴۳۰۳۲۳۳	-۴۱۰۹۴۶۰
				-۱۲۴۰۲۸۹	

در این فرضیه افزایش میزان سرمایه‌گذاری در فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی به عنوان متغیر وابسته مطرح شده است. جهت سنجش روابط معنی داری از آزمون T مستقل استفاده شد. با توجه به سطح معنی داری داده شده در جدول آزمون آماری، نتایج به دست آمده از تحلیل T با توجه به میزان ضریب همبستگی $۰/۰۰۰۱$ نشان می‌دهد، که بین میزان افزایش سرمایه‌گذاری در فضای مجازی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی در استان رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه پنجم:

به نظر می‌رسد استفاده نادرست و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی منجر به کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی-مذهبی در بین افراد جامعه می‌شود.

جدول ۱۱: میانگین استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی و کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی:

انحراف از میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی و کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی
۴۹۹۱۸	۳.۵۹۹۶۴	۹.۰۵۷۷	۵۴	

جدول ۱۲: آزمون آماری t استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی و کمرنگ شدن

استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی و کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی	فاصله اطمینان از تفاوت ۹۵٪					
	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین	پایین ترین	پایین ترین
					-۴۵.۹۴۴۵	-۴۳.۹۴۰۲
	-۹۰.۰۳۲	۵۱	۱.۰۰۰	-۴۴.۹۴۲۳۱		

در این فرضیه استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی به عنوان متغیر مستقل و و کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی به عنوان متغیر وابسته مطرح شده است. جهت سنجش روابط معنی‌داری از آزمون T مستقل استفاده شد. با توجه به سطح معنی‌داری داده شده در جدول آزمون آماری، نتایج به دست آمده از تحلیل T با توجه به میزان ضریب همبستگی $۰/۰۰۰۱$ نشان می‌دهد، که بین استفاده نابجا و عدم نظارت صحیح بر فضای مجازی و کمرنگ شدن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی در استان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از محاسبات تاپسیس نشان می‌دهد که شاخص سواد رسانه‌ای فعالان فرهنگی- مذهبی علاوه بر سواد اسلامی رتبه اول را در ارائه راهکارهای توسعه فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد، تشکیل گروه‌ها و کانال‌های فرهنگی- مذهبی، راه‌اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی- مذهبی، ساماندهی سرویسهای داخلی و شناخت شبکه‌های اجتماعی، اشتراک گذاشتن فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی در شبکه‌های اجتماعی، استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی در رتبه‌های بعدی اثر گذاری بر ترویج و توسعه توسعه فعالیت‌های فرهنگی- مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد.

- نتایج حاصل از محاسبات با روش ویکور نشان می‌دهد که پدیده جهانی شدن در توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی رتبه اول را در توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد.
- تشکیل گروه‌ها و کانال‌های فرهنگی - مذهبی، تشکیل کارگروه‌ها و سازمان‌های تخصصی فرهنگی - مذهبی، استفاده از مطالب جذاب با محتوای مناسب فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی، بومی‌سازی فضای مجازی، در توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی، اشتراک گذاشتن فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از الگوهای فرهنگی و اسلامی در فضای مجازی در دیگر رتبه‌های بعدی اثرگذار بر توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی در استان لرستان دارد. جهت سنجش میزان معنی‌داری بین متغیرهای تحقیق از آزمون T تک نمونه‌ای بهره‌گرفته شد، نتایج آزمون نشان داد: بین محتوی‌سازی فضای مجازی، بستر سازی فضای مجازی، بهره‌گیری از قابلیت‌های فضای مجازی، افزایش میزان سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی با میزان ضریب همبستگی $0/0001$ رابطه معنی‌داری وجود دارد
- از مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی جهت استفاده صحیح و درست از فضای مجازی در راستای توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:
- لزوم تولید محتوای مناسب مذهبی در فضای مجازی
 - سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش و پرورش جهت استعدادیابی و هدایت آنها به سمت رشته‌های مرتبط با فضای مجازی و سایبری در راستای توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی
 - استفاده از تریبون صدا و سیما در جهت فرهنگ‌سازی حداکثری در رابطه با زمینه‌های عام فضای مجازی، نه در جهت جلوگیری از بکارگیری از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای فضای مجازی، بلکه در جهت استفاده آگاهانه از آنها
 - برای توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی
 - تنوع سازی و به روز رسانی فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی
 - تشکیل کارگروه‌ها و سازمان‌های تخصصی فرهنگی - مذهبی به منظور نظارت و رصد فضای مجازی
 - راه اندازی کتابخانه مجازی کتب مختلف فرهنگی - مذهبی
 - استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی نظیر تشکیل گروه‌ها و کانال‌های فرهنگی - مذهبی
 - به اشتراک گذاشتن فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام، اینستاگرام
 - عضو گیری از جوانان در کانال‌ها و گروه‌های فرهنگی - مذهبی
 - ایجاد فروشگاه اینترنتی محصولات فرهنگی
 - افزایش بودجه مربوط به فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی
 - انجام فعالیت‌های علمی و پژوهشی در خصوص توسعه فعالیت‌های فرهنگی - مذهبی در فضای مجازی

- برگزاری مسابقات اینترنتی با محوریت موضوعات فرهنگی و مذهبی

منابع

- ۱- احمدزاده کرمانی، روح اله (۱۳۹۰)، درآمدی بر پدیدار شناسی فضای مجازی مجله مطالعات رسانه ای، ۶(۱۲): ۶۵-۷۸.
- ۲- اخوان خرازی، کامیار (۱۳۸۷)، رویکردی تحلیلی به ضرورت توجه به فرهنگ جوامع، نشریه هویت شهر، ۲(۳): ۵۱-۶۱.
- ۳- اردلان، اسعد (۱۳۷۹)، پدیده جهانی شدن، حقوق و فرهنگ، مجله سیاست خارجی، ۲: ۲۰-۳۴.
- ۴- اکبریان، رضا (۱۳۸۶)، بررسی نقش فرهنگ در اقتصاد، ماهنامه مهندسی فرهنگی، ۲(۱۲): ۲۴-۳۲.
- ۵- برادبنت، جعفری، (۱۹۹۵)، "اسازی"، راهنمای دانشجویان، ترجمه دکتر منوچهر مزینی، ۱۳۷۵، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، تهران.
- ۶- بیانی، احمد (۱۳۷۸)، روش های تحقیق و سنجش در روان شناسی و علوم تربیتی، تهران، انتشارات رهیافت.
- ۷- پاستر، مارک (۱۹۹۷)، عصر دوم رسانه ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، ۱۳۷۷. انتشارات ایران.
- ۸- ثقه الاسلامی، علیرضا (۱۳۹۰)، بررسی ماهیت مسائل اخلاقی پژوهش در فضای مجازی، فصلنامه اخلاق در علوم فناوری، ۶(۲): ۴۸-۶۱.
- ۹- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۹۰)، مفهوم سازی ژئوپلتیک اینترنت و فضای مجازی، فصلنامه ژئوپلتیک، ۷(۱): ۱۳-۱.
- ۱۰- حبیب، فرشته (۱۳۸۳)، فرهنگ و کالبد شهر، نشریه شهرساز، ۲(۵-۴).

- ۱۱-حقیگو، محمد امین(۱۳۹۴)، بررسی فرصت ها و راهکار های تقویت فرهنگ ایرانی اسلامی در فضای مجازی، دومین کنفرانس ملی آینده پژوهی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- ۱۲-رستم گورانی، ابراهیم و همکاران(۱۳۹۲)، مقدمه ای بر مهندسی فرهنگی، چاپ اول، انتشارات آسمان انتظار.
- ۱۳-رشاد، علی اکبر(۱۳۹۰)، درباره فلسفه فرهنگ، مجله راهبرد فرهنگ، (۱۳-۱۲): ۱-۱۶.
- ۱۴-روشندل اربطانی، طاهر(۱۳۹۱)، شناسایی عوامل موثر بر جذب کاربران ایرانی به شبکه های اجتماعی مجازی خارجی با مورد مطالعه کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- ۱۵-ساسمن، جرالده و جان ای. لنت(۱۹۹۵)، ارتباطات فراملی و جهان سوم، ترجمه طاهره زیان حیدری، ۱۳۷۴، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- ۱۶-سایمن، دورینگ(۲۰۰۸)، مطالعات فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، ۱۳۸۷، موسسه آینده پویان،
- ۱۷-شاوردی، تهمنه و شهرزاد شاوردی(۱۳۸۸)، بررسی نظرات کودکان، نوجوانان و مادران نسبت به اثرات اجتماعی بازی های رایانه ای، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲(۷): ۴۷-۷۶.
- ۱۸-فاضلی، نعمت الله(۱۹۹۷)، فرهنگ و توسعه: رهیافت مردم شناختی، ترجمه نعمت الله فاضلی، محمد فاضلی، ۱۳۷۶، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات.
- ۱۹-عسگری، سعیده و حامد عزیزخانی(۱۳۸۶)، لزوم توجه به فرهنگ در زیرساخت های شهر الکترونیک، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک.
- ۲۰-گل محمدی، احمد،(۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران، نشر نی.
- ۲۱-لوی اشتروش، کلود(۲۰۰۲)، "نژاد تاریخ و فرهنگ"، پیام یونسکو، شماره ۳۷۹.
- ۲۲-نک جنگینز، ریچارد،(۲۰۰۲) هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمدی، ۱۳۸۱، تهران، نشر شیرازه.
- ۲۳-هال، ادوارد،(۱۹۹۷)، "بعد پنهان"، ترجمه دکتر منوچهر طبیبیان، ۱۳۷۶، انتشارات دانشگاه تهران، تهران
- ۲۴-هنسون اولاما نارولا، جرجیس(۲۰۰۰)، تکنولوژی های جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه، ترجمه داوود حیدری، ۱۳۷۹، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها



۲۵- وکیل‌ها، سمیرا (۱۳۹۲)، تاثیر فضای مجازی بر عرصه هویت فرهنگی، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران، ۳(۹): ۶۳-۷۵.

۲۶- یونسکو، ۱۹۹۷، فرهنگ و توسعه (رهیافت مردم‌شناختی توسعه)، نعمت‌الله فاضلی، ۱۳۷۶، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۲۷- Amin, A, Thrift, N., eds. (2004). *The Blackwell Cultural Economy Reader*, Blackwell Chaney, d. (1983). *The Department Store as a Culture Form, Theory Culture and Society*, vol. 1, no.3.

۲۸- Anderson, 1995, B Standing (2000), Bijker & Law, 1992: C hase et al , 2002: Gibbs & Kraause, 2000, pargam an, 1998, W islon et al, 1998

۲۹- Kroeber. A., Kluckhohn, C, (1952), "Culture, A Critical Review of Concepts and Definitions".

Harvard
University.

۳۰- Miller, M.B. (1981). *The Bone Marche. Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920-*, London, Allen and Unwin

