

بررسی تأثیر فضای مجازی بر گرایش‌ات نو در ادبیات آینده

مطالعه موردی: (دانش آموزان دور دوم متوسطه شهرستان بافت)

کبری رحیمی ، سعدالله رحیمی ، سودابه موسوی

چکیده

این تحقیق مطالعه موردی است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS و با شاخص‌های توصیفی گویه‌ها و روش همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به شیوه همزمان انجام گرفت. نتایج همبستگی پیرسون پژوهش نشان داد که بین میزان پاسخگویی و خشنودی اجتماعی در فضای مجازی و بالا رفتن سطح آگاهی افراد رابطه مثبت معناداری وجود ندارد، درحالی که بین تأثیر فرهنگی فضای مجازی با بالا رفتن سطح آگاهی افراد رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون چندگانه به روش همزمان نشان داد که ۴۲/۵ درصد تغییرات میزان آگاهی مربوط به تأثیر فضای مجازی به عنوان یک عامل اجتماعی است به طوری که سطح آگاهی و تأثیر فرهنگی بیشترین سهم را در تغییرات ادبیات آینده دانش آموزان در جامعه هدف دارند. نتیجه اینکه تأثیر این گونه تحقیقات می‌تواند راهکاری کاربردی برای تسهیل امور تصمیم‌گیری در سطوح مختلف برنامه ریزی به همراه داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، ادبیات آینده، سطح آگاهی، تأثیر فرهنگی

۱. مقدمه

از آنجا که رابطه اجتماعی مجازی بین انسان‌ها روز به روز فراگیر و گسترده‌تر می‌شود، نیاز است در باب نگرش اجتماعی خانواده‌ها در روند تحصیلی فرزندان، از طرف دست‌اندرکاران امور تعلیم و تربیت برنامه‌های منسجم و محکمی ارائه شود که با برنامه‌های کلی امر آموزش و پرورش، هماهنگی و انسجام در کاربرد و اهداف داشته باشد. هدف این مقاله علمی و پژوهشی معرفی و بررسی تاثیر رویکردهای نظری اخیر درخصوص توصیف و یافتن خاستگاه‌های یک فرهنگ مجازی و بازبرد آن در ادبیات آینده است. اینکه، آیا فضاهای ارتباطی و اجتماعی اینترنت بر ادبیات آینده تاثیر دارند؟ آیا نظام‌های ارزشی فرهنگی ملی یا قومی فضای مجازی حاکم بر ادبیات آینده است؟ جوامع مختلف تحت تاثیر تحولات بسیار گسترده علمی تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی یا جامعه شبکه‌ای در حال حرکت می‌باشند و منظور از جامعه شبکه‌ای، جامعه‌ای است که ساختار آن متأثر از فناوری روز و رو به پیشرفت در آینده است. در جامعه شبکه‌ای، جوامع با چالش‌هایی مانند بیعدالتی اجتماعی، ادبیات نو، گونه‌گونی اجتماعی، تمایز پذیری، شالوده‌شکنی و کنش‌های اجتماعی مواجه هستند. از طرفی، دولت‌ها نیز با فرصت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی در پژوهش، نوآوری، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و غیره مواجه هستند. به نظر می‌رسد، به سبب چالش‌های نو، انسجام فرهنگی اجتماعی و هویتی و نوع گرایش‌ها در جامعه اطلاعاتی و بخصوص در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، کمابیش با ناهماهنگی همراه باشند. فرایند جهانی شدن با گسترش قلمرو روابط زندگی اجتماعی، دنیای اجتماعی افراد را بزرگتر نموده و احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آنها به وجود می‌آورد. از آنجا که دانش‌آموزان، هنرجویان و جوانان به عنوان قشر تحصیلکرده جامعه در ارتباط با شعور جمعی و آگاهی عمومی قرار دارند، مورد توجه رسانه‌ها هستند و این امر سبب می‌شود، رشد عقلانیت در جامعه، نیازهای جدید را که به وسیله رسانه‌ها و فضای مجازی به وجود آمده، کنترل کند و در نهایت سبب گسترش روابط جدید در میان انسان‌ها شود و این آگاهی از حقوق فردی و اجتماعی جوامع را به سوی دستیابی به حقوق و درک این آگاهی و بصیرت به آینده سوق دهد.

۲. پیشینه

هدف بررسی تاثیر رویکردهای نظری اخیر درخصوص توصیف و یافتن خاستگاه‌های یک فرهنگ مجازی و بازبرد آن در بین دانش‌آموزان دخترانه دوره دوم متوسطه شهر ستان بافت است. روش تحقیق، پیمایشی، و جامعه آماری پژوهش را، دانش‌آموزان و هنرجویان دختر دوره دوم متوسطه شهرستان بافت به تعداد ۲۸۵ نفر تشکیل داده‌اند که از طریق جدول کرجسی مورگان حجم نمونه ۴۵ نفر به دست آمد و به صورت نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شدند. جهت تدوین اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته با هفت گویه استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای یک جامعه ۴۵ نفری است، با اطلاعاتی که به دست آمد نشان داد این پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است. در پیشینه پژوهش، اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را برای نخستین بار بارنز، در سال ۱۹۵۲ طرح کرد از آن پس به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود که یک مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل هستند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط چون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره

متمرکز است اما، خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است، که به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدن به یک ارتباط خصوصی و شخصی و دور بودن از هر نوع کنترل، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند و زمینه‌های تمایل به گرایش‌ها و تاثیرگذاری در ایجاد تغییرات خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده‌اند. از برجسته‌ترین ویژگی‌های پیکره ادبیات نو، که در فضای مجازی شکل گرفته است، مباحث مجازی متضاد و گاه متناقض دیده می‌شود. بسیاری از پژوهشگران این تناقض‌ها را بررسی می‌کنند. فیشر، رایت و پوستر به طور مشخص به مقایسه پیشگویی آرمان‌گرایانه و غیر آرمان‌گرایانه در گفتمان حاکم بر اینترنت می‌پردازند. بوستر و جردن، ۶ برای باور هستند که اینترنت در درون اشکال متضاد دارد، گاه سوق می‌دهد و گاه کج خلقی را ترسیم می‌کند، یعنی ماهیت یکسان ندارد. این وسیله جهانی اما غیرکلی، آزادیخواه و انحصارطلب، قدرتمند و سریع، در تحول به سوی اهداف خویش است. به باور لوریا و ویگوتسکی انسان‌ها به منظور ارتباط خود با دیگران و خود و محیط از ساختارهای روانشناختی متفاوتی بهره می‌برند. ساختارها در قالب نشانه‌هایی چون مکانیزم‌های ارتباطی زبانی و غیر زبانی هستند؛ ساختارها در قالب ابزارهایی دسته‌بندی می‌شوند که در پردازنده طیف وسیعی از الگوها و روش‌های رفتاری دیگری هستند که فرد به منظور ارایه عملکرد موثر درون یک فرهنگ یا جامعه آنها را فرا می‌گیرد. هویت گمشده، حاصل شرایط جدید فضای دو قطبی و جهانی شده کنونی است. در جوامع کنونی هویت نامعلوم، در رشد صنعت ارتباطات و بویژه فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری در حال تکوین است. استر براین مطلب تاکید دارند که، « فضای مجازی آزادترین محیطی است که انسان تاکنون تجربه کرده، البته این دانش نیز در حال تکامل و تغییر و تحول است و از این رو به شکل کنونی پایدار نیست. گاه منابع هویت ساز سنتی و تغییرات معمول در جوامع را تضعیف و کارها را اغلب با مشکل روبرو کرده است» [۱۳۷۷]؛ « تنها در کشورهای جهان سوم و کشورهای در حال توسعه محدود نیست و نخواهد بود به گونه‌ای که در جهان امروز هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند از تاثیرات ناشی از این مساله برکنار بماند و محدودیت همواره الهام بخش کسانی است که در پی یافتن دانشی نو و دانستن بیشتر هستند. کستلر بر این اعتقاد است که « فرهنگ هکری اساس فرهنگ مجازی است و ارزش‌های شایسته سالارانه، مفهوم اولیه جامعه مجازی و آزادی فردی بالایی را به همراه دارد.» [۱۳۸۰]۴ جردن معتقد است که « فرهنگ مجازی، نیرویی است که فرهنگ، سیاست و اقتصاد را می‌سازد و قدرت فناوری را قدرتی تعریف می‌کند که نظام‌های مجازی را شکل می‌دهد.» ۴وی به جنبه راهبردی قدرت مجازی باور دارد. وی در سال ۲۰۰۱ همانند کستلر، زبان انگلو-امریکایی و فرهنگ متعصبانه فضای مجازی را که به اعتقاد او اساس بر رقابت و صور اطلاعاتی لیبرال و ایدئولوژی‌های آنارشیستی استوار است را بررسی نمود. و ویلیامز (۲۰۰۳) شاخه شاخه شدن موضوع و رفتن ذهن در پی تکرار و تلقین را مطرح کرد. « فارغ از شکاف‌های به وجود آمده ناشی از فرایند رسانه‌های نوین، شکاف نسلی موجود ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی جامعه ایران باعث شده انتقال ارزش‌ها و آموزه‌ها در قالب سنت از نسلی به نسل دیگر با اختلال رو به رو شود. این پدیده از یک سو، به روند انتقال فرهنگ آسیب می‌رساند و از سوی دیگر، حافظه تاریخی را مختل می‌سازد و بدین ترتیب، انتقال تجربیات سیاسی و فرهنگی دوره‌های پیشین به زمان حاضر با دشواری انجام می‌شود.» ۱ [ربیع، ۱۳۸۷، ۱۶۵] سایر پژوهش‌های انجام شده توسط محققان دیگر به‌ویژه تحقیق ساروخانی و رضایی قادی ۲ [۱۳۹۱]، کوهی و حسینی ۵ [۱۳۹۱]، نشان‌دهنده آن هستند که با گسترش روزافزون رسانه‌های نوین همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌ویژه در جوامع در حال گذار، روند نوسازی به تضعیف پیوندهای سنتی می‌انجامد. این رسانه‌ها می‌توانند در نگرش‌ها و رفتار شهروندان تاثیر گذار باشند و باعث کاهش همدلی، احساس تعلق ملی و انسجام

اجتماعی شوند. اینگلهارت با طرح مفهوم انقلاب خاموش، بر این باور است که با ورود سریع ارزش‌ها و ایده‌های جدید از طریق تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توان گسست‌های جدی در مبانی هویتی جامعه ایجاد کرد. همچنان که کاستلز بیان کرده است ماهواره و اینترنت با دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت ملی شهروندان ایفا می‌کنند.» [کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۴-۳۸۳].

آمارهای توصیفی گویه‌های پژوهش. جدول ۱

گویه‌ها	میانگین انحراف استاندارد	بیشترین نمره	کمترین نمره
گرایش‌ات نو در ادبیات آینده در فضای مجازی	۲۲۶-۳۵۱	۱۲/۹۵	۳/۱۴
انعطاف پذیری هویتی	۱۷۵-۳۵۱	۱۶/۸۶	۴/۱۷
پاسخگویی و خشنودی اجتماعی	۱۸۴-۳۵۱	۱۱/۲۳	۲/۳۵
سهولت تغییر ارزش‌ها	۲۱۷-۳۵۱	۱۴/۴۵	۳/۰۰
سطح آگاهی اجتماعی	۸۱۹-۳۵۱	۳۳/۹۸	۶/۱۵
تاثیر فرهنگی فضای مجازی	۲۵۰-۳۵۱	۳۰/۹۷	۵/۵۲
ترویج خرده فرهنگ‌های مجازی (ارتباط دهنده)	۱۷۵-۳۵۱	۱۱/۲۱	۲/۸۳

درجدول فوق، تاثیر فرهنگی فضای مجازی ۸۵/۰، پاسخگویی و خشنودی در فضای مجازی ۷۴/۰، گرایش‌ات نو در ادبیات آینده در فضای مجازی ۸۴/۰، انعطاف پذیری هویتی در فضای مجازی ۸۴/۰، سهولت تغییر ارزش‌ها در فضای مجازی، ۷۹/۰، ترویج خرده فرهنگ‌های مجازی به عنوان یک ارتباط دهنده، ۸۳/۰، سطح آگاهی اجتماعی، ۸۹/۰ است.

توصیف متغیر یا گویه‌های پژوهش.

متغیر	میانگین انحراف استاندارد	بیشترین نمره	کمترین نمره
گرایش‌ات نو در ادبیات آینده	۲۲۶-۳۵۱	۱۲/۹۵	۳/۱۴
انعطاف پذیری هویتی	۱۷۵-۳۵۱	۱۶/۸۶	۴/۱۷
پاسخگویی و خشنودی اجتماعی	۱۸۴-۳۵۱	۱۱/۲۳	۲/۳۵
سهولت تغییر ارزش‌ها	۲۱۷-۳۵۱	۱۴/۴۵	۳/۰۰
سطح آگاهی اجتماعی	۸۱۹-۳۵۱	۳۳/۹۸	۶/۱۵
تاثیر فرهنگی فضای مجازی	۲۵۰-۳۵۱	۳۰/۹۷	۵/۵۲
ترویج خرده فرهنگ‌های مجازی	۱۷۵-۳۵۱	۱۱/۲۱	۲/۸۳

در جدول شماره ۲، میانگین انحراف معیار در متغیر ترویج خرد فرهنگ ها کمترین و سطح آگاهی اجتماعی بیشترین ضریب را دارند.

نتایج آزمون کلموگروف - اسمیرنف

مقدار آماره	گویه های پژوهش
۸۱۹/۰ و ۰/۵۱۳	سطح آگاهی فرهنگی اجتماعی
۶۰۷/۰ و ۰/۸۵۵	انعطاف پذیری هویتی
۲۵۶/۰ و ۱/۰۱۳	گرایشات نو در ادبیات آینده
۱۷۱/۰ و ۱/۱۰۹	پاسخگویی و خشنودی اجتماعی
۲۱۷/۰ و ۰/۳۵۱	سهولت تغییر ارزش ها
۲۹۸/۰ و ۰/۳۵۱	تاثیر فرهنگی فضای مجازی
۱۵۰/۱ و ۰/۱۴۲	ترویج خرده فرهنگهای مجازی (ارتباط دهنده)

مقدار آماره کلموگروف - اسمیرنف

متغیرهای پژوهش

۰/۲۵۶ و ۱/۰۱۳	گرایشات نو در ادبیات آینده
۸۱۹/۰ و ۵۱۳/۰	سطح آگاهی فرهنگی اجتماعی
۶۰۷/۰ و ۸۵۵/۰	انعطاف پذیری هویتی
۰/۱۷۱ و ۱/۱۰۹	پاسخگویی و خشنودی اجتماعی
۱۵۰/۱ و ۱۴۲/۰	ترویج خرده فرهنگهای مجازی (ارتباط دهنده)
۲۱۷/۰ و ۳۵۱/۰	سهولت تغییر ارزش ها
۰/۲۵۰ و ۳۵۱/۰	تاثیر فرهنگی فضای مجازی

در استخراج داده ها، با یک توزیع نرمال روبرو هستیم و سطوح معنی متغیرهای پژوهش بیش از ۰/۰۵، و آمار استنباطی فرضیه ها -۰۲ است. از اینرو آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه میان متغیر ها مناسب است. با توجه به داده های جدول شماره ۳ میان سطح آگاهی و میزان تاثیر فرهنگی در گرایشات نو افراد رابطه معنا داری وجود دارد. اما، با توجه به نتایج ضریب همبستگی پیرسون در جدول شماره ۳ میان آگاهی فرهنگی و تاثیر فرهنگی رابطه معنا داری وجود ندارد. در جدول همبستگی سطح معناداری ۰/۰۵ است و همبستگی مشاهده شده ۰/۳۲ است. این دلیلی کافی برای تایید این فرضیه است که رابطه ای میان پاسخگویی و اعتماد اجتماعی و درصد آگاهی افراد وجود ندارد. توجه به نتایج جدول شماره ۳ رابطه معنا داری میان میزان پاسخگویی مجازی و خشنودی اجتماعی و درصد آگاهی افراد وجود دارد. باتوجه به سطح معنی داری به

دست آمده در جدول، همبستگی کمتر و میزان این همبستگی ۲۲۰/۰ است. فرضیه تحقیق که دلالت بر ۰/۰۵ از سطح معناداری بین پاسخگویی و اعتماد اجتماعی و میزان آگاهی، مورد تایید است. با توجه به نتایج، رابطه معناداری میان میزان پاسخگویی و خشنودی اجتماعی و در صد آگاهی افراد وجود دارد. همبستگی جدول ۰/۰۵ و همبستگی مشاهده شده ۳۰۱/۰ است و رابطه معنا دار مثبت میان میزان پاسخگویی و اعتماد اجتماعی و درصد آگاهی افراد و تاثیر فرهنگی باشد وجود دارد و مورد تایید است با توجه به سطح معناداری و همبستگی مشاهده شده ۴۲۰/۰ است. می توان گفت فرضیه ۰۵/۰ همبستگی سطح معناداری کمتر است. میان اعتماد اجتماعی و آگاهی افراد رابطه معنادار مثبت وجود دارد و تایید می شود. فرضیه تحقیق که دلالت بر رابطه همبستگی کمتر از سطح معناداری ۰/۰۰۵ و همبستگی ۳۹۷/۰ و این رابطه میان اعتماد و سطح آگاهی و تاثیر فرهنگی را تایید می کند. جدول شماره ۳ نتیجه آزمون فرضیه ها براساس ضریب همبستگی پیرسون را اینگونه در خود جای داده است. سطح معناداری ۰۵/۰ رابطه پاسخگویی و خشنودی اجتماعی و سطح آگاهی ۷۶۵/۰ - ۰۳۲/۰، رابطه تاثیر فرهنگی و سطح آگاهی ۳۸۰/۰ - ۲۲۰/۰ و رابطه تاثیر خرده فرهنگ های مجازی و سطح آگاهی ۳۰۱/۰ - ۰/۰۰۴ و رابطه سهولت در تغییر ارزش ها و سطح آگاهی افراد متغیر ۰۰۰۱ - ۴۲۰/۰ اختصاص دارد. پیدا کردن میزان و سهم اثر متغیرهای مستقل در تبیین آگاهی و برجسته سازی بین دانش آموزان دور دوم متوسطه در سطح شهر بافت می باشد. به عبارتی با کمک از رگرسیون چند منظوره به تعیین و پیش بینی درصد واریانس آگاهی افراد از تاثیر فضای مجازی بر ادبیات آینده در بین دانش آموزان دور دوم متوسطه شهرستان بافت از رگرسیون خطی با روش ورود همزمان استفاده شده است.

شرح جدول شماره ۴، تحلیل رگرسیون با روش ورود beta، سطح معنی داری f، ضریب رگرسیون p، آماره T، R² ضریب همبستگی تعدیل شده همزمان متغیر، مالک متغیر پیش بین در گویه سطح آگاهی ۰/۰۰۱ - ۸/۰۸ - ۳۲۵ - ۰/۷۵۰.

۰/۰۰۳-گرایشات نو ادبیات آینده ۰/۰۰۴ - ۲/۹۸ - ۰/۲۸۵ - ۰/۰۱۸ - ۲/۴۰ - ۰/۲۲۸ تاثیر فرهنگی ۰/۲۹۸-۳/۰۸ - ۰/۲۸

۰/۰۲۸-۰/۳۰۱-۰/۷۶۴. پاسخگوی و خشنودی اجتماعی ۰/۳۶۷ - ۰/۹۰۷ - ۰/۰۸۷ سطح معناداری ۳۶۷/ است. پایگاه جدول شماره ۴ نشان می دهد، فرضیه مبنی بر وجود رابطه چندگانه بین متغیرهای مستقل با سطح آگاهی افراد نمونه معنادار است.

ضریب همبستگی چندگانه بین متغیرهای مستقل مذکور و آگاهی افراد است بدین معنی که با ورود متغیرهای مستقل به معادله رگرسیون ۳۲۵/ و ضریب تعیین ۵۷/ برای تعیین سطح آگاهی ۳۲۵/ درصد از واریانس متغیر وابسته تعیین می شود که در سطح ۰/۰۱ معنادار است. ضریب تعیین ۳۲۸/ . R² برای تعیین میزان اثرگذاری هریک از متغیرها بدین شرح است که تاثیر فرهنگی ۲۹۸/ ، β= ، گرایشات نو در ادبیات آینده ۲۸۵/ ، β= و سهولت تغییر ارزشها ۳۲۸/ . β= معنادار است. در هر یک از گویه های تاثیر فرهنگی ۲۹۵/ و سطح آگاهی ۳۲۸/ و ترویج خرده فرهنگ های مجازی ۲۸۵/ بدین شرح است که تاثیر فرهنگی معنادار است. به عبارت دیگر این سه گویه دارای بیشترین سهم ، به عبارت دیگر این سه متغیر بیشترین سهم را در تبیین واریانس متغیر آگاهی افراد در فضای مجازی در دانش آموزان در دور دوم متوسطه شهرستان بافت دارند.

ضریب همبستگی p، در تاثیر فرهنگی ۰/۰۸ - ۳۰۱ - ۳۳۹۸ - ۰/۰۲۸ - ۰/۷۶۴ ، سطح آگاهی ۱/... - ۸/ ۰۸ - ۳۲۵ - ۰/۷۵۰ - ۳۲۵/، گرایشات نو در ادبیات ۲/۹۸ - ۲۸۵/ - ۱۸. - ۴۰ - ۳۲۸/ پاسخگوی و خشنودی، ۳۶۷/ - ۹۰۷/ - ۸۷/ - ۳/۸.

نتایج آزمون بر اساس همبستگی پیرسون میان سن افراد این سوال اول همبستگی با سطح معنادار این پرسش به ذهن متبادر می شود که آیا میان رشته تحصیلی و آگاهی افراد ۶۲/ - ۱۰۷/ رابطه است و با توجه به این مساله که رشته تحصیلی یک قیاسی، گسسته است در حالیکه آگاهی افراد یک مقیاس پیوسته است دلیل کافی برای وجود ارتباط میان آنها وجود ندارد. در

بررسی این مطلب از آزمون همبستگی اتا در سوال اول با آزمون اول و در سوال دوم با آزمون دوم استفاده شد که ضریب همبستگی ۰/۲۴. به دست آمد و رابطه میان رشته تحصیلی و میزان آگاهی افراد مورد آزمون رد شد.

۳. یافته های جانبی

تبیین واریانس متغیر آگاهی افراد در میان دانش آموزان مورد مطالعه شهر بافت رابطه معناداری وجود دارد و یک سوال مطرح می شود که آیا میان سن دانش آموزان و میزان آگاهی آنان رابطه معناداری وجود دارد که با توجه به نتایج از سطح معناداری است می توان گفت ۰/۱۹۷ است و همبستگی مشاهده شده ۰/۰۵ بدست آمده که ضریب همبستگی بیش از سطح معناداری دلیل کافی برای تایید این سوال وجود ندارد.

۴. نتیجه گیری

هرگاه انسان ها در گذر زمان با هموعان تعامل برقرار کند، نیاز به پیوستگی و هم اندیشی دو طرفه شکل می گیرد که در فرایند تعلیم و تربیت و نهادینه کردن پیوند خانواده و محیط تعلیم و تربیت، اندیشه مربیان آموزشی هم دخیل می شود، که همه در فرهنگ تعامل توجیه پذیر می شود و اگر به فرهنگ جدید منجر شود، باید به طور دقیق مورد توجه باشد. در فضای مجازی، فناوری های کامپیوتری شبکه ای، فرایند های ساختار فرهنگی را شکل می دهند، گاه مانع می گردند و گاه مسدود می کنند، به گونه ای که گاه، شکل گیری این فرایند را آسان تر می نمایند. در اغلب اوقات مباحثات در خصوص ماهیت فرهنگ مجازی زیاده روی می شود و اغلب شکاف آگاهی نادیده گرفته می شود، اما نکته ای آشکار است که در حوزه تعامل کامپیوتر- انسان، دیگر زمان کافی و مقتضی برای تمرکز بر تعامل میان ماشین و انسان وجود ندارد. هر کوششی در راستای بررسی ارتباطات انسانی شبکه ای باید تعامل انسانی را با فرهنگ های فضای مجازی در نظر گیرد که فناوری های کامپیوتری مسبب آن بوده اند، و هستند. نتایج پژوهش نشان داد اغلب افراد در فضای مجازی، خود را در شرایطی ایده آل و دست نیافتنی تعریف می کنند و در مواجهه با واقعیت دچار نوعی گم‌شدگی هویتی می شوند. به نظر می رسد این بحران، پایه ساز بحران های سیاسی و اجتماعی در جوامع در حال توسعه باشد؛ که بحران های هویتی دوره پسا صنعتی و فضای مجازی را نیز تجربه می کند. مسائل هویت های قومی و سهولت تغییر ارزش ها و نوع گرایشات در آینده با اینکه، به گونه ای نامحسوس است، با خرده فرهنگ های مجازی که در فضای مجازی تحولات خاص خود را دارد، بی ارتباط نمی باشد. آنچه در حال حاضر با توجه به رشد فزاینده شبکه های اجتماعی، مورد نیاز است، برنامه ریزی برای منابع هویت ساز جدید را، با توجه به فضای مجازی در برنامه ریزی های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی الزامی می سازد.

منابع

۱. ربیعی، علی. (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال نهم، شماره ۴: ص ۱۴۹-۱۷۶.
۲. ساروخانی، باقر؛ رضایی قادی. (۱۳۹۱). اینترنت و هویت ملی در میان کاربران. فصلنامه فرهنگ ارتباطات. سال دوم. شماره ۵، ص ۵۱-۷۵.
۳. فالکس، ک. (۱۳۸۴). حقوق شهروندی. ترجمه عبدالعزیز ویسی. تهران: انتشارات سیروان.
۴. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاوشیان. جلد دوم، تهران: طرح نو.
۵. کوهی، کمال؛ حسنی، محمدرضا. (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال نوزدهم. شماره ۲، ص ۱۰۹-۱۳۰.
۶. جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه.
۷. اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه. تهران: نشر کتابدار.
۸. استر، مارک. (۱۳۷۷). عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه غلامحسین صالحیار. تهران: موسسه ایران