

بررسی تاثیر رسانه های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان

چکیده

در این مقاله در راستای تبیین تاثیر رسانه های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان ، نخست مفهوم جهانی شدن و فرایند آن تشریح و سپس به مفهوم هویت اشاره نموده و دیدگاه جامعه شناسان معاصر را در این رابطه مطرح و در ادامه ضمن توصیف رسانه های جهانی و ترسیم وضعیت کنونی آن در ایران و جهان، به نقش رسانه های جهانی در هویت فرهنگی جوانان اشاره نموده و در خاتمه با توجه به نظرسنجی به عمل آمده از دانشجویان رشته ی ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق در خصوص موضوع نتایج حاصله از تحقیق ارائه شده است.

واژه های کلیدی: فرهنگ، رسانه های جهانی ، اینترنت ، ماهواره ، هویت فرهنگی جوانان ، زبان، آداب و رسوم، دین

مقدمه

امروزه وسایل ارتباط جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را در زمینه های مختلف از جمله سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می کنند. اهمیت رسانه های گروهی تا حدی است که دانشمندان در تقسیم بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن را لحاظ کرده اند. آلوین تافلر تمدن بشری را به سه مرحله تقسیم می کند که شامل مرحله کشاورزی ، مرحله صنعتی و مرحله فراصنعتی یا عصر ارتباطات و اطلاعات است . در عصر فراصنعتی ، قدرت در دست کسانی است که شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند (تافلر، 1377: 57). از جمله عوامل موثری که بیشترین تاثیر را در بعد فرهنگی جوامع امروزی، به عنوان تکنولوژی نوین عهده دار است ، اینترنت می باشد.

نقش "اینترنت" در توسعه کشورها غیر قابل انکار است و در آینده ای نه چندان دور اینترنت به "هسته مرکزی ارتباطات" و روابط بین جوامع و انسانها تبدیل خواهد شد. در سال 1386 مرکز "آمار جهانی اینترنت" اعلام کرد، ایران رتبه نخست تعداد کاربران اینترنتی را در منطقه خاورمیانه کسب کرده است.¹

فناوری ماهواره ای نیز یکی از بزرگ ترین دستاوردهای علمی و مهندسی انسان پس از انقلاب صنعتی و موجب توانمندی ارتباطات در جهان امروز است . دستیابی بشر به دانش ساخت و پرتاب ماهواره به فضا، از

سایت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (<http://www.ict.gov.ir/news>) - ¹

جدیدترین و مهم ترین گام هایی است که او در زمینه ارتباطات برداشته است. با فرستادن ماهواره ها به فضا و قرار دادن آنها در مدارهای مختلف در پیرامون کره زمین، چهره ارتباطات و دانش فنی مربوط به آن به کلی دگرگون شده و توانایی هایی شگرف در فرایند ارتباطات و عرصه های گوناگون دانش بشری، مانند تحقیقات فضایی، مطالعات زمین شناختی، کاربردهای نظامی، هواشناسی و بسیاری از زمینه های دیگر فراهم آمده است. کاربردهای گسترده این پدیده و تأثیر بسیار فراوانش در پیشرفت های امروز جامعه انسانی، انکارناپذیر است. از سویی دیگر ماهواره در چند دهه اخیر به موضوعی جهانی و بسیار مهم تبدیل شده است که شناخت کاربردها و مسائل مربوط به آن قابل چشم پوشی نیست. از رایج ترین و شناخته شده ترین کاربردهای ماهواره، تقویت فرستنده های رادیویی و تلویزیونی است که با استفاده از آن ها می توان کشورهای دور دست و حتی قاره ها را زیر پوشش برنامه های رادیو و تلویزیون درآورد. برخی پژوهشگران دانش ارتباطات با توجه به کاربردهای زیانبار و تهدید کننده برنامه های ارسالی از ماهواره، این پدیده را ابزاری کارآمد برای تهاجم به آسمان کشورهای جهان سوم دانسته اند. امروزه موضوع ماهواره، انگیزه تشکیل میزگردها و سمینارها و عنوان های درشت روزنامه ها و از محورهای اصلی بولتن های خبری است.

از طرفی "هویت" فرد در پاسخ به پرسش هایی از "کیستی" و "چیستی" و "چرایی" فرد از "خود" به ظهور می رسد (شیخاوندی، 23، 1378) و "هویت فرهنگی" پاسخ همین پرسش ها در بستر فرهنگ جامعه است. از همین رو با توجه به فرایند جهانی شدن، سرعت فزاینده تحولات اجتماعی و فرا رسیدن عصر مصرف گرایی که از پیامدهای طبیعی آن است به نوعی می توان کالاهای مادی و غیرمادی مصرفی هر فرد را نمود بارزی از هویت فرهنگی او قلمداد کرد.

بنابراین در این پژوهش "هویت فرهنگی" به عنوان پدیده ای جهان شمول برای همه عناصر اجتماعی، اقوام و ملل در نظر گرفته شده و تحت تاثیر فضای رسانه ای دیجیتالی نوین امروز مورد واکاوی قرار می گیرد. این متغیر در قالب عواملی چون: میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی، گرایشات و اعتقادات مذهبی و ... دسته بندی شده است که عمده این عوامل را می توان در ظرف مصرف (چه مادی و چه معنوی) جای داد و آن را با توجه به فرایند جهانی شدن و فناوری ارتباطات و اطلاعات و تاثیر خاص آن مورد کنکاش قرار داد.

دو پدیده "ایترنت" و "ماهواره" که به عنوان دو نمود بارز از دستاوردهای جهانی شدن هستند و تاثیر غیرقابل انکاری بر افکار، هنجارها و رفتارهای نسل جوان جامعه به خصوص جوانان ایران اسلامی دارند، در این پژوهش به عنوان متغیرهای مستقل و تاثیرگذار مدنظر قرار گرفته شده اند.

با توجه به مطالب یاد شده در این مقاله رابطه اینترنت و ماهواره با هویت فرهنگی جوانان مورد بررسی قرار گرفته و جوانب و ابعاد آن با توجه به شاخص های تعیین شده بررسی می شود.

جهانی شدن

واژه جهانی (Global) بیش از چهار صد سال است که کاربرد دارد؛ اما اصطلاحاتی همچون، Globalize، Globalism، Globalization، Globalizing، تنها از حدود دهه 1960 میلادی رواج یافتند و تا اواسط دهه 1980 میلادی اعتبار علمی چندانی نداشت (واترز، 1379، 10). کاربرد اصطلاح جهانی شدن به دو کتاب بر می گردد که در سال 1970 میلادی منتشر شدند. کتاب اول، ((دهکده جهانی)) Global village تالیف مارشال ماک لوهان است که بر نقش تحولات وسایل ارتباط و تبدیل شدن جهان به دهکده واحد جهانی متمرکز است. کتاب دوم نوشته زیگنو برژینسکی، رئیس شورای امنیت ملی آمریکا در دوران ریاست جمهوری کارتر است، مطالب آن درباره نقشی است که ایالات متحده برای رهبری جهان و ارائه نمونه جامع نوینسم باید به عهده بگیرد (عبدالحمید، 1379، 152). با وجود این ریشه های اصلی نظریه جهانی شدن نه از آثار جامعه شناسان، بلکه از نظریات گروهی از نظریه پردازان نیروی کار در کالیفرنیا سرچشمه گرفت (عبدالحمید، 1379، 31)؛ اما به مرور این مفهوم از انحصار اقتصاد بیرون آمد و به مثابه فرایندی منسجم و یکپارچه شناخته شد.

هویت

معمای هویت در سطح فردی و اجتماعی مهم ترین دغدغه انسان امروزی است و یکی از اساسی ترین و بدیع ترین مباحث عصر مدرن¹ و پسامدرن² شمرده می شود که واجد معانی متعدد می باشد و تبیین آن مستلزم تبیین بین رشته ای است. هویت به عنوان یکی از مهم ترین مباحث علمی توجه صاحب نظران عرصه روانشناسی، روانشناسی اجتماعی، جامعه شناسی، مطالعات فرهنگی، علوم تربیتی، علوم سیاسی و فلسفه را حداقل به خود معطوف داشته است.

این مهم ناشی از آن است که انسان ها دارای هویت های گوناگونی هستند که لزوماً این هویت ها در مقابل یکدیگر قرار نمی گیرند. زیرا افراد از هویت های گوناگون به عنوان بسته های اطلاعاتی استفاده می کنند و در موقعیت های مناسب از آن ها سود می جویند.

هویت یعنی کیفیت یکسان بودن در ذات، ترکیب و ماهیت و نیز یکسان بودن در هر زمان و هر شرایطی بهر حال، هویت داشتن، یا یگانه بودن بودن دارای دو جنبه متفاوت می باشد همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان است (گل محمدی، 1380: 16).

¹ -Modern

² -Postmodern

جنکینز¹ نیز هویت را متضمن مفاهیمی چون شباهت و تفاوت می‌داند. جنکینز در تعریف هویت با تأسی به تبیین ریشه لاتینی Identity که از Idem به معنای مشابه و یکسان است به دو معنی تشابه و تمایز اشاره دارد. مفهوم هویت بطور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد از یک طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت مطرح می‌کند (جنکینز، 1381:5)

جامعه‌شناسی معاصر هویت را عناصر سیال و تحول‌پذیر می‌شناسد با وجود این جوامع انسانی دارای هویت فرهنگی و اجتماعی خاصی نیز هستند که آن‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کنند. بنابراین در تعریف هویت به‌طور همزمان ویژگی سیال و متحول بودن هویت و هم خصلت ثبات و انسجام آن مد نظر می‌باشد.

بنابر چنین تعاریفی می‌توان گفت «هویت» عبارت از مجموعه ویژگی‌ها یا قابلیت‌هایی که متمایز کننده یک شیء، شخص، گروه، جامعه یا هر پدیده دیگر است.

نظریه جامعه‌شناسان معاصر

هابرماس²

هابرماس به‌طور غیر مستقیم در مباحثش برای هویت اجتماعی جایگاه ویژه‌ای قائل است وی در فرایند تکوین سرمایه‌داری معتقد است که تمدن جدید³ ناشی از عقلانیت است که متفکران و فیلسوفان عصر روشنگری مروج آن بوده‌اند. اما جنبش روشنگری را ناتمام تلقی و از پروژه ناتمام مدرنیته سخن می‌گوید. وی در صدد صورت‌بندی جدیدی از مدرنیسم است تا از عقلانیت ابزاری نجات یابد.

وی ضمن بیان ابعاد منفی و مثبت مدرنیته، معتقد است که مدرنیته انسان را از حصار تنگ و تاریک قرون وسطی و زندگی برده‌وار در نظام سیاسی دیکتاتوری نجات بخشیده و ارزشهای نوینی چون آزادی، برابری، به ارمغان آورده است. اما علیرغم نقاط مثبت، نظام سرمایه‌داری با حاکمیت نوع خاصی از عقلانیت، دستاوردهای مدرنیته را تحت‌الشعاع قرار داده و هویت انسان در چنین نظامی دچار خدشه و انحراف گردیده است. برای نجات هویت بشری بایستی به عقل روشنگری و با توجه به تکمیل پروژه ناتمام مدرنیته از طریق علوم انتقادی پرداخت نهایتاً هویت فردی و اجتماعی انسان از شکل مخدوش و نابسامان خارج شود و به حالت انسجام و تعادل دست یابد. (اباذری، 20: 1377).

¹ -Jenkins

² -Habermas

³ -New Civilization

آنچه برای هابرماس قابل اهمیت است شکل‌گیری آزادانه کنش‌ها و ارزش‌ها به دور از هر نوع سیطره یا تحریف در گستره همگانی که شامل فضای اظهار نظر، مکالمه، مباحثه و چاره‌جویی آزادانه در مورد مسائل همگانی و به وجه آرمانی است. به زعم هابرماس کنش‌ها و نهادهای فرهنگی در گستره همگانی جنبه عمومی داشته که در بهترین حالت از نفوذ نیروها و نهادهای دولتی مستقل و مصون هستند (احمدی، 1380: 190 و 189). بنابراین هابرماس میان زندگی خصوصی و زندگی همگانی که سازنده افکار است اعتبار ویژه قائل است و به گستره قدرت همگانی در فضای فرهنگ عقلانی توجه دارد. (همان: 190)

برای هابرماس مسأله آزادی و تبادل اطلاعات و ارزش‌ها فارغ بودن گستره عمومی از سیطره نظام دارای اهمیت است. وجود تضادها، تعارضات و بحران هویت نابرابری‌ها و تعارضات، دستیابی به اجماعی¹ عمومی و کنش اجتماعی عام در نتیجه سازگاری و یگانگی افراد بر سر باورها و ارزش‌ها می‌باشد. و همسویی ساختارهای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و تشکیل اجتماع عام با آزادی و بدور از سلطه برای انجام گفتگوی آزادانه و خردمندانه و مشارکت عملی و نظری افراد در حوزه عمومی است. بنا به اعتقاد وی از برابند این امور، تکامل اجتماعی - انسانی در قالب جامعه‌ای مدنی پدید می‌آید جامعه‌ای که در آن آزادی و عدالت اجتماعی بر محور هویت عام انسانی و استقبال از تجربه‌های نوین تحقق می‌پذیرد (عبداللہی، 1375: 136)

جنکینز²؛

جنکینز جامعه‌شناس تعامل‌گرا³ و نظریه‌پرداز هویت اجتماعی است به زعم وی هویت اجتماعی چارچوبی برای تشخیص شباهت‌ها و تفاوت‌ها است که بدون آن امکان برقراری ارتباط معنادار و پایدار وجود ندارد و برای فهم هویت اجتماعی یک الگوی واحد هویت‌شناسی که روند هویت‌یابی را با دو وجه درونی و بیرونی است پیشنهاد می‌کند. وی تأکید می‌کند که افراد گاهی بدون مقاومت، رده‌بندی‌های از پیش تعیین شده اجتماعی را می‌پذیرند و در تلاشند که خود را با آن هماهنگ کنند. گاهی سعی در شکستن این چارچوب و ایجاد رده‌بندی‌ها و گروه بندی‌های جدید می‌کنند که در آن وجوه درونی و بیرونی هویت همزمان هویت اجتماعی و فردی را پدید می‌آورد.

¹ -Consensus

² -Jenkins

³ -Interactionalism

برای جنکینز هویت اجتماعی به معنای تعریف از خود بر اساس عضویت در رده‌ها و گروه‌های گوناگون اجتماعی است. وی تصریح می‌کند که متمایز کردن جنبه اجتماعی هویت از جنبه‌های خصوصی‌تر یا شخصی‌تر به لحاظ تحلیلی مهم است. هویت‌های شخصی و اجتماعی غالب می‌توانند رفتار فرد را در موقعیت‌های گوناگون توجیه کنند. هویت جمعی¹ همانند جنسیت، قومیت، طبقه، نژاد و فقط یک بعد از هویت اجتماعی هستند. هویت افراد وابسته به دیگران و مستلزم شناسایی دیگران است که این لازمه تثبیت هویت است.

وی معتقد است که هویت نه امر ثابت² و منسجم است و نه کاملاً سیال³ و چندپاره⁴ و بین هویت‌ها نیز نمی‌توان مرزی قایل شد و یا نمی‌توان هویت‌ها را با برجسته کردن جامعه به هویت‌های جمعی، به‌ویژه هویت فرهنگی یا قومی فرو کاست. بنابراین هویت فردی و جمعی را نمی‌توان از هم متمایز ساخت، چرا که تمایز فرد و جامعه را نمی‌توان بدیهی انگاشت و لذا تعیین امر کلان بر امر خرد مردود می‌داند (جنکینز، 1381: 26).

بنابراین هویت از یک طرف محدود به امور فرهنگی مثل ارزش‌ها و اخلاق است و از طرف دیگر محدود به شبکه امکانات و الزامات می‌باشد که هم از نحوه توزیع منابع اثر می‌پذیرد و هم ملاک برای توزیع منابع یا محرومیت از آن است. جنکینز کم و بیش می‌پذیرد که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد. ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت جدا از دنیای اجتماعی دیگر افراد معنایی ندارد. افراد بی هم‌تا و متغیر هستند، ولی شخصیت کاملاً به‌صورت اجتماعی و به‌واسطه مراحل مختلف اجتماعی‌شدن و تعامل اجتماعی ساخته می‌شود. بنابراین از دید جنکینز هویت ناشی از تعامل اجتماعی و در فرایند اجتماعی شدن به‌وجود می‌آید و توانایی باز تولید که حاصل دیالکتیک فرد و جامعه است را دارد.

گیدنز⁵؛

آنتونی گیدنز تأثیر مدرنیته و نهادهای مدرن را بر تشکیل هویت بررسی نموده است. وی، بیان دو نوع هویت شخصی و اجتماعی بر اساس فرایند ساخت‌یابی⁶، توجه به موقعیت‌ها، شرایط اجتماعی و خودآگاهی شکل می‌گیرد، مطرح می‌سازد.

¹-Collective identity

²-Fixed

³-Fluid

⁴-Fragmented

⁵-Giddens

⁶-Structuration

ویژگی اصلی مدرنیته را بازاندیشی¹ در مورد «خود بیان می‌دارد و با توجه به از جاکنندگی و جهانی‌شدن روابط اجتماعی و اقتدار نظام‌های کارشناسی و دانش تخصصی، افراد را در تعدیل تأثیرات جهانی و در ساختن و پرداختن هویت شخصی دخیل می‌داند.

گیدنز «خود» را پدیده‌ای سیال و متغیر فرض نموده و آن را مستلزم آگاهی بازاندیشانه می‌شناسد. هویت از این منظر چیزی است که فرد به آن آگاهی داشته و صرفاً در تداوم کنش‌هایش به او تفویض نشده؛ بلکه فرد به‌طور مداوم و روزمره باید آن را ایجاد کند. هویت شخصی نوعی خصیصه متمایزی نبوده که در اختیار فرد قرار گیرد بلکه همان خود است که شخص آن را مورد تأمل قرار داده و به منزله بازتابی از زندگینامه‌اش پذیرفته است (گیدنز، 1378: 82 و 81).

گیدنز در خصوص رابطه بین جهانی‌شدن و هویت معتقد است که تجدد تغییرات ریشه‌ای در کیفیت زندگی روزمره پدید می‌آورد و بر خصوصی‌ترین وجوه تجربیات ما تأثیر می‌نهد و این تغییرات به‌طور مستقیم با زندگی فردی و بنابراین با خود ما در هم می‌آمیزد (گیدنز، 1378: 15). این مطلب بیانگر ارتباط مستقیم بین جهانی‌شدن² و هویت می‌باشد به نحوی که هیچ‌کس قادر نیست تحولات ناشی از پدیده جهانی‌شدن مصون بماند چون خود مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تأثیر محیط بیرونی واقع شود؛ بلکه افراد ضمن ساختن و پرداختن هویت خویش از محیط جهانی و محلی خود بهره می‌گیرند. بنابراین هویت شخصی و پدیده جهانی‌شدن در دوران اخیر دو قطب دیالکتیک محلی و جهانی را تشکیل می‌دهند و متأثر از دو حد نهایی درون مرزی و برون مرزی است.

انتقاداتی به نظریه گیدنز وارد است که اغلب از سوی آرکر عنوان می‌شد، به‌طوری‌که آرکر معتقد است تأثیر دو طرفه که گیدنز مطرح می‌کند عملاً مشخص‌شدنی نیست و قابل جدا کردن نمی‌باشد. از طرفی نظریه ساخت‌یابی گیدنز هیچ پایانی ندارد، یعنی چرخش بی‌پایانی از عملکرد و ساختار بدون جهت است (ریتزر، 1383: 518-515). وی هویت را بازتاب تفسیری می‌داند که نتوانسته به شیوه مطلوبی بودن هویت را تبیین کند. همچنین مباحث هویت خود را در ارتباط با پدیده جهانی‌شدن مطرح می‌کند اما چگونگی آن را تشریح نمی‌کند هر چند به دیالکتیک فرد و جامعه و محلی و جهانی نیز توجه دارد.

کاستلز:

¹ -Reflexive Modernization

² -Globalization

کاستلز هویت را عبارت می‌داند از: فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. برای هر فرد خاص یا برای هر کنشگر جمعی ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد. اما این کثرت برای خودبازنمایی و کنش اجتماعی سرچشمه تنش و تناقض است. دلیل این امر آن است که باید هویت را از آنچه جامعه‌شناسان به‌طور سنتی نقش و مجموعه نقش‌ها نامیده‌اند، متمایز ساخت. نقش‌ها (مثلاً کارگر، مادر، همسایه، چریک سوسیالیست، عضو اتحادیه، بسکتبالیست، کلیسارونده و سیگاری) بر اساس هنجارهایی تعریف می‌شوند که ساخته دست نهادها و سازمان‌های جامعه هستند. وزن نسبی هر یک از آنها در اثرگذاری بر رفتار مردم بستگی به توافقات و آرایش‌های موجود بین افراد و این نهادها و سازمان‌ها دارد. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به‌دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود (کاستلز، 23:1380).

نظریه جامعه‌شناسان پست‌مدرن

در رویکرد پست‌مدرن فرض بر تکثر و تغییر است و هویت اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی در این دیدگاه قابل تدقیق است.

در پسا مدرنیسم معنا و هویت، ساختاری و ثابت فرض نمی‌شوند؛ بلکه همواره در فرایند ساخته شدن قرار دارند در واقع معنا همان تعبیرهاست که قطعاً معنای مرکزی ندارد. بنیان اندیشه پست مدرن به هویت در چرخش زبان شناختی است این دیدگاه با عقل سوژه محور یا فلسفه آگاهی، ذات گرایی و تجربه گرایی¹ و یا هر گونه بنیاد گرایی فلسفی برخورداردی نقادانه دارد. به‌ویژه بر روی هویت غیر ذاتی و تاریخی و سیال انسان، پراکندگی و تجزیه فرد، تداخل سوژه و ابژه، تعیین کننده بودن گفتمان نسبت به کردار هم تأکید کرده است.

بنابراین دیدگاه پست مدرنیسم هیچ واقعیتی را مستقل از زبان و نشانه‌ها تصور نکرده و امروز را عصر گفتمان می‌دانند، به‌طوری‌که هویت انسان‌ها نیز در درون گفتمان‌ها شکل می‌گیرد. این رویکرد با نفی اصل و پذیرش پدیدارها برای هیچ سطحی، معنای عمیق قایل نیست. همچنین با نفی وحدت، به تکثر اهمیت می‌دهند و با نفی خصلت استعلایی ارزش‌ها و هنجارها آنها را وابسته به تجربه و علایق اجتماعی که در نتیجه گفتمان حاصل می‌شوند و با تأکید بر غیریت به عنوان تعیین کننده هویت اهمیت می‌دهند.

¹ -Experimentalism

در دیدگاه پست‌مدرن و پسا ساخت‌گرا غیریت تعیین کننده هویت است؛ به طوری که انسان، معانی، اندیشه‌ها و نظریه‌ها وحدت و هویت ظاهری خود را تنها از طریق فرایند تقسیم و تمایز و حذف و غیریت به دست می‌آورد (بشیریه، 1379: 87 - 84).

ژاک دریدا¹ یکی از متفکرین پسا ساختارگرا و پسامدرن که با مرکز زدایی قائل به هیچ ساختار معنا و هویت تثبیت شده نمی‌باشد و وسیله کسب هویت را زبان دانسته است. دریدا با نقد متافیزیک غربی که مبتنی بر تقابلهای دوگانه و مرکزیت‌های کلامی و ترجیحات مندرج در آن‌هاست، عقل محوری مبتنی بر وجود سوژه سخنگو، متفکر، خودآگاه و آزاد و تمایزات اساسی را مرکز زدایی می‌کند. بدین ترتیب وجود خود متجانس یا هویت ناب را زیر سؤال می‌برد و به جای منطق این یا آن، منطق هم این و هم آن یعنی امکان پیچیدگی و ترکیب را مطرح می‌نماید. بنا به عبارتی دریدا معتقد است، دگر هر هویت در درون خودش است و بین هویت‌های مختلف مرز شفافی وجود ندارد. هیچ فرهنگ، تمدن و مذهبی را نمی‌توان یافت که هویت ناب و خالص داشته باشد (تاجیک، 1376: 10).

برخلاف ساختارگرایان که نظام زبان تعیین کننده فرهنگ، معنا و هویت می‌دانند فوکو نشان می‌دهد که چگونه کاربرد زبان با گفتمان همواره با کاربرد قدرت همراه است. و قواعد گفتمانی با تشکلهای گفتمانی بسته به شرایط اجتماعی و تاریخی تحت تأثیر قدرت یا قدرت‌های مسلط تغییر می‌کند. گفتمان‌ها از نظر فوکو چارچوب‌های هویت‌یابی‌اند و نهادهای اجتماعی در چارچوب گفتمان‌ها و از طریق حفظ برخی صداها و حذف برخی دیگر قدرت خود را مستقر می‌سازند. صورتبندی‌های گفتمانی مجموعه‌ای از قواعد پنهان است که حدود امکان اندیشه و هویت در هر زمینه خاصی را معین می‌کند (بشیریه، 1379: 88-92).

وضعیت اینترنت در جهان

اینترنت را می‌توان به منزله یک شبکه بسیار گسترده جهانی از کامپیوترها دانست که در آن انواع مختلف سخت افزار با انواع مختلف سیستم عامل و محیط‌های نرم افزاری تحت یک قرارداد واحد با یکدیگر گفتگو و تبادل اطلاعات می‌کنند و همین قرارداد واحد گفتگو بین سیستمها است که رد و بدل کردن انواع داده‌ها و اشتراک اطلاعات را در سراسر گیتی، میسر می‌سازد.

¹ -Derrida

در حال حاضر این شبکه فراگیرترین شبکه جهانی است. تعداد کاربران اینترنت از زمان پیدایش آن روز به روز در حال افزایش می باشد. به طور کلی از میان جمعیت شش میلیارد و 499 میلیون نفری کره‌ی زمین، بیش از یک میلیارد و 86 میلیون نفر که معادل 16/7 درصد از کل جمعیت را تشکیل می‌دهد، کاربر اینترنت هستند. در اینجا بهتر است قبل از هرگونه توضیحی نگاهی به آخرین آمار کاربران اینترنت در جهان ببینیم تا بیش از پیش به اهمیت این پدیده و کاربرد آن در زندگی مردم آگاه شویم.

همانطور که جدول شماره 1 نشان می‌دهد به ترتیب مناطق آمریکای شمالی، اقیانوسیه، اروپا، آمریکای لاتین/ کارائیب، آسیا، خاورمیانه و در نهایت منطقه آفریقا دارای ضریب نفوذ قابل توجهی در اینترنت هستند. و از کل آمار کاربران اینترنت در جهان به ترتیب آسیا (36/4%)، اروپا (28/4%) و سپس آمریکای شمالی (21/1%) دارای بیشترین کاربر می باشند. و بر اساس همین آمار مناطق خاورمیانه، آفریقا و آمریکای لاتین دارای بیشترین رشد (از سال 2000 تا 2006) در زمینه استفاده از اینترنت بوده اند.

جدول شماره 1 - آمار جمعیت و کاربران جهانی اینترنت						
مناطق	جمعیت (2006)	درصد	کاربران اینترنت	ضریب نفوذ	درصد	رشد کاربران % (2000-2006)
آمریکای شمالی	331.473.276	5.1	229.138.706	69.1	21.1	112
اقیانوسیه	33.956.977	0.5	18.364.772	54.1	1.7	141
اروپا	807.289.020	12.4	308.712.903	38.2	28.4	193.7
آمریکای لاتین/ کارائیب	553.908.632	8.5	83.368.209	15.1	7.7	361.4
آسیا	3.667.774.066	56.4	394.872.213	10.8	36.4	245.5
خاورمیانه	190.084.161	2.9	19.028.400	10	1.8	479.3
آفریقا	915.210.928	14.1	32.765.700	3/6	3	625.8
کل جهان	6.499.697.060	100	1.086.250.903	16.7	100	200.9

تذکر: آمار جمعیت و کاربران اینترنت تا 18 سپتامبر 2006 می باشد که از سایت www.internetworldstats.com اخذ شده است.

بر اساس همین آمار قاره‌ی پهناور آسیا با سه میلیارد و 667 میلیون نفر جمعیت که معادل 56/4 درصد از کل ساکنان کره‌ی زمین است، حدود 395 میلیون نفر یا 10/8 درصد کاربر اینترنت دارد که با توجه به آمار جهانی، 36/4 درصد از کل کاربران جهان را شامل می شود. همچنین رشد استفاده از اینترنت از سال 2000 تا 2006 در این قاره، 245/5 درصد گزارش شده است.

نقش اینترنت در جهان آینده

در آغاز قرن 21 و هزاره سوم، ارتباطات، فن آوری و اینترنت جزءلاینفک زندگی بشر شده است. افزایش نمایی کاربران اینترنت، توسعه ارتباطات، شبکه های اطلاع رسانی، تنوع کاربردهای اینترنت، ایجاد شهرهای الکترونیکی و اینترنتی و طرح حکومت الکترونیکی از جمله شواهد موجود در تاثیرگذاری سریع این پدیده ارتباطی در جهان است.

یکی از ویژگیهای اینترنت در مقایسه با سایر امکانات ارتباطی، در آن است که برخلاف روزنامه، سینما و رادیو و تلویزیون که اخبار و اطلاعات موردنظر را یکسویه انتقال می دهند، اینترنت ابزاری دو سویه است و همه می توانند بدون تبعیض، از اطلاعات آن استفاده کنند و یا به انبوه اطلاعات آن بیفزایند. نقش محوری اینترنت به عنوان ابزار اطلاع رسانی، چنان مهم است که بدون در نظر گرفتن آن، امکان برنامه ریزی، توسعه و بهره وری در زمینه های فرهنگی، علمی، اقتصادی، آموزشی و ارتباطات در جهان آینده امکان پذیر نخواهد بود. (جلالی، 1379: 7)

از این رو بررسی ابعاد فرهنگی - اجتماعی محصولات فناوری نوین اطلاعات و رویکردهای مختلف اینترنت از لحاظ باز تولید هویت‌های متفاوت، اهمیت بسیاری دارد.

اینترنت محیط چند رسانه‌ای گرمی است که افراد آن گمنام و ناشناسند و قابلیت این وجود دارد که افراد عضو اجتماعی شوند که در زندگی روزمره هیچ گاه چنین فرصتی برایشان پیش نمی آید. نکته مهم دیگر از دید تحلیل ارتباطی، شفاهیت ثانویه است. یکی از مسائل مهم در فرهنگ جاری، به ویژه جوامع معاصر، ارتباطات شفاهی است؛ چرا که این دسته از ارتباطات نقش مهمی در باز تولید فرهنگی، به ویژه فرهنگ عامه پسند دارند (<http://www.hawzah.net>)

وضعیت کنونی اینترنت در ایران

اینترنت در ایران هر روز فراگیر تر می شود، در حالی که 20 سال طول کشید تا رادیو به ایران بیاید، 30 سال طول کشید تا سینما در ایران ساخته شود و یا 13 سال پس از تولید تلویزیون ایرانیان نیز این جعبه جادویی را به خانه های خود بردند، اینترنت به فاصله اندکی پس از عمومی شدن، به ایران آمد. از آن زمان تاکنون اینترنت نه تنها در کشور ما بلکه در سایر کشور های جهان به صورت انفجاری رشد کرده است. به طوری که اکنون ضریب نفوذ اینترنت در ایران از متوسط آسیا بالاتر رفته و خاورمیانه نیز به مقام اول دست یافته است. با این حال، ایران برای رسیدن به جایگاه مناسب در دسترسی به اینترنت، هنوز باید گامهای بلندی بردارد. شمار کاربران اینترنت در ایران در سال 1994 از 250 نفر فراتر نمی رفت اما اکنون بیش از 2/5 میلیون ایرانی به صورت دائم و 5/3 میلیون نفر به صورت کاربر غیر دائم از اینترنت استفاده می کنند. به این ترتیب ضریب نفوذ اینترنت از صفر در سال 1994 به 5/3 در سال 2003 افزایش یافته است. (www.ict.gov.ir)

بر اساس بر آورد ها شمار کاربران اینترنت در سال 2004 به 5 میلیون و 600 هزار نفر و در سال 2005 به 15 میلیون نفر و در سال 2007 به 35 میلیون نفر افزایش یافته است.

در همین رابطه وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات وقت، تعداد کاربران اینترنت را در پایان سال 83 در ایران حدود شش میلیون نفر اعلام کرد و گفت: تا پایان برنامه چهارم توسعه کشور (1388) تعداد کاربران به 15 میلیون نفر می رسد. (www.ict.gov.ir)

در زمینه اینترنت برنامه 5 ساله سوم خالی از برنامه مصوب است و به نوعی رشد خیره کننده و تقاضای سریع بخش مخابراتی را مجبور به ایجاد فضای توسعه ای در این بخش کرد. رسیدن یکباره تعداد کاربران اینترنت از 200 هزار نفر در ابتدای برنامه به بیش از 6 میلیون نفر در انتهای آن نمایانگر بازار سریع و رو به رشد اینترنت است. اعطای مجوز به شرکت های خدمات دهنده اینترنت، ارایه مجوز اینترنت پر سرعت و فراهم کردن فضا برای شرکت های خدمات دهنده تلفن اینترنتی از جمله فعالیت هایی است که در راه حذف انحصار در این بخش صورت گرفته است. (www.ict.gov.ir)

تاثیر رسانه های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان

یکی از مسائل روان شناختی درباره اینترنت، هویت ناشناس کاربر است. هویت، واجد سه عنصر است: عنصر شخصی، فرهنگی و اجتماعی، که هر یک در تکوین شخصیت فرد نقش مهمی را ایفا می کنند. در مقایسه ها، هویت شخصی ویژگی بی همتای فرد را تشکیل می دهد و هویت اجتماعی در پیوند با گروه ها و اجتماعات مختلف قرار می گیرد. اینترنت صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت های متنوع نقش ها و سبک های زندگی قرار می دهد. در این فضای عمومی، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا با تنظیمات

نمادین بتوان بازی کرد. پایگاه شخصی نمونه‌ای مدرن است که چگونه کاربر اینترنت خود را برای مخاطبان جهانی معرفی می‌کند برای بیان افکار، احساسات، علایق و آراء، از متن مناسب، گرافیک، صدا و فیلم استفاده می‌نماید. «میلر» اهمیت و پیوندهای پایگاه شخصی را ذکر می‌کند و می‌گوید: «به من بگو لینک‌هایت چیستند تا بگویم که چه شخصی هستی.» (صادقی، 1384: 8).

با امکانات و گزینه‌های فراوانی که رسانه‌های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می‌گذارد، آنان دائماً با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می‌شوند. چنین فضایی هویت نامشخص و دائماً متحولی را می‌آفریند، خصوصاً برای نسلی که در مقایسه با نسل قبل با محرک‌های فراوانی مواجه است. همچنین از طریق رسانه‌های جمعی، افراد خط مفروض میان فضای عمومی و خصوصی را تجدید سازمان می‌کنند و این امکانی است که جوانان فعالانه از آن استفاده می‌کنند.

جوان، به خصوص در دوران بلوغ که مرحله شکل‌گیری هویت اوست و همواره به دنبال کشف ارزش‌ها و درونی‌کردن آنها می‌باشد، با اینترنت و حجم گسترده، حیرت‌انگیز و گوناگون اطلاعات مواجه می‌شود و ناچار است که در این دنیای مجازی، هویت خویش را از این طریق پیدا کند. لذا ممکن است اینترنت در ایجاد هویت‌یابی جوانان اثر منفی داشته باشد.

از سوی دیگر، گاهی برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند: سن، تحصیلات، محل سکونت و حتی جنسیت در اینترنت از بین می‌رود؛ به عنوان نمونه، بسیاری از افرادی که در اتاق‌های چت مشغول گفتگو با یکدیگر می‌باشند، با مشخصاتی غیرواقعی ظاهر شده و از زبان شخصیتی دروغین که از خود ساخته‌اند و آن را به مخاطب یا مخاطبان خود معرفی کرده‌اند، صحبت می‌کنند و همین شخصیت‌های ناشناس تأثیرات شگرفی را بر یکدیگر می‌نهند.

چهارچوب نظری و مدل مفهومی:

جهانی‌شدن امیدهای فراوانی برای جهانیان ایجاد کرده است. اما تحقق این امیدها در گرو مدیریت صحیح فرایند جهانی‌شدن است و باید به پیامدهای منفی جهانی‌شدن هم توجه کرد. ساکنین دهکده جهانی باید با جدیت در جهت توزیع عادلانه‌تر مزایای «جهانی‌شدن» و کاستن از دامنه مضرات آن تلاش کنند.

محصولات فرهنگی امروز، به سرعت از بسترهای محلی خود رها و جهانی می‌شوند. پس فرهنگ جهانی هر چه باشد، صرفاً حامل هویت فرهنگی / جغرافیایی یا ملی خاص نخواهد بود (Tomlinson, 1999:28).

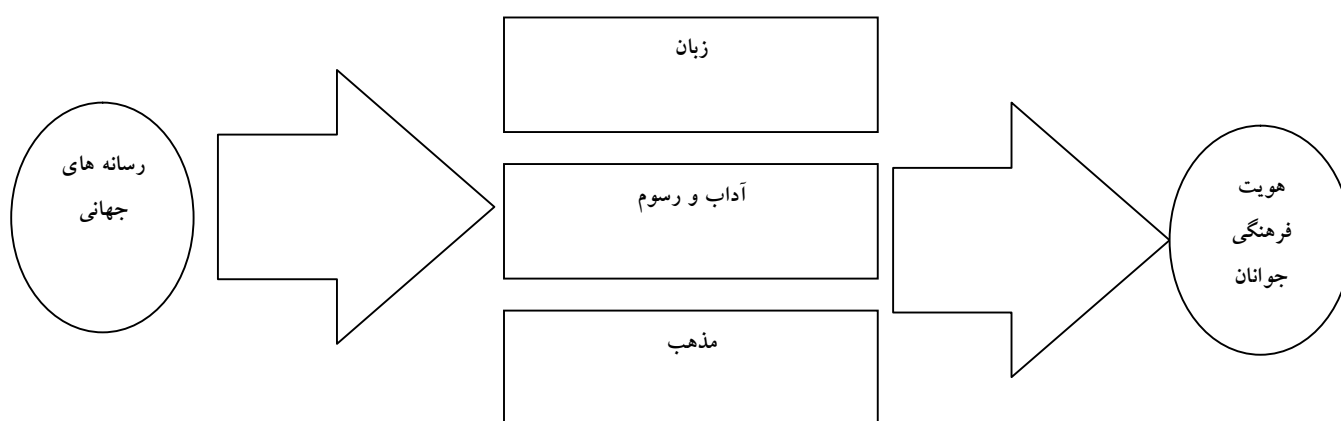
در طی فرایند جهانی‌شدن، انسان فارغ از قید و بندهای سنت و طبیعت دارای آزادی و استقلال عمل چشم‌گیری است و باید در فضای اجتماعی بسیار پهناور، دنیا و هویت خود را بسازد (Giddens, 1994:7).

جهانی‌شدن با نفوذپذیر کردن و تخریب حد و مرزهای موجود، پیوندها و ارتباطات جهانی را افزایش داده، انسان‌ها را در فضای اجتماعی واحدی قرار می‌دهد، واکنش‌هایی را برمی‌انگیزد. این واکنش‌ها به صورت‌هایی گوناگون پدیدار می‌شوند؛ از جمله خاص‌گرایی و عام‌گرایی فرهنگی.

در جریان جهانی‌شدن، یک جامعه بدون قلمرو بدون انسجام متشکل از جوانان پا به عرصه گذاشته است. این طبقه ظاهراً شامل گروه سنی خاصی است، هر چند در اصل در بر گیرنده شیوه‌های زندگی و مراحل از رشد روانی است که تحت عنوان «جوانی» می‌شناسیم. بیشتر

فرهنگ جهانی را فرهنگ جوانان تشکیل می‌دهد. مصرف‌گرایی جهانی و محصولات تولیدی غرب جوانان سراسر دنیا را از طریق فیلم‌ها، موسیقی‌ها و رسانه‌های دیداری – شنیداری جهانی پیوند می‌دهد (شولت، 1382: 222).

دوران معاصر دوران دل‌مشغولی انسان معاصر جدید در باب معمای «هویت» است. دانش و قدرت، توشه انسان در راه شناخت کیستی و چیستی «خود» در برابر «دیگری» است (تاجیک، 1379) هویت موجودیتی پویا دارد، درون هویت یک ساز و کاری وجود دارد که انباشتی یا انباشت دهنده است. یعنی لزوماً وقتی می‌بینید که هویتی شکل می‌گیرد و تحت فشار بیرونی از بین می‌رود و نمی‌تواند تداوم پیدا کند، به این معنا نیست که این از بین رفتن یعنی از بین رفتن کامل و هویت بعدی که به وجود می‌آید باید از صفر شروع کند. باتوجه به نظریه دکتر محمدرضا تاجیک که معتقد است: هویت فرهنگی یعنی یک ملت در ذهنیت و ناخودآگاهی به کدام سمت، کدام زبان، کدام آداب و رسوم و کدام مذهب گرایش دارد مشترکات این مجموعه فرهنگ آن ملت می‌شود.



نمودار شماره 1 مدل مفهومی تحقیق - محقق ساخته برگرفته از نظریه محمدرضا تاجیک

اهداف تحقیق

1- هدف اصلی:

شناخت و آگاهی نسبت به تاثیرات رسانه های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان

اهداف فرعی:

- 1- شناخت و آگاهی نسبت به تاثیرات رسانه های جهانی بر زبان جوانان
- 2- شناخت و آگاهی نسبت به تاثیرات رسانه های جهانی بر آداب و رسوم جوانان
- 3- شناخت و آگاهی نسبت به تاثیرات رسانه های جهانی بر مذهب جوانان

سؤالات تحقیق:

سؤال اصلی:

رسانه های جهانی چه تاثیری بر هویت فرهنگی جوانان دارند؟

سؤالات فرعی:

- 1- رسانه های جهانی چه تاثیری بر زبان جوانان دارند؟
- 2- رسانه های جهانی چه تاثیری بر آداب و رسوم جوانان دارند؟
- 3- رسانه های جهانی چه تاثیری بر مذهب جوانان دارند؟

فرضیه های تحقیق:

فرضیه اصلی:

رسانه های جهانی می توانند از طریق تاثیر بر مؤلفه های زبان، آداب و رسوم، و مذهب بر هویت فرهنگی جوانان تاثیر بگذارند.

فرضیه های فرعی:

- 1- رسانه های جهانی می توانند بر زبان جوانان تاثیر بگذارند.
- 2- رسانه های جهانی می توانند بر آداب و رسوم جوانان تاثیر بگذارند.
- 3- رسانه های جهانی می توانند بر مذهب جوانان تاثیر بگذارند.

روش تحقیق

اصولاً با توجه به ماهیت تحقیق و متناسب با موضوع مورد بررسی، روش های مختلفی وجود دارد. استفاده از هر یک از روش های تحقیق به ماهیت و زمینه تحقیق، فعالیت های لازم به نتیجه گیری و میزان مسئولیت محقق در مقابل نتایج و اهداف تحقیق بستگی دارد. با توجه به مسائل مطروحه و مطالعه اسناد و مدارک و همچنین مطالعات تحلیلی در خصوص ادبیات تحقیق، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه های اجراء همبستگی می باشد.

روش گردآوری و تجزیه تحلیل اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق، روش میدانی و کتابخانه ای می باشد. محقق در گام نخست اعتبار (reliability) داده های جمع آوری شده را محک زد تا مشخص نماید اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه تا چه میزان باواقعیت های

اجتماعی تطبیق دارند برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ را محاسبه نمود. - آزمون کرونباخ برای محک اعتبار (reliability) پر سشنامه ای که بصورت طیف لیکرت طراحی شده مناسب است و سپس با بهره گیری از تکنیکهای آماری مناسب که با توجه به نوع متغیر (کیفی) و مقیاس اندازه گیری (رتبه ای) داده ها سازگاری دارد. اطلاعات جمع آوری شده، دسته بندی و تجزیه و تحلیل گردید. محقق در گام بعدی با استفاده از آمار توصیفی، اطلاعات جمع آوری شده را با تهیه جدول توزیع فراوانی خلاصه کرده و به کمک نمودار نشان داده است و با استفاده از آمار استنباطی، با انجام آزمون T دو نمونه ای متغیرها تفاوت اولویت در دو بخش مورد ارزیابی قرار داده است.

جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه:

در این تحقیق با توجه به سؤال اصلی، جامعه و نمونه آماری، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق که تعداد آنها حدوداً 200 نفر می باشند و به دلیل موجود بودن اطلاعات، کل جامعه آماری بدون انجام نمونه گیری مورد بررسی قرار می گیرد. بنابراین در این تحقیق از نمونه گیری استفاده نمی شود.

~ ○ ūŕŭŕ

Ж Y = x " Ū A ⊕ Ū ŭ ŭ) Ū ⊕

جنس	فراوانی مطلق	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تجمعی
زن	۱۰۲	۵۱	۵۲/۶	۵۲/۶
مرد	۹۲	۴۶	۴۷/۴	۱۰۰
جمع	۱۹۴	۹۷	۱۰۰	
بی جواب	۶	۳		
جمع کل	۲۰۰	۱۰۰		

با توجه به یافته‌های به دست آمده از جدول شماره 2، 51 درصد پاسخگویان زن می باشند و 46 درصد مرد هستند. حدود 3 درصد هم به این سؤال جواب نداده اند.

⊕) Ū ⊕ ŭ ŭ Ū A ⊕ Ū ŭ ŭ " x " Ū ŭ ŭ ŭ

عنوان	فراوانی مطلق	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تجمعی
دانشجوی کارشناسی	۳۴	۱۷	۱۷/۲	۱۷/۲
دانشجوی کارشناسی ارشد	۱۵۴	۷۷	۷۷/۸	۹۵
جمع	۱۹۸	۹۹	۱۰۰	۱۰۰
بی جواب	۲	۱		
جمع کل	۱۰۰	۱۰۰		

با توجه به یافته‌های به دست آمده از جدول شماره 3، 49 درصد پاسخگویان دانشجوی کارشناسی ارشد می باشند، 28 درصد دارای مدرک کارشناسی و درشان به اتمام رسیده است، 9 درصد دانشجوی کارشناسی، 8 درصد دارای مدرک

۰/۰۰۰	۱۵/۶۳۵	۰/۰۴۲	۰/۶۵۷	Tc کندال
۰/۰۰۰	۱۵/۶۳۵	۰/۰۴۲	۰/۷۰۵	گاما
۰/۰۰۰	۱۵/۶۳۵	۰/۰۴۰	۰/۶۵۳	dسامرز
۸۹				مجموع

سطح معنای داری	درجه آزادی	ارزش	اماره
۰/۰۰۰	۳۱۵	۸۰۱/۰۰	پیرسون کا اسکونر

برای آزمون این رابطه از آماره‌های گاما، کندال **Tb** و کندال **Tc**، سامرز **d** و کاسکوئراستفاده شده است. زیرا هر دو متغیر عملکرد رسانه های جهانی و آداب و رسوم جوانان دارای سطح سنجش ترتیبی می‌باشند. نتایج حاصل در جدول شماره 6 مشاهده می‌گردد. مقدار به دست آمده از طریق آزمون مربوطه برابر است با 0/000 می‌باشد که از 0/05 کوچکتر می‌باشد، در نتیجه فرض صفر تأیید نمی‌شود و فرضیه ما مورد قبول می‌باشد. در نتیجه بین عملکرد رسانه های جهانی و آداب و رسوم جوانان رابطه وجود دارد. به عبارتی هرچه عملکرد رسانه های جهانی بهتر و پیشرفته تر باشد آداب و رسوم جوانان بیشتر تاثیر خواهد پذیرفت.

$\tilde{Y}\tilde{u}\tilde{A}\tilde{H} \sim \tilde{Y}\tilde{u}\tilde{Y} \tilde{X}\tilde{H}\tilde{K} \quad \tilde{a} \tilde{a}\tilde{H}; \tilde{x} \quad \tilde{Y}$

جدول شماره (7)، آزمون آماری رابطه بین عملکرد رسانه های جهانی و مذهب جوانان

سطح معنای داری	T مقدار	انحراف معیار	ارزش	اماره
۰/۰۰۱	-۳/۳۸۳	۰/۰۷۰	-۰/۲۴۱	Tb کندال
۰/۰۰۱	-۳/۳۸۳	۰/۰۷۶	-۰/۲۵۶	Tc کندال
۰/۰۰۱	-۳/۳۸۳	۰/۰۸۰	-۰/۲۷۶	گاما
۰/۰۰۱	۱۲/۳۸۳	۰/۰۵۰	۰/۵۳۹	dسامرز
۸۹				مجموع

سطح معنای داری	درجه آزادی	ارزش	اماره
۰/۰۰۰	۲۵۰	۵۵۶/۰۰	پیرسون کا اسکونر

برای آزمون این رابطه از آماره‌های گاما، کندال **Tb** و کندال **Tc**، سامرز **d** و کاسکوئرا استفاده شده است. زیرا هر دو متغیر عملکرد رسانه‌های جهانی و مذهب جوانان دارای سطح سنجش ترتیبی می‌باشند. نتایج حاصل در جدول شماره 7 مشاهده می‌گردد. مقدار به دست آمده از طریق آزمون مربوطه برابر است با 0/001 می‌باشد که از 0/05 کوچکتر می‌باشد، در نتیجه فرض صفر تائید نمی‌شود و فرضیه ما مورد قبول می‌باشد. در نتیجه بین عملکرد رسانه‌های جهانی و مذهب جوانان رابطه وجود دارد. به عبارتی هرچه عملکرد رسانه‌های جهانی بهتر و پیشرفته‌تر باشد مذهب جوانان بیشتر تاثیر خواهد پذیرفت.

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین جهانی‌شدن و هویت فرهنگی جوانان رابطه وجود دارد ولی این نتیجه نباید گریز از جهانی‌شدن را به دنبال داشته باشد؛ چرا که امروزه جهانی‌شدن به یک اصطلاح کاملاً رایج در رسانه‌ها، تجارت، اقتصاد، سیاست و مجامع روشنفکران تبدیل شده است. استفاده گسترده از این واژه در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی، تعاریف و تعابیر متفاوتی بدست می‌دهد. ولی نکته اساسی این است که این مفهوم به صورت یک واقعیت اجتناب ناپذیر درآمده است و گریز از پیامدهای آن ناممکن می‌باشد. از این رو شناخت ابعاد گوناگون آن به‌ویژه در جامعه ما از ضرورتی حیاتی برخوردار است. جهانی‌شدن نیز مانند بسیاری از تحولات دیگر تاریخی هم پیامدهای مثبت و هم منفی دارد. از این رو باید برای بهره‌گیری از دستاوردهای مثبت آن آماده شد و آن را شناخت و ارزیابی کرد.

جهانی‌شدن در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نتایجی به بار آورده است که در هیچ کجای تاریخ تاکنون سابقه نداشته است. سلسله مراتب اقتدار و لایه لایه شدن جامعه بر اثر آن که از عوامل اصلی تبعیض‌ها و توزیع نامتناسب دانش و معلومات و تشریک مساعی در تصمیمات (از طریق شکستن محدودیت‌های جغرافیایی) به شمار می‌رفت، اکنون از طریق رسانه‌های جهانی و اینترنت شکسته شده است و انسانی که تاکنون در کشور و پایتخت خود بیگانه و نادیده گرفته شده بود، با شبکه‌های اطلاعاتی وسیع در دورافتاده‌ترین نقاط جهان می‌تواند از اطلاعات هر کجای جهان آگاه شده و در بسیاری از مراکز مردمی و مدنی مشارکت کند. جهانی‌شدن حتی عمیق‌ترین تحولات اجتماعی و سیاسی را موجب شده است. به طوری که آن روند، همگام با اطلاع‌رسانی به مردم، در جوامعی که زمانی محدود و بسته بودند، باعث سرنگونی دیکتاتوری‌های بسیاری شده است. دموکراسی که همواره از این محدودیت رنج می‌برد که آرزوی همیشگی خود، یعنی مشارکت مستقیم و بی‌واسطه مردم را دور از دسترس و غیرعملی می‌دید و ناگزیر آن همیشه از طریق باواسطه (نمایندگان) و رأی غیرمستقیم شهروندان تحقق می‌یابد و از این روی اصل تعیین‌کننده دموکراسی (مشارکت) هنگام تجلی در جوامع با محدودیت‌های جدی روبرو می‌شد، اکنون با دنیای اطلاعاتی و ارتباطی جهانی، چشم‌انداز تحقق واقعی تشریک مساعی و مشارکت مستقیم هر انسانی را در هر کجای دنیا نشان می‌دهد و این آرزو همیشگی را به واقعیت نزدیک ساخته است!

باید توجه داشت که جدای از جهانی شدن، فرهنگ شبکه ای زنده و زاینده است که مدام در حال تطور است و مرگ آن هنگامی رقم خواهد خورد، که به تقلید مسخ گردد. از این رو در شرایط کنونی ما نیز به عنوان یک کشور اسلامی باید با توجه به فرصت‌ها و تهدیدات ناشی از روند جهانی شدن خود را برای مواجهه با این پدیده مهیا سازیم و با اتکاء به داشته‌های فرهنگ غنی ایرانی اسلامی علاوه بر حفظ هویت خویش با بهره‌گیری از ابزار برآمده از فرهنگ جهانی در صدد جهانی کردن آن باشیم. چرا که فرهنگ حاصل آفرینش نیروهای انسانی و اجتماعی است که ظرف و مظروف آن را تعیین می‌کند. از این روی فرهنگ بیش از هر بخش دیگری با جهانی شدن در ارتباط است. هویت‌های فرهنگی، ملی، دینی و اخلاقی بر بستر جهانی شدن شکل خواهند گرفت. پس نباید آن‌ها را چون سنتی ثابت و تغییرناپذیر تقدیس کرد، بلکه می‌بایست آن‌ها را فرآیندی شکل‌پذیر دانست که نه تنها می‌توانند خود را با وضعیت‌های نوین تطبیق دهند، بلکه در عین حال، اهداف و غایت آن را بازتعریف نمایند و در عین انعطاف‌پذیری، انسجام خود را در عصر جهانی شدن حفظ کنند.

منابع؛

1. طرح تدوین برنامه ایران 1400 (1375) گروه فرهنگی، سازمان مدیریت و برنامه ریزی، تهران.
2. عبدالمجید، عادل، جهانی شدن و آثار آن بر کشورهای جهان سوم، ترجمه سیداصغر قریشی، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال 14، شماره 155-156، 1379.
3. الوین تافلر و دیگران، به سوی تمدن جدید، ترجمه محمدرضا جعفری، تهران: نشر سیمرغ چاپ سوم 1376.

۴. - گروه فن آوری اطلاعات یزد، آخرین آمار، اطلاعات جامع و کامل از وضعیت تعداد کاربران اینترنت در ایران و خاورمیانه، آسیا و جهان، خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، لینک مطلب :
<http://www.iritn.com/?newsgroup=18>
۵. - شیخاوندی، داور : جزوه درسی جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، انتشارات دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبائی، 1373.
۶. جلالی، علی اکبر، نقش اینترنت در جهان آینده. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال 7، شماره 21-22، 1379.
۷. تاجیک، محمدرضا. «روشنفکری ایرانی و معمای هویت ملی»، فصلنامه مطالعات ملی، پاییز سال دوم، شماره 55، 1379
۸. صادقی، حسن (1384): اینترنت و تأثیرات اجتماعی آن، مجله اصلاح تربیت، شماره 22.
۹. - کاستلز، مانوئل. عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه علی پایا، جلد اول: ظهور جامعه شبکه‌ای، تهران: طرح نو، 1380a.
10. گل محمدی، احمد. جهانی‌شدن فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی، 1381.
11. واترز، مالکوم. جهانی‌شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و سیاوش مریدی، تهران: نشر سازمان مدیریت صنعتی، 1379.

Giddens, A. ۱۹۹۱. *Modernity and self Identity*. Cambridge: Polity Press.
 Giddens. ۱۹۹۴. *Living in a post-Traditional society*. In Back, Giddens and Lash, *Reflexive Modernization*.
 Hall, s. ۱۹۹۶. *The Question of cultural Identity*. In S.Hall, D.Held and A.MCGrew (eds) *Modernity and its Future*. Cambridge. Polity

<http://www.hawzah.net>