

بررسی و تحلیل اثر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر هویت اجتماعی در
نواحی روستایی (منطقه مورد مطالعه: دهستان شانندیز از توابع شهرستان بینالود)

هما باتقوا سرابی ، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد،

مشهد، ایران

hm.bataghva@gmail.com

طاهره صادقلو، استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(نویسنده مسئول)

tsadeghloo@um.ac.ir

خدیدجه بوزرجمهری، دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد،

ایران

azar@um.ac.ir

محسن نوغانی دخت بهمنی، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

noghani@um.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییر ۳ بعد فضایی-مکانی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی هویت اجتماعی در ۱۲ روستای دهستان شانندیز انجام شده است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش انجام تحقیق، توصیفی-تحلیلی می-باشد. واحد تحلیل خانوار روستا بوده و جامعه آماری شامل سرپرستان خانوار در روستاهای مورد مطالعه با حجم ۲۸۱ خانوار می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از تکمیل پرسشنامه از طریق نرم افزار (Excel) و (SPSS) از آزمون همبستگی اسپیرمن، یومن ویتنی، رگرسیون و تحلیل مسیر و جهت نمایش توزیع فضایی روستاهای مورد بررسی روی نقشه از نرم افزار (GIS) استفاده شده است. بیانگر این است که میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی کمتر از حد متوسط است و براساس آزمون تی دو نمونه مستقل توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در منطقه مورد مطالعه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان تا حدودی نقش داشته است. به طوری که در بعد اجتماعی-فرهنگی برای زنان با میانگین ۳/۰۸ و مردان با میانگین ۲/۹۳؛ در بعد مکانی-فضایی برای

مردان با میانگین ۳/۰۶ و برای زنان با میانگین ۳/۰۵ و در بعد اقتصادی میانگین رتبه ای برای مردان ۱۳۴/۶ و برای زنان ۱۴۷/۴ را نشان می‌دهد. همچنین آزمون تحلیل مسیر نشان داد که بین شاخص‌های چهارگانه مورد بررسی، تلویزیون با میزان ۰/۳۸۴ دارای بیشترین تاثیرات و شاخص اینترنت با میزان (۰/۱۱۸) کمترین تاثیر را در میزان تغییر هویت اجتماعی پاسخگویان مناطق روستایی مورد مطالعه به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به نتیجه به دست آمده می‌توان اظهار کرد که فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته است تغییراتی را در هویت اجتماعی نواحی روستایی به وجود آورد.

کلمات واژه‌ها: توسعه روستایی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، هویت اجتماعی، دهستان شاندیز

An analysis of the relationship between Information and Communication Technology Development and social identity changes in rural areas (A case study of Shandiz rural district, Binalud County)

Abstract

present study aimed to investigate the effects of information and communication technologies on the change of three dimension of social identity contain spatial- positional, social- cultural and economic dimensions in 12 villages of Shandiz rural district.

present study and is based on objective, applied- developmental and based on methodology it is descriptive- analytical. The analytical unit is the household of the villages and sample community consists of 281 households in case study area. To analyze the data obtained from the completion of the questionnaire of different samples and to show the spatial distribution of the studied villages on the map, GIS and SPSS software has been used.

The result indicate that the use of information and communication technology is less than average and based on independent T-test, the development of ICT in the studied area has greatly contribution to the change of social identity in case study area. As, in the social- cultural dimension for women its average is 3.08 and for men its 2.93, in spatial- positional dimension its average for women is 3.06 and for men it is 3.05, in economic dimension for women its ranking average is 147.4 and for men it

is 134.6. Also, path analysis result showed that among the four studied tools, TV with 0.384 beta confidence had highest and Internet with 0.118 beta confidence had least impact on the social identity changes of rural respondents in case study area.

According to the obtained result, it can be stated that ICT has been able to change the social identity of rural areas.

Key words: rural development, ICT, social identity, Shandiz rural district.

۱. مقدمه

امروزه در راهبردهای توسعه‌ای بسیاری از کشورهای جهان جایگاه خاص و ویژه‌ای به توسعه فناوری اطلاعات در سطح ملی اختصاص یافته است (تری و گومز، ص. ۱۰۱۰، ص. ۱-۱۴). پژوهشگران توسعه روستایی تحقق توسعه را نیازمند راه‌اندازی پروژه‌هایی می‌دانند که زمینه ساز منافع طولانی مدت و پایدار جوامع روستایی باشد، از جمله این پروژه‌ها می‌توان به توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات^۲ (ICT) اشاره نمود که از جمله اساسی‌ترین استراتژی‌های ملی و بین‌المللی جهت دستیابی به توسعه اقتصادی-اجتماعی، از طریق حمایت از کاهش فقر، افزایش بهره‌وری کسب و کار، تسریع رشد اقتصادی و بهبود پاسخ‌گویی و راهبری در هر جامعه‌ای می‌باشند (منگ، ساما و عمر^۳، ۲۰۱۲، ص. ۱-۹). بنابراین از فناوری اطلاعات و ارتباطات نه تنها به عنوان یک ابزار تسهیل کننده، بلکه به عنوان یک ابزار توانمندساز در راستای دستیابی به اهداف توسعه یاد شده است (زارعی و مرآتی، ۱۳۸۷، ص. ۱۸۷). با این وجود، در کنار اثرات مثبت توسعه فناوریهای اطلاعات و ارتباطات، جامعه روستایی نظیر سایر جوامع، در معرض تغییر و دگرگونی قرار گرفته اند و ابعاد زندگی مردم این جامعه تحت تاثیر فرآیندهای جهانی همچون فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، دستخوش تغییرات و دگرگونی‌های عمیقی شده است. یکی از مهمترین این ابعاد جنبه هویتی به ویژه هویت اجتماعی، آنان است

¹ - Terry and Gomez

² . Information and Communication Technology (ICT)

³ - Meng, Samah & Omar

که با توجه به تغییرات به وجود آمده در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی، دچار چالش عمیق شده است (بذرافشان و رفیعی کته تلخ، ۱۳۹۲، ص.۳). هویت افراد در جریان ارتباطات و تعاملات اجتماعی و در طول تاریخ زندگی افراد شکل می‌گیرد. صاحب‌نظران در زمینه تعاملات اجتماعی، نقش فضاهای زیستی را در ایجاد تعاملات اجتماعی موثر می‌دانند (قنبران و جعفری، ۱۳۹۳، ص.۶۱). فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند با ایجاد جهش در انتقال اطلاعات و ارتباطات، روستاها را از حالت انزوا خارج ساخته و با از بین بردن مرزهای سنتی بین شهر و روستا نقش مؤثری در توسعه روستایی و ایجاد تعادل و توازن بین شهر و روستا و یکپارچگی آنها داشته باشد اما در کنار این توسعه، رشد شهرنشینی از پدیده‌های اخیر است که به تغییرات عمده‌ای در ارزشها و نگرشها و شیوه‌های زندگی افراد منجر گشته و تغییرات هویتی، به ویژه برای جوانان در مناطق روستایی ایجاد کرده است (نوابخش و همکاران، ۱۳۹۲، ص.۳۷). بنابراین جامعه روستایی به عنوان یک اجتماع محلی که تاکنون در طول تاریخ به صورت نسل به نسل و سینه به سینه به هویت سازی اجتماعی مستقلی تحت عنوان هویت روستایی رسیده است در شرایط موجود به واسطه توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی و ورود هویت‌های بیرونی، زمینه تعارض در هویت اجتماعی را تجربه می‌نماید (جنکینز، ۱۳۸۱، ص.۶).

دهستان شان‌دیز از توابع شهرستان بینالود استان خراسان رضوی، از جمله مناطقی است که به علل مختلفی نظیر توسعه گردشگری، نزدیکی به شهر مشهد و همچنین توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی، به شدت در حال توسعه و تغییر ارزشهای بومی و هویت روستایی خود می‌باشد. تغییر لذا این مطالعه به دنبال بررسی این مساله است که از میان عوامل یاد شده فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی چه اندازه در این تغییر نقش ایفا می‌نماید. لذا، سوال اصلی تحقیق این می‌باشد که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در منطقه مورد مطالعه تا چه اندازه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان اثر داشته است؟

۲. پیشینه تحقیق

تاکنون پژوهش‌های متعددی در خصوص توزیع جغرافیایی فناوری اطلاعات و ارتباطات و نقش آن در تغییرات فرهنگی و اجتماعی جوامع انجام شده است، اما تحقیقات محدودتری در

خصوص تاثیر فناوریهای اطلاعات و ارتباطات در تغییر هویت اجتماعی به ویژه در نواحی روستایی صورت گرفته است، که به صورت جداگانه در (جدول ۱) به آنها اشاره شده است.

جدول ۱: پیشینه مطالعات صورت گرفته در خصوص فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

نویسنده و سال	عنوان	نتایج
رفیعی کته تلخ، ۱۳۸۹	تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی مطالعه موردی: دهستان بالارخ شهرستان تربت حیدریه	یافته‌های تحقیق نشان از تأثیر گذاری بالای فضای مجازی شبکه های ماهواره‌ای بر هویت دینی جوانان روستایی، تغییر نقش‌ها، باورها و ارزش‌های سازگار فرهنگی و محیطی و به انفعال کشاندن جوانان در کارکردهای دینی و فرهنگی در جغرافیای زیست اجتماعی روستا می‌باشد.
عزمی و قدیری معصوم، ۱۳۸۹	اثرات مثبت و منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه روستایی	در این پژوهش ضمن تعاریف فناوری اطلاعات و ارتباطات از وضعیت اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای مهم فناوری اطلاعات و ارتباطات در ابعاد زیر ساختی و آموزش و تحقیقات در نظر گرفته شد و به کاربردهای فناوری اطلاعات در روستاها پرداخت شد
کوهی و حسینی، ۱۳۹۱	رابطه استفاده از رسانه های نوین با ابعاد هویتی	نتایج حاکی از آن است که بین استفاده از پایگاههای اینترنتی و ماهواره با هویت فردی و جهانی، رابطه ای مثبت و با هویت فردی و دینی رابطه ای منفی وجود دارد. همچنین بین استفاده از تلفن همراه و هویت فردی رابطه مثبت و بین استفاده از تلفن همراه و هویت دینی، قومی و خانوادگی رابطه منفی دیده می‌شود.
اشمیت ^۱ ، ۲۰۰۴	هویت اجتماعی و هویت فرد در هفت کشور اروپایی	نتایج نشان داد که چگونه اجتماعی شدن در نهاد خانواده، قدرتمندترین عامل تعیین کننده برای شکل گیری و نهادینه شدن هویت اجتماعی در جوانان است.
سری کندی، ۲۰۰۸	بررسی فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی در کشور هندوستان	نتایج نشان داد که دیجیتالی شدن انتقال اطلاعات و ارتباطات بین نواحی شهری و روستایی سبب برقراری تعادل و توازن منطقه ای شده است.
آرهش و شریفی ^۲ ، ۲۰۱۳	نقش فناوری ارتباطات و اطلاعات در توسعه اجتماعی - فرهنگی مناطق روستایی	نتایج نشان داد که رابطه معنی داری بین استفاده از تلفن، رادیو، تلویزیون و اینترنت و تغییرات اجتماعی و فرهنگی وجود دارد.
نچ و لژون ^۳ ، ۲۰۰۹	تأثیر فناوری اطلاعات بر هویت؛ چارچوب دستور کار تحقیق	نتایج نشان داد که هنوز محققان به اندازه ی کافی در این موضوع کاوش نداشته اند به طوری که این پژوهش نقش و اهمیت هویت در اجتماع را نشان می دهد، زیرا درک بهتر از تحول اجتماعی ناشی از فناوری اطلاعات را نشان می‌دهد.

^۱- Schmidt

^۲ - Arayesh And sharifi

^۳ -

<p>در این پژوهش یک چارچوب نظری منسجم که فرایندهای فن آوری اطلاعات را تحت تاثیر هویت کاربران قرار می دهد ارائه شده است. این چارچوب نشان می دهد که مقابله با چالشهای فناوری اطلاعات در چهار سطح امکان بروز دارد: هویت مسلح، هویت دوباره تعریف، هویت دوسوگرا و ضد هویت.</p>	<p>مقابله با چالشهای فناوری اطلاعات نسبت به هویت: یک چارچوب نظریه ای</p>	<p>نچ و لژون، ۲۰۱۰</p>
<p>هدف از این پژوهش، ارائه مجموعه ای از الگوهای نظری که به درک افراد از چالشهای فناوری اطلاعات بر هویتشان است می باشد. الگوی استفاده شده در حوزه سلامت پرونده الکترونیک از حوزه متخصصین و پرستاران و پزشکان استفاده شده، این پژوهش در دو سطح نظری و عملی کار شده است.</p>	<p>مقابله افراد با چالشهای فناوری اطلاعات نسبت به هویت: شواهد تجربی</p>	<p>نچ و لژون، ۲۰۱۱</p>

با بررسی مطالعات صورت گرفته در این زمینه و با توجه به عدم مشاهده تحقیقی منطبق با موضوع در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه، می توان بیان نمود که تحقیق حاضر می تواند با تعیین ابعاد سازنده هویت فضاهای روستایی و به ویژه هویت اجتماعی، نقش توسعه فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی را به عنوان اهرم انتقال دهنده ارزشها و باورهای جدید به نواحی روستایی بیشتر مورد بررسی قرار دهد.

۳. روش شناسی

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت، توصیفی - تحلیلی می باشد. برای گردآوری داده ها، از روش های کتابخانه ای (اسنادی) و میدانی (پرسشنامه و مشاهده) بهره گرفته شده و در نهایت بعد از گردآوری اطلاعات و مطالعه پایه های نظری مرتبط با موضوع، متغیرها و شاخص های تحقیق استخراج و مبنای تدوین پرسشنامه در قالب شاخص های دو متغیر هویت اجتماعی در قالب ۳ بعد و متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل ۴ ابزار و در قالب دو شاخص کاربرد و دسترسی قرار گرفته است. روایی و پایایی پرسشنامه توسط ۳۰ پرسشنامه تکمیل شده خبرگان و اساتید حوزه مطالعات روستاییان و IT آزمون شده است که بر این اساس روایی از طریق تأیید خبرگان و اعتبار محتوا تأیید شد. در خصوص پایایی پرسشنامه نیز با توجه به میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای تمامی متغیرها که بالاتر از ۰,۷ بود، می توان با اطمینان بیان کرد که سوالات پرسشنامه از سازگاری درونی بالایی

برخوردار هستند و پرسشنامه از قابلیت اعتماد و یا پایایی لازم برخوردار می‌باشد. نتایج این آزمون در جدول (۲) قابل مشاهده است.

جدول ۲: ارزیابی آلفای کرونباخ شاخص‌های اصلی تحقیق

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

نوع متغیر	نام متغیر	تعداد شاخص‌ها	آلفای کرونباخ
متغیرهای مستقل تحقیق	کاربرد ابزارهای فناوری	۲۶	۰/۷۸
	سطح برخورداری و مهارت استفاده	۲۷	۰/۷۶
متغیرهای وابسته تحقیق	هویت مکانی فضایی	۱۱	۰/۸۲
	هویت اجتماعی فرهنگی	۹	۰/۷۱
	هویت اقتصادی	۹	۰/۸۱
مجموع		۸۲	۰/۸۷

براساس آنچه بیان شد، ابتدا پیشینه مطالعاتی تحقیق و ادبیات نظری موجود در حوزه متغیرهای اصلی تحقیق یعنی توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و متغیر دوم یعنی هویت اجتماعی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته و مبنای استخراج شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق قرار گرفته است. در این تحقیق متغیر مستقل، ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشند که شامل (تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن همراه) می‌شوند و متغیر وابسته هویت اجتماعی است که در سه بعد (فرهنگی-اجتماعی، کالبدی-فضایی و اقتصادی) مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۳- متغیرها و شاخص‌های هویت مکانی - کالبدی اجتماعات روستایی

مأخذ: سیاوش پور، شادلو جهرمی و مولایی رامشه، ۱۳۹۳؛ زندیه و سامه، ۱۳۸۸، امین‌زاده، ۱۳۸۹، ابراهیمی، ۱۳۹۶؛

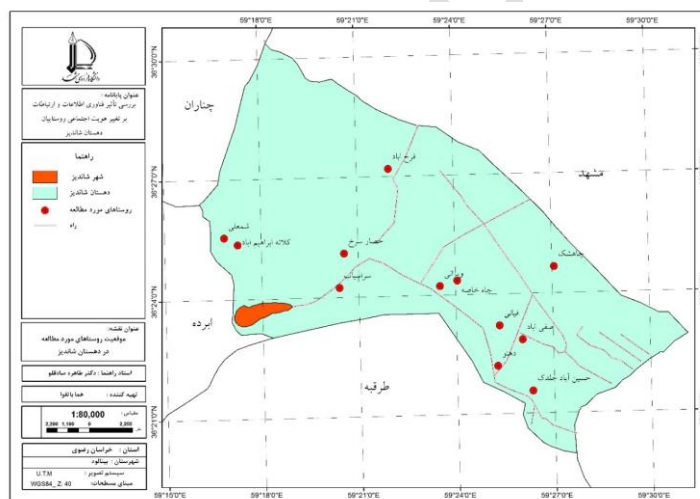
مأخذ: امینی فسخودی، ۱۳۸۹، سیفی آتشگاه، ۱۳۸۸، الهی، ۱۳۸۹، خواجه نوری، کریمی و خجسته، ۱۳۹۴؛

رضوانی و فرهادی، ۱۳۹۳ و نگارندگان ۱۳۹۶

متغیر	شاخص	متغیر	شاخص
کالبدی فضایی	رضایت مکانی	کالبدی مکانی	نوع زبان خاص
	حس امنیت مکانی		زبان و گویش
	تمایل به معرفی خود به عنوان		نوع گویش خاص
			باورهای مذهبی

	اعتقادی و		روستایی		تبدیل و تغییرات
تنوع مذهبی	رسوم و سنتها		منظر روستا	کالبد و معماری	
نگرش یا جهانبینی (مادیگرایی، تعصب و ...)			مبلغان روستایی (صندلی، راهروهای مسقف و ...)		
شیوه برگزاری اعیاد و مراسم سنتی نوروز، محلی و ازدواج و			تغییر و ایجاد کاربریهای متنوع و متفاوت (دفاتر پیشخوان، بانک و ...)		
حضور در مکان روستا در زمانها خاص مراسم	سبک زندگی		مصالح، شکل ها، رنگ ها و بافت ها، معماری بناها	کاربری اراضی	
وجود مراسم ویژه و مختص روستا			محیط مصنوع و خوانایی با محیط بومی (هماهنگی محیطی)		
الگوهای مصرفی خاص (تغذیه، پوشاک، ...)			کاربریهای بومی		
کالاهای مصرفی خانوار (بخچال، تلوزیون، ماشین و لوازم لوکس و تجملاتی)	ارتباطات و کنشها		شکل فعالیت کاربریها	پایه های اقتصادی	
مشارکت و سطح ارتباطات			اقتصاد بومی مکان		
امنیت و ناهنجاری (اعتیاد، جرایم و ...)	ارزشهای خانوادگی		نوع سرمایه گذاریها	تغییر اقتصادی	
شیوه حل مسائل (کدخدا محوری یا ریش سفید محوری)			نوع پس اندازها		
طلاق و ازدواج (نوع همسرگزینی، سن ازدواج)			قیمت و ارزش داراییها (زمین)		
مسائل خانوادگی (اختلافات، تعداد فرزندان، خانواده های هسته ای و ...)	مهاجرت		جایگزینی فعالیتهای اقتصادی (گردشگری، خدمات، حمل و نقل و ...)	جهانی سازی اقتصاد	
روابط خانوادگی و خویشاوندی و همسایگی			ورود مشاغل جدید		
نقشها و جایگاههای جنسیتی (تقسیم قدرت و ...)			شکل گیری اماکن تجاری جدید (فروشگاههای کالاهای مصرفی و لوکس و ...)		
انگیزه مهاجرت (شکل مهاجرت، جنسیت مهاجرین و ...)	طبقات اجتماعی		وجود شرکتهای ملی و بین المللی		
تعداد و انواع طبقات			افزایش مراودات اقتصادی با فضاهای بیرونی		
ارتباطات قومی و طایفه ای			ورود کالاهای برند و نامدار به روستاها		

جامعه آماری این تحقیق شامل تمام خانوارهای ساکن روستایی دهستان شاندیز است که تعداد آنها براساس آمار سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۴۳۱۳ خانوار می‌باشد. دهستان شاندیز شامل ۱۸ روستا است که با حذف شهرکها و روستاهای زیر ۲۰ خانوار از این تعداد، ۱۲ روستا (سرآسیاب، شمعلی، کلاته ابراهیم آباد، فرخ آباد، ویرائی(نورآباد)، چاهشک، حسین آباد جلدک، صفی آباد، فیائی، دهنو، حصارسرخ، چاه خاصه،) با جمعیتی بالغ بر ۴۳۱۳ نفر به صورت تصادفی مبنای تعیین حجم نمونه و تکمیل پرسشنامه قرار گرفته است. از طریق فرمول کوکران با خطای ۶ درصد، حجم نمونه ۲۶۲ خانوار به دست آمد که در روستاهایی کمتر از ۱۰ نمونه این مقدار به ۱۰ اصلاح و افزایش یافته و در مجموع تعداد کل نمونه به ۲۹۶ پرسشنامه خانوار اصلاح شد.



شکل ۱- نقشه منطقه مورد مطالعه تحقیق

مأخذ: ترسیم نگارنده بر اساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی،

۴. مبانی نظری

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) عبارتست از فرآیند تولید، ذخیره‌سازی، پردازش، نشر، دستیابی، انتقال و تبادل اطلاعات از طریق ظرفیت‌های مخابراتی و رسانه‌هایی از قبیل رادیو، تلویزیون و تکنیک‌هایی مانند رایانه و ارتباط تلفنی که استفاده از آنها برقراری عدالت در

دسترسی و استفاده عموم از منابع اطلاعاتی و امکان تعامل با سایر گروه‌ها را ممکن می‌کند (زارعی، ۱۳۹۳، ص. ۲۰). توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بی‌شک دارای اثرات مهم و قابل‌تاملی در فضاهای روستایی است. با بهره‌گیری از دفاتر خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات روستایی، افزون بر این که سازمان‌ها می‌توانند خدمات خود را به صورت الکترونیکی به روستاییان عرضه کنند از تردد روستاییان به شهرها برای استفاده از خدمات دولتی نیز می‌کاهند و موجب اشتغال، توسعه منابع انسانی، کمک به محیط‌زیست و مصرف بهینه منابع انرژی، در دسترس قرار گرفتن اطلاعات برای عموم (سری‌کندی^۱، ۲۰۰۸، ص. ۴۷۴-۴۸۲). کاهش هزینه‌های رفت و آمد (صیدایی و هدایتی‌مقدم، ۱۳۸۹؛ کامار^۲، ۲۰۰۶)، صرفه‌جویی در وقت (صیدایی و هدایتی‌مقدم، ۱۳۸۹، آیت و اعظمیان، ۱۳۹۰) و پاسخ‌گویی بهینه به نیازهای آنان، آموزش و ارتقای سطح علمی روستاییان (آیت و اعظمیان، ۱۳۹۰؛ منگ، ساما و عمر، ۲۰۱۲، ص. ۹-۱). کوتاه کردن بوروکراسی‌های موجود (زارعی، ۱۳۹۳، ص. ۵۳) و در نهایت موجب افزایش کارایی در همه شئون زندگی روستاییان خواهند شد. در کنار ویژگی‌های مثبت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی، اثراتی منفی نیز قابل مشاهده است، که از جمله این اثرات می‌توان به تغییر هویت اجتماعی اشاره کرد. انقلاب ارتباطات و پیدایش روز افزون فناوری‌های نوین ماهواره‌ای، سبب شده است و در اثر ارتباط مردم به علایق و ظواهر جذاب این فناوری‌های نوین (ماهواره و اینترنت، موبایل، تلویزیون) به سمت بی‌تفاوتی نسبتاً شدید به هویت اصیل و سنتی خود تمایل پیدا کرده‌اند و به نظر می‌رسد مرحله بعدی حیات این نسل در راستای تداوم هویت بومی و سنتی آنها میسر نیست و این امر در ابتدا به بحران هویت و سپس به تغییر هویتی می‌انجامد که نه تنها برای مردم بلکه برای فرهنگ و هویت جامعه عواقب ناگواری به دنبال خواهد داشت (شکرخواه، ۱۳۷۹، ص. ۱۵).

۱.۴. تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاییان

1 - Siriginidi

2 - Kumar

در فرهنگ آکسفورد، هویت به معنای یکسانی در کیفیت یا خصوصیات یا شرایط طبیعی، همانند بودن شخصی یا چیزی در همه زمانها و همه شرایط طبیعی و یا تمایز و قابلیت تشخیص کسی یا گروهی از دیگری تعریف شده است. همچنین، هویت اجتماعی به عنوان نمودی از تعلق فرد به یک جامعه و برخی از هویت‌های خردتر نظیر هویت جنسی، سنی، نژادی، قومی، مذهبی، طبقاتی، محلی، ملی و فراملی تعریف می‌شود (پیران، ۱۳۸۴، ص. ۶). اما تعریف هویت روستا به عنوان یک هویت اجتماعی، براساس تعاریف موجود از روستا و پایه‌های شکل‌گیری مفهوم آن عبارت است از اینکه روستا پهنه‌ای جغرافیایی و واحد برنامه‌ریزی است که معیشت اکثر سکنه آن از داد و ستد متقابل بین عوامل تجدید پذیر طبیعی و رفتار انسان حاصل می‌شود و دارای نقش اصلی کشاورزی، دامداری، دامپروری، باغداری و نیز صنایع و خدمات وابسته است و سکونت‌گاه‌های کوچک و بزرگ و همگن واقع در آن پهنه، نام و نقشی جداگانه دارند و جای مشخص و نقش تکامل دهنده خاص خود را در مجموعه روستا دارا می‌باشند. روابط اجتماعی و اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی معمولا در عرصه‌های محدود و مشخص (با خصایصی نظیر مشارکت و اعتماد و ارزشهای فرهنگی مشخص) جریان دارد و ساکنان روستایی هویت اجتماعی مشترکی دارند که با نام روستا مشخص می‌گردد (حسینی ابری، ۱۳۸۰، ص. ۱۱-۱۲). بنابراین نقش مولفه‌های کالبدی و محیط فیزیکی را در شکل‌گیری این روابط ساده و پیچیده اجتماعی نمی‌توان نادیده گرفت (بهزادفر و طهماسبی، ۱۳۹۲، ص. ۲۰). هویت اجتماعی یک مکان در نتیجه تعاملات اجتماعی بدون ثبات و چندگانه جاری در مکان و در طول زمان شکل می‌گیرد (مدنی‌پور، ۱۳۷۹، ص. ۳۶). و روستا به عنوان یک فضای زیستی با خصایص مکانی و اجتماعی ویژه خود از این قاعده مستثنی نمی‌باشد. با گسترش فناوری‌ها و پیامدهای عمومی توسعه فناوری، توسعه اتوماسیون یا مکانیزاسیون و کاهش نقش کار یدی و فیزیکی انسان‌ها در فرایندهای تولید و کاهش اهمیت مرزها و فواصل مکانی (جهانی شدن)، باید اذعان کرد، اگر تعریف روستا به عنوان سکونت‌گاهی کوچک با اتکا به بخش کشاورزی در نظر گرفته شود و جامعه روستایی با روابط درونی و سنتی محکم و روابط بیرونی اندک فرض شود، دیگر چنین روستایی درآینده وجود نخواهد

داشت. در واقع دوران مدرنیزاسیون را می‌توان به عنوان سرآغاز گسست و کمرنگ شدن توجه به ابعاد هویتی روستاها و زندگی اجتماعی روستاییان در نظر گرفت. رواج روز افزون فرهنگ‌های متعدد به دلیل احاطه جامعه توسط ابزارهای تکنولوژی که باعث هجوم گسترده الگوها و فرهنگ‌های ناآشنا شده است، لذا امروزه هویت و ابعاد هویتی روستاییان از بیرون می‌توان جستجو کرد (بازیابی هویت از بیرون) (لطیفی و دبیری، ۱۳۸۹، ص. ۳۴). در خصوص هویت اجتماعی، دیدگاه‌ها و رویکردهای متخصصان و محققان بسیاری در حوزه‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی و معماری و فضا مطرح می‌باشد که در زیر برخی از این رویکردها به صورت جدولی ارائه شده است.

جدول ۴- رویکردهای نظری موجود در زمینه هویت اجتماعی

مأخذ: ابراهیمی، ۱۳۹۶

رویکرد جامعه‌شناختی در هویت اجتماعی	
الف- کارکردگرایان ساختاری که معتقد به تاثیر شرایط ساختاری، اقتصادی و اجتماعی جامعه بر هویت هستند نظیر دورکیم، ویرث، زیمل، گیدنز و...	ب- دیدگاه کنش متقابل نمادین که در آن افراد نه به عنوان واحدهای بی اختیار، بلکه به عنوان اجزای بازاندیشنده و کنش کننده ای که هویت را می‌سازند مطرح هستند. برخی متخصصان این حوزه عبارتند از استرایکر، کولی، جنکینز، هربرت مید و ...
رویکرد روانشناختی در هویت اجتماعی	
مکتب شیکاگو، که هویت را برگرفته از علم رفتار می‌داند و به خصایصی نظیر تعلق، تعهد، آگاهی و ... اشاره می‌کند. با متخصصانی نظیر پارک، تاجفل، اسمیت و جانسون و ...	
رویکرد معماری و شهرسازی در هویت اجتماعی	
در این رویکرد مکان به عنوان یک مجموعه دارای پتانسیلهایی برای جهت دادن به هویت اجتماعی ساکنین است. مکانها تنها شامل محلهای ویژه فیزیکی نیستند بلکه پر از معانی نمادین، دلبستگی‌ها، ارزشهای فرهنگی و سنتی می‌باشند که به مرور زمان شکل گرفته‌اند. برخی از متخصصان این حوزه شامل لینچ، رلف، راپاپورت، الکساندر، شامای، شولدز و ... می‌باشند.	

بر اساس آنچه در بالا بیان شد، می توان ابعاد سازنده هویت اجتماعات روستایی را می توان تلفیقی از رویکردهای بیان شده و در سه بعد کلی زیر دسته بندی شده است:

۱.۴. بعد مکانی - فضایی، کالبدی

مکان جایی یا قسمتی از فضا است که از طریق عواملی که در آن قرار دارند، صاحب هویت خاصی شده است، لذا هر شیئی که در یک مکان قرار گیرد نیازمند فضا است (پورمند و ریخته-گران، ۱۳۸۵، ص. ۵۳). فضایی که دارای هویتی قابل ادراک و شناسایی است می تواند در بیننده حس مکان را برانگیزد و میان مردم و مکان احساس تعلق به وجود آورد. هر فضا و مکانی به عنوان یک منبع هویت است و گروه‌هایی را که در آن قرار می‌گیرند هویت می‌بخشد (ربانی، ۱۳۸۱، ص. ۳۷). بنابراین برقراری و استمرار روابط با کنشگران فضا، رکن اساسی در شکل‌گیری هویت مکانی است. بر این اساس، مکان سازنده بخشی از شخصیت و هویت افراد است که خود را با آن می‌شناسند و به دیگران می‌شناسانند (سادات‌حییبی، ۱۳۸۷، ص. ۴۵). از طرفی ادراک و به مرور زمان و از طریق فعالیت‌ها و ارتباطات، شناخت و شکل‌گیری تصور ذهنی از مکان، و در نهایت احساس نسبت به مکان برای افراد حاصل می‌شود و امتداد این احساس به تعلق به مکان و در نهایت به شکل‌گیری هویت منجر می‌شود. (جوان‌فروزنده و مطلبی، ۱۳۹۰، ص. ۳۲).

۲.۴. بعد فرهنگی - اجتماعی (فعالیتها)

فرهنگ مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت می‌باشد و افراد و گروه‌ها همواره با توسل به اجزاء و عناصر فرهنگی گوناگون، هویت می‌یابند، به بیان دیگر فرهنگ هم تفاوت‌آفرین است و هم انسجام‌بخش. این تفاوت‌ها و خاصیت‌ها امکان هویت‌یابی را فراهم می‌کند و به زندگی انسان‌ها معنا می‌بخشد (تاجیک، ۱۳۸۴، ص. ۴۹). در واقع عواملی که در شکل‌گیری هویت اثر فراوان دارد فرهنگ، جهان‌بینی و نگاهی است که انسان به خود و اجتماع دارد (روح‌الامین، ۱۳۸۴، ص. ۲۴). در این معنا هویت نیز در کنار توسعه معرفی می‌شود گو این که برای حل تعارض‌های درونی دو مفهوم با یکدیگر حفظ ویژگی‌های منحصر به فرد یک فرهنگ نیز مورد

تاکید قرار می‌گیرد. بنابراین هویت فرهنگی شامل مولفه‌های زیر می‌شود: زبان (زبان نوشتاری و زبان گفتاری)، دیانت (دین و مذهب)، جغرافیایی فرهنگی، تاریخ و حافظه فرهنگی (میراث مادی و معنوی)، نظام اجتماعی (نظام آموزشی، نظام خانواده، نظام اقتصادی، نظام فرهنگی، نظام سیاسی و حقوقی) (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۹).

۴.۳. بعد اقتصادی

یکی از ابعاد هویت بخش مکانها، فعالیت‌هایی است که توسط ساکنان آن از گذشته تا به امروز پایه‌های اقتصاد فضا را تشکیل می‌دهد و جایگاه فضایی - مکانی را در سلسله مراتب سازمان فضایی شبکه سکونت‌گاهی و ارتباط آن را با سایر فضاها تعریف می‌کند. چه بسیارند برخی از فعالیت‌ها که به طور ویژه در مکان‌های خاصی وجود دارند و به یک مکان ویژه جغرافیایی اختصاص دارند و به عنوان یکی از ارکان هویتی مکان خود نمایی می‌کند. از این رو، در این بعد هویت اقتصادی به طور عام و خاص در بستر زمانی مورد پژوهش قرار گرفته است. ابعاد مورد توجه در این راستا عبارتند از فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های سه‌گانه، جایگاه فعالیت‌های جدید هم‌چون گردشگری، حمل و نقل و فعالیت‌های بخش چهارم در اقتصاد فضا، فعالیت‌های سنتی و صنایع دستی شامل گیوه بافی، قالی بافی، جاجیم بافی، گلیم بافی و غیره و فعالیت‌های ویژه و یا بومی موجود در هر مکان (پوراحمد، ۱۳۸۹، ص. ۲۴). آنچه تغییر هویت اقتصادی معنا می‌یابد، تغییرات رخ داده در هر یک از این ابعاد به واسطه عوامل مختلف، شکل‌گیری الگوهای اقتصادی جدید در فضا که نامانوس با سابقه بومی آنجاست، و به ویژه در خصوص روستاها شکل‌گیری اقتصادی با برند غیرروستایی و مشابه الگوهای تقاضامحور زندگی شهری می‌باشد (همان، ۲۴).

۵. بحث اصلی

از لحاظ ویژگی سنی افراد، عمده پاسخگویان در گروه سنی ۳۰-۳۹ سال با فراوانی ۷۷ نفر (۲۷,۳ درصد) قرار دارند و به لحاظ جنسیت، تعداد ۱۳۹ نفر را مردان (۴۷,۲ درصد) و ۱۵۷

نفر را زنان (۵۲٫۸ درصد) تشکیل می‌دهند. همچنین در متغیر سطح تحصیلات، پاسخگویان با سطح تحصیلات ابتدایی و راهنمایی به ترتیب با ۲۵٫۹ و ۴۴ درصد بیشترین افراد پرسش شونده را شامل می‌شوند.

۵.۱. مقایسه میانگین تغییرات ابعاد سه گانه هویت اجتماعی

همان طوری که جدول (۵) نشان می‌دهد تحلیل داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه و از دیدگاه پاسخگویان براساس آزمون t دو نمونه‌ای مبین بالابودن تاثیر ابعاد هویت اجتماعی در روستاها می‌باشد. بنابراین با احتساب دامنه طیفی ابعاد هویت اجتماعی که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای تمامی ابعاد بالاتر از شرایط مطلوب (۳) ارزیابی شده است و تفاوت معناداری آن نیز برای همه شاخص‌ها کاملاً معنادار است. به طوری که ابعاد هویت اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و هویت مکانی- فضایی هر کدام به ترتیب با میانگین ۳/۸۸؛ ۳/۰۷ و ۳/۰۵، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده اند. به عبارتی در تمامی این ابعاد هویت، تغییراتی بالاتر از حد متوسط (میان ارزش ۳) رخ داده است.

جدول ۵- مقایسه میانگین‌های ابعاد هویت اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

Confidence Interval of the Difference		اختلاف از میانگین	معناداری	درجه آزادی	آماره T	انحراف معیار	میانگین	ابعاد
Upper	Lower							
۰/۰۹۸۵	۰/۰۱۱۴	۰/۰۵۴۹	۰/۰۱۴	۲۸۱	۲/۴۸۳	۰/۳۷۱	۳/۰۵۵۰	هویت مکانی- فضایی
۰/۱۳۱۹	۰/۰۲۰۹	۰/۰۷۶۴	۰/۰۰۷	۲۸۱	۲/۷۱۲	۰/۴۷۳	۳/۰۷۶۴	هویت اجتماعی فرهنگی
-۰/۰۵۲۸	-۰/۱۷۷۱	-۰/۱۱۴۹	۰/۰۰۰	۲۸۱	-۲/۶۴۲	۰/۵۳۰	۳/۸۸۵۰	هویت اقتصادی
۰/۱۰۶۶	۰/۰۲۲۹	۰/۰۶۴۷	۰/۰۰۳	۲۸۱	۳/۰۴۷	۰/۳۵۷	۳/۰۶۴۸	هویت

۵.۲. مقایسه میانگین دسترسی و کاربرد ابزار مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات

برای بررسی مقایسه میانگین دسترسی و کاربرد ابزار مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات، چهار ابزار تلوزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن در نظر گرفته شده است. جدول (۶) نشان می‌دهد

دهد که میانگین کاربرد و دسترسی به تلوزیون بالاتر از حد میانه (۳) بوده است و در مابقی ابزار کمتر از حد میانی مورد نظر بوده است. لذا می توان اظهار کرد که کاربرد و دسترسی به تلوزیون با میزان میانگین ۳/۰۸۰ بیشترین و اینترنت کمترین میزان را به خود اختصاص داده اند و این نشان می دهد که بعد تلوزیون نسبت به دیگر ابعاد بیشترین تاثیرات را به دنبال داشته است.

جدول ۶- مقایسه میانگین های فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

Confidence Interval of the Difference		اختلاف از میانگین	معناداری	درجه آزادی	آماره T	انحراف معیار	میانگین	ابعاد
Upper	Lower							
۰/۱۵۶۸	۰/۰۰۴۴	۰/۰۸۰۶	۰/۰۳۸	۲۸۱	۲/۰۸۳	۰/۶۵۰	۳/۰۸۰۶	تلوزیون
-۱/۲۱۶۶	-۱/۳۹۱۱	-۱/۳۰۳۸	۰/۰۰۰	۲۸۱	-۲۹/۴۱۱	۰/۷۴۴	۱/۶۹۶۲	اینترنت
-۱/۱۲۶۱	-۱/۳۴۶۱	-۱/۲۳۶۰	۰/۰۰۰	۲۸۱	-۲۲/۱۱۷	۰/۹۳۸	۱/۷۶۳۹	ماهواره
-۰/۷۸۶۲	-۰/۹۵۷۶	-۰/۸۷۱۸	۰/۰۰۰	۲۸۱	-۲۰/۰۳۰	۰/۷۳۰	۲/۱۲۸۱	تلفن
-۰/۶۶۹۳	-۰/۸۳۳۱	-۰/۷۵۱۲	۰/۰۰۰	۲۸۱	-۱۸/۰۵۸	۰/۶۹۸	۲/۲۴۸۸	فناوری اطلاعات

۳.۵. بررسی رابطه بین دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و تغییر هویت اجتماعی

در گام بعدی برای سنجش ارتباط بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با تغییر ابعاد سه گانه هویت اجتماعی از آزمون همبستگی استفاده شد.

۳.۵.۱. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات با بعد مکانی - فضایی تغییر هویت اجتماعی

با توجه به نوع داده ها، برای بررسی رابطه بین این متغیر و شاخص های هویت مکانی - فضایی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد، که نتایج بیانگر این است که تعلق مکانی با آماره اسپیرمن ۰,۰۲۶، کالبد و معماری با آماره اسپیرمن ۰,۱۸۶ و متغیر هویت مکانی - فضایی با آماره اسپیرمن ۰,۱۱۹ با فناوری اطلاعات دارای رابطه ای مستقیم با شدتی خیلی ضعیف تا ضعیف می باشد. همچنین بین کاربری اراضی و فناوری اطلاعات با آماره اسپیرمن ۰,۰۸۲ - با فناوری اطلاعات دارای رابطه ای عکس با شدتی خیلی ضعیف می باشد و با توجه به سطح

معناداری به دست آمده شاخص کالبدی و معماری با سطح معنی داری ۰,۰۲ دارای رابطه معنی داری با متغیر فناوری اطلاعات هستند. براین اساس می توان گفت بخشی از تغییرات هویتی مکانی - فضایی رخ داده در این منطقه منتج از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تحت تاثیر آن بوده است.

جدول ۷- نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد مکانی - فضایی تغییر هویت

اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فناوری اطلاعات		مستقل وابسته
سطح معنی داری	مقدار آماره اسپیرمن	
۰/۶۶۷	۰/۰۲۶	تعلق مکانی
۰/۰۰۲	۰/۱۸۶	کالبد و معماری
۰/۱۷۰	-۰/۰۸۲	کاربری اراضی

۲,۲,۵. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات با بعد اجتماعی - فرهنگی تغییر هویت

اجتماعی

در بررسی رابطه بین متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات با بعد اجتماعی هویت نیز نتایج آزمون بستگی اسپیرمن بیانگر این است که، هویت اجتماعی فردی با آماره اسپیرمن ۰,۱۰۱، هویت اجتماعی گروهی با آماره اسپیرمن ۰,۲۰۱ و متغیر هویت اجتماعی در مجموع با آماره اسپیرمن ۰,۲۱۶ با فناوری اطلاعات دارای رابطه ای مستقیم با شدتی ضعیف می باشد. از سویی در شاخص هویت اجتماعی فردی هم چون میزان معناداری آن بیشتر از ۰,۰۵ می باشد فرضیه صفر مبنی بر عدم وجود رابطه خطی بین دو شاخص تایید می شود. نتایج موید این است که بخشی از تغییرات هویت فردی و گروهی در اجتماعات روستایی مورد مطالعه تحت تاثیر توسعه فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی بوده است.

جدول ۸- نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد اجتماعی - فرهنگی تغییر

هویت اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فناوری اطلاعات		مستقل وابسته	همبستگی اسپیرمن رتبه
سطح معنی داری	مقدار آماره اسپیرمن	هویت اجتماعی فردی	
۰/۰۸۹	۰/۱۰۱	هویت اجتماعی گروهی	
۰/۰۰۱	۰/۲۰۱	بعد اجتماعی - فرهنگی هویت	

۳,۲,۵. بررسی رابطه متغیر فناوری اطلاعات با بعد اقتصادی تغییر هویت اجتماعی

همچنین برای بررسی رابطه بین متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و بعد اقتصادی هویت با آزمون همبستگی اسپیرمن بیانگر این است که سطح معناداری بعد اقتصادی هویت بیشتر از ۰,۰۵ می باشد فرضیه صفر مبنی بر عدم وجود رابطه خطی بین دو شاخص تایید می شود. در این خصوص دسترسی و کارکرد به فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی هیچ رابطه ای با تغییرات اقتصادی هویت در منطقه مورد مطالعه نداشته است.

جدول ۹- نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد اقتصادی تغییر هویت

اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فناوری اطلاعات		مستقل وابسته
سطح معنی داری	مقدار آماره اسپیرمن	تغییر اقتصادی
۰/۱۱۹	۰/۰۹۳	جهانی سازی اقتصاد
۰/۵۳۴	-۰/۰۳۷	بعد اقتصادی هویت
۰/۲۶۲	۰/۰۶۷	بعد اقتصادی هویت

در مجموع نتایج آزمون بیانگر این است که رابطه بین دو متغیر هویت اجتماعی با فناوری اطلاعات و ارتباطات با آماره ۰,۲۰۱ رابطه ای مستقیم با شدتی ضعیف می باشد بدین معنی که تغییرات هویت اجتماعی را تا اندازه محدودی می توان ناشی از توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی در منطقه مورد مطالعه دانست.

جدول ۱۰- نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن بین فناوری اطلاعات با بعد هویت اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فناوری اطاعات		مستقل
سطح معنی داری	مقدار آماره اسپیرمن	وابسته
۰/۰۰۲	۰/۲۰۱	هویت اجتماعی روستاییان

۴,۲,۵. مقایسه دیدگاه زنان و مردان روستایی در رابطه با دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات

در گام بعد، برای بررسی اختلاف میانگین دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو گروه زن و مرد با توجه به عدم نرمال بودن متغیر فناوری اطلاعات و ارتباطات از آزمون یومن ویتنی استفاده شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که اختلاف معناداری بین نظر زنان و مردان وجود دارد. طبق نتایج آزمون یومن ویتنی زنان با میانگین ۱۵۶/۳۷، دارای رتبه‌ای بالاتری نسبت به مردان که با میانگین رتبه‌ای ۱۲۴/۶۰ هستند و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد وجود اختلاف میانگین بین نظر دو گروه زنان و مردان تایید می‌شود، که تمایل بیشتر زنان برای استفاده از این فناوریها در گذران اوقات فراغت، تغییر نوع پوشش، تغییر شیوه های الگوهای مصرفی و تغییر الگو و سبک معماری مهمترین دلایل آن بوده‌اند.

جدول ۱۱- مقایسه دیدگاه زنان و مردان در خصوص کاربرد و دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

میزان معناداری	آماره Z	Mann-Whitney U	میانگین رتبه ای	N	جنسیت	
۰/۰۰۱	-۳/۲۶۴	۷۶۶۹/۵۰	۱۲۴/۶۰	۱۳۶	مرد	
			۱۵۶/۳۷	۱۶۰	زن	

۵,۲,۵. مقایسه دیدگاه زنان و مردان در رابطه با تغییر هویت اجتماعی

برای بررسی مقایسه دیدگاه زنان و مردان در رابطه با تاثیر شاخصهای فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییر هویت اجتماعی از آزمون تی دو نمونه مستقل استفاده شد. برای انجام

آزمون تی دو گروه مستقل، ابتدا لازم است برابری واریانس‌ها به کمک آزمون لون (Levene) مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به جدول (۱۲) سطح معنی داری آزمون لون، در مواردی که $Sig > 0.05$ باشد، آزمون تی با فرض برابری واریانس‌ها و در سایر موارد آزمون تی با فرض عدم برابری واریانس انجام می‌گیرد. در متغیر بعد اجتماعی- فرهنگی برای زنان با میانگین ۳/۰۸ و مردان با میانگین ۲/۹۳؛ در بعد مکانی - فضایی برای مردان با میانگین ۳/۰۶ و برای زنان با میانگین ۳/۰۵ و در بعد هویت اجتماعی برای مردان با میانگین ۳/۰۰ و برای زنان با میانگین ۳/۱۲ را نشان می‌دهد و این نشان از این دارد که زنان بیشتر تحت تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار دارد، که از دلایل آن می‌توان گفت زنان به دلیل نداشتن شغل، اوقات فراغت و سرگرمی و غیره... بیشتر به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌پردازند.

جدول ۱۲- نتایج مقایسه زنان و مردان در رابطه با تاثیر فناوریهای اطلاعات و ارتباطات بر تغییر هویت

اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

شاخص	جنسیت	آماره های توصیفی		آزمون لون		
		میانگین	انحراف معیار	آماره	سطح معنی دار	آماره t
بعد مکانی - فضایی	مرد	۳/۰۶	۰/۳۶	۰/۷۴	۰/۳۹	۰/۰۵
	زن	۳/۰۵	۰/۳۹			۲۸۰/۰۰
بعد اجتماعی - فرهنگی	مرد	۲/۹۳	۰/۳۸	۴/۴۳	۰/۰۴	-۳/۰۰
	زن	۳/۰۸	۰/۴۸			۲۷۷/۵۴
تغییر هویت اجتماعی	مرد	۳/۰۰	۰/۳۵	۰/۰۶	۰/۸۰۰	-۲/۷۷
	زن	۳/۱۲	۰/۳۵			۲۸۰/۰۰

برای بررسی اختلاف میانگین بعد اقتصادی تغییر هویت اجتماعی در دو گروه زن و مرد با توجه به عدم نرمال بودن از آزمون یومن ویتنی استفاده شده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که اختلاف معناداری بین نظر زنان و مردان وجود ندارد. طبق نتایج آزمون یومن ویتنی زنان

دارای میانگین رتبه ای بالاتری نسبت به مردان هستند و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد وجود اختلاف میانگین بین نظر دو گروه زنان و مردان تایید نمی شود.

جدول ۱۳- نتایج مقایسه زنان و مردان در رابطه با تاثیر فناوریهای اطلاعات و ارتباطات بر بعد اقتصادی

هویت اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

میزان معناداری	Z آماره	Mann-Whitney U	میانگین رتبه ای	N	جنسیت	
					مرد	بعد اقتصادی
۰/۱۶۹	-۱/۳۹	۹۰۰۱/۵	۱۳۴/۶۹	۱۳۶	مرد	بعد اقتصادی
			۱۴۷/۴۹	۱۶۰	زن	

۶,۲,۵. مقایسه میزان تغییر هویت اجتماعی در گروه سنی

برای بررسی اختلاف میانگین متغیر هویت اجتماعی در دو گروه پایین تر و بالاتر از میانگین سنی (۳۹,۵ سال)، با توجه به عدم نرمال بودن متغیر فناوری اطلاعات از آزمون تی دو نمونه مستقل استفاده شد. برای انجام آزمون تی دو گروه مستقل، ابتدا لازم است برابری واریانسها به کمک آزمون لون (Levene) مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به جدول (۱۴) سطح معنی داری آزمون لون، در مواردی که $Sig > 0.05$ باشد، آزمون تی با فرض برابری واریانسها و در سایر موارد آزمون تی با فرض عدم برابری واریانس انجام می گیرد. همانطور که مشاهده می شود در مورد شاخص هویت اجتماعی فرض برابری واریانس در نظر گرفته شده است. بنابراین متغیر هویت اجتماعی با میزان معناداری ۰,۴۷۶ که بیشتر از ۰,۰۵ می باشد، بیانگر عدم وجود تفاوت در بین این دو گروه می باشد و قابلیت تعمیم به کل جامعه را ندارد.

جدول ۱۴- نتایج مقایسه میانگین دیدگاه افراد جوان و افراد مسن در رابطه با هویت اجتماعی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

شاخص	سن	آماره های توصیفی		آزمون لون		آزمون تی برای برابری میانگینها	
		میانگین	انحراف معیار	آماره	سطح معنی دار	آماره t	درجه آزادی
						سطح معنی دار	

۰/۴۵۶	۲۹۵	۰/۷۴۶	۰/۱۸۸	۱/۷۴۵	۰/۳۶	۳/۰۴	پایین تر از میانگین	بعد مکانی - فضایی
					۰/۳۸	۳/۰۷	بالتر از میانگین	
۰/۵۳۳	۲۹۵	-۰/۶۲۴	۰/۴۱۶	۰/۶۶۴	۰/۴۶	۲/۹۹	پایین تر از میانگین	بعد اجتماعی - فرهنگی
					۰/۴۲	۲/۰۳	بالتر از میانگین	
۰/۴۷۶	۲۹۵	۰/۷۱۱	۰/۴۲۵	۰/۶۳۸	۰/۳۵۳	۳/۰۷	پایین تر از میانگین	تغییر هویت اجتماعی
					۰/۳۶۰	۳/۰۴	بالتر از میانگین	

۷,۲,۵. سنجش فرایند اثرگذاری هریک از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی با استفاده از روش تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر در این بخش از تحقیق، سعی شد میزان تاثیرات ناشی از هر یک از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاهای مورد مطالعه از طریق رگرسیون و تحلیل مسیر سنجش شود. بررسی مدل برازش رگرسیونی نشان دهنده تاثیر مثبت فناوری اطلاعات ارتباطات به میزان ۰/۵۰۵ درصد متغیرها توانسته تغییرات هویت اجتماعی در محدوده مورد مطالعه را تبیین کنند.

جدول ۱۵- تحلیل رگرسیون اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاییان

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

اشتباه معیار	ضریب تعیین تصحیح شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه
۰/۲۶۰۲۹	۰/۲۴۲	۰/۲۲۵	۰/۵۰۵

با استفاده از مدل رگرسیونی چندگانه توام نقش شاخص تاثیرگذار فناوری اطلاعات و ارتباطات در روستاهای مورد مطالعه مشخص گردید. به طوری که نتایج حاصله حکایت از آن دارد که همه شاخص‌های (تلویزیون، ماهواره، اینترنت، تلفن همراه) کاملاً معنادار می‌باشد (جدول ۱۵).

جدول ۱۵- تحلیل رگرسیون مبتنی بر وجود رابطه خطی بین میزان اثر گذار فناوری اطلاعات و ارتباطات

بر هویت اجتماعی روستاییان

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

مولفه ها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره آزمون	سطح معناداری
اثر رگرسیونی	۵/۶۴۷	۴	۱/۴۱۲	۲۰/۸۳۹	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۶/۵۳۱	۲۴۴	۰/۰۶۸		
کل	۲۲/۱۷۸	۲۴۸			

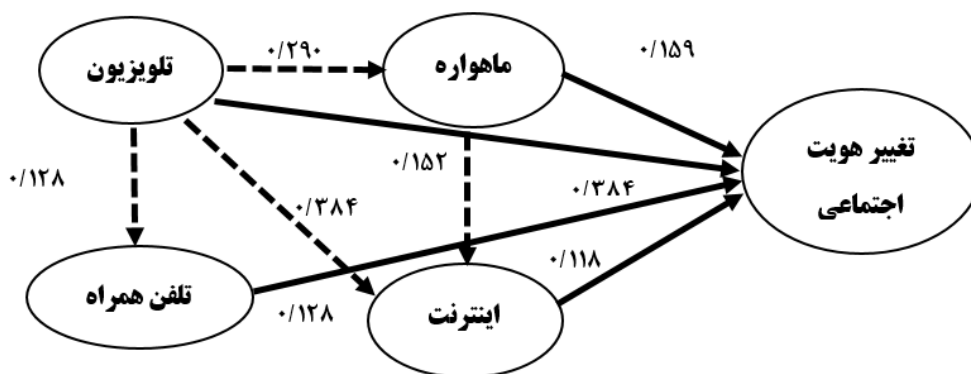
در جدول (۱۶) مقادیر **B** بیانگر این واقعیت است که از بین شاخص‌های چهارگانه مورد بررسی تلویزیون با میزان ۰/۳۸۴ دارای بیشترین تاثیرات و شاخص اینترنت با میزان (۰/۱۱۸) کمترین تاثیر را در میزان تغییر هویت اجتماعی در پاسخگویان از اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق دارای این پدیده نشان می‌دهد.

جدول ۱۶- ضرایب شدت روابط شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

شاخص‌ها	B	خطای B	بتا B	T	سطح معناداری
عرض از مبدا	۰/۷۴۱	۰/۳۱۷	-	۲/۳۳۵	۰/۰۲۰
تلویزیون	۰/۲۸۸	۰/۰۴۴	۰/۳۸۴	۶/۴۹۴	۰/۰۰۰
ماهواره	۰/۲۰۱	۰/۰۷۴	۰/۱۵۹	۲/۷۱۹	۰/۰۰۷
اینترنت	۰/۱۵۷	۰/۰۶۹	۰/۱۱۸	۲/۲۸۸	۰/۰۲۳
تلفن همراه	۰/۱۱۵	۰/۰۵۵	۰/۱۲۸	۲/۰۹۵	۰/۰۳۷

در ادامه تحقق بعد از اینکه رابطه میان شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و هویت اجتماعی بدست آمد، به بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تغییرات هویت اجتماعی با استفاده از آزمون تحلیل مسیر پرداخته شده است که در نهایت میزان و نوع تاثیر (مستقیم و غیر مستقیم) هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته نشان داده شده است (شکل ۲).



شکل ۱: اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر یک از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی روستاهای مورد مطالعه

۶. نتیجه گیری و پیشنهادات

جامعه روستایی به عنوان یک اجتماع محلی که تاکنون در طول تاریخ به صورت نسل به نسل و سینه به سینه به هویت سازی اجتماعی مستقلی تحت عنوان هویت روستایی رسیده است، در شرایط موجود به واسطه توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی و ورود ارزشهای هویتی غیربومی، تعارض در هویت اجتماعی را تجربه می نماید. ابعاد و اجزای بسیاری، شکل دهنده ارزشهای روستائینی و روستاگرایانه هویت اجتماعی روستایی هستند که تحت تاثیر عوامل بسیاری می تواند دگرگون شود و توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی یکی از این ابزار گسترش ارزشهای جهانی شده و همگون و کاهش ارزشهای هویتی بومی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و مکان- فضایی است. لذا به منظور بررسی این ارتباط و سنجش تاثیرگذاری دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات بر تغییر هویت اجتماعی پرداخته شد. نتایج نشان داد که ضمن رخداد تغییرات ابعاد هویت اجتماعی بالاتر از حد متوسط (ارزش ۳)، بین دیدگاه زنان و مردان در زمینه های دسترسی به فناوری اطلاعات، تغییر مکانی- فضایی هویت اجتماعی و میزان آگاهی و کاربرد فناوری اطلاعات تفاوت معنادار وجود دارد و ثابت شد که تفاوت معناداری در دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات در بین افراد جوان و افراد مسن وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از این آزمون ها نشان می دهد که همبستگی مثبت و

معناداری بین شاخص دسترسی به فناوری اطلاعات با شاخص های کالبد و معماری، بعد هویت مکانی- فضایی، هویت اجتماعی گروهی، بعد اجتماعی و فرهنگی هویت، متغیر هویت اجتماعی روستاییان و تمام شاخص های کاربرد فناوری اطلاعات وجود دارد. در زمینه مقایسه دیدگاه زنان و مردان هم می توان گفت که تفاوت معناداری بین دو گروه زن و مرد در دسترسی به فناوری اطلاعات، بعد اجتماعی و فرهنگی و متغیر تغییر هویت اجتماعی روستاییان وجود دارد. همچنین تفاوت معنادار بین دو گروه سنی بالاتر و پایین تر از میانگین سنی در شاخص- های دسترسی به فناوری اطلاعات و کاربرد فناوری اطلاعات وجود دارد. بنابراین نتایج یافته- های این تحقیق را می توان با تحقیقات دیگران از جمله رفیعی کته تلخ (۱۳۸۹)؛ عزمی و قدیری معصوم (۱۳۸۹)؛ کوهی و حسنی (۱۳۹۱) و اشمیت (۲۰۰۴)؛ نچ و لژون (۲۰۱۰)؛ مقایسه کرد که به نوعی موید این تاثیر می باشد و نشان داده است که تأثیرگذاری بالای فضای مجازی شبکه های ماهواره ای، اینترنت، تلویزیون، سبب تغییراتی در هویت دینی جوانان روستایی، قومی، خانوادگی، و حتی تغییرات آموزشی در جغرافیای زیست اجتماعی روستاها شده است که تا حدودی با پژوهش حاضر همسوی خاصی دارد. به طور کلی می توان این را بیان نمود که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در منطقه مورد مطالعه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان نقش داشته است. لذا برای کاهش اثرات منفی و ارتقای تاثیرات مثبت این شرایط پیشنهادات زیر قابل طرح و بررسی است:

- بالا بردن سطح دانش و آگاهی خود در رابطه با فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق شرکت در کلاسهای آموزشی مرتبط با این فناوریها،
- راه اندازی کانال و سایت در اینترنت و شبکه های اجتماعی جهت بازاریابی و معرفی محصولات، صنایع دستی و جاذبه های گردشگری در روستا،
- ایجاد بازارهای محلی و تبلیغ این بازارها از طریق فناوری هایی چون شبکه های اجتماعی، اینترنت
- فرهنگ سازی و بومی سازی از طریق تشویق و ترغیب روستائیان به حفظ آداب و سنن و رسوم موجود در روستا و هشدار در رابطه با اثرات سوئی که ممکن است

استفاده نابجا از فناوریها در جوامع روستایی بگذارد و باعث بحران هویت و تغییر هویت اجتماعی در روستاها شود.

- معرفی روستاها از طریق برنامه های تلوزیونی، گزارش و یا مستند و باعث ترویج گردشگری به این فضاها و تشویق روستاییان برای حفظ این ارزشها شود.
- بهبود و توسعه زیر ساختهای فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی.
- تامین دسترسی نسبی فراگیر این فناوریها و از بین بردن شکاف دیجیتالی بین شهر و روستا و نیز روستاهای منطقه

کتابنامه

۱. آشنا، ح.، روحانی، م.ر. (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مولفه های بنیادی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال سوم. شماره چهارم. ۱۵۷، ۱۲-۱۸۴
۲. امین زاده، ب. (۱۳۸۹). ارزیابی زیبایی و هویت مکان. هنر و معماری نشریه هویت شهر. ۱۴، (۷) ۳-۱۴
۳. بذرافشان، ج. و رفیعی کته تلخ، ع. (۱۳۹۲). بررسی تصویر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه). روانشناسی: مطالعات روانشناسی تربیتی. ۱۰ (۱۷) ۱-۲۲
۴. پوراحمد، ا. (۱۳۸۹). جهانی شدن و تاثیر آن بر ساختار اجتماعی اقتصادی و کالبدی شهرهای اسلامی. فصلنامه اطلاعات جغرافیایی (سپهر)، ۱۹ (۷۵) ۲۷-۲۲
۵. پورمند، ح.ع. و ریخته گران، م.ر. (۱۳۸۵). حقیقت مکان و فضای معماری. مطالعات هنر اسلامی، تهران، ۲ (۴) ۶۰-۴۳
۶. تاجیک، م.ر. (۱۳۸۴). روایت غیرت و هویت در میان ایرانیان. تهران، انتشارات فرهنگ گفتمان. چاپ اول.
۷. جوان فروزنده، ع. و مطلبی، ق. (۱۳۹۰). مفهوم حس تعلق به مکان و عوامل تشکیل دهنده آن. هویت شهر، ۵ (۸) ۳۷-۲۷

۸. جینکینز، ر (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، نشر شیرازه، چاپ اول.
۹. حسینی ابری، س.ح (۱۳۸۰). مدخلی بر جغرافیای روستایی ایران، اصفهان، دانشگاه اصفهان، چاپ دوم.
۱۰. خواجه نوری، ب.، کریمی، م.، و خجسته، س. (۱۳۹۴). بررسی رابطه فرایند جهانی شدن فرهنگی و هویت مذهبی در ایران (مطالعه موردی: گروه‌های قومی گر شهر نورآبادی ممسنی و عرب شهر کنگان و توابع). فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. ۶(۱). ۲۳-۴۵.
۱۱. ربانی، ر. (۱۳۸۱). جامعه شناسی شهری. اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان، چاپ اول.
۱۲. رفیعی کته تلخ، ع. (۱۳۸۹). تحلیل تاثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ شهرستان تربت حیدریه)، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۱۳. روح الامین، م. (۱۳۸۶). زمینه فرهنگ شناسی، تهران، انتشارات عطار، چاپ اول.
۱۴. زارعی، ب و مرآتی، ا. (۱۳۸۷). ارائه چارچوب معماری زنجیره تامین محصولات بر پایه زیرساخت ICT روستایی. فصلنامه مدرس علوم انسانی، ۱۲(۴)، صص ۱۹۷-۱۷۷.
۱۵. زراعی، م. (۱۳۹۳). بررسی سطح موفقیت مراکز فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی و تحلیل عوامل موثر بر آن در استان همدان، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان.
۱۶. زندیه، م.، و سامه، ا. (۱۳۸۸). خاطره، هویت، منظر نقش عناصر منظر در تشکیل هویت شهر، هنر و معماری: منظر، ۱(۳). ۷۸-۸۷.
۱۷. سادات حبیبی، ر. (۱۳۸۷). تصویرهای ذهنی و مکان، نشریه هنرهای زیبا، ۳۵. ۳۹-۵۰.
۱۸. سیاوش پور، ب. و شادلو جهرمی، م. و مولایی رامشه، ز. (۱۳۹۳). ابعاد تشکیل دهنده حس تعلق به مکان، با تأکید بر عوامل کالبدی، اجتماعی و احساسی (ادراک و شناخت)، ششمین کنفرانس ملی و برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهرهای اسلامی، مشهد، شورای اسلامی شهر مشهد. ۱۲-۱.

۱۹. سیفی آتشگاه، ح. (۱۳۸۸). تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر فرهنگ‌های بومی ایران و ژاپن، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ دوم.
۲۰. شکرخواه، ی. (۱۳۷۹). تکنولوژی های ارتباطی و جامعه اطلاعاتی، تهران، انتشارات انوشه، چاپ اول.
۲۱. صیدایی، س. ا.، و هدایتی مقدم، ز.، (۱۳۹۱). ارزیابی نقش دفاتر اطلاعات و ارتباطات روستایی در ارائه خدمات به نواحی روستایی: مطالعه موردی: روستاهای سین، مهرگان، مدیسه و کبوترآباد در استان اصفهان. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۳(۱). صص ۱۴۶-۱۲۹.
۲۲. عزمی، آ. و قدیری معصوم، م. (۱۳۸۹). اثرات مثبت و منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه روستایی، فصلنامه سپهر (سازمان جغرافیایی)، ۱۹(۷۳). ۴۱-۳۴.
۲۳. کوهی، ک. و حسنی، م. ر. (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز، مجله پژوهش های ارتباطی، ۱۷(۷۲). ۱۳۰-۱۰۹.
۲۴. لطیفی، غ. ر.، و دبیری، ع. (۱۳۸۹). شهر مجازی و هویت شهری، کتاب ماه علوم اجتماعی، ۳۶.
۲۵. نوابخش، ف.، خادم، ر.، و ارام، ه. (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۵(۲). ۵۴-۳۷.
۲۶. الهی، م. (۱۳۸۹). لباس به مثابه هویت. فصل نامه مطالعات ملی، ۱۱(۲). ۳۰-۳.
۲۷. ابراهیمی، م. (۱۳۹۶). بررسی هویت محله ای و عوامل موثر بر آن در بافت جدید و قدیم (مناطق قاسم آباد و ثامن شهرستان مشهد)، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر حسین میرزایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، پاییز.

۲۸. قنبران، ع.ا.، جعفری، م.، (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر ارتقای تعامل اجتماعی در میان ساکنان محله مسکونی (محله درکه تهران)، مجله انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، ۷. ۵۷-۶۴.

۲۹. پیران، پ. (۱۳۸۴). مباحث کاربردی: پیامدها و واکنش های اشکار ناشی از بحران ها و تهدیدهای اجتماعی، رفاه اجتماعی، ۱۶. ۷۵-۱۰۴.

۳۰. مدنی پور، ع. (۱۳۷۹). طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرایندی اجتماعی و مکانی، تهران، انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.

۳۱. بهزاد فر، م.، طهماسبی، ا. (۱۳۹۲). شناسایی و ارزیابی مولفه های تاثیرگذار بر تعاملات اجتماعی، مجله باغ نظر، ۲۵ (۱۰). ۱۷-۲۸.

32. Arayesh, B, Sharifi, M, Porsaid. A (2013) Study of role of Information and Communication Technology (ICT) in rural social-cultural development (A case Study, Ilam, Iran), World of Sciences Journal, www.engineerspress.com

33. Kumar, R, & Best, M. L. (2006). Impact and sustainability of e-government services in developing countries: Lessons learned from tamil nadu, india. The Information Society, 22 (1), 1-12

34. Meng, C. C, Samah, B. A, & Omar, S. Z. (2012). A review paper: Critical factors affecting the development of ict projects in malaysia. 9, 1-9.

35. Nach, H, and Lejeune, Albert (2010), Coping with Information Technology Challenges to Identity: A Theoretical Framework, Computers in Human Behaviors, Vol. 26, pp. 618-629, 2010.

36. Nach, H., and Lejeune, A. (2009). "The Impact of Information Technology on Identity: Framing the Research Agenda," In the Proceedings of the Administrative Sciences Association of Canada (ASAC) Conference, 6-9 June, Niagara Falls, Ontari, pp1-20.

37. Siriginidi, S. R. (2008). Social development in Indian rural communities: Adoption of telecentres. International Journal of Information Management, 28(6), 474-482.

38. Terry, A. Gomez, R. (2010). GENDER AND PUBLIC ACCESS COMPUTING: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE. The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries. <http://www.ejisdc.org>. 43(5): 1-17.

بررسی و تحلیل اثر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تغییر هویت اجتماعی در

نواحی روستایی

(منطقه مورد مطالعه: دهستان شاندیز از توابع شهرستان بینالود)

چکیده مبسوط

۱. مقدمه

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات رشد گسترده و چشم‌گیری در سطح مناطق روستایی داشته است و تمامی گستره‌های جغرافیایی روستایی را فرا گرفته است به طوری که زمینه را برای تغییرات هویت اجتماعی در نواحی روستایی فراهم نموده و روستاییان را با فرصتها و چالشهای بسیار مواجه کرده است. تغییر هویت و مقوله آن یکی از اثرات برجسته و قابل تامل توسعه فناوری ها می باشد که در یک دهه اخیر در کشور مورد توجه صاحب نظران و پژوهشگران قرار گرفته است.

۲. چهارچوب نظری

جامعه روستایی به عنوان یک اجتماع محلی که تاکنون در طول تاریخ به صورت نسل به نسل و سینه به سینه به هویت سازی اجتماعی مستقلی تحت عنوان هویت روستایی رسیده است، در شرایط موجود به واسطه توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی و ورود ارزشهای هویتی غیربومی، تعارض در هویت اجتماعی را تجربه می‌نماید. ابعاد و اجزای بسیاری، شکل‌دهنده ارزشهای روستائینی و روستاگرایانه هویت اجتماعی روستایی هستند که تحت تاثیر عوامل بسیاری می‌تواند دگرگون شود و توسعه فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی یکی از این ابزار گسترش ارزشهای جهانی شده و همگون و کاهش ارزشهای هویتی بومی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و مکان- فضایی است.

۳. روش شناسی

نوع تحقیق کاربردی و بر اساس ماهیت، توصیفی- تحلیلی است و از ادبیات نظری داخلی و خارجی برای استخراج شاخص‌ها و متغیرها استفاده شده است. برای گردآوری داده‌ها، از

روش‌های کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی (پرسشنامه و مشاهده) بهره گرفته شده است. متغیر مستقل تحقیق شامل ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات (تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن همراه) و متغیر وابسته هویت اجتماعی (شامل سه بعد فرهنگی-اجتماعی، کالبدی-فضایی و اقتصادی) است. روایی و پایایی پرسشنامه توسط ۳۰ پرسشنامه تکمیل شده خبرگان و روستاییان آزمون شده است که بر این اساس روایی از طریق تائید خبرگان و اعتبار محتوا از طریق آزمون KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) تائید شد. در خصوص پایایی پرسشنامه نیز با توجه به میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای تمامی متغیرها که بالاتر از ۰,۷ بود، می‌توان با اطمینان بیان کرد که سوالات پرسشنامه از سازگاری درونی بالایی برخوردار هستند و پرسشنامه از قابلیت اعتماد و یا پایایی لازم برخوردار می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام خانوارهای ساکن روستایی دهستان شاندیز از شهرستان بینالود است که تعداد آنها براساس آمار سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۴۳۱۳ خانوار می‌باشد. در این دهستان ۱۸ روستا وجود دارد که با حذف شهرکها و روستاهای زیر ۲۰ خانوار از این تعداد، ۱۲ روستا با جمعیتی بالغ بر ۴۳۱۳ نفر به صورت تصادفی مبنای تعیین حجم نمونه و تکمیل پرسشنامه قرار گرفته است. در مجموع از طریق فرمول کوکران با خطای ۶ درصد، حجم نمونه ۲۶۲ خانوار به دست آمد که در روستاهایی کمتر از ۱۰ نمونه، این مقدار به ۱۰ اصلاح و افزایش یافته و در مجموع تعداد کل نمونه به ۲۹۶ پرسشنامه خانوار اصلاح شد.

۴. نتایج

لذا به منظور بررسی این ارتباط و سنجش تاثیرگذاری دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات بر تغییر هویت اجتماعی پرداخته شد و در راستای پاسخ‌گویی به سوال مطرح شده از آزمون‌ها یومن ویتنی رگرسیون و t دو نمونه‌ای مستقل رگرسیون و تحلیل مسیر بهره گرفته شده است. نتایج نشان داد که وضعیت شاخص‌های تحقیق در روستاهای مورد مطالعه یکسان نیست به شکلی که بیشترین دسترسی به فناوری تلویزیون متعلق به روستای چاه خاصه، فناوری اینترنت و تلفن همراه متعلق به روستای شمعلی و فناوری ماهواره متعلق به روستای کلاته ابراهیم آباد می‌باشد و کمترین دسترسی به تمام فناوری‌های اطلاعات متعلق به روستای فیانی می‌باشد. در

زمینه کاربرد فناوری اطلاعات هم بیشترین میانگین در فناوری اینترنت و تلفن همراه متعلق به روستای شمعلی، فناوری تلویزیون متعلق به روستای چاه خاصه و در فناوری ماهواره مربوط به روستای دهنو می‌باشد و کمترین کاربرد در فناوری‌های اینترنت، ماهواره و تلفن همراه متعلق به روستای فیانی و در فناوری تلویزیون متعلق به روستای فرح‌آباد می‌باشد. در زمینه شاخص‌های تغییر هویت اجتماعی بیشترین تغییر اقتصادی و اجتماعی فرهنگی تغییر هویت اجتماعی متعلق به روستای شمعلی می‌باشد و در شاخص تغییر مکانی- فضایی هویت اجتماعی بیشترین تغییر متعلق به روستای کلاته ابراهیم‌آباد می‌باشد. همچنین کمترین تغییر هویت اجتماعی در بعد مکانی فضایی متعلق به روستای شمعلی، بعد اجتماعی فرهنگی متعلق به روستای کلاته ابراهیم‌آباد و بعد اقتصادی هم مربوط به روستای فرح‌آباد می‌باشد. نتایج یافته‌های این تحقیق را می‌توان با تحقیقات دیگران از جمله رفیعی کته‌تلخ (۱۳۸۹)؛ عزمی و قدیری معصوم (۱۳۸۹)؛ کوهی و حسنی (۱۳۹۱) و اشمیت (۲۰۰۴)؛ نج و لژون (۲۰۱۰)؛ مقایسه کرد که به نوعی موید این تاثیر می‌باشد و نشان داده است که تأثیرگذاری بالای فضای مجازی شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت، تلویزیون، سبب تغییراتی در هویت دینی جوانان روستایی، قومی، خانوادگی، و حتی تغییرات آموزشی در جغرافیای زیست اجتماعی روستاها شده است که تا حدودی با پژوهش حاضر همسوی خاصی دارد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نتایج نشان داد که رابطه فناوری اطلاعات با ابعاد مکانی- فضایی و فرهنگی اجتماعی و متغیر تغییر هویت اجتماعی مثبت و معنادار می‌باشد. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد که بین دیدگاه زنان و مردان در زمینه‌های دسترسی به فناوری اطلاعات، تغییر مکانی- فضایی هویت اجتماعی و میزان آگاهی و کاربرد فناوری اطلاعات تفاوت معنادار وجود دارد و مشخص شد که تفاوت معناداری در دسترسی و کاربرد فناوری اطلاعات در بین افراد جوان و افراد مسن وجود دارد. به طور کلی و با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق مشخص شد که میزان مهارت و آگاهی روستاییان منطقه مورد مطالعه در استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در حد متوسط به پایین می‌باشد. می‌توان این را بیان نمود که توسعه فناوری اطلاعات و

ارتباطات در منطقه مورد مطالعه در تغییر هویت اجتماعی روستاییان نقش داشته است. لذا برای کاهش اثرات منفی و ارتقای تاثیرات مثبت این شرایط پیشنهادات زیر قابل طرح و بررسی است:

- بالا بردن سطح دانش و آگاهی خود در رابطه با فناوری اطلاعات و ارتباطات از طریق شرکت در کلاسهای آموزشی مرتبط با این فناوریها،
 - راه اندازی کانال و سایت در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جهت بازاریابی و معرفی محصولات، صنایع دستی و جاذبه‌های گردشگری در روستا،
 - ایجاد بازارهای محلی و تبلیغ این بازارها از طریق فناوری‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی، اینترنت
 - فرهنگ سازی و بومی سازی از طریق تشویق و ترغیب روستائیان به حفظ آداب و سنن و رسوم موجود در روستا و هشدار در رابطه با اثرات سوئی که ممکن است استفاده نابجا از فناوریها در جوامع روستایی بگذارد و باعث بحران هویت و تغییر هویت اجتماعی در روستاها شود.
 - معرفی روستاها از طریق برنامه‌های تلوزیونی، گزارش و یا مستند و باعث ترویج گردشگری به این فضاها و تشویق روستاییان برای حفظ این ارزشها شود.
 - بهبود و توسعه زیر ساختهای فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی.
 - تامین دسترسی نسبی فراگیر این فناوریها و از بین بردن شکاف دیجیتالی بین شهر و روستا و نیز روستاهای منطقه
- کلمات واژه:** توسعه روستایی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، هویت اجتماعی، دهستان شاندریز

References (Persian)

1. Ashna, H., Rouhani, MA (2010). Iranian Cultural Identity from Theoretical Approaches to Fundamental Components, *Journal of Cultural Research*. Third Year. Number Four. 12,157-184
2. Aminzadeh, B. (2010). Aesthetic assessment and location identity. *Art and Culture of the Urban Identity*. 5 (7), 14-3.
3. Seedlings, G. and Rafiy kartalkh, A.S. (2013). Civic Image Analysis on Religious Identity of Rural Youth (Case Study: Torbat Heydarieh Farhang Village). *Psychology: Educational Psychology Studies*. 10 (17) .22-1.
4. Pourahmad, A. (2010). Globalization and its impact on the socioeconomic and physical structure of Islamic cities. *Geographic Information Quarterly (Sepehr)*, 19 (75) .27-22.
5. Pourmand, HA and cast, expensive (2006). The Truth about Space and the Architecture. *Islamic Art Studies, Tehran*, 2 (4) .60-43.
6. Tajik, Mir (2005). *Nutrition and identity among Iranians*. Tehran, Farhang Discourse Publishing. First Edition.
7. Forozand's young, ah. And a story, ah. (2011). the sense of belonging to the place and its constituent elements. *City identity*, 5 (8) .37-27.
8. Jinckins, R. (2002). *Social Identity*. Translation by Touraj Yarahmadi, Tehran, Shiraz Publishing House, First Edition.
9. Hosseini Abri, S.H. (2001). *An Introduction to the Rural Geography of Iran*, Isfahan, University of Isfahan, Second Edition.
10. Khajeh Noori, B., Karimi, M., and Khojasteh, S. (2015). A Study of the Relationship between the Process of Cultural Globalization and Religious Identity in Iran (Case Study: Lur ethnic groups in the city of Nurabadi Mamasani and Arabs in the city of Kangan and functions). *Iranian Journal of Cultural Research*. 6 (1) .45-23.
11. Rabbani, R. (2002). *Urban sociology*. Isfahan University Press, First edition.
12. Rafiee Katch Bathkh, AS (2010). Analysis of the Effect of Cyberspace on the Religious Identity of Rural Youth (Case Study: Farhang Farhang Village, Torbat Heydarieh), Master's Thesis for Geography and Rural Planning, University of Sistan and Baluchestan.
13. Ruh Alamin, M. (2007). *Culture*, Tehran, Attar Publishing, First edition.
14. Zarei, B and Merati, A. (2008). Providing a Supply Chain Architecture framework based on the rural ICT infrastructure. *Quarterly Journal of Humanities*, 12 (4), pp. 197-177.
15. Crops, M. (2014). Surveying the Success of Rural ICT Centers and Analyzing its Influencing Factors in Hamedan Province, Master's Thesis,

Department of Extension, Communication and Rural Development, Zanjan University.

16. Zandieh, M., and Sameh, A. (2009). Thought, identity, landscape. The role of landscape elements in the formation of city identity, art and architecture: the perspective, 1 (3) .87-78.
17. Sadat Habibi, R. (2008). Mental Images and Location, *Fine Arts*, 35. 50-39.
18. Siavash Pour, B. And Shadlou Jahromi, M. And Mola Ramshche, Z. (2014). The dimensions of the sense of belonging to the place, with emphasis on physical, social and emotional factors (perception and recognition), "6th National Conference, Urban Planning and Management, with emphasis on the components of Islamic cities, Mashhad, Mashhad Islamic Council 12-1.
19. Seyfi Autumn, h. (2009). Impact of Cultural Globalization on Native Cultures in Iran and Japan, Tehran, Jihad University Press, Second Edition.
20. Thank you. (2000). Communication Technology and Information Society, Tehran, Anoshe Publication, First Edition.
21. Sidayee, S. A., and Hedayat Moghadam, Z., (2012). Evaluation of the role of rural information and communication offices in rendering services to rural areas: Case study: Sin, Mehregan, Madesh and Kebuterabad villages in Isfahan province. *Journal of Geography and Environmental Planning*, 23 (1) .Sp.146-129.
22. Azmi, A. And Ghadiri is innocent, m. (2010). Positive and Negative Impact of Information and Communication Technology in Rural Development ", *Sepehr Quarterly (Geographic Organization)*, 19 (73), 41-34.
23. Mountain, k and Hosni, MA (2012). The relationship between the use of modern media with identity dimensions in adolescents and young people aged 14-29 in Tabriz city ", *Journal of Communication Research*, 17 (72) .130-109.
24. Latifi, Gh.R. and Debirii, AS. (2010). Virtual City and Urban Identity, *Book of the Moon of Social Sciences*, 36.
25. Nawabakhsh, F., Khadem, R., and Alam, e. (2013). The Internet and Social Identity, *Journal of Social Development Studies*, 5 (2). 54-37.
26. God, M. (2010). Clothes as Identity. *Journal of National Studies Quarterly*, 11 (2) .30-3.
27. Ebrahimi, M. (1396). Investigation of Neighborhood Identity and Its Influencing Factors in New and Old Texts (Ghasem Abad and Samen Regions of Mashhad), Master's Thesis for guidance of Dr. Hossein

- Mirzaei, Faculty of Literature and Humanities Dr. Ali Shariati, Social Sciences Department, Ferdowsi University of Mashhad, Fall.
28. Ghanbaran, A.A., Jafari M., (2014). Investigating the Factors Affecting the Promotion of Social Interaction among Residents of the Residential Neighborhood (Darehahr neighborhood in Tehran), *Journal of Iranian Scientific Society of Architecture and Urban Development*, 7, 57-64.
 29. Piran, P. (2005). Applied Issues: The Consequences and Reactions Revealed from Crises and Social Threats, *Social Welfare*, 16. 75-104.
 30. Madani Pour, AS. (2000) *Urban Space Design, an Attitude to the Social and Spatial Process*, Tehran, Procurement and Urban Planning.
 31. Behzadfar M., Tahmasebi, A. (2013). Identifying and evaluating the factors affecting social interactions, *Journal of Gardez Review*, 25 (10) .17-28.

Reference) English)

32. Arayesh. B, Sharifi. M, Porsaied. A (2013) Study of role of Information and Communication Technology (ICT) in rural social-cultural development (A case Study, Ilam, Iran), *World of Sciences Journal*, www.engineerspress.com
33. Kumar, R, & Best, M. L. (2006). Impact and sustainability of e-government services in developing countries: Lessons learned from tamil nadu, india. *The Information Society*, 22 (1), 1-12
34. Meng, C. C, Samah, B. A, & Omar, S. Z. (2012). A review paper: Critical factors affecting the development of ict projects in Malaysia. 9, 1-9.
35. Nach, H, and Lejeune, Albert (2010), *Coping with Information Technology Challenges to Identity: A Theoretical Framework*, *Computers in Human Behaviors*, Vol. 26, pp. 618-629, 2010.
36. Nach, H., and Lejeune, A. (2009). "The Impact of Information Technology on Identity: Framing the Research Agenda," In the Proceedings of the Administrative Sciences Association of Canada (ASAC) Conference, 6-9 June, Niagara Falls, Ontari, pp1-20.
37. Siriginidi, S. R. (2008). Social development in Indian rural communities: Adoption of telecentres. *International Journal of Information Management*, 28(6), 474-482.
38. Terry, A. Gomez, R. (2010). GENDER AND PUBLIC ACCESS COMPUTING: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*. <http://www.ejisdc.org>. 43(5): 1-17.

39. Atiqur, Abdullah, M.R Haroon¹, H and Tooheen, R.T. (2013), ICT impact on socio-economic conditions of rural Bangladesh, Journal of World Economic Research, 2(1): 1-8.

نسخه پيس انتشار