

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۹/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۱/۰۲

جهان‌نگری در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران تهرانی Facebook)

نوشته

علیرضا نیکخواه*

امیرعلی تفرشی**

چکیده

جهان‌نگری مفهومی چندبعدی است که بررسی آن میزان آمادگی نیروهای انسانی، به‌عنوان مؤلفه‌ای اساسی در فرایند جهانی شدن، برای ورود یا تداوم این فرایند را نشان داده و به پژوهشگران کمک می‌کند تا روند آینده جهانی شدن را پیش‌بینی کنند. بر این مبنا مسئله پژوهش حاضر بررسی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک، یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی در میان کلیه تکنولوژی‌های نسل دوم اینترنت (وب ۲) است. روش پژوهش برای انجام این مطالعه، پیمایش اجتماعی بوده و در آن از ابزار پرسشنامه آنلاین استفاده شده است. از آنجا که بالاترین میزان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و بیشترین میزان دسترسی به اینترنت در ایران، مختص کاربران تهرانی است، این پرسشنامه‌ها به‌صورت هدفمند در میان کاربران فضای مجازی که عضو فیس‌بوک و ساکن تهران بودند توزیع شد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در مجموع جهان‌نگری کاربران مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارد. به‌طور مشخص در حوزه جهان‌نگری اقتصادی امتیازهای کاربران بیشتر در طبقه "متوسط" و در حوزه‌های حقوقی-سیاسی و فرهنگی-اجتماعی در طبقه "زیاد" اجتماع یافته است. همچنین مناقشه‌برانگیزبودن موضوع در حوزه حقوقی-سیاسی، هزینه‌بر بودن موضوع در حوزه اقتصادی و شخصی بودن موضوع در حوزه فرهنگی-اجتماعی، از جمله عواملی هستند که می‌توانند کاهش سطح جهان‌نگری را در آن حوزه به‌دنبال داشته باشند. در عین حال یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که میان جنسیت و سطح تحصیلات کاربران از یک‌سو و جهان‌نگری آنان از سوی دیگر رابطه معناداری وجود ندارد.

کلیدواژه: جهان‌نگری، جهانی شدن، شبکه اجتماعی، فیس‌بوک، کاربران تهرانی.

* دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی Alreznikhah@gmail.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران Amiralitafreshi@gmail.com

طرح مسئله

دنیای امروز به سرعت در حال جهانی شدن است. مرزهای اقتصادی، سیاسی، حقوقی، اجتماعی، فرهنگی و بسیاری از حوزه‌های دیگر در میان طوفان این پدیده در حال دگرگونی جدی است. تشکیل اتحادیه‌های بین‌المللی، مانند اتحادیه اروپا، اتحادیه‌های کارگری بین‌المللی و ...، گسترش نفوذ سازمان ملل، تأثیرات روز افزون مؤسسات اقتصادی بین‌المللی در نظام پولی کشورهای جهان، پرداختن کشورها به کنوانسیون جهانی حقوق بشر به عنوان اصول انسانی ثابت و بسیاری اتفاقات دیگر، خبر از ظهور دهکده جهانی مک‌لوهان، در یک فرایند توسعه‌بخش می‌دهد؛ فرایندی که در گذشته با سرعتی اندک و امروزه با توسعه روزافزون وسایل ارتباط جمعی و ارتباطات، با شتابی خیره‌کننده، در حال وقوع است.

توسعه فراینده جهانی شدن و پدید آمدن فضای دو جهانی شده، باعث می‌شود که بررسی این پدیده‌ها و فرایندهای مرتبط با آنها، اهمیت انکارناپذیری پیدا کند. مفهوم جهان‌نگری نیز به عنوان یکی از مفاهیم مرتبط با جهانی شدن نیازمند بررسی دقیق و همه‌جانبه است. اهمیت پژوهش درباره جهان‌نگری از آن جهت است که می‌تواند روند آینده جهانی شدن را پیش‌بینی کند و مشخص کند که نیروهای انسانی تا چه حد آمادگی برای ورود یا ادامه دادن فرایند جهانی شدن را دارند و تا چه حد از ذهن‌های جهان‌نگر برخوردار هستند. کاربرد دیگری که تحقیق درباره جهان‌نگری دارد این است که، به ما می‌شناساند که توسعه فرایند جهانی شدن تا چه حد بر فکر و ذهن افراد درگیر در این فرایند تأثیر گذاشته است. بر این اساس، بررسی مفهوم و سطح جهان‌نگری موضوعی است که در جهان جهانی شده امروز جای کار بسیاری برای پرداختن دارد. در این میان نکته حائز اهمیت دیگر این است که، باید به درکی از جایگاه فضای دوم - که فضای مجازی است - در این فرایند دست یافت. همچنین اینکه کاربران این فضا و بالاخص کاربران شبکه‌های اجتماعی - به عنوان نقطه ثقل جهانی شدن - از چه تفکراتی همسو یا ناهمسو با جهانی شدن برخوردارند.

با توجه به ویژگی‌های جهانی شدن، فضای دو جهانی شده و جهان‌نگری، در این مقاله قصد داریم به این سؤال پاسخ دهیم که ذهن کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک تا چه حد در حوزه‌های حقوقی - سیاسی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی جهان‌نگر است.

برای این مطالعه و سنجش جهان‌نگری، شبکه اجتماعی فیس‌بوک را که یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌ها در میان شبکه‌های اجتماعی است، مدنظر قرار داده‌ایم. همچنین در این مقاله کاربران تهرانی این شبکه اجتماعی برای پژوهش انتخاب شده‌اند، تا جهان‌نگری را در فضای دو جهانی شدن، میان کاربران تهرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک تجربه کنیم. در ادامه این پژوهش بررسی می‌شود که جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک در چه سطحی است؟

همین‌طور بررسی می‌شود که آیا جنسیت و تحصیلات تأثیری بر میزان “جهان‌نگری کل” کاربران دارد یا خیر.

مبانی مفهومی و نظری

“جهان‌نگری” از جمله مفاهیم مرتبط در منظومه نظریات حوزه “جهانی‌شدن” است؛ به همین علت لازم است، پیش از پرداختن به مفهوم جهان‌نگری، گذری به جهانی‌شدن و انواع مختلف آن بیندازیم تا با شناختی از مفروضات جهانی‌شدن وارد حوزه نگرشی آن شویم. در محافل آکادمیک هیچ روایت واحدی از جهانی‌شدن به عقیده رایج بدل نشده است. برعکس، نظریه‌های رقیب در تکاپوی غلبه بر یکدیگرند. سنت‌های سیاسی محافظه‌کاری، لیبرالیسم و سوسیالیسم موجود نیز قرائت‌های منسجمی از عصر جهانی‌شدن یا پاسخ‌های منسجمی به آن ارائه نمی‌کنند (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۲: ۱۹-۱۸). اما این همه باعث نمی‌شود تا از تعریف این پدیده که با آن روبه‌رو هستیم و زیرویم زندگی امروز ما را دربرگرفته، سر باز زنیم.

جهانی‌شدن

به‌طور کلی، جهانی‌شدن به‌معنای توسعه جهانی مقوله‌های مادی و معنوی است که منجر به بازسازی تولیدهای جدید در قلمروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شده است و معنای متفاوتی را در این حوزه‌ها به‌وجود آورده است. این تغییر، به صورت اساسی، تحت تأثیر عوض شدن مفهوم زمان و مکان، اینجا و آنجاست. (عاملی، ۱۳۸۳: ۵)

مارتین آلبرو در کتاب خود با نام *عصر جهانی (The Global Age)*، به نامعلوم و مبهم بودن مفهوم جهانی‌شدن و مفاهیم مرتبط با آن اشاره می‌کند؛ این اشاره دقیقاً در جایی است که آلبرو صریحاً از مفهوم “جهان‌نگری” با نام *(thinking globally)* سخن به‌میان می‌آورد. او مسئله را چنین مطرح می‌کند: ما باید درباره “جهان‌نگری” و “جهانی‌شدن” به‌روشنی سخن بگوییم؛ اینها (این مفاهیم و فرایندها) بوده‌اند، هستند و همیشه خواهند بود. آلبرو در ادامه می‌گوید که این مفاهیم به یکدیگر شبیه هستند و در زنجیره‌ای از مفاهیم مرتبط قرار دارند. وی معتقد است که به این علت، تعریفی که از جهانی‌شدن ارائه می‌کند، گنگ به‌نظر می‌رسد که خود مبحث جهانی‌شدن با مفاهیم وابسته‌اش مبهم و نامشخص است. (Albrow, 1996: 91)

مهم‌ترین تحول در روند تاریخ گذشته این مفهوم (جهانی‌شدن)، تغییرات بنیانی در “سرعت تغییرات” است. آرمستو بر همین مبنا تأکید می‌کند که تغییرات در جهان به‌گونه‌ای در حال رشد است که نسل ۲۱۰۰ و یا ۲۲۰۰ وقتی به زندگی ما در اوایل قرن بیستم نگاه می‌کنند، می‌گویند چه مردم غیر مدرن و کهنه‌گرایی بوده‌اند. همان نگاهی که مردم، امروزه به خرده فرهنگ‌هایی که در مناطق قطبی و یا جنگل‌های آمازون وجود دارد، نگاه می‌کنند و آنها را مردمی می‌دانند که هیچ ارتباطی با جهان اطراف خود ندارند و طی هزار سال زندگی، هیچ تغییر اساسی در زندگی آنها به‌وجود نیامده است. (عاملی، ۱۳۸۲: ۱۵)

با تأمل در جهان عملی و یا جهان واقعی، سه جهانی شدن متمایز را در طول دوره‌های مختلف تاریخی می‌توان از هم متمایز کرد که "سرعت تغییرات" در هر کدام از این دوره‌ها با دیگری متفاوت است: (همان، ۱۳۸۳: ۱۵)

۱. **جهانی شدن اولیه.** (proto-Globalization) مرحله اول، "مرحله ابتدایی جهانی شدن" است

که قبل از ظهور مدرنیسم و تحولات صنعتی اتفاق افتاده است. به اعتقاد کوهن و کندی دوره ابتدایی و یا اولیه جهانی شدن مربوط به دوره ظهور امپراتوری‌های بزرگ با سیطره جهانی و همچنین ظهور ادیان بزرگ الهی مثل مسیحیت و اسلام است. مشخصه این دوره اثرگذاری امپراتوری‌های بزرگ بر مناطق تحت سیطره خود و مناطق مستعمره آنهاست. اگرچه اراده سیاسی امپراتوری‌های بزرگ، مثل ایران، چین، روم و یونان، موفق شدند نوعی یکسان‌سازی منطقه‌ای را به وجود آورند و در واقع مفهوم تأثیرات فراملی و فرا منطقه‌ای در آن زمان معنا پیدا کرد، اما این اثرگذاری بسیار کند و زمان‌بر بوده است و به‌طور عمده تکیه بر "ارتباطات طبیعی" و "ارتباطات چهره به چهره" داشته است. (همان: ۶)

۲. **جهانی شدن مدرن.** مرحله و فاز دوم اثرگذاری و حضور جهانی پدیده‌های سیاسی و

فرهنگی و اقتصادی، به تحولات ابزاری و فکری دوره مدرنیته (Modernization Era) که با انقلاب صنعتی و تحولات موسوم به "روشنگری" (Enlightenment) آغاز شده است - بازمی‌گردد. به‌لحاظ عینی، به‌طور حتم اختراع ماشین، هم در صنعت کارخانه‌ای و هم در صنعت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تحولات جهانی داشته است و هنجارها و کنش‌های اجتماعی بسیاری را در کل جهان به‌وجود آورده که "انتزاع فرامکانی و فرازمانی" (Transcendence perception) را امکان‌پذیر کرده است. تغییر نظام زندگی اجتماعی، تقسیم کار اجتماعی، تخصصی‌شدن مشاغل و به‌وجود آمدن نظام مدرسه‌ای واحد، به‌طور نسبی نمونه‌های مهم و جدی "یکسان‌سازی" در سطح جهان به‌حساب می‌آیند. در این دوره، چرخه اثرگذاری در جهان، متکی بر صنعت مکانیکی و الکترونیکی بوده است، ولی در عین حال، سرعت تعاملات بین‌المللی در سطح جهانی به‌کندی صورت می‌گرفته است. انقلاب صنعتی، طی دو قرن بعد از تولد خود در سواحل اروپای غربی، توانست به بیشتر نقاط جهان گسترش پیدا کند. توسعه غرب صنعتی و مدرن در این دوره همراه بود با جنگ و روندهای استعماری، ولی در دوره جدید جهانی شدن، که فاز سوم آن است، قدرت شکل پنهان‌تری پیدا کرده است. (همان: ۷)

۳. **جهانی شدن ارتباطات.** دوره سوم جهانی شدن، که در واقع همه‌تئوری‌ها و مباحث معاصر

جهانی‌شدن ناظر بر آن است، معلول ظهور "صنعت جهانی ارتباطات" (Global Communication Industry) است و به‌عنوان یک روند ارتباطی، که موجب ارتباطات همزمان و ظهور "فضای واحد ارتباطی" (Communication Singles Space) شده است، پدیده‌ای نو محسوب می‌شود و از سه خصیصه "فرا ملی بودن" (Transnationalization)،

” فراگیر بودن“ (Pervasiveness) و ” پیوستگی“ (Connectivity) برخوردار است. در واقع، این خصیصه‌ها ظرفیت‌های جهان جدید را معرفی می‌کنند. برخلاف جهان قبل از ظهور صنعت همزمان ارتباطات، که ” چسبیده به مکان“ بود، فضای جدید اساساً ” فرا مَلّی“ و ” فرا جغرافی“ و به تعبیر دقیق‌تر ” بی‌مکان“ (Spaceless) است. لذا همه تولیدات، ضمن برخورداری از خصیصه‌های ملی و بومی، در یک فضای ” فرا ملی“ بروز پیدا می‌کنند. لذا روندهای ” فرا ملی شدن“ در سطحی به مراتب گسترده‌تر از گذشته در حال جریان است. روندهای جدید برای یک‌بار در فضای مجازی ارائه می‌شود و قابلیت دسترسی ” فراگیر“ را بر اساس ”خاص‌گرایی“ (Particularism) و ”عام‌گرایی“ (Universalism) جدید به وجود آورده است. به تعبیر دیوید هلد، جهان جدید یک ” جهان وصل شده“ و عصر جدید یک ”عصر اتصال“ (The Age of Connexity) است که به راحتی شاخص‌های ارتباطی و انفجار ارتباطی را منعکس می‌کند. برخلاف دوره انقلاب صنعتی که مقوله زمان و مکان، همچنان جایگاه معناداری داشت و در نتیجه، روند تغییرات و ارتباطات آهسته صورت می‌گرفت، تکنولوژی‌های اطلاعاتی ارتباطات با سرعتی غیرقابل انتظار و در کمتر از دو دهه، در فاصله بین نیمه دهه ۱۹۷۰ تا نیمه دهه ۱۹۹۰، منشأ وصل شدن جهان تکه‌تکه شدند. تغییرات بسیار جدی شده است. در این روند نه تنها روند ارتباطی تغییر کرده، ماهیت ارتباطات نیز دستخوش تغییرات جدی شده که منشأ جدا کردن فضای جهانی شدن از فضای مدرنیته شده است. (همان: ۸)

در اینجا در نظر گرفتن این نکته نیز قابل تأمل است که، جهانی شدن نباید شکلی از غرب‌گرایی انگاشته شود و به سهم جوامع و تمدن‌های غیر غربی در کل فرایند جهانی شدن نیز پرداخت (رابرتسون، ۱۳۸۳). این مسئله از آن جهت اهمیت دارد که در جهانی شدن ارتباطی، - که قصد و تعریف ما از جهانی شدن در این مقاله، همین جهانی شدن ارتباطی است - اگر فرایند جهانی شدن سالم و به دور از مناقشه‌ها و سوگیری‌های قدرت‌ها انجام شود، می‌تواند به همان اندازه که مؤلفه‌های فرهنگ به اصطلاح غربی را جهانی می‌کند، ویژگی‌های فرهنگ شرقی را نیز به دنیا معرفی کند.

با توجه به تعریف ما از مفهوم جهانی شدن (جهانی شدن ارتباطی)، دولت‌هایی که می‌کوشند سیاست‌های انعطاف‌ناپذیر درهای بسته را در زمینه اطلاعات و فرهنگ دنبال کنند، به‌طور قطع در معرض تهدید این فرایندها و فناوری‌های ارتباطی جدید قرار دارند، و به احتمال زیاد این فرایندها و فناوری‌ها در همه جا شیوه زندگی اجتماعی - اقتصادی را دگرگون خواهند ساخت. (هلد و مک گرو، ۱۳۸۲: ۵۸)

در عین حال نباید از این نکته غافل شد که فرایند جهانی شدن در کنار تمام امکاناتی که در اختیار نوع بشر قرار داده، چالش‌ها، نگرانی‌ها و اضطراب‌هایی را نیز به او تحمیل کرده است.

دیوید هلد نیز در کتاب *جهان جهانی شده؟ فرهنگ، اقتصاد، سیاست* به این موضوع اشاره می‌کند و نظرش را چنین بیان می‌کند: باید گفت که جهانی شدن تنها یک موضوع آکادمیک صرف نیست بلکه به‌عنوان یک مبحث سیاسی، دربارهٔ دگرگونی عمیقی که جهان امروز با آن روبه‌روست، مطرح است. هلد در ادامه می‌گوید: در حال حاضر [مسائل] محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی در راه‌های جدید و پیچیده‌ای درآمیخته شده‌اند و این محیط (جهان جهانی شده)، محیط مبهم، نامطمئن و پر خطری برای شهروندان و دولت‌مردان به‌وجود می‌آورد. او در پایان می‌گوید: جهانی شدن فرصت‌ها و امکانات جدیدی را خلق می‌کند، همان‌طور که پتانسیل ایجاد خطر و ریسک را هم در خود دارد. (Held, 2000: 177)

جهانی شدن در فضای جهان جدید (مجازی)

در هنگامهٔ فرایند جهانی شدن، فضا و بُعدی دیگری شکل گرفته که روند این فرایند را به کلی دگرگون ساخته و سرعت شکل‌گیری آن را شتابی صدچندان بخشیده است. این فضای جدید، جهان مجازی نام دارد و در حقیقت با تشکیل این فضا، فضای دو جهانی شده - جهان واقع و جهان مجازی - شکل گرفته است. جهان جدید با خصیصه‌هایی چون فرامکان بودن، فرا زمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت - ملت‌ها، از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته و پسامدرن برخوردار بودن، قابل‌دسترس بودن همزمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید، از جهان اول - که دارای خصیصه‌هایی چون جغرافیا داشتن، از نظام سیاسی مبتنی بر دولت - ملت برخوردار بودن، طبیعی - صنعتی بودن، محسوس بودن و معطوف به احساس قدیمی تربودن است - به‌صورت نسبی جدا می‌شود. (عاملی، ۱۳۸۳: ۱۰)

شاخصه‌های منحصر به‌فرد فضای دوم - که جهان مجازی است -، باعث شده که فرایند جهانی شدن رشد و گسترش فزاینده‌ای یابد و باید گفت که به‌نوعی، توسعه جهانی شدن در روزگار فعلی، تا حد زیادی مدیون وجود این جهان دوم است.

جهان‌نگری در فضای جهان مجازی

بنا به باور آلبرو تمام "شدن‌ها" در بطن خود پیشگویی‌کننده و در واقع ملازم با حدوث تغییرات هستند. با نگاشت همین تبیین می‌توان انتظار داشت که یک "شدن" جدید با عنوان "جهانی شدن" همزمان باشد با تغییراتی در شیوهٔ تفکر، تغییر در نگرش که می‌توان نام آن را "جهان‌نگری" گذاشت. جهان‌نگری به‌عنوان عنصر ذهنی پویای جهانی شدن، ابتدا از سوی محققان حوزهٔ علوم‌شناختی مطرح شد. در منظر این محققان، تحقق نتایج کارکردی در سطحی جهانی و رشد فناوری‌های جهان مقیاس، نشان‌دهندهٔ پارادایم جدیدی در فعالیت‌شناختی است، آنان اسم این پارادایم جدید را جهان‌نگری می‌گذارند. این پارادایم برای آنان این معنی را دارد

که «بُرد کارکردی فعالیت اجتماعی- فناوری انسان به مرز طبیعی خود رسیده است» و از این پس از شناخت و نگرش انتظار می‌رود که پتانسیل‌های خود را فعال کنند. با این توضیحات مشخص است که جهان‌نگری در عصر جهانی‌شدن و پس از به آستانه رسیدن فعالیت پیشین انسان خلق شده است. لازم به ذکر است، آنچه در جهان‌نگری اتفاق می‌افتد به دست آوردن نگاه جهانی آن که فرد در کنار حفظ عناصر بومی است و به این گونه نیست که فرد علائق فرهنگی، سنتی و سیاسی نسبت به محل، منطقه و کشور خود را از دست بدهد. تبلور این همزیستی ذهنی و در عین حال عینی را می‌توان با عنوان مفهوم «بومی- جهانی رابرتسون^۱ دید. (خوشنویس، ۱۳۸۴: ۶-۲۴)

هابرماس موضوع «جهان‌نگری» را با نگاه ریزبین خود، بسیار دقیق و مرحله به مرحله تبیین کرده است. او اینچنین به اهمیت جهان‌نگری اشاره می‌کند: فراگرد جهانی‌شدن فقط اقتصادی نیست. این فراگرد به تدریج چشم‌انداز دیگری را پیش روی ما می‌گشاید که از آنجا می‌توانیم هم پیوندهای عرصه جهانی، ریسک‌های مشترک و شبکه تقدیر مشترک را روشن‌تر مشاهده کنیم. شتاب و تراکم ارتباطات و تجارت، فاصله‌های زمانی و مکانی را کوتاه‌تر کرده است؛ بازارهای در حال گسترش سرانجام به انتهای مرز سیاره ما می‌رسد؛ بهره‌گیری از منابع طبیعی به انتهای محدوده طبیعت برخورد می‌کند. اینها دیگر این امکان را از ما سلب می‌کنند که پیامد بسیاری از اقدامات خود را به خارج از مرزها منتقل کنیم. این امر هر روز دشوارتر می‌شود که بتوان هزینه‌ها و ریسک‌ها را بر دوش دیگران- خواه بخش‌های دیگر جامعه، مناطق دیگر جغرافیایی، فرهنگ‌های دیگر یا نسل‌های دیگر- بار کرد. اکنون روشن است، که دیگر نمی‌توان ریسک‌های فناوری‌های بزرگ را محلی کرد، همان‌طور که مشخص است تولیدهای سمی جوامع مرفه، دیگر جایی از کره زمین را فارغ از مخاطره نگذاشته است، و تا کی می‌توانیم هزینه‌های اجتماعی را به بخش «زاید» کارگران منتقل کنیم؟ (هابرماس، ۱۳۸۰: ۸-۸۷) از دید هابرماس تا زمانی که حکومت‌ها به‌مثابه بازیگران مستقلی تصور می‌شوند که قصدشان کنترل قلمرو ملی خود است که در آنجا همواره باید از پشتیبانی (و انتخاب مجدد) به‌وسیله مردم خود اطمینان یابند، نمی‌توان از توافق‌ها و مقررات بین‌المللی برای جلوگیری از این‌گونه اعمال که منجر به انتقال هزینه‌ها به دوش دیگران می‌شود، استفاده کرد. وقتی تمام دولت‌ها به قواعد الزام‌آور، یک جامعه جهان‌وطن محسوب می‌شوند که سیاست‌گذاری این جامعه به‌صورت بخشی از سیاست‌های داخلی هر دولت تلقی شود. (همان)

در اینجاست که وی مسئله اصلی را مطرح می‌کند. او می‌گوید: پس سؤال سرنوشت‌ساز این است که آیا جامعه مدنی و حوزه عمومی سیاسی در اتحادیه‌های مختلف، که هر روز نیز بزرگ‌تر می‌شوند، می‌تواند آگاهی مربوط به یک وحدت جهانی را، که دارای قواعد التزام‌آور است، تقویت کند یا خیر. تحول در آگاهی شهروندان به‌نحوی که خود را بر سیاست داخلی

دولت‌ها تحمیل کند تنها چیزی است که می‌تواند بازیگران جهانی را تحت فشار قرار دهد تا به اصلاح خودفهمی پردازند و کم‌کم خود را به عنوان اعضای یک جامعه جهانی ببینند که در آن باید با یکدیگر همکاری کرد و منافع یکدیگر را در حساب گرفت. تغییر چشم‌انداز از "مناسبات بین‌المللی" به یک سیاست جهانی واحد را نمی‌توان از نخبگان حاکم انتظار داشت مگر آنکه خود مردم، بر پایه درکی که از منافع خود دارند نخبگان را برای این کار مأمور کنند. (همان)

با این گفته روشن است که "افراد" جامعه‌ای که در جهان امروز زندگی می‌کنند و جهانی "جهانی‌شده" را تجربه می‌کنند، باید ذهن‌هایی جهانی داشته باشند؛ ذهن‌هایی که ورای تمام بحث و نظرها پیرامون فرایند جهانی‌شدن، معطوف به دنیایی بدون مرز و محدودیت باشد که در آن دیگر میان سفید و سیاه، غرب و شرق، این قوم و آن طایفه تفاوتی وجود نداشته باشد و در جهانی جهانی‌شده، جهانی ببینند. از گفته‌های هابرماس می‌توان به این دید رسید که، این ذهن‌های جهان‌نگر، در واقع لازمه رسیدن به جهانی بدون مرز و بدون محدودیت در سطح کلان‌تر است، که می‌تواند حکومت‌ها، کشورها و قاره‌ها را به هم پیوند زند تا زیر چتر گسترده نعمت‌های خداوند، برای رسیدن به جامعه‌ای جهانی و متعالی، جامعه‌ای که کسی، گروهی، کشوری و بار دیگری را به دوش نکشد، تلاش کند.

با این تعاریف، نوبت به بررسی چرایی سنجش "سطح جهان‌نگری" افراد، در فضایی دو جهانی‌شده و انتخاب فضای مجازی به‌عنوان زمینه این پژوهش می‌رسد. باید گفت که، پاسخ به این سؤال فی‌نفسه جداییت دارد که سطح جهان‌نگری افراد در فضای مجازی، به‌واسطه ویژگی‌های خاص خودش و بالأخص خصیصه فرامکان و فرازمان بودنش، چگونه است؟ این سؤال در حالی مطرح می‌شود که اعضای شبکه جهانی اینترنت به‌راحتی می‌توانند با افرادی از کشورهای مختلف و در هر ساعت از شبانه روز ارتباط برقرار کنند و به تبادل فکر و اندیشه پردازند.

لازم به یادآوری است که جهان دوم یعنی جهان مجازی با خصیصه‌هایی که دارد و قبلاً نیز مطرح شد مانند فرامکان بودن، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت-ملت‌ها، از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته و پسامدرن برخوردار بودن، قابل دسترس بودن همزمان، روی فضا بودن و برخوردار بودن از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید (عاملی، ۱۳۸۳: ۱۰)، زمینه‌ای بسیار مناسب برای پژوهش جهان‌نگری محسوب می‌شود. ضمن آنکه جهان مجازی فرصت شگفت‌انگیزی در اختیار کاربران خود قرار داده تا در این فضای به‌شدت جهانی‌شده به‌وسیله رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های اینترنتی و ... به ارتباطات گسترده‌ای با افرادی از سراسر جهان، حتی کسانی که میلیون‌ها کیلومتر دورتر از آنها قرار دارند، دست بزنند. مسلماً، ویژگی‌های جهان مجازی به فرایند جهانی‌شدن سرعت باورنکردنی بخشیده است و همین تأثیر فضای دوم بر جهانی‌شدن و خصایص دیگر جهان مجازی، باعث شده که مطالعه سطح جهان‌نگری کاربران این فضا، اهمیتی صدچندان پیدا کند.

جهان‌نگری کاربران تهرانی Facebook

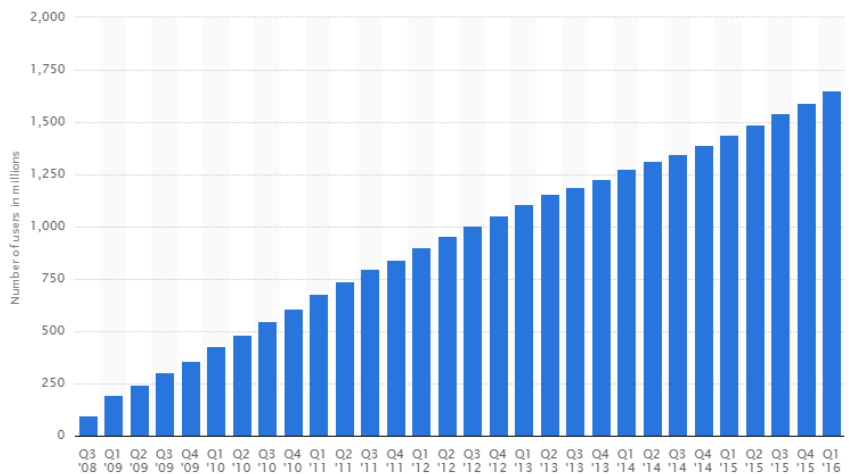
کاستلز در کتاب خود با نام *عصر اطلاعات*، ظهور جامعه شبکه‌ای، درباره شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای در فضای مجازی می‌نویسد: در ورای استفاده از ارتباطات رایانه‌ای برای روابط اجتماعی غیر رسمی، ناظران متوجه پدیده تشکیل جوامع مجازی شده‌اند. بر طبق استدلال راین گلد، جامعه مجازی معمولاً به معنای شبکه الکترونیکی ارتباطات متقابل است که محدوده‌اش را خود تعریف می‌کند و پیرامون علاقه یا هدف مشترکی تشکیل شده است، گرچه در برخی مواقع، ایجاد ارتباط فی‌نفسه به هدف تبدیل می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۲۰). این برداشت کاستلز از جامعه شبکه‌ای تنها محدود به شبکه‌های اجتماعی مانند (My Space, Facebook Linkdin) و ... نمی‌شود که تعریف گسترده‌تری از ارتباطات شبکه‌ای در فضای دوم که فضای رایانه‌ای و اینترنتی است را، به ما نشان می‌دهد. اما ما در اینجا قصد داریم بر روی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و کاربران آنها به عنوان ماحصل خالص این جامعه شبکه‌ای در فضای مجازی مطالعه کنیم.

لازم به ذکر است که، فرایندهای دگرگونی اجتماعی که در جامعه شبکه‌ای آرمانی [و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به عنوان یکی از نمودهای آن] خلاصه شده‌اند، از حوزه روابط اجتماعی و فنی تولید فراتر می‌روند. این فرایندها بر فرهنگ و قدرت نیز عمیقاً تأثیر می‌گذارند. جلوه‌های فرهنگی از تاریخ و جغرافیا منتزع می‌شوند و عمدتاً از طریق شبکه‌های اجتماعی ارتباطات الکترونیک (که با مجموعه متنوعی از کدها و ارزش‌ها با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کند) منتقل می‌شوند و در نهایت در ابر متن شنیداری- تصویری دیجیتال جذب می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۵۵۱). شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند، و گسترش منطق شبکه‌ای، تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. (کاستلز، ۱۳۸۵: ۵۴۳)

با اوصافی که ذکرش به میان آمد، نشان داده شد که جامعه شبکه‌ای مجازی در فضای دوم ایجاد شده است. بنا به باور کاستلز، این جامعه شبکه‌ای جلوه‌های فرهنگی را که از تاریخ و جغرافیا منتزع می‌شوند را منتقل می‌کند و ارتباطات را گسترش می‌بخشد؛ نتیجه طبیعی این کار افزایش سرعت جهانی شدن در این شبکه‌ها و تأثیر در سطح ذهنیت جهان‌نگر کاربران آن است. بنابراین روشن است که دلیل انتخاب مطالعه کاربران شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مقاله پیش رو، حضور این کاربران در خط مقدم این جهان مجازی و در مرکز ثقل فضای جهانی شده است. فضایی که در آن بدون هیچ مرزی، کاربران از کشورهای مختلف با یکدیگر ارتباط دارند و به تعاملات و ارتباطات میان فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و ... می‌پردازند. با این مشخصه‌ها، شبکه اجتماعی فیس‌بوک^۲ از این جهت که دارای کاربران بسیار گسترده‌ای است - در حدود ۱/۶۵۴/۰۰۰/۰۰۰ کاربر^۳ - و تجربه زندگی افراد را در یک فضای مجازی، با دوستان و

آشنایانشان، همچنین افراد و گروه‌های مختلف جهانی فراهم می‌کند، مورد توجه است و مطالعه نوع تفکر افراد عضو در این شبکه، نسبت به فرایند جهانی شدن و بررسی سطح جهان‌نگری آنها، ضروری می‌نماید.

تعداد کاربران فعال فیس‌بوک در ماه در سراسر جهان از ۲۰۰۸ تا سه ماهه اول ۲۰۱۶ (برحسب میلیون نفر)^۴



© Statista 2016

تحقیقات پیشین

در مورد جهان‌نگری به‌طور عام، و جهان‌نگری در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی تحقیقات مدون چندانی، به‌خصوص در داخل کشور وجود ندارد. با این وجود در این بخش به دو پژوهش داخلی که با موضوع تحقیق حاضر به‌نوعی ارتباط داشته‌اند به اختصار ذکر می‌شوند. گدازگر و موسی‌پور (۱۳۸۳) در پژوهشی به بررسی تأثیرات استفاده از اینترنت بر دیدگاه جهانی‌نگری و نسبی‌نگری دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز پرداخته‌اند. در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده و داده‌های مورد استفاده از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. نمونه آماری مورد مطالعه شامل ۲۸۳ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه تبریز در رشته‌های مختلف تحصیلی بوده است. یافته‌های مقاله مذکور، تأثیرات استفاده از اینترنت بر نسبی‌نگری دانشجویان مورد مطالعه را مورد تأیید قرار داده، اما بین دیدگاه جهانی‌نگری دانشجویان کاربر و غیرکاربر تفاوت معناداری را احصا نکرده است.

هادی خوشنویس (۱۳۸۴)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود را به موضوع ”جهان‌نگری ایرانی در فضای دو جهانی شده“ اختصاص داده است. وی به دسته‌بندی حوزه‌ها و خصوصیات

جهان‌نگری پرداخته و سعی کرده است وضعیت هر خصوصیت جهان‌نگری را در حوزه مدنظر، به‌وسیله نظرخواهی از کاربران ایرانی اینترنت به‌دست آورد. وی سؤالات را در قالب پرسشنامه آنلاین درآورده و نهایتاً بر مبنای ۱۰۰۹ پاسخ معتبری که از کاربران ایرانی به‌دست آورده، به تحلیل آماری پرداخته است. یکی از نکات حائز اهمیت در این پژوهش، مدلی است که محقق برای رسیدن به گویه‌ها و سؤالات پرسشنامه به‌کار برده است.

چارچوب مفهومی و نظری پژوهش

بر مبنای آنچه در مبانی نظری ذکر شد، با مبنا قرار دادن آرای مارتین آلبرو (۱۹۹۶)، مانوئل کاستلز (۱۳۸۲) و دیوید هلد (۲۰۰۲)؛ جهان‌نگری بیان‌کننده نگرشی است که اگرچه ریشه‌های کهن دارد ولی به‌لحاظ کیفیت تأثیر آن در زندگی روزمره و وسعت و تأثیر ذهنی که بر افراد جامعه می‌گذارد، نگرشی جدید تلقی می‌شود که منشأ ظهور اندیشه نوینی در عرصه تاریخ خواهد شد. رابرتسون (۱۹۹۲ به نقل از عاملی: ۱۳۸۳) جهان‌نگری را برخاسته از توسعه دید و آگاهی می‌داند که انسان امروز از جهان پیدا کرده است و در واقع جهان را به‌عنوان یک فضای واحد و یا یک واحد یکپارچه می‌بیند. با این تحلیل، اگرچه جهانی شدن، نتیجه یک روند "عینی و عملی" است که در جهان خارج از ما، یعنی جهان عینی، اتفاق افتاده است؛ با این حال جهان‌نگری حکایت از یک تغییر "در قلمرو ذهن" می‌کند، تغییری که به فکر و ذهن بشر و به نگرش انسان وسعت و ظرفیت بیشتری بخشیده است. از دید مارتین آلبرو جهان‌نگری، ارزش‌ها و دیدگاهی را توضیح می‌دهد که فرد خود را در میان جمعیت پنج میلیاردی جهان می‌بیند و یا نگاهی را منعکس می‌کند که افق ذهن فرد در تأثیر و تقابل با همه جهان قرار گرفته است. در این نگاه، محل زندگی، لزوماً بیان‌کننده جغرافیای ذهنی افراد نیست و در واقع نسبت مساوی بین جغرافیای زندگی و جغرافیای ذهنی انسان معاصر وجود ندارد (عاملی، ۱۳۸۳: ۲۰). بر این مبنا خصوصیات و بازتاب‌های جهان‌نگری در چند مقوله قابل بررسی است:

۱. **فرامحلی کردن دیدگاه‌ها.** در دنیای جدید ذهنیت انسان معاصر از دایره بسته محل زندگی بیرون رفته و به‌طور نسبی نگاهی جهانی پیدا کرده است. فرصت‌ها و ظرفیت‌ها را محدود به فرصت‌ها و ظرفیت‌های محلی نمی‌بیند و در ارزیابی امکانات موجود نگاهی فرا محلی دارد. معیار و ملاک ارزیابی جامعه از امکانات و فرصت‌ها، صرفاً بر اساس فرصت‌های بومی نیست. انسان معاصر که دائم در معرض تولیدهای جهانی است، ملاک ارزیابی خود را در یک مقایسه جهانی به‌دست می‌آورد. بر این اساس ذهنیت انسان معاصر نسبت به زندگی ایدئال، تولید مطلوب و اندیشه و دانش برتر، بازخورد یک فرایند جهانی است. فرا محلی شدن حوزه شناختی انسان می‌تواند به قیمت ضعیف شدن حس و ادراک محلی تمام شود. این احساس و

همراه‌شدن آن با ارتباطات شبکه‌ای با سایر گروه‌های غیر بومی، منشأ ظهور گرایش‌های دو رگه‌ای در جماعت‌های محلی می‌شود. (همان: ۲۱)

۲. نگاه جمعی پیدا کردن. نگاه جامعه انسانی یک نگاه جمعی جهانی شده است که حاکی از روندی است که طی آن هویت‌ها، گرایش‌های دینی، آرمان‌ها، فرهنگ‌ها، علاقه‌ها و سلیقه‌هایی که از سنخیت متجانس برخوردار هستند، از حس و حساسیت ذهنی عالم‌گیر برخوردار می‌شوند. بر همین اساس است که بسیاری از مسائل محلی در جهان توسط جمعیت وسیعی در همه جهان دنبال می‌شود و حس مشترک و عکس‌العمل مثبت یا منفی مشترک در جهان به وجود می‌آورد.

۳. نقش اجتماعی منعطف. جهانی‌شدن ذهنیت جامعه را منعطف کرده است. این انعطاف حتی در میان کشورهایی که به لحاظ اقتصادی ضعیف هستند نیز رو به افزایش است. انسان امروز در مقایسه با گذشته، با مسائل جهانی درگیری فکری و عملی به مراتب بیشتری پیدا کرده است. مسائل دنیا همچون گذشته در انحصار قشر خاصی از اشراف و یا روشنفکران جامعه نیست (روسنو، ۱۹۹۰: ۳ به نقل از عاملی، ۱۳۸۳). در حقیقت کانال دریافت و مواجهه با پدیده اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی منعطف و متنوع شده است. این انعطاف و تنوع که ریشه فرامحلی و فراملی دارد، نوعی ذهنیت جهان‌نگری منعطف ایجاد کرده است. افراد، دیگر خود را در حصر انتخاب بومی خلاصه نمی‌بینند و در واقع "قدرت انتخاب گسترده و متنوع" پیدا کرده‌اند.

۴. توسعه آگاهی فراملی. نگاه جهانی پیدا کردن نسبت جدی با آگاهی‌های فراملی دارد. در یک روند رقابتی، بسیاری از توانایی‌های بشر بر روی فضای قابل دسترسی مردم جهان قرار گرفته است. چنین عرصه گسترده اطلاعاتی موجب توسعه آگاهی‌های جهانی و به دنبال آن گسترش جهان‌نگری در جامعه امروز شده است. آگاهی جهانی نیز منشأ ظهور وجدان جمعی و حس مشترک جهانی در میان ملت‌های دورافتاده از یکدیگر شده است.

۵. توسعه جامعه چندمحوری و چندفرهنگی. محلی‌گرایی، حوزه‌آشنایی و توجه را متوجه فرهنگ‌های بومی می‌کند و جهانی‌نگری مدار توجه را به فرهنگ‌های متنوع متوجه می‌سازد. جهان‌نگری موجب از بین رفتن تک‌محوری فرهنگی و جایگزین شدن نگاه چند فرهنگی می‌شود. نگاه چند فرهنگی جایگزین نگاه سلطه‌آمیز به مقوله‌های فرهنگی و علمی و تخصصی شده است. (عاملی، ۱۳۸۳: ۴-۲۱).

بر مبنای مباحث مذکور مؤلفه‌های پنج‌گانه فوق تشکیل‌دهنده ابعاد اصلی جهان‌نگری هستند.

اهداف، سؤالات و فرضیه‌های تحقیق

اهداف پژوهش

- هدف اصلی: شناسایی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک
- شناسایی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه حقوقی - سیاسی
- شناسایی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه مالی - اقتصادی
- شناسایی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه فرهنگی - اجتماعی
- شناخت رابطه میان جنسیت و سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک
- شناخت رابطه تحصیلات و سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک

سؤالات پژوهش

- سؤال اصلی: جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در چه سطحی قرار دارد؟
- جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه حقوقی - سیاسی در چه سطحی قرار دارد؟
- جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه مالی - اقتصادی در چه سطحی قرار دارد؟
- جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه فرهنگی - اجتماعی در چه سطحی قرار دارد؟

فرضیات تحقیق

- بین جنسیت و سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک رابطه معناداری وجود دارد. این فرض با توجه به ادبیات موضوع و با در نظر گرفتن تفاوت‌های روحی زنان و مردان طرح شده که ممکن است با توجه به تأثیر ویژگی‌های عاطفی - احساسی در نگرش افراد، به تفاوت سطح جهان‌نگری در زنان و مردان منجر شود.
- بین تحصیلات و سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک رابطه معناداری وجود دارد. این فرض با توجه به ادبیات موضوع طرح شده که ممکن است به دلیل سویه شناختی نگرش و تأثیر تحصیلات بر دانش و آگاهی شناختی انسان، تفاوت در میزان تحصیلات به تفاوت در سطح جهان‌نگری منجر شود.

ج. روش پژوهش

روش پژوهش برای انجام این مطالعه پیمایش است. پیمایش، روشی برای به دست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها، باورها، نظرها، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام تحقیق است. (بشیر و افراسیابی، ۱۳۸۹: ۱۱)

در پژوهش حاضر از هر دو نوع پیمایش توصیفی و تحلیلی برای توصیف و تبیین داده‌ها استفاده شده تا علاوه بر بیان واقعیت موجود در مورد سطح جهان‌نگری کاربران

تهرانی فیس‌بوک، مشخص شود که آیا رابطه‌ای میان متغیرهای جنسیت و نیز تحصیلات با جهان‌نگری کاربران وجود دارد؟

رویه گردآوری داده‌ها

ابزار استفاده شده در این پژوهش "پرسشنامه آنلاین" است و سؤالات پرسشنامه براساس مقیاس‌بندی طیف "لیکرت" طراحی شده است که متداول‌ترین مقیاسی است که در پژوهش‌های رسانه‌های جمعی به کار می‌رود. در این شیوه در واکنش به موضوع خاصی تعدادی جمله ساخته می‌شود و پاسخگویان می‌توانند با این جمله‌ها، کاملاً موافق، موافق، نه موافق و نه مخالف (Neutral)، مخالف، یا کاملاً مخالف باشند. به هر گزینه پاسخ، امتیاز خاصی داده می‌شود، و جمع امتیازهای به دست آمده از پاسخ‌های هر فرد، به عنوان نمره او در واکنش به موضوع مذکور در نظر گرفته می‌شود. (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۹: ۲-۱۰۱)

در این پژوهش پاسخگو می‌تواند در پاسخ به هر پرسش، امتیازی بین یک تا پنج دریافت کند. در سؤالات مثبت (موافق جهان‌نگری) گزینه کاملاً موافق و در سؤالات منفی (مخالف جهان‌نگری) گزینه کاملاً مخالف، بالاترین و پایین‌ترین امتیاز را می‌گیرند. نمره کل جهان‌نگری پاسخگو از مجموع امتیازها همه سؤالات تقسیم بر تعداد سؤال به دست می‌آید که عددی بین یک تا پنج خواهد بود. در صورتی که امتیاز یک فرد به سمت "۱" میل کند جهان‌نگری او به سمت کم و در صورتی که جهان‌نگری او به سمت "۵" میل کند، جهان‌نگری او به سمت زیاد متمایل است. در مورد هر یک از معرف‌های زیرمجموعه جهان‌نگری نیز معدل امتیازهای پاسخگویان به سؤال مربوطه معرف جهان‌نگری پاسخگویان در آن مورد است.

تعاریف عملیاتی برای ساخت پرسشنامه

بر مبنای چارچوب نظری پژوهش و مطالعات انجام شده، پنج بُعد اصلی برای جهان‌نگری (فرامحلی کردن دیدگاه‌ها، نگاه جمعی پیدا کردن، نقش اجتماعی منعطف یافتن، توسعه آگاهی فرامحلی و توسعه جامعه چندمحوری و چندفرهنگی) در نظر گرفته شد. بدین منظور در این تحقیق بروز و ظهور هر کدام از ابعاد در سه حوزه سیاسی - حقوقی، مالی - اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی مد نظر قرار گرفته است. در مرحله بعد، با برداشتی از الگوی استفاده شده توسط خوشنویس (۱۳۸۴: ۶۱-۵۹) که پس از مشورت با ۱۷ استاد برجسته خارجی با تخصص‌های مختلف و در عین حال مرتبط با موضوع - گویه‌های تحقیق سامان‌دهی شده‌اند. بر این مبنای هر یک از ابعاد جهان‌نگری در هر حوزه، یک معرف در نظر گرفته شد که در ستون "معرف‌ها" در جدول نمایش داده شده‌اند. در نهایت محققان گویه‌ها و سؤالات پرسشنامه آنلاین را بر مبنای مقتضیات پژوهش حاضر طراحی کردند. از هر گویه، یک یا دو سؤال استخراج شد - در راستای افزایش اعتبار مطالعه، حوزه‌هایی از ابعاد جهان‌نگری که دارای ابهام بیشتری بودند، با دو سؤال سنجیده شد. سؤالات به صورت

هم مثبت و هم منفی طراحی شدند و به صورت نامنظم و بدون آنکه سؤالات بُعد یا حوزه‌ای خاص پشت سر هم باشند. جهت جلوگیری از پاسخ بر مبنای الگویی یکسان و تکراری. در پرسشنامه قرار گرفتند که مجموعاً سؤالات بخش جهان‌نگری را در پرسشنامه شکل دادند. جدول زیر نشان‌دهنده این مراحل است.

متغیر	ابعاد اصلی	حوزه‌ها	معرف‌ها	گویه‌ها
جهان‌نگری کل	فرامحلی کردن دیدگاه‌ها	جهان‌نگری حقوقی- سیاسی	رشد نگاه جهان‌نگر در مورد (بازسازی) نظام‌های سیاسی - حقوقی	پذیرش صلاحیت دادگاه لاهه در بررسی پرونده‌های بین‌المللی که کشور ایران با آنها درگیر است
		جهان‌نگری مالی- اقتصادی	رشد دیدگاه جهان‌نگر نسبت به تولید، مصرف، پول و سرمایه	کمک به فقیری اهل کشور گوام به جای کمک به فقیری اهل کشور خود در شرایطی که فقیر گوامی در مضیقه مالی بیشتری باشد و امکان کمک به وی نیز موجود باشد
		جهان‌نگری فرهنگی- اجتماعی	رشد اعتقاد به اندیشه‌های انسان‌محور و جهان‌نگر و غیر مبتنی بر عناصر هویتی ذاتی	تغییر در مشخصه‌های فرهنگی محلی- ملی خود در صورت تشخیص برتری و شایسته‌تر بودن فرهنگ دیگر- اعتقاد به قابلیت سازگاری فرهنگ غرب و شرق
	نگاه جمعی پیدا کردن	جهان‌نگری حقوقی- سیاسی	شکل‌گیری نگاه مبتنی بر همکاری سیاسی و تدوین مواد حقوقی جهانی جهت ضمانت از ارزش‌ها و منافع مورد توافق جهانی	احترام به کنوانسیون جهانی حقوق بشر به‌عنوان مبنایی برای رفتار انسانی
		جهان‌نگری مالی- اقتصادی	جست‌وجوی مفاهیمی چون رشد اقتصادی، توسعه و رفع مشکلات اقتصادی جهان در بستر همکاری جهانی	لزوم کمک و مشارکت دولت ایران به کشورهای ضعیف‌تر اقتصادی (مانند کشور چاد) جهت غلبه بر مشکلات و بهبود معیشتی و پیشرفت اقتصادی
		جهان‌نگری فرهنگی- اجتماعی	شکل‌گیری و همکاری جنبش‌های فرهنگی- اجتماعی در سطح جهانی	عضویت و همکاری در کلوب یا گروهی که اکثر اعضای آن غیرایرانی هستند اما هدف و عملکردشان را می‌پسندید
نقش اجتماعی منعطف	جهان‌نگری حقوقی- سیاسی	اعتقاد به همکاری و ائتلاف (و پذیرش) سیاسی- حقوقی بر اساس مشترکات بیش از اعتقاد به رقابت مختوم به دشمنی	پایبندی به قوانین محلی کشور خارجی در صورت اقامت در آن کشور و با فرض عدم اجبار در اجرای آن قوانین	

متغیر	ابعاد اصلی	حوزه‌ها	معرف‌ها	گویه‌ها
		جهان‌نگری مالی- اقتصادی	همکاری اقتصادی و رای اختلاف‌ها و تفاوت‌ها	شراکت اقتصادی با فردی اهل کشور عربستان
		جهان‌نگری فرهنگی- اجتماعی	فراهم شدن بستر لازم جهت همکاری فرهنگی- اجتماعی بر اساس اهداف مشترک و رای مسائل هویتی غیر اکتسابی	مناسب بودن الگوگیری از بخش‌هایی از فرهنگ افرادی که در جنوب شرقی آسیا زندگی می‌کنند- علاقه به فرهنگ کشور عراق به‌عنوان کشوری که زمانی با آن درگیر جنگ بوده‌ایم
	جهان‌نگری حقوقی- سیاسی	افزایش شناخت دولت‌ها و ملت‌ها نسبت به شرایط حقوقی- سیاسی جوامع دیگر	لزوم اطلاع از شرایط حقوقی و سیاسی کشوری عادی در قاره آفریقا یا آمریکای جنوبی (برای مثال نیجریه یا پرو)	
	توسعه آگاهی فرامحلی	جهان‌نگری مالی- اقتصادی	بالا رفتن حجم اطلاعات و میزان شناخت از بازارهای جهان	آگاهی از شرایط و امکان عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی "WTO"
		جهان‌نگری فرهنگی- اجتماعی	افزایش شناخت از سایر فرهنگ‌ها و اجتماعات یا جهان‌های فرهنگی دیگر	لزوم شناخت فرهنگ‌های مختلف ملل دیگر برای نمونه قزاقستان
	توسعه جامعه محوری و چند فرهنگی	جهان‌نگری حقوقی- سیاسی	رشد نگاه چندفرهنگی در بازسازی نظام‌های سیاسی- حقوقی	لزوم تدوین قوانین بین‌المللی که امکان انتشار عادلانه و آزادانه آرا، عقاید و فرهنگ خود را در تمام جهان به‌رسانه‌های کشورهای مختلف می‌دهد
		جهان‌نگری مالی- اقتصادی	تأکید بر ظرفیت‌ها (و نیازهای) افراد و جوامع مختلف	ضرورت وجود واحدهای پولی مختلف در معاملات جهانی به جای یک واحد پولی مشترک
		جهان‌نگری فرهنگی- اجتماعی	به رسمیت شناخته‌شدن گروه‌های فرهنگی و اجتماعی و اصلاح‌شدن طرح‌واره‌های ذهنی	ازدواج با فردی اهل کشور غنا به جای یک ایرانی در صورتی که فرد با ملیت غیر ایرانی تناسب فرهنگی- شخصیتی بیشتری با (شما) پاسخ‌دهنده دارد

اعتبار و پایایی پژوهش

برای تعیین اعتبار پرسشنامه روش‌های متعددی وجود دارد که در این پژوهش از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. اعتبار محتوا نوعی اعتبار است که برای بررسی اجزای تشکیل دهنده یک ابزار

اندازه‌گیری به کار برده می‌شود. اعتبار محتوای یک ابزار اندازه‌گیری به سؤال‌های تشکیل‌دهنده آن بستگی دارد و معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. تنظیم پرسشنامه این تحقیق نیز با راهنمایی متخصصان صورت گرفت و پس از مرحله آزمون مقدماتی، با نظر آنان تغییراتی در سؤالات ایجاد شد و نهایتاً پرسشنامه توزیع شد. بنابراین با توجه به تأیید کارشناسان، پرسشنامه از اعتبار لازم برخوردار است.

در پژوهش حاضر برای افزایش پایایی تحقیق، از مشورت با افراد متخصص بهره گرفته شده است. پس از اخذ نظر مشورتی، برخی سؤالات افزوده شد و برخی موارد نیز به دلیل احتمال کاهش پایایی اصلاح و یا حذف شد. در عین حال برای سنجش بعضی حوزه - بعدها از جهان‌نگری، سؤالات بیشتری به آنها اختصاص داده شد، که این اقدام برای سنجش حوزه - بعدهایی که دارای ابهام بیشتری بودند، پایایی بیشتری را رقم می‌زند.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

فیس‌بوک پرطرفدارترین شبکه اجتماعی در سطح جهان و نیز ایران است، لذا در پژوهش حاضر، فیس‌بوک مبنای مطالعه درباره شبکه‌های اجتماعی قرار گرفته است. همچنین کاربران شهر تهران به عنوان پایتخت و مرکز ارتباطات کشور که در عین حال شهروندان آن بیشترین دسترسی به اینترنت را دارند مورد مطالعه قرار می‌گیرند. لذا جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه شهروندان تهرانی شبکه اجتماعی "فیس‌بوک" تشکیل می‌دهند.

در مورد روش نمونه‌گیری در پیمایش‌های اجتماعی، بهتر است زمانی از نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شود که امکان دسترسی به چارچوب نمونه‌گیری وجود نداشته باشد. مسئله دوم منابع مالی است. حالت سوم زمانی است که محقق به دنبال کشف مسئله‌ای مهم در زمینه‌ای است که تاکنون تحقیقی در آن زمینه صورت نگرفته است. (رایف، لیسو و فیکو، ۱۳۸۸: ۶-۹۵) در این پژوهش نیز از آنجا که امکان دسترسی به چارچوب نمونه‌گیری برای کاربران تهرانی این شبکه اجتماعی وجود ندارد و تهیه لیستی نسبتاً جامع نیز بسیار پرهزینه است و در عین حال پژوهش حاضر جزو تحقیقات پیشرو در حوزه مطالعاتی جهان‌نگری به خصوص در شبکه اجتماعی فیس‌بوک است، روش نمونه‌گیری غیر احتمالی مبنای مطالعه قرار گرفته است. لذا به دلیل محدودیت‌های ذاتی این روش نمونه‌گیری، نتایج تحقیق حاضر در سطح کاربران مورد مطالعه کاربرد دارد و این پژوهش به دنبال تعمیم نتایج به کلیه اعضای جامعه آماری نیست.

در تحقیقات اینترنتی و در مورد پرسشنامه‌های آنلاین، عموماً از دو شیوه نمونه‌گیری داوطلبانه و غیرداوطلبانه استفاده می‌شود (خوشنویس، ۱۳۸۴: ۷۷). در این پژوهش از هر دو شیوه بهره گرفته شده است؛ یعنی هم قرار دادن لینک پرسشنامه در صفحات شبکه اجتماعی فیس‌بوک (داوطلبانه) و هم ارسال پرسشنامه به پست الکترونیکی افراد (غیرداوطلبانه). برای ارسال پرسشنامه به شیوه غیرداوطلبانه از تکنیک "گلوله‌برفی" (Snowballing) استفاده شده،

چراکه بدین ترتیب، وقتی پاسخگویان پرسشنامه را از طریق فردی آشنا دریافت می‌کنند، اعتماد پاسخگویان بیشتر شده و احتمال پاسخگویی و دقت پاسخ‌ها بالاتر می‌رود. همچنین از آنجا که در بسیاری از موارد شناسایی کاربران تهرانی دشوار و یا ناممکن است، با روش گلوله برفی پرسشنامه صرفاً برای کاربران تهرانی ارسال می‌شود و در عین حال پرسشنامه در اختیار طیف متنوع‌تری از پاسخگویان قرار خواهد گرفت. بر مبنای همه این موارد، نمونه‌گیری این پژوهش به روش نااحتمالی و به صورت داوطلبانه و غیرداوطلبانه - گلوله برفی - انجام شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

پرسشنامه پژوهش حاضر، به وسیله ابزار پرسشنامه‌نویسی Google Doc طراحی شد. در این ابزار امکانی برای به اشتراک گذاشتن پرسشنامه‌ها به وسیله پست الکترونیکی و شبکه‌های اجتماعی تعبیه شده، که پرسشنامه مذکور به همین طریق برای افراد مختلف، از گروه‌های گوناگون و در سطح گسترده ارسال شد. در نهایت از میان پرسشنامه‌هایی که در سطح گسترده‌ای در اختیار کاربران تهرانی فیس‌بوک قرار گرفت؛ بعد از ارزیابی (حذف پاسخ‌های تکراری و غیرمعتبر) تعداد ۱۰۴ پاسخ معتبر به عنوان منبع تحلیل داده‌ها ملاک عمل قرار گرفت. لازم به ذکر است، تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفته است.

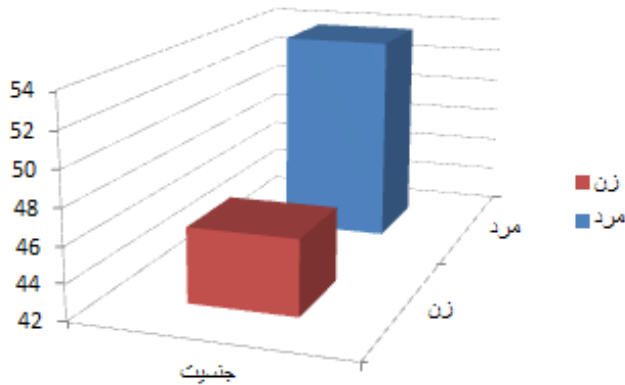
د. یافته‌های پژوهش

در این بخش به دلیل محدودیت در حجم مطالب، تنها به ذکر برخی از یافته‌های مهم بسنده می‌شود.

جنسیت

در پژوهش حاضر بر طبق فراوانی گرفته‌شده، از ۱۰۴ نفر کاربر تهرانی عضو فیس‌بوک که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، ۵۶ نفر معادل ۵۳/۸ درصد با جنسیت مرد، و ۴۸ نفر معادل ۴۶/۲ درصد با جنسیت زن شرکت کردند.

جنسیت پاسخگویان



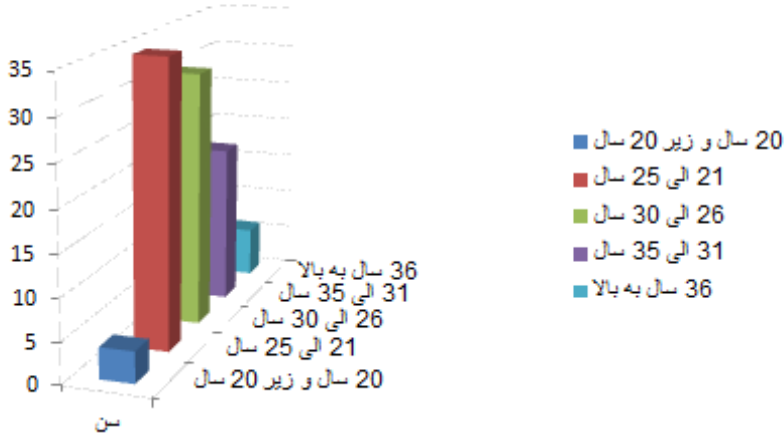
نمودار ۱ فراوانی جنسیت پاسخگویان

جدول فراوانی جنسیت شرکت‌کننده‌ها، حاکی از این است که تعداد پاسخگویان مرد قدری بیشتر از تعداد پاسخگویان زن در این تحقیق است.

سن

بر طبق داده‌های توصیفی به دست آمده در مورد سن پاسخگویان، رتبه اول در خصوص سن شرکت‌کنندگان با ۳۴/۶ درصد به بازه سنی بین ۲۱ تا ۲۵ سال اختصاص دارد، رتبه بعدی با ۳۰/۸ درصد به ۲۶ تا ۳۰ سال سن و رتبه سوم با ۱۹/۲ درصد به سن ۳۱ تا ۳۵ سال اختصاص دارد. همچنین ۳۶ سال به بالا و ۲۰ سال و زیر ۲۰ سال به ترتیب با درصدهای ۵/۸ و ۳/۸ درصد در رتبه‌های آخر قرار دارند.

سن پاسخگویان



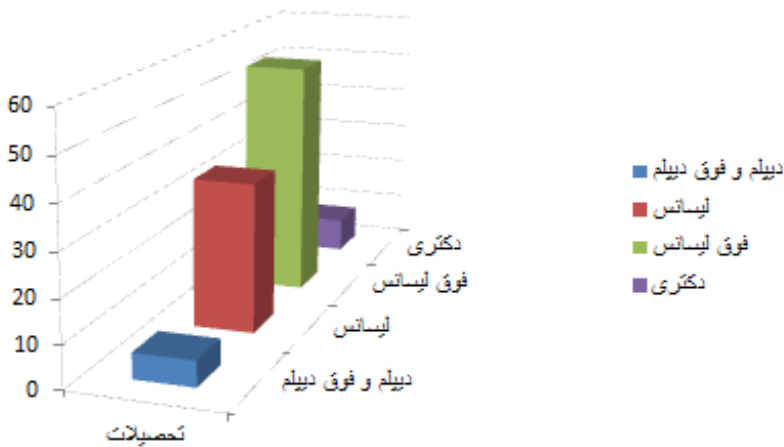
نمودار ۲ فراوانی سن پاسخگویان

توزیع فراوانی داده‌ها حاکی از آن است که در میان پاسخگویان، جوانان بین ۲۱ تا ۳۰ سال^۶ که دوران اوج جوانی خود را سپری می‌کنند، حائز اکثریت هستند و کاربرانی که به سنین نوجوانی (۲۰ سال و پایین‌تر از ۲۰ سال) و همچنین میانسالی (بالا‌تر از ۳۰ سال) بیشتر نزدیک هستند، در اقلیت قرار دارند.

تحصیلات

داده‌های به‌دست آمده در بخش تحصیلات نشان می‌دهد، بیشتر پاسخگویان پرسشنامه این مقاله کسانی هستند که در مقطع فوق‌لیسانس تحصیل می‌کنند یا از این مقطع فارغ‌التحصیل شده‌اند. این افراد ۵۲/۹ درصد پاسخ‌دهندگان را تشکیل می‌دهند.

تحصیلات



نمودار ۳ فراوانی تحصیلات پاسخگویان

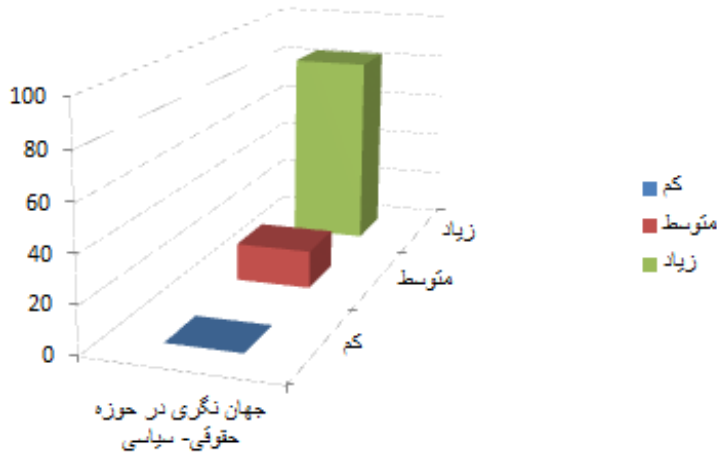
دانشجویان مقطع کارشناسی یا کسانی که فارغ التحصیل این مقطع هستند نیز ۳۳/۷ درصد پاسخگویان را تشکیل می‌دهند. کمترین فراوانی در این بخش مربوط به پاسخگویان دکتری و همچنین دیپلم و فوق دیپلم است که به ترتیب ۷/۷ و ۵/۸ درصد شرکت کنندگان در این پژوهش را شکل می‌دهند.

جهان‌نگری کاربران در حوزه حقوقی- سیاسی

داده‌های به دست آمده نشان می‌دهد که پاسخگویان این پرسشنامه که از کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک هستند، در زمینه جهان‌نگری در حوزه حقوقی- سیاسی امتیاز بالایی به دست می‌آورند. نتایج جالبی که طبق پاسخ‌های افراد به دست آمده، نشان از این مسئله دارد که هیچ کدام از کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک که مخاطب این پرسشنامه بوده‌اند، از نظر جهان‌نگری در حوزه حقوقی- سیاسی، در رده "جهان‌نگری کم" قرار نگرفته‌اند و فراوانی در این بخش صفر است. تعداد کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در رده "متوسط جهان‌نگری" نیز آنچنان چشمگیر نیست و پاسخگویان با رده متوسط در این حوزه، تنها ۱۶/۳ درصد یعنی ۱۷ نفر را به خود اختصاص داده‌اند.

اما در سطح "جهان‌نگری بالا"، رقم چشمگیر ۸۳/۷ با فراوانی ۸۷ نفر دیده می‌شود که نشان از جهان‌نگری بالای کاربران تهرانی فیس‌بوک در حوزه حقوقی- سیاسی دارد.

حقوقی - سیاسی



نمودار ۴ فراوانی جهان‌نگری پاسخگویان در حوزه حقوقی - سیاسی

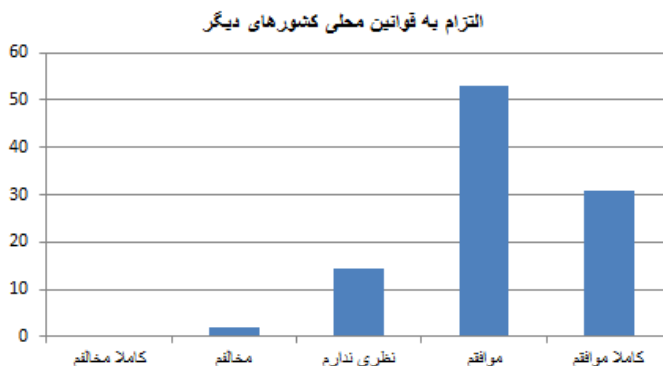
نتایج فوق نشان از جهان‌نگری بالای حقوقی - سیاسی اغلب کاربران پاسخ‌دهنده به پرسشنامه دارد که با نگاهی به سؤالات پرسشنامه مشخص می‌شود که کاربرانی که به این پرسشنامه پاسخ داده‌اند، در زمینه‌های مختلفی آماده قرار گرفتن در فضایی جهانی شده هستند و بسیاری از مرزهای ذهنی خود را در حوزه‌های مختلف حقوقی - سیاسی شکسته‌اند.

برای اینکه از جزئیات جهان‌نگری کاربران و طیف فکری آنها مطلع شویم به بررسی بعضی سؤالات پرسشنامه و پاسخ کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک می‌پردازیم.

التزام به قوانین محلی کشورهای دیگر. این سؤال مورد بررسی قرار می‌گیرد که: «آیا در صورتی که در کشور خارجی به سر برید، به قوانین محلی آن کشور - به فرض عدم اجبار در اجرای آن قوانین - پایبند هستید؟»

پاسخگویان به این سؤال جواب‌های جالب توجهی داده‌اند. اولین نکته اینکه هیچ‌کدام از پاسخ‌دهندگان به این سؤال، گزینه کاملاً مخالفم را انتخاب نکرده‌اند و تنها ۱/۹ درصد معادل ۲ نفر گزینه مخالفم را انتخاب کرده‌اند. اما در میان گزینه‌های موافق رقم بسیار متفاوتی را به دست می‌آوریم؛ بالاترین فراوانی داده‌ها در گزینه‌های موافقم و کاملاً موافقم با درصدی (به ترتیب) ۵۲/۹ و ۳۰/۸ مجتمع شده و گزینه نظری ندارم با ۱۴/۴ درصد رتبه بعدی را در فراوانی این سؤال دارا است.

التزام به قوانین محلی کشورهای دیگر



نمودار ۵ فراوانی پذیرش التزام به قوانین محلی کشورهای دیگر در میان پاسخگویان

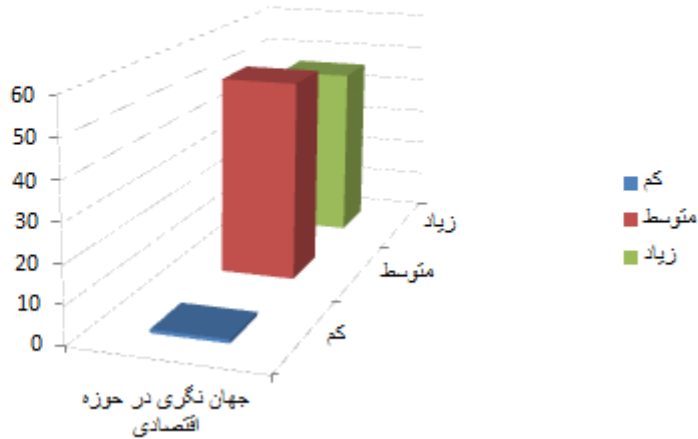
نتایج حاصل از این سؤال نشان از موافقت بالای جمع پاسخگو، با عمل به قوانین محلی کشور خارجی دارد، آن هم در زمانی که هیچ اجباری برای عمل به آنها اعمال نشده باشد. داده‌های به دست آمده حاکی از آن است که ذهن‌های جهان‌نگر کاربران تهرانی فیس‌بوک که پاسخ این پرسشنامه را داده‌اند، آماده حضور در "دهکده جهانی" (Global village) مورد نظر مک‌لوهان هستند و در این فرایند جهانی شدن، قانون را نه به خاطر اعمال زور و اجبار، بلکه به صرف اینکه قانون و نظم ملاک است، مورد توجه قرار می‌دهند.

جهان‌نگری کاربران در حوزه اقتصادی

داده‌های به دست آمده در بخش جهان‌نگری اقتصادی کاربران تهرانی فیس‌بوک، کمی با داده‌های به دست آمده در دو حوزه دیگر متفاوت است، و این مسئله حوزه اقتصادی را نیازمند بررسی بیشتری می‌کند.

داده‌های به دست آمده نشان می‌دهد، فراوانی داده‌ها و توزیع آنها، مانند حوزه حقوقی - سیاسی حاکی از "روند کلی یکسان"، یعنی بالا بودن سطح جهان‌نگری پاسخگویان دارد. در حوزه حقوقی - سیاسی فراوانی در بخش "جهان‌نگری کم" صفر بود و در این حوزه (حوزه اقتصادی) تنها ۱ نفر فراوانی معادل ۱ درصد مشاهده می‌شود. اما تغییر عمده‌ای که اتفاق افتاده، در رتبه متوسط است؛ به این صورت که در حوزه اقتصادی، بر خلاف حوزه حقوقی سیاسی و فرهنگی اجتماعی - که در بخش بعد توضیح داده خواهد شد - امتیاز جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک بیشتر در "طبقه متوسط" مجتمع شده است، نه در بخش "جهان‌نگری زیاد". در حقیقت ۵۵ نفر معادل ۵۲/۹ درصد (یعنی بالاتر از نصف شرکت‌کننده‌ها) در طبقه "متوسط جهان‌نگری" حضور دارند و ۴۸ نفر با درصد ۴۶/۲ در طبقه "جهان‌نگری بالا" قرار دارند.

اقتصادی



نمودار ۶ فراوانی جهان‌نگری پاسخگویان در حوزه اقتصادی

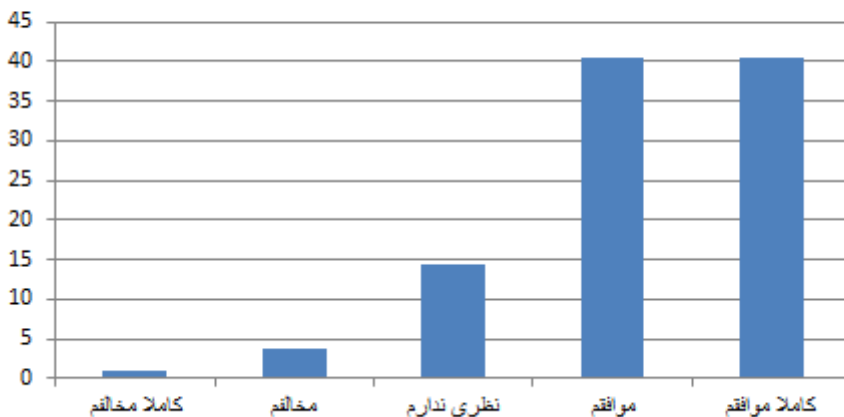
بررسی این نتایج نشان می‌دهد که هر چند کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک که به پرسشنامه پاسخ داده‌اند در حوزه حقوقی-سیاسی و فرهنگی-اجتماعی دارای امتیاز جهان‌نگری بالایی بوده‌اند، اما در حوزه اقتصادی کمی محتاطانه‌تر فکر می‌کنند. برای رسیدن به تحلیل درست از این نتایج لازم است که بعضی سؤالات این حوزه را به صورت اختصاصی بررسی کنیم.

عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO): یکی از سؤالاتی که نتایج آن به تحلیل ما کمک می‌کند، سؤال ۱۱ پرسشنامه است: «آیا شما موافق عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی WTO هستید؟»

داده‌های به دست آمده از کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک که پرسشنامه را پر کرده‌اند نشان می‌دهد که غلبه افراد پاسخ‌دهنده، آن‌هم در سطح بالایی، در طیف موافقم و کاملاً موافقم - هر دو با ۴۰/۴ درصد که در مجموع تقریباً ۸۱ درصد می‌شود- قرار دارد. ۱۴/۴ درصد گزینه نظری ندارم، ۳/۸ درصد مخالفم و ۱/۰ درصد گزینه کاملاً مخالفم را انتخاب کرده‌اند.

عضویت در سازمان تجارت جهانی

عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO)



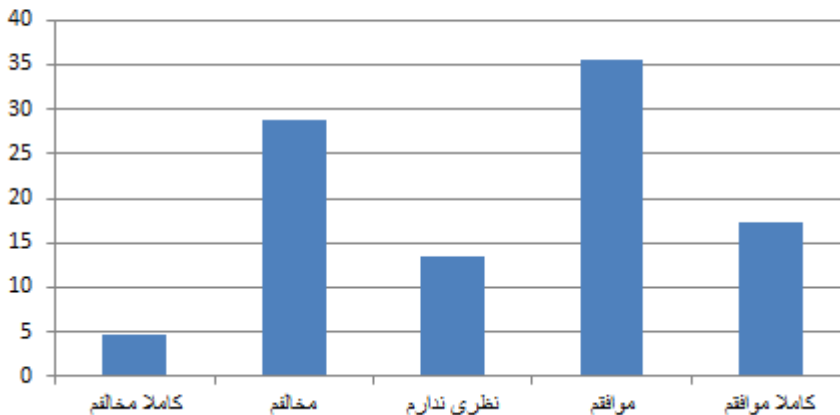
نمودار ۷ فراوانی پذیرش عضویت در سازمان تجارت جهانی در میان پاسخگویان

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که کاربران مورد پرسش قرار گرفته، درباره موضوعاتی که پیرامون مسائل اقتصادی کلان است، همچنین مسائلی که به پیشرفت کلی کشور می‌انجامد، در موافقت با آن هم نظر می‌شوند اما در موارد دیگری، مانند سؤالی که در بعد می‌آید، این اتفاق نظر خود را کم رنگ‌تر نشان می‌دهد.

اولویت کمک به فقیری اهل کشور گوآم: «اگر با دو فقیری که یکی اهل کشور خودتان و دیگری اهل کشور "گوآم" باشد مواجه شوید، و بدانید فرد گوآمی در مضیقه مالی بیشتری قرار دارد، به فرد اهل کشور گوآم اول کمک می‌کنید؟» قصد از مطرح کردن این سؤال، پاسخ به این مسئله بود که پاسخ‌دهندگان تهرانی عضو فیس‌بوک تا چه حد مرزهای سرزمینی خود را در باب مسائل اقتصادی و کمک کردن به فقیری که اهل کشور "گوآم" است، نسبت به کسی که در کشورشان زندگی می‌کند، در می‌نوردند. جوابی که کاربران دادند حاکی از عدم غلبه گرایش دیدگاه‌های مخالف و موافق بود. در واقع ۴/۸ درصد اعلام کردند که با این مسئله "کاملاً مخالفت" دارند، ۲۸/۸ درصد بر "مخالفت" با اولویت داشتن کمک به فرد گوآمی پای می‌فشارند، ۱۳/۵ درصد گزینه "نظری ندارم" را انتخاب کردند و در نهایت ۳۵/۶ و ۱۷/۳ درصد به ترتیب گزینه‌های "موافقم" و "کاملاً موافقم" را برگزیدند.

اولویت کمک به فقیری اهل کشور گوآم

اولویت کمک به فقیری اهل کشور گوآم



نمودار ۸ فراوانی پذیرش اولویت کمک به فقیری اهل کشور «گوآم» در میان پاسخگویان

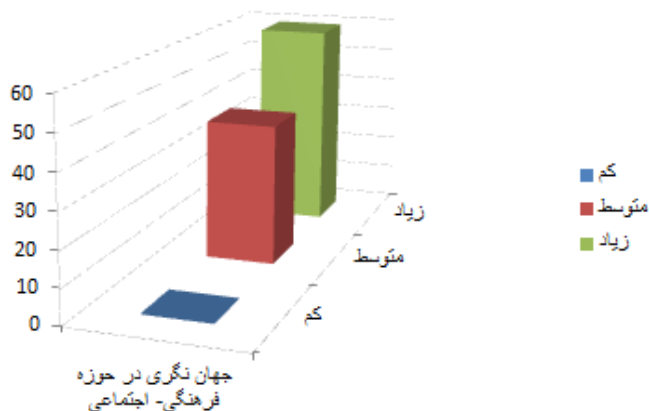
توزیع به نسبت متوازن فراوانی افراد پاسخ دهنده در میان گزینه‌های مختلف، به‌خصوص دو گزینه موافقم و مخالفم با درصدهای نزدیک (به ترتیب) $35/6$ و $28/8$ درصد، نشان از طیف‌های مختلف فکری در مورد موضوع این سؤال، میان کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک دارد. تحلیل‌های گوناگونی از داده‌های به‌دست آمده می‌توان داشت، از جمله اینکه بخشی از کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک که مخاطب این پرسشنامه بوده‌اند، بر طبق نظراتی که در بعضی رسانه‌ها، محافل و سطح جامعه مطرح می‌شود مبنی بر اینکه «وقتی مردم کشور خودمان مشکل دارند چرا به دیگر کشورها کمک کنیم» یا ضرب‌المثل‌هایی مانند «چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است»، کمک کردن به فقیری در کشور دیگر را - که طبق سؤال حتی در مضیقه مالی بیشتری قرار دارد - اولویت نمی‌دانند و مخالف کمک کردن به مردم دیگر کشورها - در زمانی که خودمان با مشکل روبه‌رو هستیم - هستند. در مقابل برخی از پاسخ‌دهنده‌ها هم موافق کمک کردن به فرد گوآمی بودند که این افراد از میزان جهان‌نگری بالاتری برخوردارند. البته لازم به ذکر است که بعید نیست بعضی به این خاطر که مردم گوآم بر طبق پیش‌فرض‌ها مسلمان نیستند و اولویت با مسلمان شیعه است، با این امر مخالفت کرده باشند که در این صورت تحلیل خود را دارد و مسئله جهان‌نگری در یک سطح دیگر مطرح می‌شود.

در مجموع ارزیابی که می‌توان از پاسخ‌های به‌دست آمده در حوزه اقتصادی داشت، این است که در عرصه کمک‌های اقتصادی هنوز جهان‌نگری در سطح بالایی قرار ندارد، یعنی در مسائلی که برای کشور خودی دارای هزینه است و ممکن است تصور شود که لقمه از دهان فردی ایرانی گرفته می‌شود و به دهان فردی اهل کشور دیگر گذاشته می‌شود، مخالفت با این امر با درصد متوسطی وجود دارد، اما در مسائلی که مربوط به پیشرفت و توسعه کشور است و به اقتصاد کلان مملکت "خودی" کمک می‌کند و در راستای بهبود آن است، جهان‌نگری همچنان در سطح بالایی قرار دارد. در یک کلام می‌توان گفت که در حوزه جهان‌نگری اقتصادی آنجا که به بهبود منافع می‌انجامد، موافقت بالایی وجود دارد و آنجا که لازم به دادن هزینه است، مخالفت متوسط - به نسبت سطوح جهان‌نگری در حوزه‌های دیگر - وجود دارد؛ به همین علت است که در نتایج کلی مسائل حوزه اقتصادی، جهان‌نگری بیشتر به سمت سطح متوسط میل پیدا می‌کند.

جهان‌نگری حوزه فرهنگی - اجتماعی

در حوزه فرهنگی - اجتماعی داده‌ها نشان از تجمع پاسخگویان در طبقه جهان‌نگری با سطح زیاد دارد، به‌طوری‌که این طبقه ۵۹/۶ درصد با فراوانی ۶۲ پاسخ‌دهنده را تشکیل می‌دهد. در همین حال طبقه متوسط جهان‌نگری در حوزه فرهنگی - اجتماعی بر خلاف حوزه حقوقی - سیاسی که در آن، طبقه متوسط با اختلاف زیادی از طبقه زیاد به‌عنوان سطح دوم پُر فراوانی مطرح شده بود (در حوزه حقوقی - سیاسی طبقه متوسط تقریباً ۱۶ درصد را به خود اختصاص داده بود و طبقه زیاد تقریباً ۸۳ درصد)، در حوزه فرهنگی - اجتماعی اختلاف طبقه زیاد با متوسط آنچنان چشمگیر نیست و سطح متوسط با ۴۲ نفر فراوانی معادل ۴۰/۴ درصد دومین طبقه از نظر تعداد فراوانی مجتمع شده، به حساب می‌آید. لازم به ذکر است که طبقه جهان‌نگری کم در این حوزه هیچ نماینده‌ای ندارد و فراوانی این سطح صفر است.

فرهنگی - اجتماعی



نمودار ۹ فراوانی جهان‌نگری پاسخگویان در حوزه فرهنگی - اجتماعی

با بررسی نتایج به نظر می‌رسد که جهان‌نگری فرهنگی - اجتماعی پاسخگویان تهرانی عضو فیس‌بوک، در فضایی مابین حوزه حقوقی - سیاسی (با گرایش جهان‌نگری بالا) و حوزه اقتصادی (با گرایش به جهان‌نگری متوسط) است و بسیاری از کاربران در این حوزه، دست به عصا تر مرزهای ذهنی خود را در می‌نوردند.

برای رسیدن به تحلیل روشن‌تر از داده‌های کلی حوزه فرهنگی - اجتماعی، بررسی پاسخ سؤال‌هایی از این حوزه ضروری به نظر می‌رسد.

”عقیده به سازگاری فرهنگ شرق و غرب“ و **”پذیرش فرهنگ دیگری“**: «به نظر شما آیا فرهنگ غربی و شرقی قابلیت سازگاری و نزدیک شدن به یکدیگر را دارا هستند؟» پاسخ‌دهندگان به این سؤال با درصد بالای موافقت، با آن همراه بوده‌اند. در مجموع تقریباً ۶۴ درصد از پاسخگویان گزینه موافقم و کاملاً موافقم را انتخاب کرده‌اند که این میزان همراهی با **”گزینه‌های موافق“** آن هم با توجه به سؤال مطرح شده، جالب توجه است. این توزیع فراوانی نشان می‌دهد ۶۴ درصد از پاسخگویان، عناصر فرهنگی غرب و شرق را با وجود تاریخ پرتنش که بین این دو طیف فرهنگی سابقه‌دار جهان وجود دارد، قابل نزدیک شدن و سازگاری با هم می‌دانند. این گونه پاسخ به این سؤال، نشان می‌دهد که کاربران تهرانی مورد سؤال واقع شده، با ارتباطات مختلفی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، بالخصوص فیس‌بوک، با افرادی از طیف‌های مختلف و با فرهنگ‌های گوناگون داشته‌اند، تا چه میزان این نزدیکی فرهنگی رقم خورده و حساسیت بین فرهنگی‌شان^۹ - بر طبق نظریه بنت - کاسته شده و توانسته‌اند دیدی سازگارپذیر میان فرهنگ خود و فرهنگی دیگری داشته باشند؛ زیرا یکی از مسائلی که باعث کاهش حساسیت بین فرهنگی می‌شود، ارتباط با افرادی از فرهنگی‌های مختلف است.

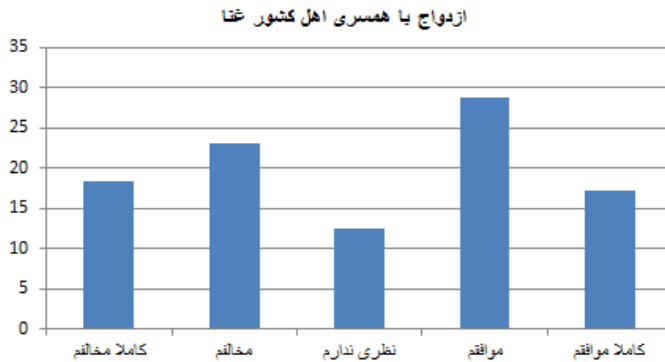
جدول ۱ توزیع فراوانی سؤالات درباره "سازگاری فرهنگ شرق و غرب" و "پذیرش فرهنگ دیگری"

سؤال	کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
به نظر شما آیا فرهنگ غربی و شرقی قابلیت سازگاری و نزدیک شدن به یکدیگر را دارا هستند؟	۸/۷	۵۶/۷	۱۵/۴	۱۶/۳	۲/۹
آیا این ویژگی را در خود می بینید که در صورتی که گمان برید، فرهنگ دیگری جز فرهنگ ملی و محلی شما شایسته است، فرهنگتان را به مشخصه های آن فرهنگ جدید در آورید؟	۱۶/۳	۴۹/۰	۱۹/۲	۱۰/۶	۴/۸

این مسئله وقتی جالب تر می شود که در سؤال دیگری پرسیده می شود: «آیا این ویژگی را در خود می بینید در صورتی که گمان برید، فرهنگ دیگری جز فرهنگ ملی و محلی شما شایسته است، فرهنگتان را به مشخصه های آن فرهنگ جدید در آورید؟» پاسخ های ارائه شده توسط کاربران تهرانی عضو فیس بوک، از میزان بالای موافقت با موضوع سؤال حکایت دارد. داده ها حاکی از موافقت (انتخاب گزینه های موافقم و کاملاً موافقم) تقریباً ۶۵ درصدی پاسخگویان و مخالفت تقریباً ۱۵ درصدی آنان دارد. این پاسخ ها نشان می دهد تا چه میزان این کاربران تعصبات فرهنگی خود را کنار گذاشته اند و توانسته اند به این نقطه دست یابند که بگویند «اگر گمان بریم، فرهنگ دیگری جز فرهنگ ملی و محلی ما شایسته است، فرهنگمان را به مشخصه های فرهنگ جدید در می آوریم.» موافقت با این سؤال حکایت از میزان بالای جهان نگرگی کاربران در حوزه فرهنگی - اجتماعی دارد از آن جهت که شخص همواره به فرهنگ ملی و محلی خود تعصب دارد و به نوعی طرفدار آن محسوب می شود. با این حال پاسخگویان تهرانی عضو فیس بوک نشان داده اند که تا چه میزان می توانند این محدودیت های فکری را درنوردند و به میزان بالای جهان نگرگی دست یابند.

ازدواج با همسری اهل کشور غنا. (Republic of Ghana) در سؤال دیگری بیان شده «شما دو فرد را برای ازدواج در نظر دارید. یکی ایرانی و دیگری اهل کشور "غنا". در صورتی که از لحاظ مناسب بودن برای شما، شخصی که ملیتی غیر ایرانی دارد، مناسب تر باشد، آیا حاضرید با او ازدواج کنید؟» در این سؤال که یکی از مناقشه برانگیزترین سؤالات مطرح شده بود، پاسخ های پاسخگویان با تعادل عجیبی در میان گزینه های کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم توزیع شد. جدول داده های به دست آمده نشان می دهد که ۱۹ نفر گزینه کاملاً مخالفم را انتخاب کرده اند و ۱۸ نفر گزینه کاملاً موافقم. از طرفی ۲۴ نفر گزینه مخالفم و ۳۰ نفر گزینه موافقم را برگزیدند.

ازدواج با همسری اهل کشور غنا



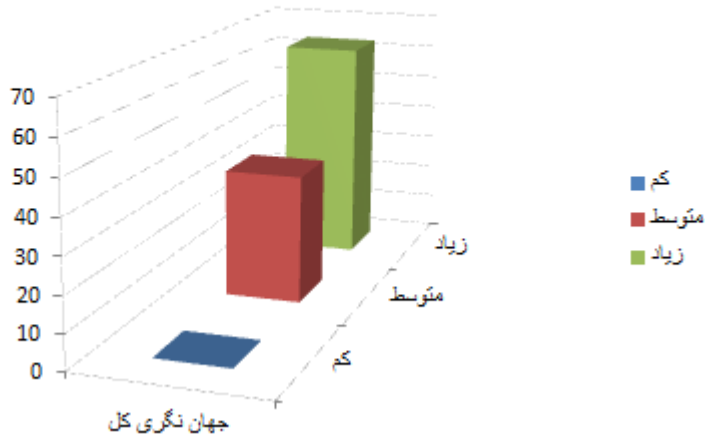
نمودار ۱۰ فراوانی پذیرش ازدواج با همسری اهل کشور غنا در میان پاسخگویان

این تعادل پاسخگویان در انتخاب گزینه‌ها، نشان از پربحث بودن پاسخ‌ها به این سؤال دارد و نشان می‌دهد که تعدادی از کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک با وجود دارا بودن امتیاز بالا در جهان‌گیری حوزه فرهنگی-اجتماعی، حاضر نیستند سر مسئله‌ای مانند ازدواج، دید خود نسبت به سیاه‌پوستان^۱ و مردمی که در کشور آفریقا زندگی می‌کنند را کنار بگذارند. این درحالی است که ایرانیان در افواه عمومی-برخلاف بعضی کشورهای غربی-افرادی نژادپرست شناخته نمی‌شوند؛ ضمن آنکه حتی در سؤال مطرح شده بود «در صورتی که از لحاظ مناسب بودن برای شما، شخصی که ملیتی غیر ایرانی دارد - فرد اهل کشور غنا-، مناسب‌تر باشد.» با وجود مطرح شدن این شرط، باز هم تقریباً نصف پاسخگویان حاضر به قبول ازدواج با یک فرد سیاه‌پوست آفریقایی نشدند. این توزیع فراوانی نشان از آن دارد که حتی کسانی که جهان‌گیری بالایی دارند، در مورد مسائلی حساس مانند موضوع ازدواج، ذهن جهان‌نگر خود را به کناری می‌کشند و حاضر به قبول چنین ازدواجی نیستند.

”جهان‌گیری کل“ در میان کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک

همان‌طور که از نتایج حوزه‌های مختلف حقوقی-سیاسی، اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی به‌دست آمد و پیش‌بینی می‌شد، در جهان‌گیری کل نیز، امتیاز پاسخگویان تهرانی عضو فیس‌بوک بالا نشان داده می‌شود و بیشترین تجمع امتیازهای افراد، در طبقه ”زیاد“ با فراوانی ۶۶ نفر معادل با ۶۳/۵ درصد است. در ”طبقه متوسط“ نیز ۳۸ فراوانی معادل با ۳۶/۵ درصد دیده می‌شود. جالب توجه است که امتیازهای هیچ‌کدام از کاربران در ”طبقه کم“ جای نمی‌گیرد؛ این مسئله نشان از امتیاز بسیار بالای کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک است که به پرسشنامه پاسخ داده‌اند.

جهان نگری کل



نمودار ۱۱ فراوانی "جهان نگری کل" در میان پاسخگویان تهرانی عضو فیس بوک

جدول ۲ توزیع فراوانی "جهان نگری کل" در میان پاسخگویان تهرانی عضو فیس بوک

جهان نگری کل	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
متوسط	۳۸	۳۶/۵	۳۶/۵
زیاد	۶۶	۶۳/۵	۱۰۰
جمع کل	۱۰۴	۱۰۰	-

در داده‌های به دست آمده از امتیازها "جهان نگری کل" کاربران، نکته‌ای که دیده می‌شود این است که کمترین امتیاز به دست آمده از کاربران ۷۱ است. این در حالی است که با توجه به ۲۴ سؤال مطرح شده در پرسشنامه، حداقل امتیازی که پاسخگویان می‌توانستند به دست آورند، ۲۴ و بیشترین امتیازی که می‌شد به آن دست پیدا کرد ۱۲۰ بود. لازم به ذکر است که بالاترین امتیاز به دست آمده توسط پاسخگویان ۱۱۶ است، یعنی تنها ۴ امتیاز از "سقف کامل جهان نگری" کمتر، که این امر میزان بالای "جهان نگری کل" کاربران فیس بوک تهرانی که در این پژوهش شرکت کرده‌اند را، نشان می‌دهد.

رابطه جنسیت و "جهان نگری کل"

جدول ۳ آزمون رابطه جنسیت و "جهان نگری کل" در میان پاسخگویان تهرانی عضو فیس بوک

آزمون	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Chi-Square	(b)۳/۳۲۱	۱	۰/۰۶۸	۰/۱۰۲	۰/۰۵۳

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که بر طبق آزمون "مجذور کای" گرفته شده، میان جنسیت و امتیاز "جهان‌نگری کل" پاسخگویان تهرانی عضو فیس‌بوک، رابطه معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر متغیر مستقل جنسیت، تأثیری بر متغیر وابسته یعنی "جهان‌نگری کل" ندارد.

رابطهٔ تحصیلات و "جهان‌نگری کل"

جدول ۴ آزمون رابطه تحصیلات و "جهان‌نگری کل" در میان پاسخگویان تهرانی عضو فیس‌بوک

آزمون	Value	Asymp. Std. Error(a)	Approx. T(b)	سطح معنی داری Sig
Gamma	۰/۱۱۱ ۱۰۴	۰/۱۷۱	۰/۶۴۲	۰/۵۲۱

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که بر طبق آزمون "گاما" محاسبه شده، بین تحصیلات پاسخگویان تهرانی عضو فیس‌بوک و امتیاز "جهان‌نگری کل" آنها رابطه معناداری نبوده است. به این معنا که متغیر مستقل تحصیلات، تأثیری بر متغیر وابسته "جهان‌نگری کل" ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه فزایندهٔ جهانی شدن و پدید آمدن فضای دو جهانی شده، باعث می‌شود که بررسی این پدیده‌ها و فرایندهای مرتبط با آنها، اهمیت انکارناپذیری پیدا کند. مفهوم جهان‌نگری نیز به عنوان یکی از مفاهیم مرتبط با جهانی شدن نیازمند بررسی دقیق و همه‌جانبه است. اهمیت پژوهش دربارهٔ جهان‌نگری از آن جهت است که می‌تواند روند آینده جهانی شدن را پیش‌بینی و مشخص کند که نیروهای انسانی تا چه حد آمادگی برای ورود یا ادامه دادن فرایند جهانی شدن را دارند و تا چه حد از ذهن‌های جهان‌نگر برخوردار هستند. کاربرد دیگری که تحقیق دربارهٔ جهان‌نگری دارد این است که، به ما می‌شناساند که توسعهٔ فرایند جهانی شدن تا چه حد بر فکر و ذهن افراد درگیر در این فرایند تأثیر گذاشته است.

بر اساس کاربردهایی که بررسی مفهوم جهان‌نگری دارد و کمکی که به شناخت فرایند جهانی شدن می‌کند، پژوهش بررسی سطح جهان‌نگری کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک انجام گرفت. مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بر حسب داده‌های به‌دست آمده در این پژوهش، بیشترین پاسخگویان این پرسشنامه آقایان هستند، همچنین سن کاربران در بازهٔ سنی ۲۱ الی ۲۵ سال بیشترین فراوانی را داشته است و در مجموع اغلب کاربران جوان، مخاطب پرسشنامه این پژوهش بوده‌اند. در بخش تحصیلات هم، کاربران لیسانس و فوق لیسانس بیشترین شرکت‌کننده در پژوهش حاضر را تشکیل می‌دادند.

نتایجی که در حوزهٔ حقوقی- سیاسی، اقتصادی و فرهنگی- اجتماعی از جهان‌نگری کاربران به‌دست آمد، نشان از جهان‌نگری بالای کاربران در تمامی این حوزه‌ها دارد، البته این

هماهنگی در جهان‌نگری بالا نافی تفاوت‌های جزئی آنها نمی‌شود؛ همان‌طور که در حوزه جهان‌نگری اقتصادی امتیازهای کاربران بیشتر در طبقه "متوسط" جای گرفت، این در حالی بود که در دو حوزه دیگر امتیاز جهان‌نگری کاربران، بیشتر در طبقه «زیاد» مجتمع یافته بودند.

تحلیل و بررسی ارائه‌شده نشان داد که کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک در حوزه اقتصادی محتاطانه‌تر عمل می‌کنند. نتایج به‌دست آمده از این حوزه، حاکی از آن است که کاربران این شبکه اجتماعی، درباره مسائلی که به پیشرفت و توسعه کشور می‌انجامد و به اقتصاد کلان ممکن است "خودی" کمک می‌کند و در راستای بهبود آن است، با درصد بالایی، رأی موافق می‌دهند، اما در مسائلی که برای خود یا کشور خودی دارای هزینه است، مانند سؤالی که درباره اولویت کمک به فقیری اهل کشور "گوآم" آمد و بر حسب آن ممکن بود تصور شود که لقمه از دهان فردی ایرانی گرفته می‌شود و به دهان فردی اهل کشور دیگر گذاشته می‌شود، مخالفت با این امر در سطحی متوسط وجود دارد.

در یک کلام می‌توان گفت که در حوزه جهان‌نگری اقتصادی آنجا که به بهبود منافع می‌انجامد، موافقت بالایی وجود دارد و آنجا که لازم به دادن هزینه است، مخالفت متوسط وجود دارد؛ به همین خاطر است که در نتایج کلی مسائل حوزه اقتصادی، جهان‌نگری بیشتر به سمت سطح متوسط میل پیدا می‌کند.

تحلیل نتایج در حوزه فرهنگی - اجتماعی نیز نشان می‌دهد که کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک، بیشتر در مسائلی از حوزه فرهنگی - اجتماعی که مربوط به یک ذهنیت یا رفتار جمعی می‌شود - نه ذهنیت یا رفتار شخصی - دارای جهان‌نگری بالایی هستند، اما در صورتی که موضوع دارای حساسیت بالای شخصی باشد، مانند سؤالی که درباره ازدواج مطرح شد، سطح جهان‌نگری تا حدی افت می‌کند.

در حوزه حقوقی - سیاسی نیز، نتیجه جالب توجهی که به‌دست آمد، این است که کاربران چگونه به موضوعی که مورد مناقشه نباشد پاسخی هم‌نظر با ذهن‌های جهانی شده می‌دهند و چگونه سؤالات مناقشه‌برانگیز، آنها را به سمت انتخاب گزینه‌های پایین‌تر در جهان‌نگری راهنمایی می‌کند.

با یک تحلیل کلی از پاسخ‌های ارائه‌شده به سؤالات در هر سه حوزه، می‌توان این نکته را برداشت کرد که کاربران تهرانی عضو فیس‌بوک، سطح جهان‌نگری بسیار بالایی دارند، اما بعضی شرایط مانند: مناقشه‌برانگیز بودن موضوع - بالأخص در مسائل حوزه حقوقی سیاسی - هزینه‌بر بودن - بالأخص در مسائل حوزه اقتصادی - و موضوع حساسی که بیشتر شخصی است تا جمعی - بالأخص در مسائل حوزه فرهنگی اجتماعی -، ممکن است مانع از دستیابی کاربران به امتیاز جهان‌نگری بالا، در بعضی سؤالات شود.

داده‌های به‌دست آمده از امتیازها "جهان‌نگری کل" کاربران هم نشان می‌دهد که کمترین امتیاز به‌دست آمده از جهان‌نگری آنها ۷۱ است. این در حالی است که با توجه به ۲۴ سؤال مطرح شده در پرسشنامه، حداقل امتیازی که پاسخگویان می‌توانستند به‌دست آورند، ۲۴ و بیشترین امتیازی که می‌شد به آن دست پیدا کرد ۱۲۰ بود. لازم به ذکر است که بالاترین امتیاز به‌دست آمده توسط پاسخگویان ۱۱۶ است، یعنی تنها ۴ امتیاز از "سقف کامل جهان‌نگری" کمتر، که این امر میزان بالایی "جهان‌نگری کل" کاربران فیس‌بوک تهرانی را نشان می‌دهد.

نتایج در بخش آزمون‌های رابطه‌ای حاکی از آن است که میان تحصیلات و "جهان‌نگری کل"، و جنسیت و "جهان‌نگری کل" رابطه معناداری وجود ندارد. به‌دست آمدن این نتایج نشان می‌دهد که جنسیت و تحصیلات اثری بر جهان‌نگری کاربران تهرانی فیس‌بوک ندارد. دلیل این مسئله می‌تواند این باشد که کاربران تهرانی عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک، بعد از وارد شدن به این شبکه و ارتباطات گسترده‌ای که با افراد مختلف از گروه‌ها، قومیت‌ها، کشورها، نژادها و ... به‌دست می‌آورند، سطح جهان‌نگری‌شان بالا رفته و توانسته‌اند ورای تأثیراتی که از سطح تحصیلات و یا فضای فکری مربوط به جنسیت خود می‌گیرند، مرزهای محدود ذهنی خود را بشکنند و آن را جهانی کنند.

تحلیل دیگری که می‌توان از این نتایج به‌دست آورد این است که، کسانی که در چنین شبکه اجتماعی و با چنین ویژگی‌ها جهانی عضو می‌شوند، خود فی‌نفسه و بدون ملاحظات جنسیت و تحصیلات و بدون تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک، دارای سطح جهان‌نگری بالایی هستند. در واقع چنین سطح فکری آنها و فی‌نفسه جهان‌نگر بودن، باعث شده حضور در این شبکه اجتماعی را انتخاب کنند و به عضویت آن درآیند. در این تحلیل جهانی شدن و جهان‌نگری افراد، به قبل از آشنایی با این شبکه بر می‌گردد و فیس‌بوک به‌عنوان عامل مؤثر بر جهان‌نگری آنها مطرح نیست، چون آنها خود ذاتاً جهان‌نگر هستند.

یافته جانبی و پیشنهادهای تحقیق. همان‌طور که ذکر شد، بررسی نتایج ضمناً نویسندگان این مقاله را به این نتیجه رساند که به‌نظر می‌رسد در سؤالاتی که شخصی‌تر (برای نمونه شراکت با فردی اهل عربستان)، یا مناقشه‌برانگیزتر (مثلاً پذیرش فرهنگ دیگر) و یا هزینه‌بر (کمک اقتصادی به کشور چاد) باشند، امتیاز جهان‌نگری به‌طور نسبی پایین‌تر است. هرچند نتیجه فوق قطعی نیست و این موضوع نیازمند تحقیقات مفصل‌تری است که رابطه هر یک از این موارد را با سطح جهان‌نگری بسنجد و برداشت فوق را اثبات یا رد کند. از این نظر می‌تواند به‌عنوان یک پیشنهاد پژوهشی برای سایر محققان در نظر گرفته شود تا با بررسی سطح جهان‌نگری به وسیله هر دسته از سؤالات مذکور (شخصی، مناقشه‌برانگیز و هزینه‌بر)، وجود یا عدم وجود رابطه میان جهان‌نگری و نوع سؤال مشخص شود که این عمل خود به غنا و اعتبار تحقیقات آتی در حوزه جهان‌نگری کمک خواهد کرد.

از مهم‌ترین محدودیت‌های تحقیق می‌توان از عدم اطلاع دقیق از تعداد جامعه آماری و طبیعتاً عدم امکان تهیه چارچوب نمونه‌گیری عنوان کرد که این موضوع مانع از نمونه‌گیری تصادفی و امکان تعمیم نتایج به کل جامعه شد. کمبود جدی منابع نظری و خصوصاً عملی در حوزه جهان‌نگری در شبکه‌های اجتماعی که بتواند راهنمای محققان در بسط مباحث تئوریک و به‌دنبال آن روش‌شناسی و طراحی دقیق سؤالات باشد نیز محدودیت دیگر پژوهش حاضر بود.

این مقاله در اولین همایش علمی دانشجویی "ارتباطات و زندگی" در دانشگاه علامه طباطبائی با عنوان مقاله برتر انتخاب شده است.

پی‌نوشت‌ها

۱. ابرتسون جهانی‌شدن را به‌صورت دیگری معنا می‌کند و از جهان-محلی‌شدن (بومی‌شدن) سخن می‌گوید. (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۲۱۷) تأکید وی بر این مفهوم از آن جهت است که مفهوم جهان-محلی‌شدن اساساً برخاسته از ضعف‌هایی است که به اعتقاد او در اکثر موارد کاربرد اصطلاح جهانی‌شدن به‌چشم می‌خورند. به عقیده رابرتسون ایده جهانی‌شدن در قالب تنش اجتناب‌ناپذیر با ایده محلی‌شدن است. او مسئله را چنین مطرح می‌کند که جهانی‌شدن - در وسیع‌ترین معنای کلمه، یعنی فشرده و جمع‌شدن جهان-همواره متضمن خلق و جذب امر محلی بوده و هست، فرایندهایی که به‌نوبه خود تا حد زیادی به فشرده و جمع‌شدن جهان به‌منزله یک کل شکل می‌بخشند. اگر چه ما احتمالاً، به دلایل گوناگون، به کاربرد مفهوم جهانی‌شدن ادامه خواهیم داد، لیکن شاید بهتر آن باشد که برای برخی مقاصد معین، مفهوم جهان-محلی‌شدن را جایگزین آن سازیم. این مفهوم دوم واجد این امتیاز قطعی است که توجه به مکان را به اندازه تمرکز بر مسائل زمانی، مهم می‌شمارد. (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۳۳-۲۳۲)

۲. این شبکه در حال حاضر رتبه اول را در میان شبکه‌های اجتماعی، در سایت معتبر Alexa (2016/6/5) دارا است. 3. Quoted from "www.statista.com" to 1st quarter 2016
۴. این آمار کاربران فعال ماهانه فیس‌بوک در جهان را از ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ نشان می‌دهد. تا پایان سه‌ماهه نخست ۲۰۱۶، فیس‌بوک ۱/۶۵ میلیارد کاربر فعال در ماه داشته است. در سه‌ماهه سوم ۲۰۱۲، تعداد کاربران فعال فیس‌بوک از یک میلیارد گذشته است و از آن تاریخ بیش از ۱/۵۱ میلیارد کاربر فعال ماهانه موبایلی داشته است. کسانی که در مقطع زمانی ۳۰ روزه وارد حساب فیس‌بوک خود شده باشند، کاربر فعال در ماه محسوب می‌شوند. فیس‌بوک همچنین محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در سراسر دنیا است. (Statista, 2016)

۵. سایر نتایج نزد نگارندگان مقاله محفوظ و قابل دسترسی است.
۶. طبق مصوبه شورای عالی جوانان در سال ۱۳۸۱، سن جوانی در ایران بین ۱۵ تا ۲۹ سال تعریف شده است.
۷. سازمان تجارت جهانی (WTO) یک سازمان بین‌المللی است که قوانین جهانی تجارت را تنظیم و اختلافات بین اعضا را حل و فصل می‌کند. اعضای سازمان تجارت جهانی کشورهای هستند که موافقت‌نامه‌های این سازمان را امضا کرده‌اند. مقر سازمان تجارت جهانی در ژنو، سوئیس قرار دارد. تا مارس ۲۰۱۳، ۱۵۹ کشور عضو این سازمان شده‌اند. (به نقل از ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد-فارسی).

۸. گوآم جزیره‌ای است در اقیانوس آرام غربی که توسط دولت ایالات متحده آمریکا اداره می‌شود ولی جزء خاک آمریکا به‌شمار نمی‌آید. (به نقل از ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد-فارسی).

۹. نظریه حساسیت بین‌فرهنگی که به‌منظور تبیین جهت‌گیری‌های افراد نسبت به یکدیگر به‌کار می‌رود، توسط میلتون بنت ارائه شده است. براساس این نظریه توسعه ارتباطات افراد منجر به کاهش حساسیت‌های بین‌فرهنگی می‌شود. حساسیت بین‌فرهنگی متغیر مهمی در موقعیت‌های مختلفی است که برای تعامل با افراد

سایر گروه‌های به کار می‌رود. این تعامل می‌تواند به صورت اقدام در یک مأموریت بین‌المللی یا به شکل توریسم باشد. (عاملی و مولایی، ۱۳۸۸: ۸)

۱۰. انگاره‌ای که ایرانیان از مردم کشور غنا دارند مردمی دارای رنگ پوست سیاه است، به همین خاطر در سؤال مطرح شده، سیاه‌پوست بودن همسر غنایی مطرح نشد.

منابع

بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (۱۳۸۳)، "کارکرد رسانه‌های اجتماعی در ایران"، فصلنامه رسانه، ۸۳.

خوشنویس، هادی (۱۳۸۴)، "جهان‌نگری ایرانی در فضای دو جهانی شده"، پایان‌نامه برای اخذ مدرک کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

دلاور، علی (۱۳۸۸)، *احتمالات و آمار کاربردی در روانشناسی و علوم تربیتی* (ویرایش سوم)، تهران: رشد.

دی، ویمر، راجر، آر. جوزف دومینیک (۱۳۸۹)، *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، ترجمه کاووس سیدامامی، تهران: سروش.

رابرتسون، رولند (۱۳۸۳)، "جهان - محلی شدن: زمان - مکان و همگونی - ناهمگونی"، ترجمه مراد فرهادپور، فصلنامه ارغنون، ۲۴.

رابرتسون، رولند (۱۳۸۳)، "گفتمان‌های جهانی شدن: ملاحظات مقدماتی"، ترجمه مسعود مظاهری، فصلنامه ارغنون، ۲۴.

رایف، دانیل، استفن لیسو و فریدریک جی. فیکو (۱۳۸۸)، *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق*، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲)، "دو جهانی شدن‌ها و آینده جهان"، ماهنامه کتاب ماه علوم اجتماعی.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲)، "دو جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب"، فصلنامه نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۱.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳)، "جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها، فصلنامه ارغنون، شماره ۲۴.

عاملی، سعیدرضا و حمیده مولایی (۱۳۸۸)، "دو جهانی شدن‌ها و حساسیت‌های بین فرهنگی: مطالعه موردی روابط بین فرهنگی اهل تسنن و تشیع در استان گلستان"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۶.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ* (ظهور جامعه شبکه‌ای - جلد اول)، ترجمه احمد علیقلیان، افشین خاکباز و علی پایا، تهران: طرح نو. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۱۹۹۹).

گدازگر حسین و علی مراد موسی‌پور (۱۳۸۳)، "بررسی تأثیرات استفاده از اینترنت بر نسبی‌نگری هنجاری و جهانی‌نگری دانشجویان دانشگاه تبریز"، مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۳.

هابرماس، یورگن (۱۳۸۰)، *جهانی شدن و آینده دموکراسی*، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.

هلد، دیوید و آنتونی مگ‌کر (۱۳۸۲)، *جهانی شدن و مخالفان آن*، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: ققنوس. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۲۰۰۲).

ویکی پدیا. (۲۰۱۳)، "سازمان تجارت جهانی"، بازیابی از ویکی پدیا:

www.fa.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%A7%D8%B2%D9%85%D8%A7%D9%86_%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA_%D8%AC%D9%87%D8%A7%D9%86%DB%8C

ویکی پدیا (۲۰۱۳). شبکه اجتماعی، بازیابی از ویکی پدیا: www.fa.wikipedia.org/wiki/%D8%B4%D8%A8%DA%A9%D9%87_%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%DB%8C

ویکی پدیا (۲۰۱۳). گوآم، بازیابی از ویکی پدیا:

www.fa.wikipedia.org/wiki/%DA%AF%D9%88%D8%A2%D9%85

Albrow, Martin. (1996). *The Global Age: State and Society Beyond Modernity*. Cambridge: polity press.

Held, David. (2000). After word, In Held, David. *A globalizing world? Culture, economics, politics*. London & New york: Routledge

Alexa. (2016), "The top 500 sites on the web". Retrieved from Alexa (5 June 2016): www.alexacom/topsites

Statista. (2016), "Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2016". Retrieved from Statista (5 June 2016):

www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide