



Faculty of Social Sciences
Institute of Social Studies and Research

Quarterly of Social Studies Research in Iran
Vol. 10, No. 4:975-998, Winter 2022
Doi: 10.22059/JISR.2021.293352.972

**Study of Iranian youth's identity in network society
(Case study of Tehran University students)***

Sayed Zia Hashemi¹
Marjan Nassibi²

Accepted: November 1, 2021 December 2, 2020

Abstract

Introduction: Today young Iranians in a world, different from what was experienced by the previous generation, recognize themselves and build their identity. On the one hand, family ties and traditional methods of identification, which were mainly passive and based on attributive factors such as ethnicity and religion, are weakening, and on the other hand, other factors affecting youth identity due to the needs of network society and the spread of technology. Although we all experience this process more or less, young people are more exposed to such changes in their identity than any other social groups. The present study aims to examine the sources that shape today's young identity and their understanding and interpretation of their identity.

Method: The present study is a qualitative research. In this study, 19 interviews were conducted among 18 to 28-year-old students of the University of Tehran. The data of survey have been collected based on profound interview technique, analyzed through a Thematic Analysis.

Findings: Young people represent a social group that is perhaps the most involved in the consumption of new communication and new media, one of the most important reasons for which it is the nature of diversity and their up-to-date spirit. Another

* Scientific-research article, extracted from PhD thesis "Investigating the Identity of Iranian youth in Network Society", Alborz Campus, University of Tehran

1 Associate Professor of Sociology, faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran, Zhashemi@ut.ac.ir

2 PhD student in Sociology, Alborz Campus, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author), nassibi_m@ut.ac.ir

reason for this is the familiarity of young people with the information related to the use of these media. That's why today's young identity is so much more complex and obscure than it was in previous generations, because as the information age changes and there is a need to be present in a networked society, young people have changed and they have more power and freedom of choice in identity and representation. Thus, the generation that is formed in this space and has lived experience and reaches the consciousness and mentality of the generation, has different values and identities and different versions of action, and draws and interprets the world and the "self" in a different way. The thematic network based on 3 main themes; Fluidity, Rethinking and Egocentricity Individualism has been stated in youth's comprehension of Identity. Based on the findings of the research, the youth has reconsidered the role of religion and ethnicity and redefined the way they look at these two sources, but their impact on the meaning and identity of today's young is reduced, but the sense of belonging to Iran and Iranian civilization is stronger in the youth identification process is involved.

Conclusion: in conclusion, youth have not yet reached the collective and active subjects in order to redefine their position in the society, and their resistance and opposition to the values of the dominant institutions of society has not become collective, targeted and planned demands. Conceptions such as frustration, sense of social and political powerlessness, weakness of pragmatism, weakness of social responsibility, weakness in long-term planning abilities and lack of collective demands is true in most of the young people studied, and the extension of this feature is also evident in cyberspace.

Keywords: Identity, resources of identity, Network Society, Network of themes, Thematic Analysis.

Bibliography

- Azkia, M and Jmani Jajrami H. (2011), **Applied Research Methods: Application of Grounded Theory**, Tehran: Nashre Keyhan. (*In Persian*).
- Castels, M. (2001), **Information Age (Volume 2: The Power of Identity)**, Translated by Hassan Chavoshian, Tehran: Tarhe noo. (*In Persian*).
- Davis, Katie (2013), "Young People's digital lives: the impact of inter personal relationships and digital media use on adolescent's sense of identity", **computers in Human Behavior**, No. 29: 2281- 2293.
- Geravand, J. (2019), **explaining the constructing of Iranian society's social identity in cyberspace**. PhD Thesis in sociology, Institute of Humanities and Social Studies, Jihad Daneshgahi (*In Persian*).
- Ghasemi, V. et al. (2012), "A Case Study of Facebook and Youth in Isfahan", **Journal of Religion and Communication**, No. 42: 5-36 (*In Persian*).
- Ghazi Moradi, H. (2001), **About Iranian Self-Control**, Tehran: Akhtaran Publication. (*In Persian*).
- Hajiani, E. (2008), **Iranian Identity Society**, Tehran: Institute for Strategic Research of the Expediency Council. (*In Persian*).
- Hashemi, Z and Javadi yeganeh, M. (2007), **Football and National Identity**, Quarterly Journal of National Studies, No. 2: 107-124. (*In Persian*).

- Kafashi, M and falahi, A. (2015), **The Effect of Using Virtual Social Networks on Youth's Social Identity in Tehran**, Quarterly Journals of Religion and Communication, No. 46: 135-164. *(In Persian)*.
- Khaniki, H. (2013), **Globalization and Communication: Theoretical Fields and Perspectives**, Quarterly Journal of Strategic Studies of Public Policy, No. 13: 6-25. *(In Persian)*.
- Koochi, K and Hsani, M. (2012), **The Relationship between The Use of New Media and Identity Dimensions of Adolescents and Young Adults 14-29 Years old in Tabriz**, Quarterly Journal of Communication Research, 19th years. No.1: 109-130. *(In Persian)*.
- Matsuba, M. K. (2006), "Searhing for self and relationships online", **Cyberpsychology & Behaviour**, No. 9: 275- 284.
- Shafiee nia, A. (2015), **Consequences of Virtual Social Networks (A Case Study of Kurdish National Identity and Ethnic Identity)**, Journal of Political Research, No. 13: 63-86. *(In Persian)*.



مطالعه هویت جوان ایرانی در جامعه شبکه‌ای

(مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران)*

سیدضیا هاشمی^۱

مرجان نصیبی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۱۰

تاریخ دریافت: ۹۹/۹/۱۲

Doi: 10.22059/JISR.2021.293352.972

چکیده

در دوران کنونی از یک سو شیوه‌های هویت‌یابی سنتی که بیشتر حالتی منفعلانه و مبتنی بر عوامل انتسابی مثل خانواده، قومیت و دین هستند؛ در حال تضعیف شدن هستند و از سوی دیگر، سایر موارد تأثیرگذار بر هویت به دلیل مواجهه جوانان با تحولات و اقتضانات جامعه شبکه‌ای و گستردگی تأثیرات تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و به تبع آن، رویارویی آنان با تکثر فرهنگی؛ در حال قوت گرفتن هستند و نقش محوری در برساخت هویت جوانان امروز ایفا می‌کنند. تحقیق حاضر با تکیه بر فضای مفهومی رویکرد کاستلز پیرامون جامعه شبکه‌ای، به مطالعه مختصات هویتی جوان ایرانی با جامعه هدف دانشجویان ۱۸ تا ۲۸ ساله دانشگاه تهران انجام شده است. داده‌های تحقیق با تکنیک مصاحبه عمیق جمع‌آوری و به وسیله روش تحلیل تماتیک در طول فرایند مصاحبه تحلیل شدند که در نهایت شبکه مضامین هویت جوان ایرانی مبتنی بر سه مقوله اصلی سیالیت، بازاندیشی و فردگرایی خودمدار، حاصل آمد. با توجه به یافته‌های تحقیق، جوانان نقش منابع هویت‌ساز دین و قومیت را مورد بازاندیشی قرار داده‌اند. در این بازتعریف و تغییر نوع نگاه، ما شاهد کاهش تأثیر دین و قومیت بر معنایابی و هویت‌سازی جوان امروزی هستیم. در مقابل احساس تعلق به ایران و تمدن ایرانی کماکان با قوت بیشتری در فرایند هویت‌یابی جوانان نقش دارد.

واژه‌های کلیدی: هویت، جوانان، دین، قومیت، تمدن ایرانی، جامعه شبکه‌ای.

*مقاله علمی - پژوهشی، مستخرج از رساله دکتری جامعه‌شناسی با عنوان «بررسی هویت جوان ایرانی در جامعه شبکه‌ای»، دانشگاه تهران، پردیس البرز.

۱دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران، Zhashemi@ut.ac.ir

۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی پردیس البرز دانشگاه تهران، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، Nassibi_m@ut.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

هویت یکی از موضوعات محوری است که در علوم انسانی به طور عام و در مطالعات جامعه-شناختی جوانان به طور خاص مورد توجه بوده است. امروزه جوان ایرانی در دنیایی متفاوت از آنچه که توسط نسل‌های قبل تجربه شده بود زندگی می‌کند، خود را می‌شناسد و هویت خویش را بر ساخت می‌کند. دیگر صرفاً با یک یا چند ملاک مشخص مثل تولد در یک خانواده یا طبقه تعریف نمی‌شوند و این امر به تکرر شیوه‌هایی که افراد خودشان را تعریف می‌کنند؛ انجامیده است. اگرچه همه ما کمابیش این روند را تجربه می‌کنیم ولی جوانان بیش از هر گروه اجتماعی دیگری در معرض چنین تغییراتی در بر ساخت هویت خویش هستند. جوانان گروهی اجتماعی هستند که بیشترین مشارکت را در مصرف رسانه‌های نوین ارتباطی و مجازی دارند و یکی از مهمترین دلایل این استقبال، ذات تنوع‌طلب و روحیه به‌روز بودن آنان است. دلیل دیگر این امر هم آشنایی و برخورداری جوانان از معلومات مرتبط با کاربرد رسانه‌های نوین است. به همین دلیل هویت جوان امروزی بسیار پیچیده‌تر و مبهم‌تر از آن چیز است که در نسل‌های قبلی وجود داشت چرا که به موازات تغییرات عصر اطلاعات و اقتضانات حضور در جامعه شبکه‌ای، نگرش‌ها و دیدگاه‌های جوان نیز تغییر کرده و قدرت و آزادی انتخابگری بیشتری در بر ساخت هویت و بازنمایی آن را به دست آورده است. از این رو نسلی که در این فضا زیست می‌کند، ارزش‌ها و هویت متفاوت و نسخه‌های کنشی گوناگون دارد و به دنیا و «خود» طور دیگری نگاه کرده؛ آن‌ها را متفاوت‌تر و گاه متعارض از نگاه نسل قبلی، ترسیم و تفسیر می‌کند؛ که این تفاوت و تعارض نسلی می‌تواند مشکل‌آفرین در برقراری ارتباطات بین نسلی باشد. در مقابل در اهمیت پرداخت به موضوع حاضر می‌توان گفت که با توجه به پتانسیل نیروی جوان کشور و نقشی که این جمعیت می‌تواند در مسیر توسعه و خاصه توسعه فرهنگی داشته باشد، پرداختن به مقوله هویت جوانان، دارای مزیت راهبردی در امر توسعه است و قبول هویت به عنوان مقوله‌ای فرهنگی و پذیرفتن فرهنگ به‌مثابه پایه توسعه، ضرورت پرداختن به این موضوع را نشان می‌دهد. در این میان، همان‌طور که کاستلز نیز اشاره می‌کند، از آنجا که ماهیت جهانی که در حال شکل‌گیری است اولاً و اساساً ماهیتی فرهنگی دارد، حاملان فرهنگ و خاصه دانشجویان به‌مثابه قشری نخبه که در اوج آرمان‌خواهی و جستجوی معنا و هویت هستند، به بایستگی می‌توانند سهم و نقش قابل توجهی در تغییر و تحولات آینده داشته باشند. از این رو در تحقیق حاضر، برآنیم با اتخاذ رویکرد کیفی به فهم چستی هویت جوانان به‌مثابه گروهی پیشرو در تغییرات

اجتماعی و در عین حال دارای خصلت زیست شبکه‌ای و کاربری گسترده در فضای مجازی، پرداخته و به این سوالات پاسخ خواهیم داد که جامعه مورد بحث در فرایند معنا سازی و برساخت هویت خویش، بر چه زمینه‌ها و منابعی تأکید دارد؟ و کدام یک از اقسام سه گانه هویت اجتماعی (هویت مشروعیت‌بخش، هویت برنامه‌دار و هویت مقاومت) در جامعه مورد مطالعه برساخته شده است؟

پیشینه تحقیق

پیشینه تحقیق به ما می‌آموزد که چقدر در مورد یک موضوع می‌دانیم و خلأهای پژوهش‌های قبلی در کجاست. در حوزه موضوعی تحقیق حاضر، پژوهش‌های گسترده‌ای انجام شده است؛ از جمله این تحقیقات می‌توان به پژوهش‌های چندی اشاره کرد: پژوهش حاجیانی (۱۳۷۸) در بررسی منابع هویت ایرانی، نشان دهنده قوت ابعاد فرهنگی هویت ملی، قومی و مذهبی، گرایش پایین‌تر از میانگین به ابعاد سیاسی هویت ملی و قومی و در نهایت گرایش ضعیف به ابعاد سه‌گانه هویت مدرن است. در تحقیقات اخیر شاهد توجه صاحب‌نظران به نقش فضای مجازی به‌مثابه ابزار جامعه شبکه‌ای در برساخت هویت جوانان هستیم. گراوند (۱۳۹۸) در بررسی نقش فضای مجازی بر هویت اجتماعی دریافت که هر چه میزان استفاده از فضای مجازی بیشتر باشد؛ هویت اجتماعی تضعیف می‌شود و به سمت هویت برنامه‌دار میل می‌کند، اما شدت رابطه ضعیف است. نتایج تحقیق شفیع‌نیا (۱۳۹۴)، تأثیر فناوری‌های اطلاعاتی و شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای را بر رشد هویت‌خواهی قومی نشان داد. کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳) دریافتند رابطه معکوس میان میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی افراد وجود دارد. نتایج پژوهش قاسمی و دیگران (۱۳۹۱) نشان داد هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک افزایش پیدا می‌کند از برجستگی هویت دینی نزد آنها کاسته می‌شود. در تحقیق کوهی و حسنی (۱۳۹۱) بین استفاده از رسانه‌های نوین با هویت‌های ملی و دینی و خانوادگی رابطه منفی تأیید شد و کاربران اینترنت هویت قومی قوی‌تری نسبت به غیر کاربران داشتند. مالتسوبا (۲۰۰۶) دریافت دانشجویانی که مدت زمان بیشتری را در فضای مجازی و اینترنت صرف می‌کنند (چه با نیت سرگرمی یا به قصد برقراری ارتباط با دیگران اعم از دوستان آشنا یا افراد ناآشنا)، سطح پایین‌تری از وضوح خودپنداره را تجربه می‌کنند و پایگاه هویتی مبهم‌تری دارند. دیویس (۲۰۱۳) دریافت که فضای

مجازی و شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و چالش‌های زیادی برای بیان، به تصویر کشیدن و کشف ابعاد هویتی جوانان در بافت‌های مختلف اجتماعی فرهنگی فراهم می‌کند. مضاف بر اینکه، روابط بین فرد در رسانه‌های دیجیتال، بافت‌های جدیدی را برای تجربه و برساخت هویت جوانان در دهه اخیر ایجاد کرده است (دیویس، ۲۰۱۳: ۲۸۳).

با مرور پیشینه تحقیق مشاهده شد روش تحقیق مورد استفاده اغلب پژوهش‌های مورد اشاره کمی است. روش‌های کمی تنها امکان پاسخگویی مشخص را به گزینه‌های محدودی فراهم می‌کند اما در خصوص چرایی انتخاب این گزینه خاص فرصت توضیحی به فرد نمی‌دهد. در تحقیق حاضر ما به درک و تفسیر هویت جوانان از زبان و تجربه زیسته خودشان و لزوم پرسش از معنای ذهنی و دلایل آنها با توسل به روش تحقیق کیفی می‌پردازیم. در واقع ویژگی متمایزکننده این پژوهش نسبت به سایر پژوهش‌ها، در رویکرد کیفی اتخاذ شده و پاسخگویی به چستی هویت جامعه هدف و تبیین این مهم است که آیا هویتی که در جامعه شبکه‌ای امروز بازتولید می‌شود؛ روایتی مشروعیت‌بخش از هویت مورد نظر نهادهای مسلط است یا در جهت مقاومت پیش می‌رود؟ و اساساً امکانی در بروز هویت برنامه‌دار در حوزه‌های دین، قومیت، ملیت با توجه به خصوصیات جوان امروز مشاهده می‌شود یا خیر؟

چارچوب مفهومی

با توجه به هدف پژوهش یعنی بررسی هویت جوانان در جامعه شبکه‌ای، با لنز نظری جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز به موضوع می‌پردازیم. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد؛ حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شود و فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت به وجود می‌آورد. وی به تعمق پویای هویت در دوران مدرنیته متأخر می‌پردازد؛ چرا که معتقد به دوران پست مدرن به مثابه پایان تاریخ نیست. او هویت را سرچشمه معنا و تجربه می‌داند و معتقد است که هویت، فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه بهم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی‌ایست که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به اعتقاد او، هویت برساخته اجتماع است اما مسئله اصلی اینست که هویت‌ها چگونه، از چه چیزی، توسط چه کسی و به چه منظوری برساخت می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۳). کاستلز سه صورت و منشأ برای هویت در جامعه شبکه‌ای قائل است: ۱- هویت مشروعیت‌بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود تا سلطه آنها

را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد. نتیجه این نوع هویت، جامعه مدنی است که سرچشمه‌های ایجاد آن در عصر اطلاعات در حال خشک شدن است؛ ۲- هویت مقاومت: این نوع هویت توسط کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی هستند که از طرف منطبق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شوند و یا داغ ننگ بر آنها زده می‌شود. این نوع هویت‌ها، سنگری برای مقاومت و بقا بر مبنای اصول متفاوت یا متضاد با اصول مورد حمایت نهادهای جامعه می‌شوند. نتیجه این نوع هویت‌ها، ایجاد جماعت‌ها یا اجتماعات است و ۳- هویت برنامه‌دار: این نوع هویت زمانی شکل می‌گیرد که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترسی، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف می‌کند. نتیجه این هویت، ایجاد سوژه (فاعل) است که در پی تغییر کل ساخت اجتماعی هست (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۵). کاستلز هویت را به مثابه یک جوهر در نظر نمی‌گیرد از این رو هر هویتی امکان تبدیل به هویت دیگر را دارد. او هویت را در متن و زمینه تاریخی‌اش مطالعه می‌کند که در اینجا متن مورد نظر او جامعه شبکه‌ای است. در جامعه شبکه‌ای، جامعه مدنی و نقش آن در ساختن هویت‌های مشروعیت‌بخش دچار بحران شده و ظهور هویت‌های مقاومت تقویت شده است و هویت‌های برنامه‌دار نیز از بسط و تحول همین هویت‌های مقاومت در حال جان گرفتن هستند. بسان گذشته قدرت دیگر در نهادها (دولت)، سازمان‌ها (شرکت‌های سرمایه‌داری) و یا کنترل‌کنندگان نمادها (رسانه‌ها و کلیسا) متمرکز نیست بلکه در شبکه‌های جهانی ثروت، قدرت، اطلاعات و تصاویر که نظامی با هندسه متغیر و جغرافیای غیر مادی (محو زمان و مکان) است، نشر می‌یابد و دچار استحاله می‌شود ولی از بین نمی‌رود. قدرت هنوز بر جامعه حاکم است و ما را شکل می‌دهد. قدرت نوین در علائم اطلاعات و در تصاویر ارائه‌دهنده و نمایش دهنده‌ای نهفته است که قرارگاه آن ذهن مردم است. پس در عصر اطلاعات، قدرت در آن واحد حاضر و مشهود و نیز پراکنده و منتشر است و هر کس یا هر چیز که برنده نبردی باشد که بر سر اذهان مردم در می‌گیرد، حاکم خواهد شد. در نهایت وی منبع بالقوه اصلی تغییر در جامعه شبکه‌ای را هویت برنامه‌دار و خیزش سوژه‌ها و فاعلان جدید از دل جماعت‌های فرهنگی (هویت‌های مقاومت) در عصر اطلاعات می‌داند (همان).

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی در قالب سنت هرمنوتیکی و استراتژی استقفا‌ی انجام پذیرفته است. اولین مرحله در هر مدل استراتژی پژوهش استقفا‌ی، پی‌بردن به نگرش و درک کنشگران

اجتماعی از زیست جهان‌شان است. داده‌ها با اتکا بر تکنیک مصاحبه عمیق و به شیوه نمونه-گیری نظری که شکلی از نمونه‌گیری هدفمند است، حاصل شد. نمونه‌گیری نظری حاصل فرایند جمع‌آوری، تحلیل داده‌ها، تصمیم‌گیری برای اینکه از چه کسانی داده گردآوری شود و در نهایت تکمیل و ارائه یک تحلیل نظری است. مبنای نمونه‌گیری نظری، مقایسه است یعنی سراغ جاها، آدم‌ها و رویدادهایی برویم که امکان کشف گوناگونی‌ها را به حداکثر رسانده و مقوله‌ها را از لحاظ ویژگی‌ها و ابعاد غنی کند (اشتراوس و کرین، ۱۳۹۰: ۲۱۹). بدین منظور، دانشجویان ۱۸ تا ۲۸ ساله که به‌عنوان بازه سنی رایج و غالب جوانی محسوب می‌شود از دانشکده‌های مختلف دانشگاه تهران در فاصله زمانی بهمن ۹۷ تا اردیبهشت ۹۸ برای مصاحبه و گردآوری اطلاعات، انتخاب شدند و این اطلاعات به روش تحلیل تماتیک (مضمون)، تحلیل شدند. فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به صورت مستمر و رفت‌وبرگشتی صورت گرفت و تا جایی ادامه یافت که با داده یا مفهوم جدیدی روبرو نشدیم و بدان ترتیب اشباع نظری حاصل آمد.

روش تحلیل تماتیک روشی است برای شناخت، تحلیل مضمون و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی که هدف آن ارائه تصویری روشن از ادراکات، احساسات و تجربیات افراد مورد مطالعه است. این روش شامل سه مرحله کدگذاری شامل کدگذاری توصیفی، کدگذاری تفسیری و یکپارچه‌سازی از طریق مضامین فراگیر است (مختاریان‌پور، ۱۳۹۳: ۴۰). با آغاز مصاحبه‌ها و در گام نخست به موازات انجام هر مصاحبه و پیاده‌سازی آن، نسبت به خوانش و استخراج کدهای باز اقدام شد. بدین‌صورت که ابتدا با مطالعه دقیق متن مصاحبه، مشخص کردن بخش‌های مربوط (با توجه به اهداف و سوالات تحقیق) و یادداشت‌گذاری در کنار آنها، تعریف کدهای توصیفی و نهایتاً تکرار این فرایند برای هر مصاحبه و بازنگری کدهای توصیفی انجام شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری، داده‌هایی که قبلاً در کدگذاری باز به مفاهیم و مضامین خرد شده‌اند، به شیوه‌ای دیگر به هم متصل می‌شوند تا پیوندهای میان یک مقوله با مقولات فرعی‌اش برقرار شود (ازکیا و جاجرمی، ۱۳۹۰: ۹۵). در واقع در این مرحله از طریق خوشه‌بندی کدهای توصیفی، تفسیر خوشه‌ها در ارتباط با سوال پژوهش و حوزه مطالعاتی و نهایتاً به کارگیری کدهای تفسیری برای کل مجموعه داده‌ها، مقولات محوری تحقیق را استخراج کردیم. برای نامگذاری مقولات از سه روش می‌توان بهره گرفت: ۱) استفاده از مفاهیم نظری موجود؛ ۲) استفاده از مفاهیمی که مشارکت‌کنندگان آنها را به کار برده‌اند (کدهای زنده) و ۳) نام‌گذاری توسط محقق. در پژوهش حاضر با تکیه بر روش سوم، هر سه روش مورد استفاده قرار گرفته

است. نهایتاً از شبکه مضامین جهت نمایش مقولات محوری و اصلی استفاده شد. شبکه مضامین نشانگر وابستگی و ارتباط متقابل میان شبکه تم‌ها و مضامین و تصور وجود هرگونه سلسله - مراتب در میان مضامین را از بین می‌برد.

یافته‌های تحقیق

هویت جوان ایرانی در جامعه شبکه‌ای: به منظور بررسی مختصات هویت جوان ایرانی در جامعه شبکه‌ای، بعداز کدگذاری مجزای هر مصاحبه مبتنی بر اهداف و سوالات تحقیق، به دسته‌بندی و تجمیع کدهای هم‌خانواده با سطح انتزاع بالاتر به مقولات محوری رسیدیم و نهایتاً ۳ مقوله اصلی «سیالیت»، «بازاندیشی» و «فردگرایی خودمدار» به‌منابه مشخصات بارز جوان امروز حاصل شد که در جدول ذیل مسیر استخراج مقولات، آورده شده است.

جدول ۱. مقولات محوری و اصلی

مقولات هسته	مقولات محوری	خوشه مضامین
فردگرایی خودمدار	نارضایتی از شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی موجود	بی‌عدالتی اقتصادی و سیاسی و آموزشی؛ ضعف شایسته‌سالاری؛ ناامیدی از آینده؛ فاصله طبقاتی زیاد؛ دزدگی از دین سیاست‌زده و سستی
	احساس بی‌قدرتی	ضعف حوزه عمومی و فضای سیاسی غیرقابل نقد؛ فقدان بینش مشارکت‌محور؛ دور از دسترس بودن اهداف
	فراقکنی مسئولیت اجتماعی	ضعف عمل‌گرایی؛ فراقکنی مسئولیت و تعهد؛ درونگرایی و انزوای اجتماعی؛ فقدان آرمان جمعی و مشترک
	میل به کسب نتایج سریع و آنی	بی‌ثباتی اقتصادی؛ آینده مبهم و غیرمحرک؛ برنامه‌ریزی کوتاه مدت و مبهم؛ میل به اهداف زود بازده با تلاش کم
	میل به آزادی و استقلال فردی	هنجارگریزی و آزادی‌خواهی؛ میل به استقلال مالی و فکری
	فرهنگ رابطه‌گرا و رفاقتی	غلبه روابط بر قانون و ضابطه؛ خاص‌گرایی
سیالیت	مصرف‌محوری	تنوع‌طلبی؛ مدگرایی؛ مصرف‌نمایشی (تظاهری)؛ توجه به بدن و ظاهر

ادامه جدول ۱. مقولات محوری و اصلی

مقولات هسته	مقولات محوری	خوشه مضامین
	فضای مجازی	فرهنگ رسانه‌ای (غلبه کارکرد ارتباطی و تفریحی)؛ فرمالیسم مجازی (غلبه محتوای سطحی)؛ امکان تولید روایت‌های جدید از خود؛ الگوبرداری‌های صوری و نمایشی؛ رویارویی با تکثر فرهنگی؛ قدرت تأثیر شبکه‌ای و فراگیر
	نسبی‌گرایی	تغییر نگاه به دین و کارکردهایش؛ ضعف تعلقات قومی؛ تضعیف کلیشه‌های جنسیتی و رشد تمایلات برابری‌خواهانه
	سوژه عاطفی	روی‌پزدازی؛ تصمیم‌گیری احساساتی و هیجانی جوگیری و هم‌رنگی با جماعت
بازاندیشی	روحیه انتقادگری	میل به پیشرفت و تغییر وضع موجود؛ شک در کارآمدی سنت و دین
	آگاهی و انتخاب‌گری	مواجهه با مسیرهای مختلف؛ وسعت دید و آگاهی‌های عمومی
	عقل‌گرایی	پذیرش عقاید منطقی؛ علاقه به علم و تحصیل

سیالیت: سیالیت از ابزارهای اساسی است که در مدرنیته متأخر، کنشگر بوسیله آن روایت معینی از هویت خویش بر ساخت کرده و آن را در معرض تماشای دیگران قرار می‌دهد. این ویژگی مهم برآیند مقولات محوری مصرف‌محوری، فضای مجازی، نسبی‌گرایی و سوژه عاطفی است. نوع مصرف و ماهیت متنوع اشیاء مصرفی موجب ساخت هویت است و از آنجائیکه هیچ-گاه در نظام مصرف ثبات لازم یافت نمی‌شود، هویت‌های برساخته از نوع مصرف نیز به سیالیت گراییده است و مردم می‌توانند به تناوب بیشتری هویت‌های خود را تغییر دهند و در مقایسه با گذشته تعهد کمتری در قبال آنها داشته باشند. ویژگی‌هایی از قبیل بصری شدن و توجه به بدن، مدگرایی و تنوع‌طلبی بیانگر اهمیت صورت ظاهری زندگی است که در آن ظواهر و نمادهای تصویری هر چیز، مهم تلقی شده و منبع اساسی تعیین معنا می‌شوند. به سخن دیگر، نحوه ظاهر شدن ما یعنی آنچه که می‌پوشیم، ژست‌هایی که می‌گیریم، بخشی از درک و برداشت ما و دیگران از ما را شکل می‌دهند. سارا می‌گوید: «جوونا الان بیشتر با عکس‌ها و تیپ‌هایی که میزنن خودشون رو به نمایش میدارن که اکثرا هم عکس‌هاشون واقعی نیست فقط میخوان لاکچری بازی دربیارن».

در همین راستا یکی از ابزارهای مهم، فضای مجازی است که نقش محوری در بصری شدن و نمایشی شدن زندگی روزمره دارد و به مثابه ابزاری مدرن و نماد جامعه شبکه‌ای امروز، حامل سیالیت و همچنین ابزار آن است و یکی از مهمترین منابع آگاهی‌بخش به جوانان است که نقشی محوری در فرایند هویت‌یابی و جستجوی نظم معنایی در برساخت هویت‌شان دارد. از جمله مقولاتی که پیرامون بحث در مورد فضای مجازی شکل گرفت می‌توان به این موارد اشاره کرد: فرهنگ رسانه‌ای و چربش کاربرد تفریحی و ارتباطی آن بر کاربرد آموزشی و اطلاعاتی، فرمالیسم مجازی و غلبه محتوای سطحی، رویارویی با تکثر فرهنگی و سبک‌های متفاوت زندگی، افزایش قدرت انتخاب‌گری و بازانندیشی و آگاهی‌بخشی، افزایش اهمیت نمادین مصرف مجازی در الگوبرداری‌های صوری و ظاهری مثل نوع پوشش و آرایش و مدگرایی، امکان تولید روایت‌های جدید از خود و قابلیت فضای مجازی در نمایش و تثبیت یا پنهان‌سازی و یا تغییر و بازتعریف بخش‌هایی از هویت انتسابی یا اکتسابی. به‌ناز درباره نقش فضای مجازی در الگوبرداری‌های صوری و مدگرایی می‌گوید: «جوونا الان میرن تو فضای مجازی که ببینن بقیه چطور زندگی میکنن و چیا دارن و چیا رو به نمایش میدارن و سعی میکنن الگو بگیرن و مثل اونا بشن، حالا میتونه مادیات باشه، ظاهر باشه، ماشین باشه، لباس باشه و به اون گرایش پیدا میکنن». مهسا در رابطه با قابلیت فضای مجازی در ایجاد روایت‌های جدید از خود می‌گوید: «فضای مجازی یه دروغ بزرگه و خیلیا دوست دارن اون جایگاهی که به هر دلیلی بهش نرسیدن رو تو فضای مجازی از خودشون نشون بدن». از جمله تأثیرات دیگر فضای مجازی، نقشی است که در آگاهی‌بخشی کاربران دارد و با ارائه گزینه‌های متنوع و منابع مختلف خبری، گستره وسیعی از انتخاب‌ها را پیشروی جوانان قرار داده است. سحر در همین راستا بیان می‌کند: «قبلا ما فقط یه اخبار رادیو و تلویزیون داشتیم که اونم معلوم نبود درسته یا نه ولی الان اطلاعات مردم تو فضای مجازی و شبکه‌های مختلف نسبت به جامعه شون و اتفاقی که میافته رفته بالا و سریعتر متوجه میشن و میتونن خودشون مقایسه کنن و تصمیم بگیرن».

برپایه نسبی‌گرایی، باورها و عقاید نسبی هستند و به افراد مختلف و جوامع مختلف وابسته‌اند. به سخن دیگر افراد مختلف معیارهای متفاوتی را برای برساخت هویت خود دارند. همچنین تغییرات دوران مدرن، موجب تضعیف ترتیبات ساختاری و نیز سنگ‌بناهای زندگی روزمره مثل دین، جنسیت و قومیت که افراد خودشان و روابط خود با دیگران را بر اساس آنها تعریف می‌کنند؛ شده‌است. مقولات مهم منتج به ویژگی نسبی‌گرایی در تحقیق حاضر، تغییر نوع نگاه به

دین و کارکردهایش، ضعف تعلقات قومی و تضعیف کلیشه‌های جنسیتی و رشد تمایلات برابری‌خواهانه جنسیتی است. فاطمه.م درباره تغییر نوع نگاه به دین و کارکردهایش معتقد است: «من از اول با حجاب بودم و خانوادم هم معتقدن ولی مثلاً داشتم دیگه هیچ اعتقادی نداره چون می‌گه هیچ فایده‌ای براش نداره الان همه چی شده فایده‌محور و هر چیزی رو به اسم دین نمی‌پذیرن نمی‌گم بیاییم دین رو خوشایند آدما کنیم ولی حداقل ظرفیت پذیرش تفاوت‌های اعتقادی آدم‌ها رو داشته باشیم». یکی دیگر از نشانه‌های حذف مقولات سنتی هویت‌یابی، تعدیل و تضعیف کلیشه‌های جنسیتی است. همان‌گونه که کاستلز نیز اشاره دارد، ما امروز شاهد تغییراتی در کلیشه‌های جنسیتی هستیم و در بسیاری موارد نقش جنسیت در الگوهای رفتاری و شغلی و تحصیلی و ... کمرنگ شده است. از جمله دلایل قابل توجه در تشدید روند تغییرات مذکور را می‌توان در افزایش سطح تحصیلات، تأثیرات فضای مجازی در آگاهی‌بخشی به زنان درباره مطالبه حقوق خود و میل به کسب درآمد مستقل دانست. سمیرا در این راستا می‌گوید: «دخترامون خیلی رفتن سمت کار کردن و اینکه حضور پیدا کنن تو اجتماع و دانشگاه که حالا میتونیم بگیریم مثلاً 15 سال پیش اینجوری نبود هم بدلیل مشکلات اقتصادی و هم اینکه خواسته‌ای جوونا افزایش پیدا کرده و میرن سرکار که پول دربیارن و به خواسته‌هاشون برسن».

سوژه عاطفی، مقوله محوری دیگریست که بنا بر یافته‌های تحقیق به سیالیت منتج شده است و برآیند مقولات رویاپردازی، تصمیم‌گیری احساساتی و هیجانی، جوگیری و هم‌رنگی با جماعت است. عدم امکان تحقق خواسته‌ها و اهداف جوانان در شرایط کنونی، آنان را به رویاپردازی کشانده است. سارا در همین راستا می‌گوید: «جوون ایرانی رویاپردازه چون هر چیزی رو که هدف قرار میدن، هزار تا سد تو راهش هست و نمی‌تونن بهش برسه پس تو رویا زندگی میکنه». گاهی در گفتگوهای عامیانه می‌شنویم که مردم ایران «جوگیر می‌شوند». جوگیر شدن بیان عامیانه‌ای از شدت عواطف، هیجانات و احساسات است که بیشتر گویای وجه اجتماعی تأثیرپذیری عاطفانه و احساسی از رخداد‌های پیرامون است. مهراوه در این راستا می‌گوید: «جوونای الان نسبت به قبل خیلی جو زده هستن و جسور شدن مثلاً یکی بگه این کارو بکنیم می‌گه آره بریم شاید اصلاً فکر نکنه که این کار درسته یا غلط ولی چون جو غالب اینه انجام میدن». مقوله تصمیم‌گیری احساسی و هیجانی نیز بسیار شبیه خصلت جوگیری است، با این تفاوت که وجه فردی و نقش احساسات خود فرد در تصمیم‌گیری‌های وی پررنگ‌تر است.

عارفه در همین رابطه معتقد است: «امروز جوونا خیلی حساس شدن و سریع تصمیم می‌گیرن و سریع نظرشون رو تغییر می‌دن از بس مدام در حال شدن و تغییر هستند».

بازاندیشی: باز اندیشی باعث می‌شود کنشگر مدام همه جوانب زندگی خود را مورد سؤال قرار دهد. فضای مجازی، جوان امروزی را مداوم در معرض کل جهان و سبک‌های متفاوت زندگی قرار می‌دهد و جوان پیوسته در معرض نوعی مقایسه‌کردن و بازاندیشی در دنیای درون و بیرون خود است و بدینوسیله به بازتعریف خویش و هویت خود می‌پردازد و راهبردهای متفاوتی را اعم از تثبیت، تغییر، پنهان‌سازی یا انکار بخشی از هویت خود، در جهت باز تعریف و رسیدن به ثبات و معنایابی، اتخاذ می‌کند. بدینسان جوانان تحت مطالعه تحقیق حاضر نیز به روحیه انتقادگری، افزایش قدرت انتخابگری و رشد آگاهی‌ها و عقل‌گرایی به‌مثابه مهمترین خصوصیاتی که موجب برجسته شدن خصلت بازاندیشی جوان امروز می‌شود؛ اشاره کرده‌اند. امروزه جوانان با مسیرهای گوناگونی در زندگی واقعی و در فضای مجازی مواجه می‌شوند و برای گذر از چالش‌های فراروی خود به طور مداوم در حال انتخاب‌گری هستند. مهرانه در این رابطه می‌گوید: «جوون امروز با چندگانگی رو به رو هست بین باورهاش، واقعیت، چیزایی که بهش یاد دادن و چیزایی که خودش دوست داره یا نداره با همه اینا درگیره و مدام باید انتخاب کنه و سر دوراهیه». زهرا نیز معتقد است: «جونای الان فکر بالاتری دارن ولی قبلاً خیلی عملگراتر بودن مثلاً پدرامون توی دوره جنگ بودن و نمی‌تونستن کتاب بخونن یا فیلم مشخصی ببینن به فتوا از امام می‌شنیدن و بهش عمل میکردن ولی الان ما با تنوع زیادی از کتاب و فیلم و شبکه‌های مختلف مجازی مواجه می‌شیم و فکرمون بازتر شده».

فردگرایی خودمدار: گرایش انسان به زندگی در قلمرو رفع نیازها و تحقق منافع و مصالح شخصی و خصوصی به صورت بی‌واسطه، آنی و فوری خودمداری تعریف می‌شود. انسان خودمدار در هر موقعیتی، تمایز خاص و ویژه‌ای برای خود قائل می‌شود تا بدان وسیله، نسبت به رفع نیاز و تحقق منافع و مصالح خودمدارانه‌اش، توجیهی بتراشد (قاضی‌مرادی، ۱۳۸۰: ۳۲). بنا بر تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از مصاحبه‌ها، مؤلفه‌های احساس بی‌قدرتی (ناشی از فقدان بینش مشارکت‌محور، دور از دسترس بودن اهداف، ضعف حوزه عمومی و فضای سیاسی غیرقابل نقد)؛ نارضایتی (بی‌عدالتی اقتصادی و سیاسی و آموزشی، ضعف شایسته‌سالاری، ناامیدی از آینده، فاصله طبقاتی زیاد، دلزدگی از دین سیاست‌زده و سنتی)؛ میل به آزادی و استقلال فردی؛ غلبه رابطه‌گرایی بر ضوابط و قانون؛ میل به کسب نتایج سریع و آنی (ناشی از بی‌ثباتی اقتصادی،

آینده مبهم و برنامه‌ریزی کوتاه مدت) و فرافکنی مسئولیت اجتماعی (ناشی از فقدان آرمان جمعی و مشترک، درونگرایی و انزوای اجتماعی، ضعف عمل‌گرایی)؛ در برساخت خصلت فردگرایی خودمدار نقش محوری دارند. هنگامی که افراد به واسطه عدم امکان پیش‌بینی آینده و ضعف سازوکارهای قانونی و عام‌گرا برای اداره امور، نمی‌توانند بر مقدرات زندگی خود حاکم بوده و در امور مربوط به زندگی فردی و جمعی خود دخل و تصرف و برنامه‌ریزی داشته باشند؛ احساس بی‌قدرتی می‌کنند. در این وضعیت، در پیش گرفتن شیوه زیست خودمدارانه و توجه صرف به نیازهای روزمره و فردی و آنی، یک انتخاب عقلانی برای کنشگران محسوب می‌شود که امکان فراگیری و تحقق هرگونه مطالبه جمعی هدفمند و توأم با عمل‌گرایی را به شدت تضعیف می‌کند. فاطمه‌ک در اشاره به رابطه‌گرایی و فرهنگ رفاقتی معتقد است: «قانون داریم ولی برا بعضی‌س، بیشتر کارا با رابطه جلو میره تو سلف می‌خوای املت هم سفارش بدی اگه آشنا باشی زودتر آماده میشه یعنی یه جورایی خودمون هم با این قضیه حال می‌کنیم که بلاخره من یه برتری دارم که مثلاً به عنوان فلانی کارم زودتر انجام میشه». مه‌ساق در راستای میل به آزادی و استقلال فردی می‌گوید: «قبلاً آزادی و آزادی‌خواهی در سطح گسترده نبود ولی جوون امروز آزادی می‌خواد تو همه چی، توی روابط، توی حجاب و سبک زندگیش می‌خواد خودش تصمیم بگیره، دنیا رو ببینه و راه خودش رو انتخاب کنه». سمیرا به ضعف عمل‌گرایی و انزوای اجتماعی اشاره می‌کند: «نسل امروز می‌خواد تغییر ایجاد کنه ولی هیچ کاری نمی‌کنه، این ویژگی جوون الانه یعنی فکرش رو داره و ممکنه وارد عمل هم بشه ولی خیلی فراگیر نمی‌شه که به یه جایی برسه. در مورد خودم یکی از چیزایی که منفعلم کرده همین گوشیه که مثل یه دنیایی می‌مونه که تو دستای ماست و میشه باهاش همه کار کرد فیلم، آهنگ... همین باعث می‌شه که یه گوشه بشینی و وای فای داشته باشی می‌تونی زندگی کنی و این یه کاری می‌کنه که برا هیچ چی تلاش نکنی». اردلان در راستای فقدان آرمان جمعی مشترک و اولویت نیازها و خواسته‌های فردی می‌گوید: «بیشتر خط قرمزها مون الان شده خودمون و نیازهای خودمون».

حال سوالی که مطرح می‌شود این است که چه عوامل و زمینه‌هایی باعث این درک و برداشت از خود به عنوان جوان ایرانی شده است؟ به سخن دیگر تعبیر و تفسیر این‌چنینی از کیستی جوان ایرانی، پیامد کدامین شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است؟ در حوزه اقتصادی با توجه به مفاهیم و مقولات برخاسته از زبان جوانان مورد مطالعه می‌توان از شرایط بی‌ثبات و مبهم اقتصادی، نابرابری در توزیع امکانات، منابع و فرصت‌ها و فاصله

طبقاتی فزاینده، به عنوان مهمترین مقولات یاد کرد. ناپایداری و ضعف حوزه اقتصادی باعث شده که جوانان درک بسیار مبهمی از آینده خود و جامعه داشته باشند و همین امر مانع هدف-گذاری و برنامه‌ریزی بلندمدت می‌شود. محمد امین در همین راستا می‌گوید: «زندگی در ایران تبدیل به پروژه‌های کوتاه مدتی می‌شود که هیچ‌امیدی برای رسیدن به آرمان‌ها و اهداف جمعی بلند مدت باقی نمی‌ماند. در این شرایط که جوونا ناامید و بی‌انگیزه و ناراضی از وضع موجود می‌شن و به دنبال اهداف در دسترس‌تر که در زمان کوتاه‌تر به بازدهی می‌رسن و نیاز به تلاش کمتری دارن؛ میرن و تبدیل به سوژه‌هایی فردی می‌شن که مطالبه جمعی عمل‌گرایانه و هدفمندی ندارند.»

در حوزه سیاسی از نظر جوانان مورد مطالعه، ضعف حوزه عمومی و فضای غیرقابل انعطاف حکومتی، نبود بینش مشارکت محور منجر به احساس بی‌قدرتی و احساس عدم تأثیرگذاری شهروندان می‌شود. مهسا در این رابطه می‌گوید: «خب آدم دوست داره تو مسائل سیاسی شرکت کنه مثل انتخابات ولی وقتی می‌بینه که حرفش خیلی تأثیری نداره و در نهایت اونا کار خودشون رو می‌کنن آدم دلسرد می‌شه که خب واسه چی این کارو انجام بدم وقتی تأثیری نمی‌تونم داشته باشم». مضاف بر اینکه جوانان با عدم برابری در فرصت‌ها برای دسترسی به موقعیت‌های سیاسی، ضعف شایسته‌سالاری و غلبه رابطه‌گرایی بر ضابطه‌گرایی و قانون مواجه می‌شوند و بدین ترتیب بی‌انگیزه و دلسرد از تلاش فردی، مسئولیت اجتماعی خویش را بر دوش دولت و نظام سیاسی وامی‌نهند. البته محیط فرهنگی نیز تقویت‌کننده بی‌تفاوتی اجتماعی است. وجود فرهنگ رفاقتی و رابطه‌گرا، ضعف فرهنگ گفتگو و مذاکره، بی‌اعتمادی اجتماعی، از نشانه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه هستند که در چگونگی و فرایند تعریف خود مؤثرند. اردلان معتقد است: «از لحاظ سیاسی همه‌آدم‌ها با توانایی مشابه فرصت ورود به حوزه تصمیم‌گیری رو به صورت یکسان ندارند چون قراره که نظام ما دینی باشه به خاطر همین به سری‌ها میان تو پوشش دین وارد میشن که استفاده ابزاری بکن از دین بیشتر بر اساس رابطه همه چی پیش می‌ره این کلاً تو پیشینه ما ایرانیا هست. ما کلاً اهل پارتی باز هستیم.»

کیفیت نقش آفرینی منابع سنتی هویت‌ساز در جامعه شبکه‌ای

دین: جوانان در جامعه شبکه‌ای، تحت تأثیر فضای ارتباطی و تعاملی جدید، به بازاندیشی در دین و بازتعریف دینداری و تفاسیر رایج از آن پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش از یک سو نشان-دهنده کاهش پذیرش ارزش‌های دینی سنتی و رایج و از سوی دیگر، نشان‌دهنده گسترش

تمایلات شخصی‌تر جوانان به دین و باورهای دینی و کاهش تمایل به رعایت مناسک دینی هم در بعد فردی مثل نماز و روزه و هم مناسک جمعی مثل شرکت در مراسم مذهبی است که از تغییر نوع نگاه جوانان به دین و بازاندیشی در کارکردهای آن ناشی می‌شود. در واقع، بازاندیشی در حوزه دینی باعث شده به جای مناسک‌گرایی، به عشق و ایمان قلبی بپردازند. از این رو می‌توان گفت که دین از مجموعه اعتقادات و ارزش‌ها جوانان، حذف نشده بلکه مورد بازاندیشی قرار گرفته و جایگاه دیگری در جامعه شبکه‌ای یافته است. با توجه به نظرات جوانان مورد مطالعه از مجموعه دلایل و زمینه‌های مهم تأثیرگذار در بازاندیشی و بازتعریف هویت دینی می‌توان به این موارد اشاره کرد: کاهش نفوذ نهادهای سنتی دین بر نسل جوان به دلیل جذاب نبودن و ناتوانی در ارتباط اثرگذار متناسب با ویژگی‌های نسل جوان؛ سیاست‌گذاری‌های ناکارآمد در آگاهی‌بخشی و تبلیغ دین؛ تنوع منابع مختلف در کسب دانش دینی با رویکردهای مختلف در فضای مجازی؛ تناقض رفتار و گفتار یا سوءاستفاده ابزاری برخی افراد و مسئولان از دین در راه رسیدن به منافع؛ ناکارآمدی آنچه به مثابه دین به مردم تکلیف می‌شود، و عدم حق انتخاب یا اختیار در سبک دین‌داری و دین‌ورزی. فاطمه ب. در راستای سیاست‌گذاری‌های نامناسب در حوزه تبلیغ دین معتقد است: «من با دینداری سنتی اصلاً موافق نیستم مثلاً توی همین جریان امر به معروف و نهی از منکر خب من که الان خودم محجبه‌ام یکی بیاد راجع به حجابه یه چیز بگه توی جمع و احساس کنم داره بهم توهین میشه ممکنه به خاطر لجبازی هم که شده اون کاری که میگن رو انجام ندم. نسل ما دیگه موافق این برداشت از دین نیست چون باعث دلزدگی از دین میشه. دیگه الان اکثر تحصیل کرده و آگاهن و اون فرهنگ رو نمی‌پذیرن و خودشون می‌بینن و انتخاب می‌کنن و یه جورایی جوون الان داره تو هویت دینی خودشون بازاندیشی می‌کنه و دلیل دیگه هم رفتارهای غلط بزرگترها و نسل دینداران سنتی و نتایج معکوسش هست». زهرا نیز معتقد است: «تو جامعه ما چون اسلام سینه به سینه و نسل به نسله خب شناخت کافی وجود نداره و انگیزه و جدابیتی هم نیست که حالا بخوایم دنبالش بریم ببینیم دین اصیل و واقعی چه جوهریه که این البته به حکومت ما هم برمیگرده به خاطر سیاست‌های نادرستشون». بهرام در رابطه با تغییر نوع نگاه به کارکردهای دین می‌گوید: «علاقه‌ای به اینجور مراسم مذهبی ندارم چون یا باید فایده‌ای ازش ببینه یا حس خوب و خوشحالی بده که من فایده‌ای توش نمی‌بینم و نه وقتش رو دارم و نه علاقه‌ای بهش دارم».

جوانان در جامعه شبکه‌ای در معرض پیام‌های مختلف و تعابیر متکثری از دین هستند که زمینه‌ساز تغییر نوع نگاه ایشان به دین و کارکردهایش و زیر سؤال بردن نقش مشروعیت‌بخش نهادهای مسلط در حوزه دین و مؤلفه‌های رایج آن شده است که به تبع آن شاهد کاهش قدرت بازتولید هماهنگ و یکدست دین، کاهش رفتارهای مناسکی، اهمیت‌یافتن بعد اخلاقی و عاطفی دین هستیم که نشانگر برساخته شدن هویت مقاومت در حوزه دین است. از این رو، بازاندیشی در حوزه دین باعث شکل‌گیری سنگرهای مقاومت و بقا بر مبنای اصولی متفاوت یا متضاد با اصول و انگاره‌های نهادهای رسمی مسلط می‌شود که با استدلال کاستلزی می‌توان مدعی شد که مهمترین شکل هویت‌سازی در جامعه ما برساخت هویت مقاومت است. هویت مقاومت اغلب توسط نخبگان و به‌مثابه دستگاه فکری برای عقلانی‌کردن دیدگاه‌های‌شان ساخته می‌شود. برنامه این هویت، تلاش برای ساختن جامعه‌ای عاری از تبعیض که در آن به تفاوت‌ها احترام گذاشته می‌شود. از این رو می‌توان گفت؛ آنچه که حائز اهمیت است، «تفاوت» است که موجب می‌شود صداهای حاشیه‌ای هم بتوانند خود را مطرح کنند و از طریق پررنگ کردن تفاوت‌ها با اکثریت و مشروعیت‌زدایی از ارزش‌ها و هنجارهای تکلیف‌شده توسط نهادهای مسلط، به صورت سلبی و تدافعی، هویت خویش را مبتنی بر ترجیحات فردی و به شیوه‌ای سیال برجسته کنند.

غالب مصاحبه‌شوندگان بی‌حجابی و بدحجابی یا مقاومت در برابر ارزش‌های دینی را نوعی گارد گرفتن و لجبازی در برابر اجبارهای ساختاری می‌دانند و بدان وسیله اقتدار حاکمیت دینی را به عنوان مرجع الگوساز رفتار موجه و مورد پذیرش، به چالش می‌کشند. این توانایی و جسارت در آنها بوجود آمده که به چالش با مرجع اقتدار بریزند و کنترل آنچه در زندگی‌شان رخ می‌دهد یا به آنها تحمیل می‌شود را تا حد توان و با استراتژی‌های مختلف از جمله نوع پوشش در اختیار بگیرند و خودشان را بازتعریف کنند و نشان‌دهند که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را داشته و هویتی مستقل از هویت پدر و مادر و الزامات مراجع مسلط دارند. در اینجا مقصود افراد مورد مطالعه از شخصی‌شدن دین یعنی اینکه هر کس حق دارد خودش نوع و سبک دینداری و دین‌ورزی خود را انتخاب کند و فردی‌شدن دین الزاماً به معنی کاهش تمایلات دینی نیست. از برآیند مفاهیم برساخته از درک جوانان مورد مطالعه پیرامون دین و ارزش‌های دینی می‌توان گفت که انجام دستورالعمل‌های اخلاقی و اجتماعی دین همچون راستگویی، عدم-ریاکاری و تظاهر، اخلاق خوش، توجه به حق دیگران و رعایت حق‌الناس کارکرد بیشتری از انجام فرایض دینی و بعد مناسکی دین همچون نماز و روزه و شرکت در مراسم مذهبی دارد و

رعایت ابعاد مناسبی باید به حوزه شخصی و خصوصی افراد واگذار شود. راضیه در این راستا معتقد است: «از نظر ظاهر و چیزهایی که باید رعایت بشه می‌گم آدم مذهبی نیستم ولی به قول بابام می‌بخورم، منبر بسوزانم، مردم‌آزاری نکنم .. به نظرم این بهترین تعریف از مسلمان بوده که تو ممکنه حالا حجابت رو رعایت نکنی ولی خب خیلی کارای دیگه هم نکنی، دروغ نگی، دل کسی رو نسوزونی، مال مردم رو نخوری.»

قومیت: هر قومی روح خاص خود را دارد که کاملاً از اقوام دیگر متمایز است و در هر مرحله تاریخی‌اش، هستی متفاوتی را به خود می‌گیرد. تمامی دستاوردهای یک قوم محصول این روح بوده و نشان خاص آن را با خود دارد کما اینکه این نشان را بر ضمیر و ذهن اعضای خود نیز حک می‌کند و موضوع تعلق خاطر، دلبستگی و افتخار یا پرستش افراد آن قوم است (هاشمی و جوادی‌یگانه، ۱۳۸۶: ۱۱۱). اما امروزه قومیت به‌مثابه منبع معنا و هویت در حال رنگ باختن نه در برابر سایر قومیت‌ها، بلکه در برابر اصول کلی‌تر «خود-تعریف» فرهنگی از قبیل دین و ملت است (کاستلز، ۱۳۸۰، ج ۲: ۷۴). بعلاوه، تعریف افراد از معنای تعلق‌داشتن تغییر کرده است. از بین سه معیار ۱- حضور فیزیکی ۲- علاقه قلبی ۳- کاربرد عملی آداب و رسوم و پوشش و زبان قومی، معنای مورد نظر مصاحبه‌شوندگان به معیار دوم نزدیکتر است. چه بسا با توجه به الزامات جامعه امروزی، اشتغالات زندگی شهری و گسترش فناوری‌های ارتباط مجازی، دیگر نیاز چندانی به حضور فیزیکی در میان قوم احساس نشود و کاربرد عملی آداب و رسوم و استفاده از پوشش و توانایی زبانی قومی در جامعه شهری کارکرد چندانی نداشته باشد. از این‌رو به نظر می‌رسد با توجه به ملاک‌های پاسخگویان در تعریف تعلق، احساس تعلق قومی بسیار کم‌رنگ شده و از نقش و تأثیر این منبع هویت‌ساز بسیار کاسته شده است. افراد غالباً اصرار و تمایلی به ابراز قومیت خود نداشته یا حتی آن را انکار می‌کنند و در صورت ابراز قومیت خود نیز معمولاً فقط به لحاظ قلبی و بدون رعایت آداب و رسوم و پوشش قومی به آن احساس تعلق دارند. از این‌رو در جامعه شبکه‌ای مرزبندی‌های هویتی مبتنی بر قومیت تغییر کرده و مورد بازاندیشی قرار گرفته است و قومیت در جامعه مورد مطالعه به‌مثابه منبعی که نقش مشروعیت-بخش نهادهای حاکم را به چالش بکشد و در جهت تأمین مصالح شکل‌دهنده به هویت مقاومت عمل کند؛ قلمداد نمی‌شود.

با توجه به اظهارات جوانان مورد مصاحبه، دلایل کم‌رنگ بودن یا عدم احساس تعلق قومی ایشان عبارتند از: مهاجرت و سکونت در تهران؛ عدم آگاهی و شناخت کافی از آداب و

رسوم قومی؛ سبک زندگی و هنجارهای دست و پاگیر و غیرمنطقی قومی؛ ناکارآمدی آداب و رسوم قومی؛ خجالت کشیدن یا نگاه فرودست به قوم خود. این نوع نگاه هم از حس خودبرتری‌بینی به دلیل زندگی در تهران و افزایش تحصیلات و آگاهی از سبک‌های متفاوت زندگی و هم از وجود تصور منفی و کلیشه‌های ذهنی بقیه افراد جامعه نسبت به آن قوم نشأت می‌گیرد. محمدمهدی در رابطه با برخی رسوم غیرمنطقی می‌گوید: «من خوزستانی‌ام ولی تعصب زیادی ندارم و به هر جور هنجاری پایبند نیستم مثلاً به سری آداب و رسوم در حوزه ازدواج و خانواده که مادرای شوشتری معتقدن حتماً باید از خود شوشتی‌تر برا پسرانشون زن بگیرن که به نظرم اصلاً منطقی نیست و مقاومت دارم در برابرش». راضیه از بی‌تعلقی خود نسبت به قوم خود می‌گوید: «اصلاً احساس تعلق به اونجا ندارم چون اصلاً باهام یکی نیستند تهران و آدم‌هاش رو بیشتر دوست دارم و اینجا بزرگ شدم یکی از دلایش اینه که نگاه پایین‌تری و شهرستانی‌بهبشون وجود داره و زندگی‌باشون با ما خیلی فرق داره. وقتی آدم تو جای بزرگتری مثل تهران رشد می‌کنه و بعد بنحواد با اونا معاشرت کنه باید مدام به سری چیزا رو براشون توضیح بده به خاطر همین ترجیح می‌دم با یه آدم همسطح خودم رفت و آمد داشته باشم». مهرانه نیز بیان می‌کند: «خودم رو گیلانی میدونم و بهش افتخار میکنم ولی خیلی آداب و رسومشون رو رعایت نمی‌کنم لباس‌هاشون قشنگه ولی چون مطابق سلیقه من نیست توی مراسمشون هم خجالت می‌کشم که بپوشم و باهاش راحت نیستم».

ایران و تمدن ایرانی: غنای تمدنی و فرهنگی ایران مکرراً در طول مصاحبه‌ها مورد توجه قرارگرفت و همه جوانان مورد مصاحبه از ایرانی بودن خود احساس خوشایندی داشتند؛ اگرچه غالباً بعد از ابراز احساس تعلق به ایران متذکر می‌شدند که با وجود مشکلات فراوان در کشور و وجود موانع بسیار در راه رسیدن به اهدافشان، اما همچنان ایران را به‌عنوان محل زندگی دائم خود انتخاب می‌کنند و فقط برای مقاصد تحصیلی، تفریحی و کسب تجربه و آشنا شدن با فرهنگ‌ها و سبک‌های دیگر زندگی تمایل دارند به صورت موقت به کشورهای دیگر سفر کنند. این امر نشان از قوت احساس تعلق به ایران و تمدن ایرانی است که با وجود موانع مشکلات، همچنان نقش مهمی در معنادهی به هویت و کیستی جوان ایرانی دارد. فاطمه.ک در همین راستا می‌گوید: «به رفتن خارج از ایران فکر کردم ولی بیشتر دوست دارم سفری باشه نه دائم چون دیدن جاهای دیگه رو دوست دارم و می‌خوام تجربه‌ام بیشتر بشه». زهرا در رابطه با احساس غرور به ملیت خود می‌گوید: «ایران بهم حس غرور می‌ده چون در برابر همه ایستاده و حامی مظلومان

جهانه». نگار بیان می‌کند: «ایران کشورمه یه جور حس مالکیت بهش دارم علاقه‌اس دیگه ولی نخب آدم‌ها گرفتار شدن و فشار خیلی تو کشور هست». عارفه نیز معتقد است: «ایران پکیج پیچیده فرهنگ و دین و تاریخ و هنر، ایرانی بودنم رو دوست دارم و مخفیش نمی‌کنم». منبع هویت‌ساز ایران و تمدن ایرانی و احساس تعلق به ملیت در بین جوانان مورد مطالعه، به تعبیر کاستلز از هویت مشروعیت‌بخش، نزدیک است و بیشترین میزان هم‌نوایی و سازگاری با ارزش‌های نهادی در این نوع هویت مشاهده می‌شود. البته همانطور که کاستلز در توصیف تعلق به ملیت در عصر حاضر، به فرهنگی بودن آن اشاره می‌کند و معتقد است هویت‌سازی مبتنی بر ملیت، بیشتر از اینکه سیاسی باشد امری فرهنگی است و بیشتر متوجه دفاع از فرهنگی است که از قبل نهادینه شده نه متوجه دفاع از یک دولت یا حکومت. این امر در مورد یافته‌های ما و نوع معنایابی جوانان مبتنی بر ملیت نیز صادق است.

بحث و نتیجه‌گیری

در دوران کنونی از یک طرف پیوندهای خانوادگی و شیوه‌های هویت‌یابی سنتی که بیشتر حالتی منفعلانه و مبتنی بر عوامل انتسابی مثل قومیت و دین بودند؛ در حال تضعیف شدن هستند و از طرف دیگر جامعه شبکه‌ای شکل‌گیری هویت و مرزبندی‌های هویتی را تغییر داده است و با دگرگون ساختن ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی به فرهنگ‌ها و هویت‌ها ایفا می‌کند. به ویژه در خصوص جوانان این امکان را به وجود آورده که هویت سیال داشته باشند؛ در منابع هویت‌ساز سنتی همچون پیوندهای خانوادگی، دین و قومیت و ملیت بازاندیشی کرده و هویت‌های جدیدی را بنا بر ترتیبات دلخواه خود تجربه کنند. در جامعه شبکه‌ای «ارتباطات»، هویت جدید می‌سازد و فضاهای ارتباطی شبکه‌ای به فرایند معنایابی و هویت‌سازی کمک می‌کنند. برخلاف جوامع سنتی که دربرگیرنده منابع محدود و معینی برای ساخت هویت بودند؛ در جامعه شبکه‌ای به دلیل قابلیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی وسیع، جوانان به بازار بسیار غنی منابع و مصالح هویت دسترسی دارد و به‌آسانی می‌تواند نیاز هویتی خود را از آن تأمین کنند. گذشته از این، نه تنها مانع و محدودیتی عمده در دسترسی افراد به منابع پرشمار و گوناگون هویت وجود ندارد؛ بلکه امکان بهره‌برداری سیال از این منابع نیز فراهم است. افراد می‌توانند برپایه علایق و خواست خود، ترکیب‌های مختلفی از منابع هویت‌ساز ایجاد کنند؛ یا اینکه منابع موجود و در دسترس را مطابق میل و سلیقه خود (خانیک، ۱۳۹۲: ۱۸) گزینش کرده یا مورد

بازاندیشی قرار دهند. در این میان، فضای مجازی و گستره ارتباطات شبکه‌ای به مثابه ابزاری در جهت مدیریت هویت به ویژه در مورد جوانان نقشی محوری ایفا می‌کند. هویت‌هایی که این-گونه ساخته می‌شوند؛ بر خلاف هویت‌های ساخته شده در جوامع سنتی، بسیار سیال و بازاندیشانه و فردگرا هستند که با بافت غیرمتمرکز، انعطاف‌پذیر و شبکه‌ای شده جامعه امروز و بالا رفتن توانش ارتباطی انطباق دارد. در جامعه شبکه‌ای شاهد کاهش قوت قومیت در هویت‌سازی جوانان هستیم و قومیت به مثابه منبعی که نقش مشروعیت‌بخش نهادهای حاکم را به چالش بکشد و در جهت تأمین مصالح شکل‌دهنده به «هویت مقاومت» عمل کند؛ قلمداد نمی‌شود. این یافته از جهت اینکه ارتباط معنادار و مستقیمی را بین قومیت و هویت اجتماعی نشان نمی‌دهد؛ به نتایج تحقیق گراوند (۱۳۹۸) نزدیک است. ولی نتایج تحقیق شفیع‌نیا (۱۳۹۴) و کوهی و حسنی (۱۳۹۱) را مبنی بر تأثیر شبکه‌های مجازی بر رشد هویت‌خواهی قومی تأیید نمی‌کند. اما احساس تعلق به ایران و تمدن ایرانی با قوت بیشتری در فرایند هویت‌یابی جوانان نقش دارد. این یافته از جهت احساس تعلق بالا به بعد فرهنگی ملیت، با نتایج پژوهش حاجیانی (۱۳۷۸) همسو است. بازاندیشی و تغییر نوع نگاه به دین در جامعه شبکه‌ای منجر به کاهش پذیرش ارزش‌های دینی سنتی و رایج، گسترش احساسات شخصی‌تر به دین و باورهای دینی و کاهش تمایل به رعایت مناسک دینی از سوی جوانان شده است و به تعبیر کاستلزی می‌توان گفت جوانان مورد مطالعه نقش هویت‌سازی دینی نهادهای مسلط جامعه و مؤلفه‌های مورد نظر آنها را زیر سوال برده و در برابر آن مقاومت می‌کنند و این امر نشان از برساخته شدن هویت مقاومت در حوزه دین و به ویژه بعد مناسکی آن دارد. از نظر مقایسه با تحقیقات قبلی این یافته همسو با نتایج پژوهش قاسمی و دیگران (۱۳۹۱)؛ مزینانی (۱۳۹۳)؛ کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳) و گراوند (۱۳۹۸) است. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که جوانان ما هنوز به سوژه‌های جمعی و فاعل فعال در جهت بازتعریف موقعیت خود در جامعه برنیا آمده‌اند و مقاومت و مخالفت آنها در برابر ارزش‌های نهادهای مسلط به شکل مطالبه‌گری جمعی، هدفمند و برنامه‌دار درنیا آمده است. چرا که بنا بر مصاحبه‌های انجام شده، مقولاتی همچون ناامیدی، احساس بی‌قدرتی، ضعف عمل‌گرایی، فراقکنی مسولیت اجتماعی، ضعف برنامه‌ریزی بلند مدت، فقدان مطالبه‌گری جمعی و بی‌آرامی (به مثابه ویژگی‌هایی که فقدان آنها، شکل‌گیری هویت سوژه‌محور و به تعبیر کاستلزی هویت برنامه‌دار را از اهمیت و ضرورت می‌اندازد و کمرنگ می‌کند) در اکثر جوانان مورد مطالعه صادق است و امتداد این ویژگی در فضای مجازی نیز مشهود است. بدین صورت

که با توجه به نتایج مصاحبه‌ها در مورد کاربری در فضای مجازی، اکثریت قابل توجهی از جوانان با اینکه هم به لحاظ سابقه سال‌های استفاده از این فضا و هم مدت زمانی که در طول شبانه و روز از فضای مجازی استفاده می‌کنند؛ در زمره کاربران فعال قلمداد می‌شوند، ولی از این جهت که به طور هدفمند و برنامه‌دار تولید محتوا نمی‌کنند یا به محتوای تولیدشده در این فضا عکس‌العمل نشان نمی‌دهند، در زمره کاربران فعال قرار نمی‌گیرند و نوع کاربری ایشان در فضای مجازی بیشتر ارتباطی و تفریحی است تا کاربری آموزشی و اطلاعاتی. این قضیه در بهترین شرایط از مقاومت و عکس‌العمل هیجانی و عاطفی حکایت می‌کند و به نظر نمی‌رسد هویتی سوژه‌محور و برنامه‌دار که بتواند در جهت تغییر ساخت‌های غالب و مسلط جامعه فعالانه اقدام کند را تولید کند و حتی اگر بتواند دیدگاهی درباره برپائی جامعه نوین ارائه کند؛ بیش از اینکه دربردارنده برنامه‌ای اجتماعی مستمر و هدفمند به شیوه‌ای ایجابی باشد؛ واکنشی تدافعی- ایست.

منابع

- ازکیا، مصطفی و ایمانی‌جاگرمی، حسین (۱۳۹۰)، روش‌های کاربردی تحقیق: کاربرد نظریه بنیانی، تهران: نشر کیهان.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۲)، «جهانی شدن و ارتباطات: زمینه‌ها و چشم‌اندازهای نظری»، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، شماره ۱۳: ۶-۲۵.
- شفیع‌نیا، عباس (۱۳۹۴)، «پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت ملی و هویت قومی کردها)»، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی، شماره ۲: ۶۳-۸۶.
- قاسمی، وحید و دیگران (۱۳۹۱)، «مطالعه موردی فیس بوک و جوانان شهر اصفهان»، مجله دین و ارتباطات، شماره ۴۲: ۵-۳۶.
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۸۰)، در پیرامون خودمداری ایرانیان، تهران: نشر اختران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات (جلد دوم: قدرت هویت)، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- کفاشی، مجید و فلاحی، علی (۱۳۹۳)، «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران»، دین و ارتباطات، شماره ۲: ۱۳۵-۱۶۴.

- کوهی، کمال و حسنی، محمدرضا (۱۳۹۱)، «رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱: ۱۰۹-۱۳۰.
- گراوند، جمشید (۱۳۹۸)، تبیین برساخت هویت اجتماعی جامعه ایرانی در فضای مجازی، رساله دکتری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- هاشمی، سیدضیاء و جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۶)، «فوتبال و هویت ملی»، فصلنامه مطالعات - ملی، شماره ۲: ۱۰۷-۱۲۴.
- Davis, Katie (2013), "Young People's digital lives: the impact of inter personal relationships and digital media use on adolescent's sense of identity", **computers in Human Behavior**, NO 29: 2281- 2293.
- Matsuba, M. K. (2006), "Searhing for self and relationships online", **Cyberpsychology & Behaviour**, No 9: 275- 284.

