




بازنمایی انگاره هویت ایرانی و بازشناسی مولفه‌های آن در شبکه اجتماعی توییتر

احسان مجیدی فرد  گروه زبان شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، خراسان رضوی، ایران.

عطیه کامیابی گل  * گروه زبان و ادبیات فارسی و گروه زبان شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، خراسان رضوی، ایران.

امین مجیدی فرد  گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، خراسان رضوی، ایران.

چکیده

هویت از تعریف خود در مقابل دیگری و از مقایسه خود با دیگران نشأت می‌گیرد. هویت ایرانیان ساخت‌ها و ساخت‌های گوناگونی دارد و از نگاه آن‌ها به خود، در مقایسه با غیرایرانیان، مایه می‌گیرد و معمولاً در قالب‌های مختلف زبانی، منعکس می‌شود. زبان در فضای مجازی هرگونه محدودیتی را در می‌نوردد و بی‌پرده نقاط مثبت و منفی شکل‌دهنده انسان امروزی را بازتاب می‌دهد. فضای مجازی بستر انتقال معنا و درعین حال معناساز است. پژوهش حاضر به بازتعریف هویت ایرانیان در توئیتهایی که در شبکه اجتماعی توییتر منتشر کرده‌اند می‌پردازد تا بدین وسیله آینه‌ای برساخته از زبان در برابر انسان ایرانی قرار دهد. این پژوهش با مسئله بازخورد هویت ایرانی در فضای مجازی و نگاه ایرانیان به انگاره هویت ایرانی شکل گرفته است. برای شکل‌گیری این انگاره از خلال واژه‌های محدود هر توئیت، تعداد ۶۰۰۰ توئیت با محتوای بازتعریف ایرانیت در یک بازه ۴۰ روزه بررسی شدند. پس از تحلیل داده‌های کیفی به روش تحلیل تماتیک، الگوهای هویتی ایرانیان استخراج شد که از آن میان دیگری محوری، گریز از خود، عاملیت‌گرایی، قربانی‌انگاری، تعمیم رفتارهای روزمره، مثبت‌اندیشی و تحقیر هویت ایرانی پرننگ‌ترین و پربسامدترین مؤلفه‌هایی بودند که کاربران ایرانی در مورد هویت ایرانیان به کار می‌برند. نتایج پژوهش حاضر، مؤلفه‌ها یا خصوصیات اخلاقی که ایرانیان به خود نسبت می‌دهند را برجسته کرده و نقاط مثبت و منفی رفتار آن‌ها را هویدا می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی، بازنمایی هویت ایرانی، توئیتر، ذات‌انگاری، خودتحقیق‌ری، گفتمان حسرت.

مقدمه

«متنفرم از این جمله "ایرانیان..."»

توئیتی از نام کاربری فریاد.

عصر جدید، عصر رسانه‌ها است. دوره‌ای که با سرعت غیرقابل تصور پیشرفت تکنولوژی همراه شده و جهانی نو بر ساخته است. این تحول گسترده در عرصه ارتباطات، آغازگر الگوواره‌ای نوین در عصر ما شده است. رشد روزافزون فناوری‌های ارتباطی نوین و توجه و اقبال مردم به آن‌ها، اهمیت بازخورد مناسب و استفاده درخور از فرصت‌های به دست آمده را دوچندان می‌کند (مقدس‌زاده و صفاهیه، ۱۳۹۶). انسان امروز از استفاده از فناوری‌های جدید گزیری ندارد و تجلی این فناوری‌ها در شبکه‌های اجتماعی^۱ توانسته الگوی زندگی مردم را تغییر دهد (الطافی، ۱۳۹۸). از همین رو است که پژوهشگران پنجره‌ای جدید به سوی وجه دیگری از انسان معاصر را باز یافته‌اند و کشف رابطه میان فناوری‌های ارتباطی با ساحت‌های مختلف زندگی بشر، به یکی از دغدغه‌های آن‌ها بدل شده است (یزدخواستی، عدلی‌پور و کیخایی، ۱۳۹۲).

رشد رسانه‌های جدید و بالأخص شبکه‌های اجتماعی، تمرکززدایی و مرززدایی را به همراه داشته است. رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند نمایی مینیاتوری از رفتار آن‌ها در جهان واقع باشد. انسان‌ها در شبکه‌های اجتماعی هویت‌های جدیدی پیدا کرده و گاهی هویت حقیقی خود را پشت نقاب حساب‌های کاربری پنهان می‌کنند. دسترسی مردم به شبکه‌های اجتماعی و گسترش فزاینده آن‌ها، تکنولوژی را به بخشی از نیازهای اساسی انسان امروز تبدیل کرده است و شخصیت و هویت افراد را به سمت وسوی آنچه جهانی شدن نامیده می‌شود، سوق می‌دهد (رستمی و هاشمی، ۱۳۹۴؛ باستانی و زمان، ۱۳۹۲).

کنش‌های زبانی کاربران شبکه‌های اجتماعی، با توجه به پنهان ماندن هویت اصلی آن‌ها می‌تواند بازتاب منویات درونی و حقیقی‌شان باشد. از همین رو است که مطالعه این کنش‌های زبانی ارزش و اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. عمومیت داشتن شبکه‌ها، پنهان ماندن هویت واقعی افراد، فیلتر بودن شبکه‌های اجتماعی چون توئیتر^۱، تأثیرگذاری چنین شبکه اجتماعی را دوچندان می‌کند (بیگدلی و بیگدلی، ۱۳۹۴) و با کم‌رنگ شدن فرایند دروازه‌بانی اطلاعات، هویت‌های جدید احیا می‌شوند (فاضلی، سلطانی‌فر و عباسی، ۱۳۹۶). مطالعه این هویت‌ها به‌مثابه کنش‌هایی زبانی ناآگاهانه که در فضایی امن و عاری از یک نیروی مستقیم کنترل‌کننده شکل می‌گیرند می‌تواند در درک هویت‌سازی ایرانیان و بازتعریف آنچه ما به ایرانیت از آن یاد می‌کنیم کمک کند. در چنین فضایی است که فرد امکان فکری آن را می‌یابد که به خود بیاندهد و موازنه میان خود و دیگری را برهم‌بزند، از هویت خود آگاه شود و ساختار هویتی خود را بازتعریف کند (پارتازیان و همکاران، ۱۳۹۲). دغدغه این‌که ایرانیان خود را چگونه می‌بینند، ساختار هویتی خود را چگونه تعریف می‌کنند و تصویر ایرانیت در آینه‌ای چون توئیتر چگونه منعکس می‌شود، مسئله اصلی پژوهش حاضر است. دریافت چنین تصویری از ایرانیان، بدون ایجاد فضایی خالی از خودسانسوری و بدون توسل به شبکه‌های اجتماعی چون توئیتر امکان‌پذیر نیست.

در مورد اهمیت و ضرورت چنین پژوهشی می‌توان به هویت انسانی در چارچوب رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی اشاره کرد. این ضرورت برخاسته از اهمیت بررسی رسانه‌های اجتماعی در دوره کنونی است. به‌زعم معینی‌علمداری (۱۳۸۴)، جامعه اطلاعاتی جدیدی در حال شکل‌گیری است که با اقتضائات جهانی پیش می‌رود. انسان احاطه‌شده توسط اینترنت، دربند رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی است. او آنچه را که این رسانه‌ها می‌خواهند و بازتاب می‌دهند می‌بیند و می‌شنود. او خود را در بازتعریف رسانه‌ها می‌شناسد و تعریف می‌کند. تعریف انسان از خود، دغدغه هویت و کیستی انسان را پررنگ‌تر می‌کند. دغدغه‌ای تاریخی که در عصر جدید به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز راه پیدا کرده است. نگاه به هویت ملی در چارچوب ابزار اطلاعاتی مدرن، می‌تواند

دریچه‌ای نوین به سمت هویت انسان معاصر ایرانی بگشاید. شناخت نقاط ضعف و قوت هویت ایرانی که در خلال نظرات و ابراز عقیده کاربران شکل می‌گیرد، می‌تواند ما را در شناخت خود جمعی‌مان یاری کرده و دست‌یار ما در برطرف کردن نقاط ضعف و تقویت کردن نقاط قوت شود. علاوه بر آن، عدم بررسی همه‌جانبه شبکه‌های اجتماعی، عدم شناخت کنش‌های کاربران فضای اینترنتی و عدم تحلیل نگاه جوانان - که مهم‌ترین جامعه هدف شبکه‌های اجتماعی هستند-، جامعه را دچار بحران‌های غیرقابل جبران می‌کند (حاجیانی، ۱۳۹۲؛ ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۲).

معنا بیش از هر چیز توسط زبان برساخته می‌شود و توسط زبان انتقال می‌یابد. زبان وظیفه دارد که از طریق واژگان، معنا را در ذهن مخاطب شکل دهد و رسانه‌ها این کار را تسهیل می‌کنند. پژوهش حاضر، به بازنمود انگاره هویت ایرانی در نگاه ایرانیان و در قالب زبان فارسی می‌پردازد. به عبارت دیگر، این تحقیق، با بررسی گفته‌های ایرانیان در شبکه اجتماعی توئیتر درباره انگاره ایرانی و ایرانی، می‌کوشد تا این مفهوم را از زاویه دید کاربران فارسی زبان ایرانی منعکس کند. بازنمایی هویت ایرانی در رسانه‌ای که یکی از نمادهای شبکه‌های اجتماعی تلقی می‌شود، هدف اصلی پژوهش حاضر است. بازتاب خصایص ایرانیان از زبان خودشان می‌تواند دریچه‌ای جدید و مستند بر انگاره‌های علمی برای بازتعریف هویت ایرانی در اختیار ما قرار دهد. به عبارت دقیق‌تر، پرسش پژوهش حاضر را می‌توان به شکل زیر بازگویی نمود:

کاربران ایرانی شبکه اجتماعی توئیتر در توئیتهای خود، چگونه و با چه مؤلفه‌هایی انگاره هویت ایرانی را در قالب زبان فارسی بازنمایی می‌کنند؟

پیشینه نظری

«توأم به گروه خارجیایی که میگویند ایرانیا به درد نخورن پیوستی»؟

توئیتهای از نام کاربری مرگان

مسئله هویت به مثابه امری حیاتی در جوامع امروز شناخته می‌شود و به دلیل شرایط خاص جهانی و محلی درهم آمیختگی هویت‌ها، به لحاظ نظری نیز دچار تحولات گوناگون شده است. تاکنون تعاریف متعددی از هویت ارائه شده است. هویت از تقابل و تشابه نشات می‌گیرد. جنکینز (۱۳۸۱) بر اساس همین دو مفهوم به تعریف هویت می‌پردازد و هویت را ناشی از شباهت داشتن با هم‌نوعان و تفاوت داشتن با غیرهم‌نوعان می‌داند. هویت از "چه کسی هستی" ناشی می‌شود و از نیاز طبیعی انسان به شناخته شده، متمایز شدن و درعین حال در یک طبقه قرار گرفتن مایه می‌گیرد. حس تعلق داشتن به یک امر خارجی یا داخلی یک نیاز طبیعی انسان است. انسان از زمانی که زندگی خود را آغاز می‌کند و "من" را می‌شناسد آن را در تقابل با مفهوم "دیگری" قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، "من" فقط در تقابل با "دیگری" تعریف می‌شود. هویت انسان به طور عمده به دو صورت فردی و اجتماعی تعریف می‌شود. هویت فردی ویژگی‌های شخصیتی یک فرد است. هویت اجتماعی یا ملی اما دامنه گسترده‌تری دارد. اسمیت^۱ (۱۳۸۳) معتقد است که هویت ملی در نتیجه بازتعریف مشترک الگوها، ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و غیره شکل می‌گیرد و میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهد و وجه تمایز یک ملت با ملتی دیگر است. هویت ملی پایه و اساس انواع هویت‌ها است. هویت ملی تعارض‌های هویت فردی را کاهش می‌دهد و با تکیه بر اشتراکات افراد آن‌ها را ذیل یک چتر واحد متحد می‌کند. هویت ملی، محصول خرد جمعی است. از جمله عناصر هویت ملی می‌توان به نمادهای ملی، سنت‌ها، خاطرات، دستاوردها و تجارب ملی اشاره کرد (اسمیت، ۱۹۹۱). هویت، چیستی و ماهیت خویشتن نه فقط در ظرف فردی خویش، بلکه در ظرف جمعی خود است. همان چیزی که شریعتی از آن به عنوان من "ما" یاد می‌کند.

در نگرش پساساختارگرایانه، معنا در حال شدن است و در نتیجه هویت نیز به مثابه معنای جمعی و فردی انسان، سیال است. هویت در این نگاه، ماهیتی بی‌ثبات، چندپاره و چندگانه دارد. همان‌طور که احمدی (۱۳۷۳) نیز در معمای مدرنیته می‌گوید خویشتن مدرن هرگز در مکان خود جا نمی‌افتد و از این رو به قول هایدگر همواره بی‌خانه است. در

این پژوهش، هویت از زاویه پساساختارگرایی بررسی می‌شود و برای هویت ذاتی سیال و چندوجهی قائل است.

انسان در نگاه پساساختارگرایانه، سازنده هویت جمعی یا فردی خویش است. در همین چارچوب، انسان از طریق ابزارهای گوناگون، هویت خود را بازنمایی می‌کند و یکی از این ابزارها، رسانه است. آدمی، تکه‌های جورچین هویتی خود را در چارچوب رسانه کنار هم می‌چیند و یک هویت جمعی را شکل می‌دهد (زارع‌پور، ۱۳۹۵).

بازنمایی رسانه‌ای^۱ «ساختی است که رسانه‌های جمعی از جنبه‌های مختلف واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیا، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد ایجاد می‌کنند» (احمدی، ۱۳۸۴: ۵۹). بازنمایی یکی از مفاهیم اساسی در مطالعات مربوط به رسانه است. بازنمایی همچون فیلتری است که از طریق آن، رسانه‌ها واقعیت را منعکس می‌کنند. البته بازنمایی انعکاس صرف نیست و در خلال آن، معنا به تدریج شکل می‌گیرد و واقعیت همچون جورچینی شکل می‌گیرد. رسانه‌های جمعی، تصویری از جنبه‌های مختلف واقعیت‌های انتزاعی و ملموس ارائه می‌دهند و معناهای جدید به این تصویر می‌افزایند. این تصویر می‌تواند گفتاری، نوشتاری و یا سمعی-بصری باشد.

بازنمایی رسانه‌ای اهمیت بسیاری در بازتعریف هویت افراد و گروه‌های اجتماعی دارد و مردم از طریق بازنمایی رسانه‌ای زندگی خود را تفسیر کرده و به آن معنا می‌بخشند (راوودراد، منتظر قائم و سرکاراتی، ۱۳۸۷). برک‌ول^۲ (۱۹۹۲)، بازنمایی را عمدتاً با سیاست و ایدئولوژی گره می‌زند و ابراز و عینی کردن روابط از طریق رسانه‌ها را در شکل‌گیری هویت فردی و جمعی مؤثر می‌داند.

با شروع فرآیند رسانه‌ای شدن جوامع و تأثیرگذاری روزافزون رسانه‌های اجتماعی در تحولات فرهنگی و اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی به بسترهای مهمی برای بازنمایی هویت‌ها و شناخت ویژگی‌ها و ابعاد این بازنمایی تبدیل شدند. شبکه‌های اجتماعی وبسایت‌هایی هستند که امکان اشتراک‌گذاری اطلاعات را به کاربران خود می‌دهند.

1..Media Representation

2..Breakwell, G.

مهدی‌زاده (۱۳۸۳) در برشمردن ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی به تعاملی بودن آن‌ها و ارتباط دوسویه به‌عنوان مهم‌ترین امکان رسانه‌های نوین یاد می‌کند. شبکه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر، بخش اعظم استفاده کاربران از اینترنت را به خود اختصاص داده‌اند. با اوج‌گیری اقبال به شبکه‌های مجازی، انحصار مبادله اطلاعات که در اختیار قدرت‌های بزرگ سیاسی-اقتصادی بوده‌است، در هم می‌شکند، فراروایت‌ها^۱ در ساحت‌های مختلف زیر سؤال می‌روند و مفهوم حقیقت، تکه‌تکه و ماهیت هویت، سیال و چندبعدی می‌شود. توئیتر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار در سطح کلان سیاسی-اجتماعی بستر مناسبی برای به اشتراک‌گذاری افکار و عقاید برای مردم فراهم کرده‌است. این شبکه اجتماعی که در سال ۲۰۰۶ توسط جک دورسی تأسیس شده‌است، امکان گذاشتن پیام (توئیٹ کردن) با محدودیت ۲۸۰ کلمه به ازای هر توئیٹ به کاربر می‌دهد و بسیاری از خبرگزاری‌ها و افراد مشهور دنیا آن را به‌عنوان معتبرترین وسیله ارتباطی می‌دانند (نگهبان، ۱۳۹۶). در ایران، فیلتربودن این شبکه، ارائه آمار دقیق از تعداد کاربران را بسیار مشکل می‌کند (کرمانی و آتش‌زر، ۱۳۹۶). در اهمیت توئیٹ و شبکه‌های اجتماعی همین بس که ترامپ که موازنه قدرت در سطح جهانی را به هم ریخته‌بود، انتخاب خود به‌عنوان رئیس‌جمهور را مرهون توئیٹ می‌دانست (سلیمی و وهاب‌پور، ۱۳۹۷). تعداد کاربر بالا، عمومی بودن، به‌روز بودن مباحث، ایجاد محتوای مشارکتی و تعاملی، سرعت انتشار بسیار زیاد، قابلیت ری توئیٹ^۲، محدودیت متن، قابلیت ایجاد هشتگ^۳ و ایجاد بستری برای ابراز آزاد عقیده، از جمله مزایای توئیٹ هستند و رشد فرهنگ چندصدایی، چندقطبی شدن اندیشه‌ها و روایت‌ها و تکثیربخشی به فرهنگ و اندیشه از جمله تأثیرات مهم توئیٹ در جامعه امروز هستند (موسوی، ۱۳۸۹). توجه به این مزایا، لزوم مطالعه شبکه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد. پژوهش حاضر، علاوه بر دلایل فوق‌الذکر، در انتخاب توئیٹ به‌عنوان منبع داده‌ها، به‌طور مشخص به نصرتی و برومند (۱۳۹۸) استناد می‌کند. آن‌ها بازبودن حساب کاربری در توئیٹ - به‌این ترتیب که همه افراد

1..Meta-narratives

2..Retweet

3..Hashtag

می‌توانند به نوشته‌های یک کاربر دسترسی داشته باشند - و محدودیت استفاده از کلمات - که کار تحلیل را ساده‌تر، عملی و عملیاتی‌تر می‌کند و صراحت کلام کاربران در اظهارنظر را افزایش می‌دهد - را مهم‌ترین دلایل در انتخاب توئیتر می‌دانند.

پیشینه پژوهش‌های مرتبط

پژوهش‌های انجام گرفته در این حوزه را می‌توان به فراخور متغیر همراه شده با شبکه‌های اجتماعی دسته‌بندی نمود. بخشی از پژوهش‌هایی که در حوزه شبکه‌های اجتماعی انجام شده، بر تجزیه و تحلیل داده‌های اجتماعی و تعیین نقش آن‌ها در یک ساحت بیرونی و قابل مشاهده متمرکز است. به طور مثال، این پژوهش‌ها می‌توانند با تحلیل داده‌ها، کنش‌ها یا ناآرامی‌های سیاسی را پیش‌بینی یا تحلیل کند. کارلیسله و پتون (۲۰۱۳) با استفاده از یک مدل خاص، مشارکت سیاسی کاربران فیس‌بوک را بررسی کرده‌اند و قابلیت‌های این شبکه برای فعالیت‌های سیاسی را تحلیل نموده‌اند. وُچشزک و اسمیت (۲۰۱۳) استفاده جوانان ایرانی از رسانه‌های جدید در حوادث سال ۱۳۸۸ را بررسی کرده‌اند. فدرمن (۲۰۱۵) در کتاب خود با عنوان گفتمان‌های ایدئولوژی و هویت: شبکه‌های اجتماعی و اعتراضات انتخابات ایران، راه‌های برساخت هویت ایرانی در برهه حوادث ۱۳۸۸ و بومی‌سازی شبکه‌های اجتماعی به‌خصوص توئیتر در بحران انتخابات را تحلیل و بررسی کرده‌است.

در بخش دیگری از پژوهش‌ها، به رابطه متغیر هویت و شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده‌است. پژوهشگران این حوزه، شبکه‌های اجتماعی را به‌مثابه عوامل بیرونی که بر هویت تأثیر مثبت یا منفی می‌گذارند، در نظر گرفته‌اند. البته مسئله هویت و اینترنت ذیل فرایند جهانی‌شدن نیز قرار می‌گیرد و پژوهش‌های این حوزه نیز بی‌ارتباط با پژوهش پیش‌رو نیست. از میان این پژوهش‌ها می‌توان به فکوهی و عیاری (۱۳۸۸) اشاره کرد. آن‌ها در پژوهش خود به این باور رسیده‌اند که در گستره بی‌حدومرز اینترنت و در فرایند جهانی‌شدن، استفاده از اینترنت نه تنها هویت‌های قومی ایران را تضعیف نکرده، بلکه

محملی برای تجلی بیشتر هویت‌ها شده‌است. رستمی، جمیلی اسکویی، نشاط و فرقانی (۱۳۹۶) در پژوهشی به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی کاربران اصفهانی پرداخته‌اند. آن‌ها با ابزار پرسشنامه به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های کاربری شبکه‌های اجتماعی مانند مدت‌زمان استفاده، نوع استفاده، نوع شبکه اجتماعی، انگیزه و هدف کاربران به صورت معناداری بر هویت دینی آن‌ها تأثیر می‌گذارند. پیش از آن‌ها، معماریانی و حسن‌زاده (۱۳۹۱) در تحقیقی تأثیر اینترنت و ماهواره بر هویت دینی دانش‌آموزان متوسطه اول پرداخته بودند و نتایج آن‌ها نیز از تأثیر معنادار اینترنت بر هویت حکایت داشت. در پژوهشی مشابه، بخشی تلیابی، هاشمی و سلطانی‌فر (۱۳۹۴) به تأثیرات و پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی کاربران پرداخته‌اند. عبداللهیان (۱۳۸۴) انواع آسیب‌های اینترنتی را بررسی کرده و نقش آن‌ها در تغییرات هویتی در ایران را تحلیل کرده‌است.

در ادامه پژوهش‌هایی که به هویت و شبکه‌های اجتماعی می‌پردازند و همراستا با پژوهش حاضر، معینی‌علمداری (۱۳۸۴) هویت مدرن راه‌یافته به فضای مجازی را همچون منشوری متکثر می‌داند. به‌همین دلیل است که افراد از یک هویت به‌ظاهر یکسان (مانند هویت ملی ایرانیان) برداشت‌های متفاوتی دارند و آن را به شکل‌های گوناگون می‌بینند. نصرتی و برومند (۱۳۹۸) هویت ایرانی منعکس‌شده در توئیت‌های کاربران را از نمادهای واژگانی که استفاده می‌کنند، متأثر می‌داند. آن‌ها معتقدند که هویت کاربران جوان که در نتیجه کنش‌های اشتراکی شکل گرفته‌است، در فضای مجازی دست‌خوش تغییر می‌شود و این تغییر در زبان ضدگفتمانی آن‌ها منعکس می‌شود. کاربران توئیت با استفاده از دشواژه‌ها^۱ در توئیت‌های خود هویتی جدید و مشترک را شکل می‌دهند و آن را در مقابل نیروها و گفتمان مسلط جامعه قرار می‌دهند. توئیت به‌زعم آن‌ها با توجه به امکاناتی که دارد، نمونه بارز از سپهر عمومی به حساب می‌آید و تغییر هویتی کاربران در بروز زبانی در توئیت، آشکار است.

۱. تابو، واژه‌هایی که ادای آن‌ها در یک فرهنگ و قوم خاص پسندیده نیست.

و در دسته آخر، به‌عنوان نمونه به پژوهش فیاض و شیرازی (۲۰۱۳) اشاره می‌شود که به رابطه رسانه و بازنمایی هویت ایرانیان می‌پردازد. آن‌ها در یک بازه ۱۱ ساله، نحوه بازنمایی ایران و ایرانی در رسانه‌های دنیا (مشخصاً روزنامه تایم و نیوزویک) را مطالعه کرده‌اند و معتقدند که بازنمایی هویت ایرانی در رسانه‌های خارجی لزوماً بر واقعیت منطبق نیست. هویت ایرانی در نگاه رسانه‌های غربی بازتعریف می‌شود و هر ایرانی که با فرارویات‌های سیاسی و فلسفی غربی همگام می‌شود، ایرانی خوب قلمداد می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر در چارچوب هویت اجتماعی و رابطه آن با زبان و به‌منظور تحلیل مؤلفه‌های اصلی که ایرانیان خود را با آن‌ها می‌شناسند، از تئوری‌های کاربران ایرانی در توئیتر استفاده کرده‌است. این پژوهش ماهیتی توصیفی-تحلیلی دارد و در تحلیل داده‌ها از روش تحلیل موضوعی، یا تماتیک^۱ بهره برده است. تحلیل موضوعی که با معادل تحلیل مضمونی نیز شناخته می‌شود، از پرکاربردترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی است (امرسون، فرتز و شاو، ۱۹۹۵)^۲. در این تحلیل، طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون‌داده‌ای و برون‌داده‌ای اهمیت پیدا می‌کند و با مشخص کردن ویژگی‌های مشابه در متون، آن‌ها را مقایسه کرده و ساختار معنایی و صورتی آن‌ها را کشف می‌کند. البته باید در نظر داشت که متن‌ها معنای ثابتی ندارند و مخاطب می‌تواند خوانش‌های متفاوتی از آن‌ها داشته‌باشد (عاملی، ۱۳۹۲).

به‌منظور پاسخگویی به پرسش پژوهش، تعداد ۶۰۰۰ توییت با استفاده از اتصال به API توئیتر و از طریق نرم‌افزار برنامه‌نویسی آماری R با هشتگ # ایرانی_ها، # ایرانیا و # ایرانی در بهمن و اسفندماه ۱۳۹۸ از توئیتر استخراج شد. همین کلیدواژه‌ها در متن توییت‌ها نیز بررسی شده و توییت‌های مربوط به آن‌ها نیز استخراج شدند. هشتگ‌ها نمایه‌هایی قراردادی هستند که به کاربران امکان می‌دهند به‌صورت درون‌متنی به جستجوی واژگان

1..Thematic analysis

2..Emerson, Fretz & Shaw

موردنظر خود پردازند. کلیدواژه‌ها اما عام‌تر هستند و از درون متن استخراج می‌شوند. هشتگ‌ها و کلیدواژه‌های مذکور در یک برهه ۴۰ روزه و هر ۱۰ روز یک‌بار استخراج شد. به دلیل شرایط نرم‌افزاری امکان دانلود توئیت‌ها در بازه زمانی گسترده‌تر وجود نداشت و انتخاب باز زمانی ۱۰ روزه جزو محدودیت‌های پژوهش به‌شمار می‌آید. طبعاً پژوهشگران به توئیت‌هایی که به دلایل خاصی اصطلاحاً داغ یا ترند می‌شوند، بی‌توجه بوده و واکنش‌های آنی کاربران را نادیده گرفته‌اند. در عوض توئیت‌هایی که به نظر می‌رسیده حاوی نظرات باثبات‌تری در مورد هویت ایرانی هستند مدنظر قرار گرفته‌است.

بنابراین، توئیت‌هایی که هشتگ یا کلیدواژه موردنظر را داشتند، دانلود شده و پس از مطالعه توئیت‌ها و به‌منظور رسیدن به الگوهای هویتی، توئیت‌هایی با مضامینی مشخص در دسته‌بندی‌های مشابه قرار گرفتند و بعد از دسته‌بندی محتوایی، در مجموع ۲۵۸۰ توئیت با موضوع پژوهش مرتبط شناخته‌شد. توئیت‌هایی که حاوی معیار موردنظر (داشتن کلمه یا هشتگ مربوط به ایرانیت) بودند، اما مستقیماً اطلاعاتی در مورد بازنگری هویت ایرانی به‌دست نمی‌دادند حذف شدند. به‌این‌ترتیب، تحلیل نهایی بر این توئیت‌ها انجام شد و نهایتاً ۷ بن‌مایه/مضمون شکل گرفت.

به‌منظور سنجش پایایی پژوهش، توئیت‌ها توسط دو نفر از پژوهشگران دخیل به‌صورت جداگانه در این تحقیق بررسی شد و دسته‌بندی‌های انجام‌شده به‌صورت مجزا شکل گرفت و به‌این‌ترتیب دسته‌بندی‌های مشترک به‌عنوان ملاک در نظر گرفته‌شد. همچنین جهت اطمینان از روایی محتوایی دسته‌بندی نهایی مضامین، دو تن از اعضای هیات علمی دانشگاه و صاحب‌نظر در حوزه جامعه‌شناسی زبان و گفت‌مان‌شناسی نیز دسته‌بندی‌های نهایی را مطالعه کرده و برخی توئیت‌ها حذف و یا در دسته‌های دیگری قرار گرفتند.

تحلیل داده‌ها

در این بخش، مضامین استخراج‌شده و مقوله‌هایی که در هر یک قرار می‌گیرند، به‌صورت مجزا و به‌تفصیل مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. همان‌طور که در جدول ۱ آمده‌است،

مضامین تعمیم رفتارهای روزمره، دیگری محوری، عاملیت گرایی، قربانی‌انگاری، مثبت‌اندیشی، تحقیر هویت ایرانی و گریز از خود به ترتیب، ۷ مضمون استخراج شده از توئیت‌های کاربران هستند. هر مضمون، شامل مقوله‌هایی است که به ترتیب تعداد توئیت مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۱. عناوین مضمون‌ها، تعداد توئیت مربوط به آن‌ها و آمار تفصیلی توئیت‌ها

مضامین	تعداد توئیت	درصد نسبت به کل	مقوله‌ها	تعداد توئیت	درصد نسبت به کل مضمون
دیگری محوری	۴۲۶	۱۶,۵۱	مهاجرت	۲۴	۵,۶۳
			تحقیر در برابر دیگری	۲۳۴	۵۴,۹۳
			نژادپرستی	۹۰	۲۱,۱۳
			جداسازی	۳۰	۷,۰۴
			تنوع زبانی	۴۸	۱۱,۲۷
گریز از خود	۱۶۸	۶,۵۱	ریاکاری	۲۸	۱۶,۰۷
			چاپلوسی	۱۸	۱۰,۷۱
			خودبزرگ‌بینی	۵۱	۳۰,۳۶
			رذالت	۷۲	۴۲,۸۶
عاملیت گرایی	۳۰۶	۱۱,۸۶	خودمداری	۹۰	۲۹,۴۱
			فرصت طلبی	۱۵	۴,۹۰
			تنبلی	۳۳	۱۰,۷۸
			بی‌عملی	۷۲	۲۳,۵۳
			حافظه کوتاه	۱۵	۴,۹۰
			احساسی بودن	۱۶	۳,۹۲
قربانی‌انگاری	۲۰۱	۷,۷۹	سیاست (عامل)	۶۹	۲۲,۵۵
			بدبختی	۱۵۹	۷۹,۱۰
تعمیم رفتارهای روزمره	۱۰۶۲	۴۱,۶۲	سیاست (قربانی)	۴۲	۲۰,۹
			شکل ظاهری	۱۰۵	۹,۸۹
			عادات غذایی	۳۶	۳,۳۹
			خلقیات روزمره	۶۶۳	۶۲,۴۳

		منفی			
۱۲,۹۹	۱۳۸	خلقیات روزمره خنثی			
۴,۵۲	۴۸	فضولی			
۲,۸۲	۳۰	فحاشی			
۳,۹۵	۴۲	امر جنسی			
۲۶,۲۵	۶۳	ویژگی‌های مثبت	۹,۳	۲۴۰	مثبت‌اندیشی
۵۰	۱۲۰	نقد خودزنی			
۲۳,۷۵	۵۷	تاریخ پرشکوه			
۴۵,۷۶	۸۱	توانایی ذهنی	۶,۸۶	۱۷۷	تحقیر هویت ایرانی
۲۷,۱۲	۴۸	دین و خرافات			
۲۷,۱۲	۴۸	ناسزا به ایرانیان			

در جدول فوق، تعداد و درصد هر کدام از مضامین نسبت به کل توئیت‌های بررسی شده نشان داده شده است. هر مضمون شامل مقوله‌هایی است که به صورت جزئی جورچین هویتی را کامل می‌کنند. این مقوله‌ها انگاره ایرانیت را به شکل روشن‌تری به طور درمی‌آورند. در جدول ۱، تعداد و درصد هر کدام از مقوله‌ها نسبت به کل توئیت‌های هر مضمون نیز محاسبه شده است. این مضمون‌های استخراج شده از متن، توئیت‌ها را با یکدیگر مقایسه می‌کند. این مضمون‌های تکرارشونده در گفتمان کاربران توئیتر فارسی، مؤلفه‌های هویت ایرانی را تشکیل می‌دهند. براین اساس، مضمون تعمیم رفتارهای روزمره ۴۱/۶۲ درصد از توئیت‌ها را به خود اختصاص داده و بیشترین تکرار را در میان سایر مضامین دارا است و کمترین تعداد توئیت‌ها در مضمون گریز از خود جای گرفته است. بر این اساس به طور کلی در میان تمام مقوله‌های مشخص شده، به ترتیب خلیات روزمره منفی، تحقیر در برابر دیگری، بدبختی، خلیات روزمره خنثی و نقد خودزنی بیشترین توئیت‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین به ترتیب، مقوله‌های حافظه کوتاه، فرصت‌طلبی و احساسی بودن کمترین تعداد توئیت وجود داشته است.

تعمیم رفتارهای روزمره

پرتکرارترین مضمون در مجموعه‌ی توثیق‌های بررسی‌شده مضمون «تعمیم رفتارهای روزمره» است. در این مضمون، نگارنده «خود ایرانی» را منتشر در رفتارهای روزمره‌ای می‌بیند که در پی تجربه‌های زیسته خویش به‌دست آورده است. هویت ایرانی در این‌جا با مجموعه‌ای از رفتارهای کوچکی شناخته می‌شود که انسان ایرانی در زندگی روزمره خود انجام می‌دهد و دیگران با آن مواجه می‌شوند.

رفتارهای روزمره معرف هویت ایرانی بازنمایی‌شده در این مجموعه، دارای دو ویژگی اساسی‌اند: اولاً به تمام ایرانیان یا -در تعداد اندکی از موارد- به جمعیت کثیری از آنان تعمیم پیدا می‌کنند. ثانیاً این رفتارهای تکراری و عمدتاً به‌لحاظ ارزشی منفی، ذاتی انسان ایرانی در نظر گرفته می‌شوند.

در مقوله پر تکرار تعمیم روزمره منفی، مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و یا خلیقات منفی نهفته در رفتارهای روزمره و یا تجارب زیسته ایرانیان بیان می‌شود. کاربری با نتیجه‌گیری از یک تجربه کاری می‌نویسد:

«یکی از جاهایی که فهمیدم ما ایرانیان باید زور بالای سرمون باشه آزمایشگاه

بود. تا من بودم همه جا همیشه تمیز بود و همه رعایت می‌کردن که تمیز کنن، دو

ماه بعد اینکه تموم شدم اومدم دیدم جای رد محلول و اسید همه‌ی میز عزیزم رو

پرکرده.»

در اینجا «خود ایرانی» شخصیتی تصویر می‌شود که تنها با زور و اجبار تن به رعایت نظم و قواعد حاکم می‌دهد. در کنار این مقوله، تعداد کمتری از متون نیز بازنمایی خنثی از رفتارهای ایرانی دارند. به این معنا که در جریان تجارب شخصی و زندگی روزمره رفتارهایی به شخصیت ایرانی نسبت داده می‌شود که به لحاظ بار ارزشی خنثی هستند. این ویژگی‌ها از پوشش‌های غیررسمی افراد و نحوه رفتار در جمع‌های شخصی و همچنین علاقه افراد به دخالت در امور زندگی عادی دیگران تا ادعاهای گرافه را شامل می‌شود. به‌عنوان مثال، کاربری با اشاره به برخی ادعاهای پرتکرار در زبان عامه می‌نویسد:

«ایرانیا سه نقطه مشترک دارن

- همشون موهاشون لخت بوده از یه سنی به بعد همینجوری یهویی موهاشون فر شده.

- همشون درسشون خیلی خوب بوده ولی حس کردن کاسب بهتری میشن

- بابای همشون ی ملکی داشته که آگه نفروخته بود الان واسه هفت

پشتشون بس بود»

در مقولات دیگر این مضمون، برخی امور عادی زندگی روزمره ایرانیان جزئی از هویت آن‌ها بازنمایی می‌شوند. به‌طور کلی، بخش مهمی از تئیت‌های این مضمون به ویژگی‌های مشترک ظاهری ایرانی، عادات غذایی و رفتارهای مرتبط با امرجنسی اشاره داشته‌اند. سه تئیت زیر نمونه‌هایی از تئیت‌های مربوط به این مقولات هستند:

«دلیل اینکه اکثر ایرانیا دماغاشون گنده‌اس رو پیدا کردم، از اجدادمون

هستن:»

«مرد ایرانی کلاً با کانسپت consent در مورد نزدیک شدن به زن‌ها بیگانه

ست.»

«از هر چیزی که پرژک نتونسه شامپو بسازه، ایرانیا ارزش ترشی ساختن...»

در این تئیت‌ها ایرانیان حتی در داشتن برخی ویژگی‌های ظاهری و عادات غذایی، یکپارچه و یکنواخت بازنمایی می‌شوند. در نهایت، بخش دیگری از تئیت‌ها به برخی خلیات منفی در زندگی شخصی اشاره دارند. به‌طور خاص، دو ویژگی فضولی و فحاشی به‌عنوان ویژگی مشترک ایرانیان در این مقولات بازنمایی می‌شود. کاربری با کنایه به قواعد زندگی ایرانی می‌نویسد:

«علاوه بر این که زندگی خصوصی من به خودم مربوطه؛

زندگی خصوصی شماها هم به من مربوطه؛

قانون زندگی ایرانیا!»

محوریت انگاره "دیگری"

در تئیت‌های بررسی شده، محوریت دیگری در بازنمایی هویت ایرانی کاملاً آشکار است. کاربران فارسی‌زبان در ذیل این مضمون، ایرانیان را متناسب با مقایسه با دیگری یا واکنش آن‌ها در برابر دیگری، توصیف می‌کنند. به‌طور کلی مجموعه تئیت‌ها در پنج دسته قرار می‌گیرند که به ترتیب تعداد عبارت‌اند از: تحقیر در برابر دیگری، نژادپرستی، تنوع زبانی، جداسازی و مهاجرت. می‌توان نتیجه گرفت که در مقوله اول ایرانیان در مقایسه با دیگری تحقیر می‌شوند، در مقوله دوم، واکنش ایرانیان در برابر دیگری نقد و توصیف می‌شود، در مقوله سوم، دیگری‌های زبانی برساخته می‌شوند، در مقوله چهارم، شاخصه‌های تمایز میان ایرانی و غیرایرانی بازنمایی می‌شود و در نهایت، در مقوله مهاجرت، گفتمان دیگری‌خواهی حاکم است و مهاجرت به آغوش دیگر ملل به‌عنوان ویژگی یا نقطه مشترک ایرانیان بازنمایی می‌شود.

پربسامدترین مقوله در توجه به مسئله دیگری در بازنمایی هویت ایرانی، تحقیر در برابر دیگران است. در این مقوله کاربران به اشکال متفاوت و در زمینه‌های مختلف به مقایسه ایرانیان با دیگر ملل و تحقیر آنان در این مقایسه می‌پردازند. به‌بیان‌دیگر در برساخت هویت ایرانی به‌مثابه میدان موازنه میان خود و دیگری (پارتازیان و همکاران، ۱۳۹۲) برتری و سنگینی با دیگری است و این خود ایرانی است که به‌مثابه یک سوژه فروتر شناخته می‌شود. بر همین اساس یکی از کاربران وضعیت ایرانیان را این‌گونه تصویر می‌کند:

«این موضوع بحث کوچیکی هست که نشون میده ایرانیا چقدر نفهم هستن.

هرجور حساب می‌کنم فهم و شعور ایرانیا از کل دنیا پایین تره».

بخش دیگری از تئیت‌های ذیل این مضمون، نژادپرستی و خودبرتربینی را به‌عنوان شاخصه هویت ایرانی برمی‌شمارند. کاربری در همین حوزه می‌نویسد:

«اینجوری تربیت شدیم، جوری که فکر کنیم از همه بهتریم! همین مشکل

تربیتی ما که خارج از کشور هم خیلی از ایرانیا هنوز تو توهم که فکر می‌کنن از

بقیه بهترن! این فرهنگ و تربیت غلط کی درست می‌شه؟»

در این بخش، نژادپرستی خصلتی است که کاربران به انگاره ایرانی نسبت می‌دهند. در میان توئیت‌های مطالعه‌شده، موضع نژادپرستانه ایرانیان نسبت به اعراب بیشترین بسامد را داشته است.

مسئله بعدی مورد توجه کاربران، تنوع زبانی و خلق دیگری‌های زبانی بوده است که از دو جنبه قابل بررسی است: از یک سو عدم پذیرش انگاره دیگری زبانی موردنقد قرار گرفته و به نوعی از تمامیت‌خواهی زبانی ایرانیان انتقاد می‌شود و این تمامیت‌خواهی به‌عنوان بخشی از هویت ایرانی بازنمایی می‌شود. از سویی دیگر، دیگری زبانی برساخته شده و مورد تأکید کاربران فارسی‌زبان قرار می‌گیرد. به‌بیان‌دیگر این جنبه بر اتصال غیرقابل‌انکار زبان فارسی با هویت ایرانی تأکید دارند. به‌عنوان مثالی از توئیت‌های منتشرشده در این مقوله، کاربری با اشاره به دیدگاه‌های زبانی ایرانیان می‌نویسد:

«هم‌وطن‌های ما نفهم‌تر از این حرفان. این‌ها میگن از گواهی تولد تا برگ

فوت همه ایرانیا فقط باید به فارسی نوشته بشه. تازه یه تست بسندگی فارسی هم از

بچه‌های غیرفارس میگیرن و آگه طفل ۵ ساله نتونه فارسی رو در حد فلوئنت

صحبت کنه، میفرستنش مدرسه کودکان استثنایی و عقب‌مانده ذهنی»

در این مقوله بیشترین تأکید بر هویت زبانی ایرانیان و شاخصه‌های آن وجود دارد و به‌صورت کلی دو گفتمان تنوع‌زبانی و تمامیت‌خواهی در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند. کمترین تعداد توئیت در این مضمون در دو مقوله جداسازی و مهاجرت قرار دارد. در بخشی از توئیت‌ها رویکرد جداسازی قومی-ملی حاکم است. براین اساس کاربران تلاش دارند تا با نوعی «دیگری‌سازی» گروه یا قشر یا جماعتی را به‌عنوان دیگری ایرانی معرفی کنند و به‌بیان‌دیگر ایرانی بودن را به آن‌ها نسبت دهند. از این منظر هویت ایرانی و ایرانی‌بودن چیزی بیشتر از ملیت است و اختلافات عمدتاً سیاسی و یا تفاوت در عقاید می‌تواند ایرانی‌بودن را از گروهی سلب کند.

در مقوله پایانی نیز بخشی از توئیت‌ها به مهاجرت ایرانیان پرداخته‌اند. در این مقوله گفتمان حاکم، گفتمان دیگری‌خواهی و تمایل به مهاجرت است. در این توئیت‌ها میزان

نامطلوب بودن وضعیت جامعه ایران با افزایش پذیرش مهاجرت ایرانیان در خارج از کشور رابطه مستقیم دارد. به‌عنوان نمونه کاربری در ذیل این مقوله می‌نویسد:

«لک لک‌ها چون میتونن مهاجرت کنن شاخص امید به زندگیشون دو برابر

ایرانی اعلام شده»

عاملیت‌گرایی

عاملیت‌گرایی نوعی از بازنمایی وضعیت است که در آن بر مسئولیت و عاملیت خود افراد در شکل‌دادن به شرایط حاضر تأکید می‌شود؛ بنابراین، تئوت‌هایی در ذیل این مضمون قرار می‌گیرند که نسبت‌هایی به خود ایرانی می‌دهند که آنان را نسبت به وضعیت خود، کشور یا جامعه در جایگاه عامل قرار می‌دهد. به‌بیان‌دیگر، نسبت‌هایی همچون خودمداری، فرصت‌طلبی، تبلی و غیره همه به نقش «انسان ایرانی» در ساخت شرایطی که در آن قرار گرفته و یا دیگران را در آن قرار داده، می‌پردازد. آنچه در این مضمون از هویت ملی برساخته می‌شود، مجموعه‌ای از خلیات منفی است که از دیدگاه کاربران تئوت‌تر، علت وضعیت نامطلوب «مای ایرانی» بوده است.

به لحاظ کمی در این مضمون بیشترین تأکید (۲۹/۴۱ درصد از کل تئوت‌های مضمون) بر مقوله «خودمداری» ایرانیان بوده است. خودمداری در تئوت‌ها بیشتر بر مسائلی همچون خودخواهی، فردگرایی، واگرایی، عدم توانایی کار جمعی و عدم اتحاد اشاره می‌کند. به‌عنوان مثال کاربری در همین مضمون می‌نویسد:

«ولی بزرگ‌ترین مشکل خودمونیم. واگراترین جماعتی که من دیدم

خودمونیم. چیزی به اسم اتحاد توی وجود ایرانی‌ها نیست.»

در مرتبه بعدی مقوله بی‌عملی، پرتکرارترین محتوا در این مضمون است. در این مقوله بی‌عملی در کنار بی‌غیرتی و غرزی به‌عنوان خصلت شاخص ایرانی بیان می‌شود. نمونه این متون در تئوت زیر دیده می‌شود:

«ما ایرانی فقط لب و دهنیم، موقع عمل که میشه می‌خوایم تا می‌تونیم

بارمونو بندازیم روش دوش یکی دیگه یا سریع به راه در رو پیدا می‌کنیم.»

بخش مهم دیگری از توثیتهای ذیل این مضمون، نقد سیاسی را همراه با عاملیت‌گرایی اجتماعی درهم می‌آمیزند. به این معنا که با بیان نقد سیاسی و یا اشاره به وضعیت نامطلوب در حوزه سیاسی-اجتماعی، به نقش «مای ایرانی» در خلق یا تشدید آن تأکید می‌کنند:

«... نمی‌خواهم با دید سیاسی خرابش کنم اما نگاه ما ایرانی‌ها به مسائل کلان هم همین‌طور... از اول سال تا آخر سال هزار جور اشتباه می‌کنیم و آخرش می‌گیریم چرا مملکت ما درست نمیشه»

به‌عنوان مثال دیگری از این مقوله، توهم توطئه ایرانی به‌عنوان یک ویژگی بارز هویت ایرانی در نظر گرفته می‌شود و بر تأثیر آن در حذف نیروهای سیاسی پرداخته می‌شود. رویکردی که آبراهامیان از آن با عنوان «پارانوید سیاست در ایران» یاد می‌کند (آبراهامیان، ۱۳۸۲: ۵). به‌عنوان نمونه، می‌توان به این توثیت اشاره کرد:

«همه‌جای دنیا دارن در مورد محتوی حرف این دختر حرف می‌زنن، بعد ما اومدیم گیر دادیم به اکت و فرم اظهارنظرش! اینی که میبینن به دختر نوجوون هست و رفتارش کاملاً منطبق با سنش! خام و جوگیر! ولی تویی که پخته‌ای بین پشت حرفش چیه! البته نه بر اساس تئوری‌های توطئه که ما ایرانی‌ها استادشیم»

در کنار این بی‌عملی و انتقادات سیاسی، بخش دیگری از توثیت‌ها دلیل وضعیت نابسامان حاضر یا وضعیت کلی حاکم را در خصلت‌ها یا خلیقات خاص ایرانیان می‌داند. در این دسته خلیقات، تنبلی، فرصت‌طلبی، حافظه کوتاه و احساسی‌بودن بیشترین تکرار را در میان توثیت‌ها داشته‌اند. کاربری با تأکید بر خصلت تنبلی ایرانیان می‌نویسد:

«خصلت ایرانی‌ها مفت خوریه. مردمی تن پرور، پر ادعا و طبق فرمایش سعدی که خودش هم از قماش ماست: طبل غازی هستیم بلند آواز و میان تهی»

قربانی‌انگاری

بخش دیگری از تئیت‌های موردبررسی در این پژوهش، ذیل گفتمان «قربانی‌انگاری» قرار می‌گیرند. در این گفتمان، هویت ایرانی و خود ایرانی به‌عنوان یک قربانی تصویر می‌شود که در جبر وضعیت حاکم بر او یا بر کلیت جامعه و کشور قرار گرفته است و سوژه‌ای قربانی در این میان است.

دو مقوله اصلی در این مضمون قرار گرفته‌اند. مهم‌ترین و پرتکرارترین مقوله، بدبختی ایرانیان بوده و پس از آن قربانی‌بودن در امر سیاسی بیشترین تکرار را داشته است. در بازنمایی خود ایرانی ذیل مفهوم بدبختی، مشکلات و مسائل نامطلوب حاکم بر جامعه، به آنچه «بدبختی» موجود در ذات ایران و ایرانی است، ربط داده می‌شود. کاربری با مقایسه وضعیت ایرانیان با کشورهای دیگر می‌نویسد:

«نگرانی و حسرت تو ما ایرانیانگار ذاتی شده. یا واسه یه آینده موهوم به در

و دیوار می‌کوبیم و حال روزهمار می‌کنیم، یا توحسرت گذشته خاکستری حال

خودمون و اطرافیان رو نقله می‌کنیم... حال ضدحالی داریم ما حالیه؟»

در این مقوله هر رفتار جزئی می‌تواند نمایانگر وضعیت کلی حاکم بر کلیت جامعه ایرانی باشد. در این وضعیت کلی نیز، خود ایرانی کمتر نقش عاملیت دارد و نوعی تقدیرگرایی بر رویکرد متون بررسی شده حاکم است؛ بنابراین اولاً وضعیت حال حاضر ایران و ایرانیان نامطلوب توصیف شده و با واژگانی چون «بدبختی»، «بیچارگی»، «ناامیدی» و... توصیف می‌شود و ثانیاً آنچه وضعیت حاکم را ساخته «بخت بد»، «تقدیر نامناسب» و... است و نقش خود ایرانی، نقش قربانی این بخت و تقدیر بازنمایی می‌شود.

در مقوله دوم تعداد کمتری از تئیت‌ها خلق سوژه قربانی از خود ایرانی در مقوله پیشین را متمرکز بر امور سیاسی نشان می‌دهند. در این مقوله ارتباط مستقیمی میان وضعیت کلی حاکم بر فرد ایرانی با امور سیاسی برقرار می‌شود. در این مقوله، خود ایرانی سوژه‌ای بی‌اختیار در تغییر وضعیت نامطلوب سیاسی تصویر می‌شود و در برخی موارد، «دیگری»

است که می‌تواند حق ایرانیان را مطالبه و دریافت کند. کاربری وضعیت ایرانیان برای رشد فردی را این‌گونه تصویر می‌کند:

«داستان ما ایرانی‌ها شده کلیشه، موقعیت شغلی خوب؟؟؟ ثروت؟؟؟ همه

این‌ها بستگی به ژنت داره»

نتیجه نگاه قربانی‌انگار نسبت به خود ایرانی آن است که از سویی نوعی «انفعال توجیه‌شده» نسبت به وضعیت حاکم در میان کاربران شبکه اجتماعی به‌عنوان ویژگی ایرانی نشان داده شود و از سوی دیگر برخی نیز اشتیاق خروج از این وضعیت قربانی‌شده را ویژگی مشترک ایرانیان می‌دانند.

مثبت‌اندیشی

بخشی از پیام‌ها/توئیتهای مطالعه شده در این پژوهش، برخلاف عمده مطالب، جهت‌گیری و نگرش مثبتی به هویت ایرانی داشته‌اند. در این مضمون سه مقوله اصلی جای می‌گیرد: در مقوله اول ویژگی‌های مثبت به خود ایرانی نسبت داده می‌شود و در مقوله دوم تحقیر خود نقد می‌شود و در نهایت، در مقوله سوم، از «تاریخ باشکوه ایرانیان» به‌عنوان نماد هویت ملی استفاده می‌شود.

بخشی از توئیتهای ویژگی‌های مثبت انسان ایرانی را برمی‌شمرند و انسان ایرانی را دارای خصایصی ذاتی می‌دانند که هم به‌خودی‌خود و هم در مقایسه با دیگر ملت‌ها ارزشمندتر و برتر است. برای نمونه کاربری می‌نویسد:

«خدایش دمشون گرم چقد ما پشت هم وایمیسیم دممون گرم باید تو تاریخ

بمونه حرکت و مردانگی ایرانیا...»

ویژگی‌هایی همچون وفاداری، مهمان‌نوازی، غیرت، توسعه‌یافتگی، دیگردوستی و ... در این مضمون از خود ایرانی بازنمایی می‌شود. به‌عنوان نمونه دیگری می‌توان به توئیتهای زیر اشاره کرد:

«اینجا سانفرانسیسکو امریکاست و این سنگ‌ها رو مردم مهربون و نایس روی پیاده‌روها گذاشتن تا بی‌خانمان‌ها کنار خونه‌شون نخوابن. فقط یک لحظه مقایسه کنید با روحیه کمک‌کردن و دست‌محتاج گرفتن ما ایرانیا. حالا اونا باید #خودتحقیری کنند یا ما!!!»

در مضمون دوم، بیش از رویکرد ایجابی نسبت به هویت و خود ایرانی، رویکردی سلبی اتخاذ شده و نگرش خود تحقیرکننده نقد و یا رد می‌شود و در کنار آن، گاهی به ویژگی‌های هویت ایرانی نیز اشاره می‌شود. در این دیدگاه، کاربر محتوای تولیدشده یا هویت ثابت و تعمیم‌یافته ایرانی را نقد می‌کند و یا هویت ثابت و تعمیم‌یافته‌ی دیگری در مقابل برساخت خودتحقیرکننده ارائه می‌دهد. به‌عنوان نمونه کاربری می‌نویسد:

«چون متن شما تعریف از یک سرویس خدماتی در ایران هستش، در دنیای مجازی کسی ازش تعریف نمی‌کنه و ترجیح می‌دن نپینن؛ امروز فقط از ایران ما، سیاهی‌ها و تباهی‌ها رو نشون می‌دن و بهمون القا می‌کنند ما ایرانی‌ها از همه دنیا بیچاره‌تر و درمانده‌تریم و هیچ چیز خوبی هم نداریم»

به‌صورت کلی بخش مهمی از توئیت‌های این مضمون با عبارت «خودتحقیری» رویکرد تحقیرکننده هویت ایرانی را نقد یا رد کرده‌اند. این عبارت در شبکه اجتماعی به‌صورت گسترده‌تری توسط کاربران فارسی‌زبان در مضامین انتقادی نسبت به برساخت تحقیرآمیز نسبت به خود ایرانی استفاده می‌شود نمونه‌ی این مسئله را در توئیت یکی از کاربران به شکل زیر می‌توان مشاهده کرد:

«باور کنید خیلی از دخترهای خارجی هم مراسم در سالن مجلل و کلی مهمون و بریز و پاش دارن! چرا هر رفتاری که به نظرتون غلطه رو روش برچسب می‌زنن که فقط ایرانی‌ها انجام میدن؟»

مقوله‌ی دیگر در این مضمون نیز به تاریخ باشکوه ایرانی اشاره دارد. در این مقوله گذشته پرافتخار ایرانی مورد تأکید قرار می‌گیرد و نوعی «گفتمان حسرت» بر توئیت‌های

منتشر شده غالب است. البته نوع دیگری از توثیث‌ها نیز بر اتصال امروز با این «تاریخ پرشکوه» و نمادهای آن تأکید می‌کنند. به‌عنوان مثال کاربری می‌نویسد:

«ما به ایرانی بودنمان افتخار می‌کنیم، امیدوارم بتوانیم نمادها و آیین‌های ایرانی و اسلامی کشور را چنان هنرمندانه و به‌دور از هرگونه حاشیه پاس بداریم که زینت‌بخش کشورمان ایران باشد. شب یلدای شما هم مبارک.»

درعین‌حال، این مضمون اولاً به لحاظ کمی درصد محدودی از محتوای تولید شده درخصوص هویت ایرانی را شامل می‌شود (۹/۳ درصد از مجموع کل توثیث‌ها) و ثانیاً همچنان دیگری محوری در آن بارز است و عمدتاً خود ایرانی را با دیگری -اغلب غربی- می‌سنجد؛ بنابراین، چنین رویکردی به مختصات مفهوم «شرق‌شناسی وارونه» جلال‌العظم نزدیک می‌شود. از منظر وی «واکنشی بودن، اسطوره‌ساز بودن، غیرتاریخی بودن و هستی‌شناختی بودن شرق‌شناسی وارونه» هم‌سنگ شرق‌شناسی تحقیرکننده هویت‌های ملی است (جلال‌العظم، ۱۳۹۷).

تحقیر هویت ایرانی

نوع خاصی از محتواهای تولید شده حول محور هویت ایرانی، با تحقیر شدید «انگاره‌ی ایرانی» متمایز می‌شود. سه مقوله از توثیث‌ها در این مضمون جای می‌گیرد. در یک مقوله محتوای فحاشی و توهین به ایرانیان تولید می‌شود. در مقوله دیگر ایرانیان به لحاظ توانایی ذهنی تحقیر می‌شوند و در مقوله سوم خرافه‌گرایی و بزرگی بارز ایرانیان معرفی می‌شود.

برخی از توثیث‌های مطالعه شده در اوج تحقیر هویت ایرانی قرار می‌گیرند و ایرانیان را با فحاشی و صفت‌های مشابه یاد می‌کنند. در این موارد کمتر ویژگی خاصی به ایرانیان نسبت داده می‌شود و بیشتر شخصیت ایرانی با الفاظ رکیک یاد می‌شود. به‌عنوان نمونه کاربری می‌نویسد:

«خدایا به حق همین شب عزیز تمام ایرانی‌ها را عقیم و نازا بفرما، الهی

آمین!»

آنچه در محتوای پس‌زمینه تمام این توئیت‌ها نمایان است، مجموعه ردائلی است که در هویت ایرانی وجود دارد و ویژگی ذاتی و غیرقابل‌تغییر اوست. در بخش دیگری از توئیت‌ها هویت ایرانی از منظر توانایی ذهنی بازنمایی می‌شود. بخشی توئیت‌های منتشرشده در این مقوله بیشتر در واکنش به دیدگاه عامیانه «باهوشی ایرانیان» نوشته شده است.

در دیگر مقوله، وجه دینی هویت ایرانی تحقیر می‌شود و خرافه‌گرایی به‌عنوان خصلت دینداری ایرانی بازنمایی می‌شود. به‌عنوان نمونه می‌توان به توئیت کنایه‌آمیز یکی از کاربران اشاره کرد:

«از اونجا که همه‌ی کارای ایرانیا اصولیه، دین ستیزیشونم خیلی دقیق و منظم و لایه‌لایه است. اصلاً هم به ترس و خرافات تهنشین شده تو وجودشون ربطی نداره.»

به‌طور کلی در این مضمون نوع خاصی از خودتحقیری^۱ حاکم است که با پشیمانی از هویت ایرانی خود همراه شده است. در بسیاری از توئیت‌های این مضمون خود ایرانی به شیوه‌ای اغراق‌شده دارای بدترین ویژگی‌ها نشان داده می‌شود و یا این که از کل ایرانیان با الفاظ رکیک یاد می‌شود.

گریز از خود

در مجموعه توئیت‌های مطالعه‌شده، تعدادی از توئیت‌ها ذیل مفهوم «گریز از خود» قرار می‌گیرند. از دید کاربران، ایرانیان دارای خصلت‌هایی هستند که ویژگی مشترک آن‌ها دوری از خود واقعی است و آنچه نیستند را نمایش می‌دهند. در این دیدگاه انسان ایرانی براساس شرایطی که در آن قرار می‌گیرد تغییر شکل و وضعیت می‌دهد. مجموعه‌ای از خصلت‌ها در این مضمون به‌عنوان جزئی از هویت ایرانیان بازنمایی می‌شوند که به ترتیب تعداد عبارت‌اند از: ردالت، خودبزرگ‌بینی، ریاکاری و چاپلوسی.

پرتکرارترین مقوله در این مضمون، مقوله رذالت است. آنچه در این مقوله با عنوان «رذالت» مشخص می‌شود به معنای مجموعه‌ای از ویژگی‌های منفی است که نشانه آن پیش‌بینی‌ناپذیری در رفتارها، عدم توانایی در شناخت شخصیت واقعی انسان‌ها و بروز رفتارهای فردگرایانه، دیگرستیزانه و آسیب‌زننده است. در مجموعه این رذائل یک نقطه مشترک وجود دارد که بر اساس آن از دیدگاه کاربران نمی‌توان شخصیت واقعی انسان ایرانی را شناخت و انجام رفتارهای نامطلوب متعارض با خود نمایش داده شده که گاهی با مفاهیمی مشابه رفتارهای «خائنانه» از آن‌ها یاد می‌شود، ویژگی انسان ایرانی است. کاربری در همین خصوص می‌نویسد:

«ایرانی‌ها برخلاف آنچه خودمان از خودمان تعریف می‌کنیم اصلاً اهل شجاعت نیستند به همین خاطر هر از چند گاهی که شجاعی از ملت برمی‌خیزد خود ملت سرش را زیر آب می‌کنند، نمک‌شناس‌ترین مردم دنیا هستیم، به راحتی به همدیگر دروغ می‌گوییم و تهمت می‌زنیم، خیانت به همدیگر را افتخار می‌دانیم»

در مقوله بعدی ویژگی خودبزرگ‌بینی ایرانیان مورد تأکید قرار گرفته است. نکته مهم در مجموعه این توئیت‌ها آن است که اکثریت آن‌ها این خودبزرگ‌بینی را نه در رفتارهای فردی ایرانیان بلکه به عنوان یک خصلت جمعی که در شخصیت تمام ایرانیان بروز دارد، بازنمایی می‌کنند. برخی از این ویژگی‌ها رفتارهایی چون مقایسه خود با «دیگری» و فرودست پنداشتن دیگران توسط ایرانیان و برخی دیگر به برداشت آنان از خود، مانند «باهوش بودن»، «بافرونگ بودن»، «فرهنگ غنی» و غیره نقد وارد می‌کنند. به عنوان نمونه کاربری با ارائه نگاهی از بیرون، «منش ایرانی» را این گونه بازنمایی می‌کند:

«از ایران بیایید بیرون ببینید این نارسسیم ما ایرانی‌ها رو کشته. فکر می‌کنیم برترین و باهوش‌ترین مردم دنیاییم، ناسا مال ما است و آمریکا را ایرانیاداره می‌کنند و چشم دید هیچ مهاجر یا پناهجوی دیگری را نه تنها در کشور خودمون نداریم، توی کشور دیگران هم نداریم. آدمای منفعت‌جو و از خودراضی.»

در نهایت، دو ویژگی «ریاکاری» و «چاپلوسی» به عنوان ویژگی‌های خود ایرانی توسط کاربران توئیتر فارسی بیان می‌شوند. به زعم کاربران این رفتارها فراتر از رفتارهای شخصی هستند و به نوعی خصلت جمعی و ملی تبدیل شده‌اند. کاربری با ریشه‌یابی همین ویژگی‌ها و مقایسه می‌نویسد:

«قبول می‌کنم که بچه روز سن پایین چطور بار بیاری چی میشه، ولی خوب کشورهای اسکاندیناوی آداماش مٹ ایرانیا ریاکار نیستن، یعنی کاری روز روزی این که بخواد کسی رو فریب بده انجام نمیدن، همه‌اش همین که می‌بینی.»

نتیجه‌گیری

«یه تحلیل میدانه؛ نمی‌دونم علمی روش کار شده یا نه، اما عموماً ایرانیا منفی‌بین و ایرادگیرن که فکر می‌کنم ریشه فرهنگی - تربیتی از قدیم داشته باشه.»
توئیتری از کاربری به نام محمد

هر قوم یا ملتی چیزی نیست جز آن تصویری که خود از خویشتن در ذهن دارد و جز الگویی که می‌کوشد تا به آن دست‌یابد و این الگو را در هر زمان، افسانه‌ها، دین‌ها، فلسفه‌ها و به‌طور کلی جهان‌بینی‌های آن قوم تعیین می‌کند (افروغ، ۱۳۷۷). نشانه‌هایی که جهان ما را می‌سازند، در زبان نیز متبلور می‌شوند و یک ساخت اجتماعی دیگر به نام هویت را شکل می‌دهند. به این ترتیب، گویشوران با استفاده از زبان، هویت خود را بازنمایی می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی به منزله یکی از نمودهای فناوری‌های جدید، هم می‌توانند بخشی از هویت انسان معاصر را شکل دهند و هم می‌توانند آن را منعکس کنند و همچون آینه‌ای خود فردی/ جمعی ما را به ما بازسانند. شبکه‌های اجتماعی به دلیل عمومیت یافتن در میان کاربران، دربرگرفتن گستره وسیع جغرافیایی درون و برون مرزی و عدم وجود نظارت و کنترل دولتی (بیگدلی و بیگدلی، ۱۳۹۴)، محمل مناسبی برای اظهار نظر هستند. این پژوهش، به بررسی و تحلیل نظرات مردم درباره هویت ایرانی در توئیتر می‌پردازد. هویت ملی، احساس تعلق مردم به سرزمین بزرگ‌تر و در محدوده‌ای خاص است و مقوله حفظ

هویت ایرانی/ملی، یکی از دغدغه‌های اصلی دست‌اندرکاران علوم انسانی است (هاشمی‌زاده، دلاور و مظفری، ۱۳۹۶)؛ بنابراین، بازنمایی رسانه‌ای انگاره هویت ایرانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به عبارت ساده‌تر، ما برای این که بدانیم چه کسی هستیم، باید بدانیم که خودمان را چگونه بازتعریف می‌کنیم و برای کسب این آگاهی، چه محملی بهتر از شبکه‌های اجتماعی که قیدوبندها و ملاحظات و تعارفات ایرانی در آن به حداقل می‌رسد، می‌توان یافت؟

بسته‌بودن شرایط تعاملات اجتماعی و اصطلاحاً نداشتن تریبون، شبکه‌های اجتماعی را به محملی برای عقده‌گشایی و ابراز عقاید شخصی بدل ساخته است. به این ترتیب مرزهای مرسوم فرهنگی درهم نوردیده می‌شود و افراد پشت نقاب حساب کاربری شبکه‌های اجتماعی نه تنها از هویت خود تهی می‌شوند، بلکه در برساخت زبانی هویت مشترک ایرانیان نیز نقش ایفا می‌کنند (بخشی‌تلیابی، هاشمی و سلطانی‌فر، ۱۳۹۴). همان‌طور که در پژوهش نصرتی و برومند (۱۳۹۸) نیز آمده است، آزادی ابراز عقاید در شبکه‌های اجتماعی سبب می‌شود که مرزهای زبانی جامعه محافظه‌کار ایرانی برداشته شده و مردم با آرامش خاطر بیشتری مفاهیمی که حتی خلاف گفتمان رسمی کشور است را به زبان بیاورند. از همین رو است که و کاربران بدون نگرانی از عواقب اظهارنظر، عقاید خود را در مورد انگاره هویت ایرانی ابراز کنند.

در این پژوهش، با استناد به داده‌های حاصل از توئیت‌ها به بازنمایی انگاره هویت ایرانی پرداخته شد. هر توئیت می‌تواند به مثابه یک متن مستقل، تکه‌های کوچکی از یک جورچین بزرگ‌تر را شکل دهد. توئیت‌ها بدون داشتن یک ساختار منسجم، به یکدیگر اضافه می‌شوند و یک فرا روایت را توصیف می‌کنند؛ بنابراین، تجسد زبانی اندیشه‌های متکثر و تجربیات سیال، تکه‌تکه و چندوجهی کاربران ایرانی در توئیت‌ها، می‌تواند به صورت یک کل، نگاه و نگرش ایرانیان را به مفهوم مستقلی چون ایرانیت شکل داده و دریچه‌ای به سوی بازسازی انگاره ایرانی باز کند. افراد مختلف با تجربه‌های زیستی متفاوت، در یک کنش جمعی ناخودآگاه، با توئیت‌های همسو یا متعارض خود، روایتی از

هویت ایرانی به دست می‌دهند که با تکثر خود، به خوبی چهل تکه بودن انسان ایرانی را منعکس می‌کند.

فیلتر بودن توئیتر و هویت‌های پنهان افراد این امکان را به آن‌ها می‌دهد که محدودیت‌های سیاسی، اخلاقی، دینی را کنار گذاشته و بی‌پرده‌تر و بی‌محابت‌تر در مورد هر موضوعی سخن بگویند. به همین دلیل حجم زیادی از دشواژه‌ها برای خطاب قراردادن ایرانیان و تعریف شاکله هویتی آن‌ها در توئیتهای استفاده شده است. فکوهی و عیاری (۱۳۸۸) یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اینترنت را نظارت‌پذیری بسیار اندک آن می‌دانند. به عبارت دیگر، فضای مجازی احساس آزادی و درعین حال امنیت بیشتری برای کاربران فراهم می‌کند و صراحت عملکردها و پیام‌ها را افزایش می‌دهد. آیکاک^۱ (۱۹۹۵) آزادی بی‌حد و حصر در اینترنت را مانعی برای دخالت دولت در نهادینه کردن عقلانیت سیاسی در میان کاربران قلمداد می‌کند. در فضای سیاست‌زده ایران، توئیتهای اغلب بارخوردهایی به مسائل روز سیاسی-اجتماعی است. توئیتهای ایرانیانی که به خود می‌اندیشند و با نگاه به خود، به دنبال هویت غالب ایرانیان هستند، اغلب رنگ و بوی سیاسی دارد. اگرچه بررسی کمی و آماری رد پای سیاست در بازنمایی هویت ایرانیان در توئیتر جزو متغیرهای پژوهش حاضر نبود، اما این نقش سیاست در توئیتهای مشهود بود. ایرانیان داخل یا خارج از ایران، با هویت‌های فردی جعلی یا واقعی در فضای مجازی امکان ابراز عقیده را پیدا کرده و بی‌پرده شاخصه‌های اخلاقی و رفتاری خود را بیان می‌کنند.

در شبکه اجتماعی توئیتر، از سویی «ایرانی بازنمایی شده» یک کل یکپارچه تمام‌عیار است که از ویژگی‌های کلی و کلان تا کوچک‌ترین رفتارهای زندگی روزمره کاملاً ساختی شیء‌مانند و ثابت دارد و از سویی دیگر نشان‌دهنده آن است که این سوژه در تمامی رفتارها و ساحات زندگی افراد ویژگی‌های مشخصی دارد و سوژه‌ای همه‌جایی است. به بیان دیگر استفاده بیش‌ازحد از اینترنت و افزایش ساعات کار با اینترنت و هویت‌جویی، باعث می‌شود که کاربران به صورت افراطی، فعالیت‌های شکل‌گرفته در فضاهای مجازی را به کل جامعه تعمیم‌دهند و هویت‌ایرانی در چارچوب جهان‌موازی

1..Aycock, A.

اینترنت را قضاوت کنند. همان‌طور که عبدالهیان (۱۳۸۴) اشاره می‌کند، استفاده از فضای مجازی می‌تواند آسیب‌های متعددی داشته‌باشد که هویت‌مندی جدید یکی از آنها است. همچنین به‌طور کلی مواجهه کاربران با هویت ایرانی به‌گونه‌ای است که از یک‌سو هویت ایرانی را تحقیر می‌کند و داشته‌های آن را سرکوب می‌کند و از سوی دیگر «خود ایرانی» را شخصیتی تحقیرشده بازنمایی می‌کند. این گفتمان در شبکه اجتماعی توییتر با هشتک/عبارت «خودتحقیری» موردنقد قرار می‌گیرد. ویژگی دیگر حاکم بر بازنمایی هویت ملی نوعی یأس از وضعیت حال حاضر و عدم وجود امید نسبت به تغییر آن و همچنین برتری «دیگری» نسبت به خود وجود دارد.

نتایج پژوهش حاضر همراستا با برخی تحقیقاتی است که در این حوزه انجام گرفته است. به‌طور مثال، همراستا با مقوله گریز خود، در پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان ۶۴/۸ درصد از پاسخگویان دورویی و تظاهر و ۶۶/۳ درصد تملق و چاپلوسی را «زیاد» و «خیلی زیاد» از ویژگی‌های اخلاقی مردم ایران دانسته‌اند (ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۳۹۵) و یا از دیدگاه قاضی‌مرادی، خودمداری ایرانیان در دوران معاصر به "خصیصه‌ای غالب" تبدیل شده است. وی خودمداری را در نتیجه کنش‌های منفعت‌طلبانه و مصلحت‌جویانه انسان ایرانی معاصر می‌داند (قاضی‌مرادی، ۱۳۸۷). جوادی‌یگانه در «پیمایش تنبلی در ایران» میانگین میزان تنبلی در تهران را با عدد ۴۷/۵ در دامنه ۰ تا ۱۰۰ (حداکثر تنبلی) نشان می‌دهد (جوادی‌یگانه، ۱۳۸۹). ایزدی در کتاب «چرا عقب مانده‌ایم؟» تجسس و دخالت در همه کارها را ویژگی ایرانیان و از عوامل عقب‌ماندگی می‌داند (ایزدی، ۱۳۸۵: ۹۲). در پژوهش فراستخواه (۱۳۹۶) که در حوزه خلیقات ایرانیان انجام گرفته است نیز، ضعف فرهنگ کار جمعی و فعالیت مشترک گروهی در مرتبه اول و خودمداری در مرتبه پنجم مشکلات محوری خلیقات ایرانی قرار گرفته است. نتایج پژوهش با نظرات غیرایرانیانی که با خلیقات ایرانی‌ها آشنا هستند نیز تعارضی ندارد. به‌عنوان نمونه، شاردن ساکنان ایران آن روزگار را «بی‌کاره، هوس‌پرور و دنبال دلال‌بازی و بخت و تقدیر» معرفی می‌کند و پولاک، آسوده‌طلبی را ویژگی ایرانیان در شرایط عادی

دانسته است (ذکر شده در کریمی، ۱۳۹۰). رضایی و غلامزاده (۱۳۹۷) نیز رگه‌هایی از خودمحموری و فردگرایی در سطح متوسط را در شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانیان مشاهده کرده‌اند. اخوان کاظمی (۱۳۸۶) از قول مصطفی ملکیان، پیش‌داوری، شخصیت‌پرستی، تلقین‌پذیری، جزمیت و جمود و تقلید را از ویژگی‌های ایرانیان و دلایل عقب‌افتادگی آن‌ها می‌داند.

یکی از مسائلی که اشاره به آن در تحلیل داده‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، احتیاط در تعمیم‌پذیری پژوهش‌هایی که در حوزه شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود. درواقع، تعمیم نتایج حاصل از نگاه کاربران یک شبکه اجتماعی خاص به تمام مردم می‌تواند باعث تحریف حقایق شود. عدم امکان دسترسی به اینترنت و فیلتر بودن توئیتر، تعمیم‌پذیری را مشکل و تحلیل نتایج را دشوارتر می‌کند.

پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی به شاخصه‌های بازنمایی شده انگاره هویت ایرانی در میان کاربران ایرانی پرداخته است. براساس نتایج این پژوهش کاربران ایرانی عمدتاً رویکردی منفی نسبت به «خود ایرانی» داشته و آن را با ویژگی‌ها و خصلت‌های متعددی مشخص می‌کنند که اکثراً دارای بار ارزشی منفی است. انگاره هویت ایرانی در میان کاربران توئیتر فارسی هم به لحاظ جایگاه فعلی این شبکه اجتماعی در میان کاربران و تأثیرات اجتماعی آن و هم به لحاظ نحوه بازنمایی متن‌محور و بدون امکان شناسایی، می‌تواند چشم‌اندازی متفاوت از نگرش‌های مختلف جامعه نسبت به هویت خود، ایجاد کند و نگرش‌های پنهان و یا کمتر بیان‌شده نسبت به خود ایرانی در جامعه را نشان دهد.

برای پژوهش‌های بعدی می‌توان به مقایسه نگرش مردان و زنان نسبت به هویت ایرانی در توئیتر پرداخته شود. همچنین، مصاحبه و تماس با افرادی که توئیتهای بیشتری نسبت به ایرانیان داشته‌اند، نیز می‌تواند زوایای پنهان نگرش‌ها را آشکار ساخته و تبیین نوع نگاه توئیتهای سازندگان را ممکن سازد.

منابع

- احمدی، بابک. (۱۳۷۳). *معمای مدرنیته*. تهران: نشر مرکز.
- احمدی، بابک. (۱۳۸۴). *از نشانه‌های تصویری تا متن: به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری*. تهران: نشر مرکز.
- احمدی، حمید و راشد محصل، محمد تقی. (۱۳۸۷). «گفت‌وگو: مؤلفه‌های هویت ایرانی». کتاب ماه تاریخ و جغرافیا. فروردین و اردیبهشت. شماره ۱۱۹ و ۱۲۰. صص ۲۷-۲۲.
- اخوان کاظمی، بهرام. (۱۳۸۶). «بررسی تعاملات فرهنگ سیاسی و تحزب در ایران». پژوهشنامه علوم سیاسی. سال دوم. شماره چهارم. تهران: انجمن علوم سیاسی ایران.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۵). موج سوم. دفتر طرح‌های ملی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. تهران.
- اسمیت، آنتونی دی. (۱۳۸۳). *ناسیونالیسم، نظریه، ایدئولوژی، تاریخ*. ترجمه: منصور انصاری؛ تهران: موسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- افروغ، عماد. (۱۳۷۷). «فرهنگ و هویت ایرانی؛ نقد و نظری بر کتاب شاهنامه فردوسی و فلسفه تاریخ ایران». کتاب ماه علوم اجتماعی.
- ایزدی، علی محمد (۱۳۸۵). *چرا عقب مانده‌ایم؟*. تهران: نشر علم.
- آبراهمیان، پروانه (۱۳۸۲). «پارانوید در سیاست ایران». جستارهایی درباره تئوری توطئه در ایران. ترجمه: محمد ابراهیم فتاحی. تهران: نشر نی.
- باستانی، سوسن و زمان، لیلا. (۱۳۹۲). «تأثیر استفاده از اینترنت و ماهواره بر رفتار اجتماعی جوانان: مقایسه کاربران و غیرکاربران در شهر اصفهان». *مجله جامعه‌شناسی ایران*. صص ۱۵۸-۱۸۴.
- بخشی‌تلیایی، شیرزاد و هاشمی، شهناز و سلطانی‌فر، محمد. (۱۳۹۴). «تأثیرات و پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، توئیتر، لاین، وایبر) بر هویت اجتماعی کاربران». *مطالعات رسانه‌ای*. شماره ۳۰، صص ۳۹-۳۱.
- بیگدلی، زهرا و بیگدلی، حکیمه. (۱۳۹۴). «بررسی رابطه اینترنت و هویت دینی دانشجویان دختر گروه علوم انسانی دانشگاه پیام نور. سال تحصیلی ۹۲-۹۳». *دومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی*. مشهد. دانشگاه تربت حیدریه.

- پارتازیان، کامبیز، محمدی، سولماز، خطیری، مریم، برقراری، سمیه، ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۲). *تقابل یا تعامل سنت و مدرنیته در زندگی ایرانی با تمرکز بر سینمای ایران: تحلیل محتوای فیلم‌های دهه‌های ۸۰-۶۰ ایران (مادر، هامون و چهارشنبه‌سوری)*. تهران: اعلایی.
- جلال‌العظم، صادق. (۱۳۹۷). «شرق‌شناسی و شرق‌شناسی وارونه». ترجمه محمدرضا کلاهی. پایگاه اینترنتی پروبلماتیکا. بازنشانی شده در تاریخ در ۱۳۹۷/۱۰/۰۶ به نشانی www.problematicaa.com/orientalism.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه: تورج یاراحمدی. تهران: نشر شیرازه.
- جوادی‌یگانه، محمدرضا (۱۳۸۹). *تبلی اجتماعی: علل، پیامدها و راهکارها*. پژوهش انجام شده برای دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- حاجیان، ابراهیم. (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*. ج ۲. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- ذوالقدر، حسین و قاسم‌زاده عراقی، مرتضی. (۱۳۹۲). «بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک)». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ص ۳۵.
- راووداد، اعظم. منتظر قائم، مهدی؛ و سرکراراتی، پریسا. (۱۳۸۷). «تفسیر زنان از بازنمایی هویت زنانه در تلویزیون». تحقیقات فرهنگی ایران. شماره ۲. ۲۲-۱.
- رستمی بیگدلو، شهین و هاشمی، عادل. (۱۳۹۴). «مطالعه تأثیر اینترنت و ماهواره بر هویت دینی و ملی دانش‌آموزان». دومین همایش پژوهش‌های نوین در علوم و فناوری.
- رستمی، محمد، جمیلی اسکویی، روزیتا، نشاط، الهه و فوقانی، محمدرضا. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان». فصلنامه علوم اجتماعی. ۱۱(۳۷). ۴۵-۷۲.
- رضایی، محمد و غلام‌زاده، مهدی. (۱۳۹۷). «تحلیل فردگرایی در شبکه‌های اجتماعی مجازی». مطالعات رسانه‌های نوین. ۴(۱۵). ۳۳-۱. doi: 10.22054/nms.2018.28108.379
- زارع‌پور، سرور. (۱۳۹۵). «بازنمایی جنسیت زنانه در لطیفه‌ها (مطالعه شبکه‌های اجتماعی مخصوص تلفن همراه)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه کاشان.
- ساروخانی، باقر و رضایی‌قادی، خدیجه. (۱۳۸۲). *اینترنت و هویت ملی*. تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.

- سلیمی، حسن و وهاب پور، پیمان. (۱۳۹۷). «توثیلماسی؛ بازنمایی سیاست خارجی ایران در توییتر». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال چهارم، شماره ۱۴. ۱۰۸-۶۶.
- الطافی، هادی. (۱۳۹۸). «تأثیر شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی». پایگاه اینترنتی جامعه‌شناسان جوان.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۲). *روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه*. تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات.
- عبداللهیان، حمید. (۱۳۸۴). «نوع‌شناسی و بازتعریف آسیب‌های اینترنتی و تغییرات هویتی در ایران». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. شماره ۲ و ۳. ۱۵۴-۱۳۵.
- فاضلی، نعمت‌الله و سلطانی‌فر، محمد و عباسی، حجت‌الله. (۱۳۹۶). «مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال سوم، شماره ۱۲. ۳۰-۱.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶). *ما ایرانیان؛ زمینه‌کاوی تاریخی و اجتماعی خلیفات ایرانی*. نشر نی. تهران.
- فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش. (۱۳۸۸). «اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی». *مجله جهانی رسانه*. دوره ۴. شماره ۱.
- قاضی‌مرادی، حسن (۱۳۸۷). *در پیرامون خودمداری ایرانیان؛ رساله‌ای در روانشناسی اجتماعی مردم ایران*. نشر اختران. تهران.
- کرمانی، حسین و آتش‌زر، علی. (۱۳۹۶). «روزنامه‌نگاری و توییتر در ایران؛ یک مطالعه اکتشافی». *جامعه، فرهنگ و رسانه*. شماره ۲۲. ۵۶-۲۹.
- کریمی، علی (۱۳۹۰). «مطالعه تطبیقی سوبه‌های شرق شناسانه ایران شناسی غربی از موریه تا فولر». فصلنامه مطالعات ملی. ۱۲ (۳). ۲۵.
- معماریانی، زهره و حسن‌زاده، زهرا (۱۳۹۱). «تأثیر اینترنت و ماهواره بر هویت دینی و ملی دانش‌آموزان مقطع متوسطه». *نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید*. تهران. <https://civilica.com/doc/268420>.
- معینی‌علمداری، جهانگیر. (۱۳۸۴). «هویت و مجاز: تأثیر هویتی اینترنت». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۲۴، سال ششم. شماره ۴. ۱۲۴-۱۰۷.

- مقدس‌زاده، حسن و صفاهیه، هاجر (۱۳۹۶). «سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی». مطالعات رسانه‌ای. سال دوازدهم. ش ۳. صص ۲۵-۳۵.
- موسوی، کمال‌الدین. (۱۳۸۹). *قدرت اجتماعی موبایل*. تهران: شرکت نشر بهینه فراگیر.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۳). «اینترنت و توسعه سیاسی». فصلنامه رسانه. سال پانزدهم. شماره ۳.
- میرمحمدی، داود و ساروخانی، باقر (۱۳۹۱). «فضای مجازی و تحولات هویت ملی در ایران، مطالعه موردی شهر تهران». فصلنامه مطالعات ملی. سال سیزدهم. شماره ۴.
- نصرتی، روح‌الله و برومند، تهمتن. (۱۳۹۸). «تحلیل محتوای پیام‌های توییتری و شکل‌گیری هویت‌های ضدگفتمانی». مطالعات فرهنگی و ارتباطات. شماره ۵۶. صص ۹۱-۱۱۰.
- نگهبان، علی. (۱۳۹۶). «مدل‌سازی احساسات کاربران شبکه اجتماعی بر اساس متن پیام‌های فارسی. مورد کاری: شبکه اجتماعی توییتر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه صنعتی ارومیه.
- نوری، مختار و حسن‌پور، علی و محمدی، صادق. (۱۳۹۴). «بازنمایی هویت ملی به‌عنوان امر سیاسی در مجموعه‌های تاریخی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران». رسانه. شماره ۹۹ (علمی-ترویجی). صص ۵-۲۴.
- هاشمی‌زاده، سیدرضا؛ دلاور، علی و مظفری، افسانه (۱۳۹۶). «هویت ایرانی و سینما؛ بازنمایی هویت ایرانی در فیلم مادر». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۶۹. صص ۸۵-۱۰۲.
- یزدخواستی، بهجت، عدلی‌پور، صمد، کیخایی، الهام. (۱۳۹۲). «حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها)». مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال چهاردهم، شماره ۲۱. بهار ۱۳۹۲.

- Aycock, A. (1995). "Technologies of the self; Foucault and Internet Discourse". *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 1, Issue 2, 1 September 1995, JCMC121, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00328.x>
- Breakwell, G. (1992). "Social representation and social identity". *Ravello*. Italy: paper presented at the first international conference on social representation.
- Carlisle, J. E., & Patton, R. C. (2013). "Is social media changing how we understand political engagement? An analysis of Facebook and the 2008 presidential election". *Political research quarterly*. 66(4). 883-895.

- Emerson, R.M., Fretz, R.I. & Shaw, L.L. (1995). *Writing Ethnographic Fieldnotes*. Chicago: University of Chicago Press.
- Featherman, Ch. (2015). *Discourse of ideology and Identity: social media and the Iranian Election Protests*. Routledge. New York.
- Mackinnon, K. (2003). *Representing Men*. London: Arnold.
- Fayyaz, Sam & Shirazi, Roozbeh (2013). "Good Iranian, Bad Iranian: Representations of Iran and Iranians in Time and Newsweek (1998–2009)". *Iranian Studies*, 46:1, 53-72, DOI: 10.1080/00210862.2012.740899
- Smith, Anthony (1991). *National Identity*. University of Nevada Press





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی