



کاوشی کیفی از چگونگی خوانش جوانان از ایران در اینستاگرام

ندا جواهرچیان*

سید علیرضا افشانی**

چکیده

نویسندگان مقاله سعی داشته‌اند چگونگی خوانش ایران در فضای مجازی را در میان جوانان مطالعه کنند.^۱ براساس رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای و استفاده از نمونه‌گیری نظری، ۲۲ نفر از جوانان فعال در فضای مجازی در شهر یزد انتخاب و مصاحبه شدند. فرایند نمونه‌گیری نظری تا اشباع داده‌ها ادامه یافت. اطلاعات گردآوری شده با استفاده از کدگذاری باز، محوری و گزینشی مورد تحلیل قرار گرفت و یافته‌ها در قالب خط داستان (شامل ۱۸ مقوله اصلی و یک مقوله هسته) و مدل پارادایمی ارائه شد. به‌طور کلی روایت‌های جوانان فعال در فضای مجازی از ایران نشان‌دهنده این واقعیت است که به واسطه دانش تاریخی- محلی و کاشت رسانه‌ای و همچنین در فضای سیال رسانه‌ای، ارزیابی‌های شناختی جوانان از ایران با پویایی‌های متفاوتی همراه می‌شود و وضعیتی پیدا می‌شود که در آن سرافکنندگی و ناامیدی با امید و افتخار ترکیب می‌شود. در چنین وضعیتی جهان ذهنی و عینی مشارکت‌کنندگان به‌طور مداوم درگیر بازاندیشی‌های فراگیر در ارزش‌های ملی و بومی می‌شود که راهبردها و پیامدهای متفاوتی را برای آن‌ها به ارمغان می‌آورد.

واژه‌های کلیدی: خوانش از ایران، فضای مجازی، جوانان، اینستاگرام، یزد.

پژوهش‌های کیفی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل، دانشگاه آزاد دهقان، دهقان، ایران.

** دانشیار گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران؛ نویسنده مسئول.

مقدمه

ایران در طول چند دهه به دلیل وقوع انقلاب اسلامی و اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی در کشور و نتایج آن تغییرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی را پشت سر گذاشته است. به گونه‌ای که همواره در معرض برنامه‌های نوسازی و توسعه بوده است و مجموعه‌ای از رویدادهای تاریخی و جریان‌های توسعه ساختارهای آن را دگرگون کرده است. این تحول ساختاری "زمینه مساعدی برای بروز تغییراتی در ارزش‌ها و نگرش‌های افراد نسبت به ایران به وجود آورده است" (آزادارمکی و ظهیری‌نیا، ۱۳۹۰: ۳).

ورود به جامعه اطلاعاتی و جهان مجازی، بستر و زمینه مناسبی جهت افزایش تفاوت‌ها به وجود آورده است. هر چند جوامع همیشه با تغییراتی در عناصر ساختی، فرهنگی، الگوها و ارزش‌ها یا ایدئولوژی‌ها به صورت آرام و تدریجی روبه‌رو بوده‌اند اما اکنون آهنگ دگرگونی‌ها روند سریع‌تری به خود گرفته زیرا استفاده اثر رسانه‌ها بر زندگی افراد افزایش یافته است. به‌طورکلی می‌توان گفت جوانان، به ویژه جوانان فعال در فضای مجازی نه تنها ارزش‌ها و نگرش‌های خاصی را رواج می‌دهند بلکه خود نیز از ارزش‌ها و نگرش‌های مخاطبان اثر می‌پذیرند. در واقع معروفیت این افراد برعکس افراد مشهور (هنرمندان، ورزشکاران، فعالان سیاسی، اقتصادی و...) بیشتر در شبکه‌های اجتماعی مجازی است و با اینکه در خارج از این فضا کمتر شناخته شده‌اند، اما اثر زیادی بر مخاطبان خود دارند.

با این مقدمه، می‌توان گفت احتمالاً اثر رسانه بر ابعاد و ساحت‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی، موجب دگرگونی در خوانش جوانان از مفهوم ایران گردیده است. در این میان شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه یک فناوری نقش مهمی دارند (پوررضا، ۱۳۹۳: ۵۶). با توجه به این نکات، این مقاله در پی شناخت خوانش جوانان فعال در فضای مجازی از ایران است. چگونه این خوانش شکل می‌گیرد و باز تعریف می‌شود؟ جوانان وقت زیادی از روز را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند و همین باعث می‌شود که مطالب زیادی را رصد کنند و درباره مسائل مختلف اطلاعات کسب کنند. علاقه‌مندی‌های خود را بشناسند و افراد مورد علاقه خود را دنبال کنند.

گروهی از مردم هم به دلیل علاقه‌مندی و سلیقه خود این افراد را دنبال می‌کنند پس تعداد دنبال‌کنندگان این افراد روزبه‌روز افزایش پیدا می‌کند و به هزاران نفر می‌رسد. در نتیجه در یک بستر کوچک می‌توانند ارزش‌ها و نظام ارزشی مخاطبان‌شان را در زمینه‌های گوناگون دستکاری و شکل دهند. در چنین فضایی که نوجوانان فعال یا فودگران کوچک فضای مجازی اثر زیادی بر مخاطبان خود می‌گذارند، این پرسش مطرح می‌شود که به‌طورعام شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق جوانان فعال در فضای مجازی چه معنایی از ایران و ایرانی بودن می‌سازند؟

ایران مفهومی است که بسیار به ما نزدیک است اما دور و ناآشنا جلوه می‌کند زیرا تلاشی برای قرائت جوانان در وضعیت تحولات جدید از آن صورت نگرفته است. در واقع، پژوهش حاضر به‌طورخاص به دنبال آن است که در مورد مفهوم خوانش ایران، تأثیرپذیری و تأثیرگذاری شبکه اجتماعی مجازی را از طریق نفوذگران کوچک فضای مجازی در بستر شهر یزد ارزیابی کند. جوانان در بافت نسبتاً سنتی شهر یزد فعالیت‌های گسترده‌ای انجام می‌دهند و تعامل زیادی دارند. به نظر می‌رسد تغییرات در نظام ارزشی جوانان با پیامدهای اجتماعی و فرهنگی مختلفی همراه خواهد بود. در این مقاله سعی شده است کنش‌های اجتماعی جوانان در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی و فهم معنای ایران از طریق همین شبکه‌ها، مورد واکاوی قرار گیرد.

مروری بر مطالعات گذشته

رویکردهای تفسیری آزاد از نظریه و مفاهیم حساس نیستند. در واقع، محقق بدون پیش‌داوری وارد میدان تحقیق نمی‌شود بلکه از پیش براساس ادبیات موجود، نحوه ورود به واقعیت را مشخص می‌کند، با مفاهیم حساس آشنا می‌شود و راهنمایی نظری را از جهان تجربی به‌دست می‌آورد. این رویه چرایی و چگونگی مواجهه با واقعیت را نیز مشخص می‌کند. بنابراین گرچه نظریه‌های ارتباطی متعددی درباره تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان مطرح شده است ولی با عنایت به محوریت نظریه زمینه‌ای، در اینجا به این نظریات اشاره نمی‌کنیم و فقط برخی از تحقیقات پیشین که بر محور موضوع مقاله یعنی رسانه‌ها و هویت انجام گرفته است و برخی حساسیت‌های مفهومی را نشان می‌دهد، مرور می‌کنیم.

رحمت اللهی (۱۳۸۴) بر این باور است که جهانی شدن و ظهور تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، تضعیف قدرت ملی را در پی داشته است و به تقویت مطالبات هویت‌طلبانه قومی در کشورهای چند قومی از جمله ایران منجر شده است. یافته‌های گودرزی (۱۳۸۴) در خصوص هویت و رسانه نیز این فرضیه که رسانه‌های جدید، هویت‌خواهی قومی را در پی دارد، تأیید می‌نماید. یافته‌های تحقیق وی نشان می‌دهد شبکه‌های ماهواره‌ای با برجسته کردن نمادهای هویتی همچون پرچم، زبان، رقص و... به تقویت هویت و شکل‌گیری هویتی یکپارچه کمک می‌کنند. به صورتی کلی تر، یافته‌های علیزاده و همکاران (۱۳۹۰) تحت عنوان عوامل مؤثر بر هویت ملی بیانگر آن است که متغیرهای تبعیت از خانواده، میزان استفاده از رسانه‌های گروهی و احساس رضایت از زندگی رابطه معناداری با گرایش به هویت ملی داشته‌اند. ایزدی و قاسمی (۱۳۹۰) در تحقیقی تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی- ملی دانش‌آموزان نشان داده‌اند که استفاده ممتد از اینترنت که ناشی از جذابیت‌های فردی آن است موجب تضعیف هویت اجتماعی دینی- ملی شده است.

در خصوص عواملی مانند جنسیت، خانواده، دین و جغرافیا نیز تحقیقاتی انجام گرفته است. برای مثال طبق یافته‌های نیکو^۲ و همکاران (۲۰۱۸) ارزش‌های کاربران رسانه‌های اجتماعی بدون در نظر گرفتن جنسیت، بر نگرش آنها از زندگی و جهانی شدن تأثیر می‌گذارد. در این راستا، یافته‌های پژوهشی سولانز کامپوز^۳ (۲۰۱۵) نشان می‌دهد خانواده زبان منطقه و جغرافیا، بستر تعیین‌کننده هویت افراد است و در هر کشوری نوع خاصی از روایت از هویت ملی وجود دارد. ادریس و همکاران (۲۰۱۲) نیز در تحقیقی نشان دادند که آموزش و تحصیلات در شکل‌گیری هویت ملی سهیم است. در پژوهش رادوسپ و وایکت^۴ (۲۰۱۱)، سرود ملی به مثابه تحکیم‌کننده هویت ملی نقش مهمی در توسعه، تحکیم و بقای هویت ملی کشور در گذشته داشته است. علاوه بر این، به نظر شیخ‌الاسلامی (۲۰۱۰)، در تحلیل گفتمان رسانه جدید، زبان نقش بسیار مهمی در تقویت هویت دارد.

در مجموع می‌توان گفت با توجه به گسترش نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی کمبود یک نگاه تفسیری در مطالعه تغییرات خوانش ایران از نگاه جوانان بسیار مشهود است، یعنی چشم‌اندازی

که تجربه و آگاهی عملی کنشگران را در زندگی روزمره تبیین کند. علاوه بر این، روشن است جوانان به‌عنوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین کاربران شبکه‌های اجتماعی تعامل زیادی در این شبکه‌ها دارند. این تعامل گسترده سبک زندگی امروز و به ویژه معنای هویت ایرانی را تحت‌تأثیر قرار داده است. براساس تحقیقات انجام گرفته بر مبنای نظریه زمینه‌ای و روش کار در این نظریه می‌توان تأثیرپذیری فرد از محتوای فضای مجازی را تابعی از ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای آنان و شرایط محیطی در نظر گرفت که فرد در معرض آن قرار دارد. بنابراین، با استفاده از نظریه زمینه‌ای و تحقیقات انجام گرفته در این چهارچوب، سوالات مصاحبه تدوین و شرایط برای آشنایی بیشتر با میدان تحقیق فراهم شد تا ضمن مطالعه چگونگی خوانش ایران از دیدگاه جوانان، چگونگی شکل‌گیری و تغییر هویت فردی و اجتماعی افراد در سایه ارزش‌های ملی و بومی شناخته شود.

روش پژوهش

این مطالعه، با رویکرد کیفی و از طریق روش نظریه زمینه‌ای انجام گرفته است. این روش با تجربه و فهم مشارکت‌کنندگان همراه است و هدف از آن دست‌یابی به معانی ذهنی مشارکت‌کنندگان است. «اهمیت این روش‌شناسی، از یک سو قابلیت آن در نظریه‌سازی و از سوی دیگر، امکان ایجاد ظرفی برای تحلیل داده‌های کیفی است (مزیدی شرف آبادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۷)».

هدف مشخص پژوهش حاضر مطالعه چگونگی تغییرات خوانش از ایران در فضای مجازی است از جهت دسترسی به مصاحبه‌شوندگان، از نمونه‌گیری نظری و هدفمند^۵ پیروی شده است. جامعه هدف جوانان شهر یزد بوده است اما به دلیل اینکه مسئله تحقیق را جزئی‌تر و دقیق‌تر مورد واکاوی قرار دهیم جوانانی که بیشترین ارتباط، تعامل و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را داشته‌اند، انتخاب شده‌اند. جوانانی که تعداد دنبال‌کنندگان (فالور) بالایی دارند و وقت زیادی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی صرف می‌کنند و بیشتر تحت‌تأثیر قرار می‌گیرند و تأثیرگذار هستند.

به نظر ما، از این طریق، بهتر می‌توان چگونگی خوانش از مفهوم ایران را مورد مطالعه قرار داد. در جدول شماره یک مشخصات جوانان شرکت‌کننده در تحقیق آورده شده است.

جدول شماره یک: مشخصات مشارکت‌کنندگان تحقیق

نام مستعار	مدرک تحصیلی	وضعیت شغلی	سن	تعداد دنبال‌کنندگان در اینستاگرام
زهرا	دیپلم	دانشجو	۱۸	۱۱۹۰۰
نگار	لیسانس	دانشجو	۲۶	۱۴۲۰۰
سجاد	لیسانس	عکاس	۱۹	۱۱۶۰۰
محمد	لیسانس	عکاس	۱۹	۱۲۳۰۰
رضا	دیپلم	معمار	۲۰	۱۶۳۲۰
یاسین	لیسانس	طراح داخلی	۲۱	۱۸۰۰۰
ندا	کارشناسی ارشد	کارمند	۲۷	۱۶۰۰۰
علی	دیپلم	کارمند	۲۳	۱۴۷۰۰
نجمه	کارشناسی ارشد	کارمند	۲۸	۱۸۲۰۰
آرزو	لیسانس	آرایشگر	۲۳	۱۴۱۰۰
زینب	دیپلم	خیاط	۲۴	۱۹۲۰۰
ریحانه	فوق دیپلم	آرایشگر	۲۲	۱۳۳۵۰
مریم	فوق دیپلم	کارمند	۲۱	۱۲۳۰۰
یحیی	دیپلم	ای‌بازاریاب شبکه	۲۵	۱۵۶۰۰
محسن	فوق دیپلم	املاک/کارواش	۲۸	۱۱۶۰۰
احرفمد	دیپلم	کارمند	۲۹	۱۷۲۰۰
مهدیه	لیسانس	دانشجو	۲۴	۱۳۱۰۰
فاطمه	دیپلم	دانشجو	۲۲	۱۴۵۰۰
زهرة	فوق دیپلم	دانشجو	۲۳	۱۰۶۰۰
مینا	لیسانس	دانشجو	۲۶	۱۲۴۰۰
مسعود	لیسانس	کارمند	۲۳	۲۱۰۰۰
فرشته	کارشناسی ارشد	کارمند	۲۶	۱۱۴۰۰

فرایند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌عمیق، تا رسیدن به اشباع نظری براساس نمونه‌گیری نظری^۸ ادامه یافت و در این مسیر، با ۲۲ نفر از مشارکت‌کنندگان که مشخصات جمعیت شناختی آنها در جدول شماره یک مشاهده می‌شود، مصاحبه‌هایی انجام شد. سپس مصاحبه‌های ضبط‌شده به نوشتار تبدیل شد. فرایند جمع‌آوری داده‌ها، همراه با تحلیل داده‌ها پیش رفت. در این فرآیند، از تحلیل خط‌به‌خط^۶ برای کدگذاری باز^۷ استفاده شد و همراه با توسعه مفاهیم و مقوله‌ها، از کدگذاری محوری^۸ و گزینشی^۹ استفاده شد. در انتها نیز مدل پارادایمی ارائه شد. مدل پارادایمی، مقوله‌ها را در شش دسته جای می‌دهد. در صورتی‌که از مدل استفاده نشود ممکن است نظریه تولیدی فاقد دقت و پیچیدگی‌های لازم باشد (استراس و کوربین، ۱۳۸۷: ۱۰۰). این دسته‌ها عبارتند از: شرایط علی، شرایط زمینه‌ای (بسترساز)، مقوله محوری، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها. روش کسب اعتماد به مشاهدات در این پژوهش، تایید همکاران؛ تایید مشارکت‌کنندگان؛ و توصیف غنی است. اتکاپذیری^۱ تحقیق نیز مبتنی بر رعایت اصول و نکات مصاحبه، ثبت رخدادهای کامل و پیاده‌سازی دقیق انجام گرفته است.

یافته‌های تحقیق

با ارزیابی دقیق متن مصاحبه‌های تحقیق، گزاره‌های اصلی، مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و درنهایت مقوله هسته، در فرایندی طولانی، دقیق و جزئی، مفهوم‌پردازی و در جدول شماره دو ارائه شده است. در نتیجه این فرایند، مقوله هسته از ۱۸ مقوله اصلی، ۳۱ مقوله فرعی و ۴۷ مفهوم برساخته شد. در اینجا یافته‌های تحقیق در دو بخش خط داستان و مدل پارادایمی ارائه خواهد شد. به دلیل کمبود فضا، گزاره‌های پژوهش در جدول نیامده است اما در قالب خط داستان به برخی از گزاره‌ها اشاره می‌شود.

^۱ Dependability

جدول شماره دو: مفاهیم و مقولات پژوهش

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
افزایش دانش تاریخی-محلی	تقویت دانش تاریخی-محلی	افزایش دانش تاریخی
		افزایش دانش محلی
رابطه نامتعیین فرهنگ ملی و مذهبی	از همسویی تا تقابل فرهنگ ملی و مذهبی	تقابل فرهنگ ملی و مذهبی
		همسویی فرهنگ ملی و مذهب
سیالیت تأثیرگذاری رسانه‌ای	ناهمگونی تأثیرگذاری رسانه‌ای	تابع نوع استفاده از رسانه
تسهیلات رسانه‌ای	کاشت رسانه‌ای	تأثیرگذاری تبلیغات
		تأثیر رسانه بر افکار عمومی
تغییرات در هویت بومی	تضعیف هویت یزدی	تضعیف هویت یزدی
		کمرنگ شدن لهجه یزدی
شناسایی هویت یزدی	تبلیغ برای معرفی یزد	تبلیغ یزد
	تقویت گردشگری یزد	معرفی یزد
	تقویت هویت یزدی	تقویت گردشگری یزد
همانند سازی قومی	ناقض اصالت قومی	تضعیف قومیت‌ها
		تلاش برای یکسان سازی قومیت‌ها
برجستگی هویت قومی	معرفی قومیت‌ها	معرفی قومیت‌ها
	کمرنگ شدن تأثیر جوک‌های قومیتی	کمرنگ شدن تأثیر جوک‌های قومیتی
	تقویت هویت قومی	تقویت هویت قومی
ارزیابی شناختی ناهمسان از ایران	شکل‌گیری ذائقه نسبت به ایران	شکل‌گیری ذائقه ایران دوستی در بستر فضای مجازی
		تعریف فرهنگ ایران در بستر فضای مجازی
		بازاندیشی در ایران دوستی
همگرایی زبان رسمی-بومی	علاقه به زبان فارسی	علاقمندی به ادبیات فارسی
		حساسیت نسبت به زبان فارسی
	حفظ و شناساندن لهجه یزدی	حفظ لهجه یزدی

مفاهیم	مقولات فرعی	مقولات اصلی
شناساندن لهجه یزدی		
عدم تعصب نسبت به زبان فارسی	عدم تعصب به نفوذ زبان محاوره	واگرایی زبان رسمی - بومی
نفوذ زبان محاوره به جای فارسی اصیل		
تفاخر به ورزش ایران	تفاخر به ورزش	تفاخر به ایران
تفاخر به نועدوستی ایرانیان	تفاخر به رفتارهای مثبت فرهنگی	
افتخار به صبر و بردباری ایرانیان		
تفاخر به گذشته ایران	تفاخر به سرزمین امن	
افتخار به سرزمین		
تفاخر به امنیت ایران		
احساس یاس از ایرانی بودن	احساس یاس از ایرانی بودن	سرافکندگی از ایرانی بودن
احساس شرم از ایرانی بودن	احساس شرم از ایرانی بودن	
نبود نوزایی علمی و فکری در ایران	عدم نوزایی اندیشه	فقدان رنسانس اندیشه
تنبلی نسل کنونی در اندیشه ورزی		
نفوذ زبان محاوره به جای فارسی اصیل		
تمایل به دفاع از کشور	تمایل به دفاع از کشور	مسئله دفاع از ایران
عدم تمایل برای دفاع از کشور	عدم تمایل برای دفاع از کشور	
تلاش برای حفظ سنت‌ها	تلاش برای حفظ سنت‌ها	تعلق به سنت‌های وطنی
تعلق به نمادهای وطنی	تعلق به نمادهای وطنی	
گفتمان ضد فرهنگی	گفتمان ضد فرهنگی	گفتمان ضد فرهنگی
ترویج فحاشی	ترویج فحاشی	
توهین به اعتقادات	توهین‌های عقیدتی-قومیتی	
توهین به اقوام		

خط داستان

دانش تاریخی - محلی که از مقولات افزایش دانش تاریخی و افزایش دانش محلی شکل گرفته است در مورد دانش بومی و تاریخی خاصی که جوانان در حوزه‌های مختلف برخوردار هستند، صحبت می‌کند. جوانان فعال (میکرواینفلوئنسرها) در فضای مجازی با دنیایی از اطلاعات مواجه می‌شوند و دانش‌های مختلفی کسب می‌کنند. آن‌ها معمولاً آشنایی کلی از ایران و ایرانی

دارند که این آشنایی با مواجه شدن با انبوه اطلاعات در شبکه‌های مجازی شکل می‌گیرد. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام محمد در این باره می‌گوید:

«من خیلی از چیزهایی که در گذشته انجام می‌شد خبر نداشتم مطالعه پیچ‌ها و دیدن عکس‌های مختلف باعث شد خیلی بیشتر نسبت به گذشته اطلاعات کسب کنم».

جوانان فعال در فضای مجازی خودشان در فضای رسانه‌ای حضور دارند، فعالیت می‌کنند، کنشگری می‌کنند، بالای ده هزار دنبال‌کننده (فالور) دارند و هر روز مرتب این شبکه‌ها را بازدید می‌کنند و از این طریق رسانه بر افکار، نگرش و ارزش‌های آن‌ها تأثیرگذار است. این همان نکته یکی از پژوهشگران است که طبق آن شبکه‌های اجتماعی امکان تبادل انواع محتوا فراهم می‌آورند و هرکسی می‌تواند در رسانه اجتماعی محتوا خلق کند، نظر بدهد و محتوای موجود را زیاد (اسکات^۱، ۲۰۱۰).

بین فرهنگ ملی و مذهبی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان جوانان رابطه‌ای گنگ و غیرشفاف برقرار است. سویه‌های ملی‌گرایانه و مذهبی هر دو در آن‌ها دیده می‌شود و ترکیب این هر دو نیز امری ساده و عینی نیست که بتوان به سادگی خط مرزی بین آن کشید، بلکه همراه با سیالیت نظر و عقیده همراه است. به گفته یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام ریحانه:

«من فکر می‌کنم چیزهایی که در فرهنگ ملی تبلیغ می‌شود با چیزهایی که اسلام گفته منافاتی ندارد. هویت ملی گفته کردار نیک، گفتار نیک، پندار نیک و اسلام همین رو به جور دیگه گفته»

چنین وضعیتی خوانش از ایران را سیال و نامتعیین می‌کند. واقعیت‌های متفاوتی در ذهن مشارکت‌کنندگان نسبت به ایران شکل می‌گیرد. می‌توان گفت «رویدادها به محاق رفته‌اند، رویدادها اگر در گذشته از دریچه چشم‌های دو بعدی خود را عیان می‌کردند امروزه واسطه دیگری پیدا کرده‌اند. مانیتورها، ماهواره‌ها، صفحات موبایل و سایر رسانه در حکم عینک‌های جدیدی هستند که همیشه مقابل چشم‌ها را پوشانده‌اند. ایران و جهانی که در آن زندگی می‌کنیم و می‌شناسیم، اخباری که می‌شنویم و باور می‌کنیم، بیشتر از آنکه با واقعیت همخوانی داشته

¹ Scott

باشد یا با تجربه شخصی و زیسته با آن مواجه شده باشیم، ساخته رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی جدید است» (قنبری، ۱۳۹۶).

یکی از مصاحبه شونده‌گان به نام مینا معتقد است:

«تلگرام و اینستاگرام از پرتعدادترین شبکه اجتماعی هستن و تبلیغاتی که در این شبکه‌ها می‌شه و مطالبی و عکس‌هایی که پیج‌های پرتعداد می‌گذارن خیلی می‌تونه تأثیر بذاره روی تفکر آدم‌ها و علاقه‌مندیشون نسبت به ایران و اتفاقاتی که می‌فته»

محمد، یکی دیگر از مصاحبه شونده‌گان می‌گوید:

«شبکه‌های اجتماعی می‌تونند هم فرهنگ رو تضعیف کنند هم تقویت بستگی داره چه افرادی رو دنبال کنی یا چه مطالبی رو بخونی»

یکی از کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، بازاندیشی در مسائل مختلف از جمله مسائل اجتماعی، فرهنگی و... در جامعه است. این بازاندیشی نوعی تفکر جدید است که به‌وجود آمده است و مردم آگاهانه‌تر از قبل درباره مفاهیم مختلف پرسش می‌کنند و با کنجکاوی سؤال می‌پرسند و بحث و استدلال می‌کنند. به همین دلیل نوعی جریان تفکر عمیق و بازاندیشی و نوعی تفکر انتقادی تولید می‌شود که مردم سؤال می‌کنند، پاسخ می‌شنوند و نقد می‌کنند. این در حالی است که در گذشته، فرصت بازاندیشی و چون و چرا در مورد تاریخ و هویت ایرانی محدود بوده است (فاضلی، ۱۳۹۴). در مقابل شکل‌گیری ذائقه ایران‌دوستی، خصلت انتقال دانش و آگاهی در شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تغییر در نوع نگاه و ایجاد تحولات فکری در ذهن جوانان فعال در شبکه‌ها (میکرواینفلوئنسرها) می‌شود. به گونه‌ای که عده‌ای از آن‌ها معتقدند با حضور و فعالیت در این شبکه‌ها نگاهشان نسبت به ایران تغییر کرده است. یکی از مصاحبه شونده‌گان به نام مریم در این باره می‌گوید:

«هر چقدر در این شبکه‌ها بیشتر باشم علاقه‌ام به ایران کمتر می‌شه چون می‌بینم که افراد

دیگه در جاهای دیگه چقدر امکانات دارن چقدر زندگی براشون راحت‌تره».

شناسایی هویت یزدی نوعی اعتبار قائل شدن برای هویت یزدی است. براساس این شناخت

فرد به یزدی بودن خود افتخار می‌کند. یکی از مصاحبه شونده‌گان به نام سجاد در این باره می‌گوید:

«من تو پروفایلم نوشتم یزدی هستم و همیشه لوکیشن عکسام اگر یزد باشه می‌نویسم می‌خوام یزد برای همه شناخته شده بشه و بهش افتخار می‌کنم».

تضعیف هویت یزدی نقطه مقابل شناسایی هویت یزدی است که یکی از مصاحبه شوندگان به نام آرزو به آن اشاره می‌کند:

«به نظرم این شبکه‌ها هویت یزدی رو تضعیف کرده خیلی‌ها میان مسخره می‌کنن می‌گن که یزدیا خسیسن یا یک سری خصوصیات می‌گن که واقعا ندارن و خب وقتی کسی هم تا الان با یزدیا آشنایی نداشته باور می‌کنه».

همانند سازی فرهنگ قومی (آسیمپلاسیون) از مقولات تضعیف قومیت‌ها و تلاش برای یکسان سازی قومیت‌ها ساخته شده است. در شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد با گرایشات فکری متفاوت حضور دارند که هرکدام بر مبنای تفکرات خود عمل می‌کنند. عده‌ای از افراد هستند که با گذاشتن مطالب و عکس‌های مختلف باعث تضعیف هویت‌های قومی می‌شوند. یکی از مصاحبه شوندگان به نام زهره می‌گوید:

«به نظرم شبکه‌های اجتماعی مجازی قومیت رو تضعیف می‌کنه همه‌مون خیلی دیدیم زیر بعضی از پست‌ها به قومیت‌های مختلف در می‌گن یا لهجه‌شون یا لباسشون رو مسخره می‌کنن»

در پژوهش‌های موجود نیز، برخی نویسندگان شکل‌گیری هویت‌های قومی و افزایش تعلق خاطر به خرده‌فرهنگ‌های مادون هویت ملی در جریان جهانی شدن را با تضعیف پیوند سرزمینی و فرهنگ غالب مترادف می‌دانند و همگرایی و انسجام ملی را در معرض خطر و تهدید شونده توصیف می‌کنند (احمدی پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۸). در مقابل، این نظر نیز وجود دارد که تنوع قومی - زبانی در یک جامعه، نشانه روحیه مدارای شهروندانی است که در کنار یکدیگر در صلح زندگی می‌کنند (سلیمی، ۱۳۸۶: ۵۱). یکی از مصاحبه شوندگان به نام نجمه معتقد است:

«وقتی این شبکه‌ها به وجود اومد بیشتر روی فرهنگ قومیت‌ها تمرکز کردند و اونا رو معرفی کرد. خیلی از اقوام هستند که الان در این شبکه‌ها باهم دوست هستند و اتفاقا خیلی از هم دفاع می‌کنند».

در زمان حاضر برخی از افراد در شبکه‌های اجتماعی در جهت همانندسازی قومی حرکت می‌کنند و تلاش می‌کنند تفاوت‌های قومیت‌ها با یکدیگر را در ابعاد مختلف کم‌رنگ نشان دهند که این موضوع بر ارزیابی شناختی نسبت به مفهوم ایران تأثیر می‌گذارد. گفته‌های جوانان نشان می‌دهد که افراد ممکن است در ارتباط با هویت‌های قومی و ملی چهار راهبرد را انتخاب کنند. به‌نحوی که در دو سر این پیوستار راهبرد انسجام و در حاشیه ماندن قرار دارد. افرادی که راهبرد انسجام را برمی‌گزینند دارای میزان بالایی از دو هویت ملی و قومی هستند و در هر دو فرهنگ قومی و ملی مشارکت دارند» (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶۰).

یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام ندا می‌گوید:

«من فکر می‌کنم هویت قومی و ملی از هم جدا نیستند و همدیگر رو تقویت می‌کنند. تقویت هویت قومی باعث تقویت هویت ملی هم می‌شه ما هر قومیتی هم داشته باشیم در نهایت ایرانی هستیم».

همچنین یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان به نام فرشته معتقد است که:

«به نظر من تو این شبکه‌ها بیشتر تلاش می‌شه که بگن همه مثل هم هستن به خاطر همین فکر می‌کنم قومیت‌ها کم‌کم کم‌رنگ می‌شه و هویت ملی پررنگ می‌شه».

به نظر می‌رسد تصویری که از تعلق نسبت به گروه‌های قومی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به نمایش درمی‌آید بر شکل‌گیری تصورات قالبی آنان از گروه‌های مذکور مؤثر است. برجستگی هویت قومی مقوله‌ای است که به پررنگ شدن مفهوم قومیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره دارد. در برجستگی هویت قومی جوانان هویت خود را تبلیغ می‌کنند و باز بودن فضای فکری و تلاش برای معرفی قومیت‌ها، تأثیر جوک‌های قومیتی را کم‌رنگ کرده است. به همین دلیل هویت قومی تقویت می‌شود و در پی آن خوانش از ایران همراه با افتخار و علاقه‌مندی و همسو با ارزش‌های بومی و ملی خواهد بود. با تعیین نگرش قومیتی درک می‌کنیم ایران در اصل برای ما چگونه معنا می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام یحیی در این باره می‌گوید:

«من خیلی از افراد رو دیدم در اینستاگرام که با اینکه از قومیت‌های مختلفی هستند اما تبلیغی نمی‌کنند در مورد قومیتشون بیشتر تأکید بر روی ایران و ایرانی بودن دارن».

ارزیابی شناختی ناهمسان به شرایطی اشاره دارد که در آن نگرش به یک شی همزمان شامل ارزیابی‌های مثبت و منفی است و یا بین ابعاد مختلف نگرش اختلاف وجود دارد (فابریگر و همکاران^۱، ۲۰۱۰). برای مثال، ممکن است ما یک کالا را به لحاظ شناختی، مثبت ارزیابی کنیم اما در بعد رفتاری تمایلی به مصرف آن نداشته باشیم و یا از نظر احساسی دچار تناقض شویم و برعکس (ناصری و کیانپور، ۱۳۹۴: ۷۲). شکل‌گیری ذائقه ایران‌دوستی به علاقه‌مندی و آشنایی جوانان با ایران اشاره دارد. آن‌ها در این شبکه‌ها با ایران بیشتر آشنا می‌شوند و مفاهیم مختلفی از ایران را کشف می‌کنند و همین باعث شکل‌گیری احساسات مختلفی نسبت به مفهوم ایران می‌شود. این اکتشاف از یک جنبه می‌تواند ذائقه ایران‌دوستی را به وجود آورد و از طرف دیگر موجب بازاندیشی در ارزیابی نسبت به ایران شود. ممکن است کلیشه‌هایی در ذهن افراد باشد که شبکه‌های اجتماعی مجازی با بازتعریف آن‌ها شکل جدیدی به این قالب‌های ذهنی می‌دهد. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام محسن می‌گوید:

«از وقتی در این شبکه‌ها فعالیت می‌کنم علاقه‌مندیم به ایران بیشتر شده چون فهمیدم چقدر ایران جاهای دیدنی و جذاب داره»

وقتی در مورد برداشت از مفهوم ایران اتفاقات متفاوت می‌افتد فرد به یکسری راهبردها برای مقابله با این تناقضات فکر می‌کند و به راهبردهای متفاوت دست می‌زند. احتمال دارد در مواجهه با این ارزیابی شناختی ناهمسان فرد با زبان رسمی - بومی که خود را با آن نشان می‌دهد و نشانه هویت اوست، همگرا شود. مقوله همگرایی زبان رسمی - بومی از مقولات فرعی علاقه‌مندی به ادبیات فارسی، حساسیت نسبت به زبان فارسی، حفظ و شناسایی لهجه یزدی تشکیل شده است که به علاقه‌مندی فرد نسبت به هویت ملی و بومی اشاره دارد؛ زیرا زبان فارسی یکی از مهم‌ترین ارکان هویت ملی ایرانیان به حساب می‌آید. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام زهرا می‌گوید:

«خیلی رعایت می‌کنم و برام مهمه فارسی حرف بزنم و بنویسم و بقیه هم اگر درست حرف نزنن بهشون تذکر می‌دم».

در کنار آن حفظ زبان‌های بومی به‌عنوان حافظ بسیاری از ظرفیت‌ها، آداب و رسوم، سنت‌ها و دانش‌های بومی از اولویت‌های کسانی است که به ایران علاقه‌مند هستند. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام مهدیه می‌گوید:

«این شبکه‌ها باعث شده بیشتر یزد در بین مردم شناخته بشه و وقتی از یزد خارج بشی و کسی متوجه بشه یزدی هستی ازت بخوان که یزدی حرف بزنی».

در مقابل جوانان فعال در اینستاگرام گاهی ممکن با زبان رسمی - بومی واگرایی داشته باشند. این مقوله از مقولات فرعی عدم تعصب نسبت به زبان فارسی و نفوذ زبان محاوره به جای فارسی اصیل تشکیل شده است.

یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام مسعود می‌گوید:

«من فکر می‌کنم زبان فارسی هم یک زبانی مثل زبان‌های دیگه‌اس و تعصب خاصی نباید روی این زبان داشت».

زمانی که ارزیابی فرد از ایران ناهمسان است. فرد در دو قطب یک پیوستار جای می‌گیرد. یا احتمال دارد فرد به وجود ایران و مفهوم ایران تفاخر کند. نخستین خوانش از دل‌بستگی و احساس شکوه و بزرگی به ایران می‌گوید و نگاه دوم یک خوانش انتقادی است که عناصر شکوه‌مندی ایران را زیر سؤال می‌برد. تفاخر به ایران از مقولات فرعی تفاخر به ورزش، تفاخر به رفتارهای مثبت فرهنگی و تفاخر به سرزمین تاریخی امن تشکیل شده است که اشاره به احساس تعلق جوانان مورد مطالعه نسبت به ایران دارد. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام علی می‌گوید:

«من به ریشه خودم افتخار می‌کنم و با افتخار می‌گم که ایرانی هستم. مثلاً بوکسور ما که در امریکا مقام میاره خیلی احساس غرور می‌کنم یا ورزشکار المپیکمون مقام میاره با افتخار عکس می‌ذارم و خوشحالیم رو نشون میدم».

از سوی دیگر جوان ممکن است کلاً نسبت به ایرانی بودن احساس سرافکنندگی داشته باشد.

یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام زینب می‌گوید:

«وقتی می‌بینی تو بعضی پیچ‌ها به هم توهین می‌کنند یا تحمل شنیدن عقاید مخالف رو ندارند و به هم فحش می‌دن شرمنده می‌شی از اینکه ایرانی هستی».

مقوله عمده سرافکنندگی بیشتر به احساسات منفی افراد مورد مطالعه نسبت به ایرانی بودن اشاره دارد. این افراد در شبکه‌های اجتماعی بیش از دیگران فعالیت دارند و مسائل مختلفی را تجربه می‌کنند و با نوعی تناقض نسبت به ایرانی بودن خود مواجه می‌شوند. آنها در توصیف خود و نحوه معرفی هویت خود به مفاهیمی اشاره دارند که براساس آن هویت ملی را در آن جای می‌دهند و داوری احساس و آگاهی خود را در وجه مثبت و نیز انتقادی و سلبی مطرح می‌کنند. برخلاف مفهوم سرافکنندگی که حاکی از نارضایتی است، در مفهوم تفاخر به ایران می‌توان دیدگاه مثبت و مطلوب نسبت به ایران مشاهده کرد. دیدن بعضی مسائل باعث ایجاد احساسات منفی می‌شود که باتوجه به خصلت فراگیری رسانه و سیالیت آن تا حدی طبیعی به نظر می‌رسد.

در کنار این شرایط علی و پدیده اصلی شرایط مداخله‌گر وجود دارد که هم بر پدیده اصلی و هم بر راهبردها تأثیر می‌گذارد. هویت‌های قومی از یکسو بر ناهمسانی درک از مفهوم ایران و از طرف دیگر بر راهبردها اثر می‌گذارد. تفاخر نسب به ایران یا احساس سرافکنندگی و ناامیدی از ایرانی بودن پیامدهایی در پی دارد. یک پیامد فقدان رنسانس اندیشه‌گانی یا ناپختگی اندیشه است. این نکته ای است که یکی از نویسندگان به آن اشاره کرده است. براساس نظر این نویسنده می‌توان گفت ایرانیان سبک علمی مشخصی در تولید دانش و اندیشه‌ورزی ندارند و حرکت‌های انجام شده کم فروغ است و یا در ادامه اقدامات و پژوهش‌های بیرونی نظم و نسق یافته است. آنچه باعث پیشرفت می‌شود و علم را به عاملی برای توسعه تبدیل می‌کند داشتن انقلاب و به تعبیری رنسانس فکری در تولید علم است. سخت‌کوشی و صبر و توجه به کیفیت الزاماتی است که علم‌گرایی در ایران نیازمند آن است (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۵۲).

یکی دیگر از پیامدهای ارزیابی ناهمسان از ایران این است که جوانان نمی‌دانند باید از ایران دفاع کنند یا نکنند یعنی تکلیف مشخصی ندارند. یکی از مصاحبه‌شوندگان به نام احمد در این باره می‌گوید:

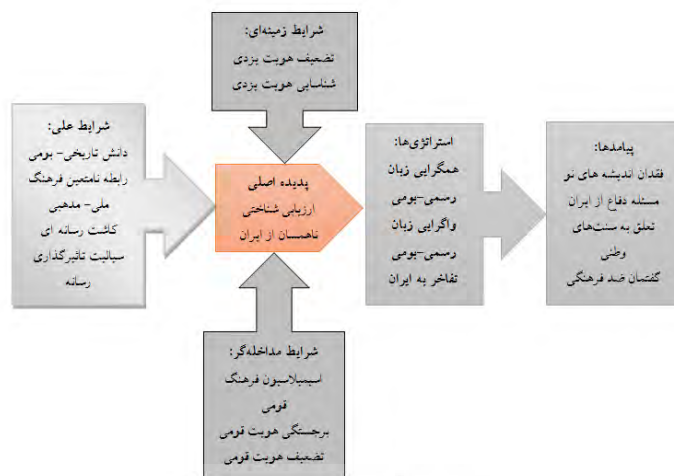
«قبلا شاید می‌خواستیم برم اما الان باتوجه به چیزهایی که می‌بینم حاضر نیستم به خاطر ایران بچنگم».

می‌توان گفت دستاوردهای بشر از صنعت و فناوری‌های نوین علاوه بر منافی که در پی داشته و رفاهی که برای بشر به ارمغان آورده است، همواره آسیب‌هایی را نیز به همراه داشته است. اگر چه بیشتر نوآوری‌ها با انگیزه تأمین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و در جهت نیل به کمال شکل گرفته است اما درعین‌حال به دلیل برخی کج‌فکری‌ها و استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید این اختراعات، گاه به جسم و جان و اخلاق انسان‌ها نیز آسیب می‌زند و فرهنگ را دگرگون می‌کند (داوودی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۲). یکی از مصاحبه شونده‌گان به نام نگار می‌گوید:

«یه عده‌ای هستند که این فضاها رو محلی برای خالی کردن عقده‌هاشون می‌دونن میان فقط فحش می‌دن مسخره می‌کنن خب اینا معلومه باعث تضعیف فرهنگ می‌شه».

مدل پارادایمی

مدل پارادایمی تحقیق نشان‌دهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه اتفاق افتاده است. این مدل، از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز پدیده مرکزی قرار می‌گیرد که همه فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرد. جریان فرایندها و فعالیت‌هایی که در بستر این تحقیق اتفاق افتاده است، نشان می‌دهد که روایت‌های جوانان فعال در فضای مجازی از ایران نشان‌دهنده این واقعیت است که به واسطه دانش تاریخی - محلی و مواجهه رسانه‌ای و همچنین در فضای سیال رسانه‌ای، ارزیابی‌های شناختی از ایران با پویایی‌های متفاوتی همراه می‌شود. در این وضعیت پویا سرافکنندگی و ناامیدی با امید و افتخار ترکیب می‌شود. در چنین وضعیتی جهان ذهنی و عینی مشارکت‌کنندگان به‌طور مداوم درگیر بازاندیشی‌های فراگیر در ارزش‌های ملی و بومی می‌شود که راهبردها و پیامدهای متفاوتی را به ارمغان می‌آورد. در ادامه به معرفی مدل پارادایمی می‌پردازیم.



همان‌طورکه در مدل پارادایمی مشاهده می‌شود، شرایط علی پژوهش حاضر عبارتند از: دانش تاریخی- بومی، رابطه نامتعین فرهنگ و سیالیت تأثیرگذاری رسانه. شرایط علی به‌وجود آورنده پدیده‌ای که مشارکت‌کنندگان با آن مواجه می‌شوند، از اهمیت زیادی برخوردار است و نحوه مواجهه افراد را تعیین می‌کند. شرایط علی موجب می‌شود جوانان در برداشت از ایران با ارزیابی شناختی ناهمسازی در فضای مجازی مواجه شوند. شرایط علی باعث ناهمسازی ارزیابی شناختی از ایران می‌شود. بدین معنی که جوانان فعال در فضای مجازی براساس عوامل متفاوتی که از دیگران و جامعه دریافت می‌کنند، سعی می‌کنند ارزیابی مناسبی داشته باشند. این مواجهه و این پدیده البته تحت پویایی‌های شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر است.

شرایط مداخله‌گر شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: ۱. همانند سازی فرهنگ قومی ۲. برجستگی هویت قومی و ۳. تضعیف هویت قومی. در واقع، این شرایط به نیروهای کلان‌تر اجتماعی، اقتصادی سیاسی خارج از بستر تحقیق مرتبط است که بر پدیده و راهبردهای مشارکت‌کنندگان اثر می‌گذارد. شرایط زمینه‌ای نیز شرایطی است که خاص خود کنشگر است. همانند سازی فرهنگ قومی و تضعیف هویت قومی بر ارزیابی افراد از مفهوم ایران تأثیر می‌گذارد. در زمان حاضر برخی از افراد در شبکه‌های اجتماعی در جهت همانند شدن قومی

حرکت می‌کنند و تلاش می‌کنند تفاوت‌های قومیت‌ها را کمرنگ نشان دهند که این موضوع بر ارزیابی شناختی نسبت به مفهوم ایران تأثیر می‌گذارد. این تأثیر به گونه‌ای است که افراد برای مواجهه با پدیده مرکزی دست به انتخاب راهبردهای مختلف می‌زنند.

شرایط زمینه‌ای پژوهش حاضر عبارتند از: ۱. تضعیف هویت یزدی ۲. شناسایی هویت یزدی. در واقع این شرایط، شرایط خاصی است که ویژه بستر مورد مطالعه است و بیشتر در سطح خرد واقع می‌شود و با پدیده و راهبردهای مشارکت‌کنندگان ارتباط دارد. در واقع تضعیف هویت یزدی و شناسایی هویت یزدی با دانش تاریخی- بومی، رابطه نامتعین فرهنگ ملی- مدهبی، مواجهه رسانه‌ای و سیالیت تأثیرگذاری رسانه مرتبط است. همین شرایط است که جوانان را با پدیده مرکزی که همان ارزیابی شناختی ناهمسان از ایران است، مواجهه می‌کند. راهبردهای مشارکت‌کنندگان در برابر پدیده مرکزی صورت می‌گیرد.

راهبردهای مواجهه جوانان عبارتند از: ۱. همگرایی زبان رسمی- بومی ۲. واگرایی زبان رسمی- بومی ۳. تفاخر به ایران ۴. سرافکنندگی از ایرانی بودن. هنگامی که جوان با ارزیابی ایران به‌طور ناهمسان مواجه می‌شود دست به راهبردهای متفاوت می‌زند. احتمال دارد در مواجهه با این ارزیابی شناختی ناهمسان فرد با زبان رسمی- بومی که نشانه هویتش است همگرایی داشته باشد یا از زبان بومی و رسمی ناراضی باشد، زیرا ارزیابی ناهمسان موجب تناقض در اندیشه می‌شود. ممکن است با ارزیابی ناهمسان از ایران به ایرانی بودن خود افتخار کند یا دچار یأس و سرافکنندگی از ایرانی بودن خودش شود. اینکه فرد چه برداشتی از ایران داشته باشد به مواجهه رسانه‌ای و دانش تاریخی- محلی باز می‌گردد. می‌توان گفت شرایط علی بر تعیین راهبردهای فرد تأثیر مستقیم می‌گذارد. پیامدها، نتایج راهبردهایی است که کنشگران در مواجهه با پدیده مرکزی و شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر اتخاذ می‌کنند. پیامدهای به‌دست‌آمده از به‌کارگیری راهبردها و کنش‌های متفاوت مشارکت‌کنندگان در این پژوهش عبارتند از: ۱. فقدان اندیشه‌های جدید ۲. مسئله دفاع از ایران ۱. فقدان رنسانس اندیشه‌گانی ۲. پروبلماتیک دفاع از ایران ۳. تعلق به سنت‌های وطنی و ۴. گفتمان ضدفرهنگی. وقتی فرد با پدیده مرکزی مواجه می‌شود و راهبردها را برای مواجهه شدن با آن انتخاب می‌کند، پیامدهایی را نیز به‌همراه دارد که این پیامدها

ناشی از برداشت مثبت یا منفی آن پدیده است. اگر فرد نسبت به ایرانی بودن خود احساس تفاخر داشته باشد پیامدی متفاوت از کسی که از ایرانی بودن خود سرافکنده است تجربه می‌کند.

نتیجه‌گیری

سرزمین ایران از دیرباز شامل اقوام مختلف بوده است که در جغرافیای متفاوت این سرزمین زندگی کرده‌اند و بین مردم همبستگی ملی و آرمان جمعی وجود داشته است. این همبستگی سبب بقای کشور شده است. در کنار این همبستگی نوعی همبستگی و اتحاد درونی در بین هر یک از گروه‌های قومی و محلی وجود دارد. این پژوهش بر مبنای حساسیت به برخی مفاهیم نظری انجام گرفته است و با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌های برآمده از آن می‌توان گفت دانش تاریخی- محلی و رابطه نامتعیین ملی- مذهبی، مواجهه رسانه‌ای و سیالیت رسانه‌ها در هدایت افراد، ارزیابی از ایران دستخوش تغییرات می‌شود. دانشی که جوانان نفوذگر در شبکه‌های اجتماعی مجازی به دست می‌آورند نگرش آنها را نسبت به ایران جهت می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز در ماهیت، تکوین، عناصر، و بنیان‌های هویتی بشر از جمله هویت ملی جوامع تأثیر شگرف دارند. در گذشته که الگوها و نقش‌ها اندک و تعامل افراد محدود بود و دولت و نهادهای رسمی عامل اصلی شکل‌دهی هویت ملی به‌شمار می‌رفتند، هویت‌یابی نسبتاً آسان بود و هویت ملی از طرف نهادهای فرادولتی با چالش جدی مواجه نبود، با گستردگی جوامع امروز و ظهور رسانه به منزله نهاد مؤثر هویتی اهمیت ویژه‌ای دارد. پیشینه تاریخی افراد، اینکه از کجا برخاسته‌اند تفکرات و کلیشه‌های مختلفی نسبت به موضوعات مختلف را در ذهن افراد شکل می‌دهد که با قرار گرفتن در برابر رسانه این موضوع تشدید می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزار قدرتمند انتقال دانش، گرایش‌های افراد در زمینه‌های مختلف را دستخوش تغییرات می‌کند. این شبکه‌ها با توجه به گستره مخاطبان با آموزش و القای داده‌ها و ایده‌های گوناگون به هویت ملی شکل می‌دهند. جوانان با گذراندن ساعات زیاد در این شبکه‌ها به لحاظ تفاوت‌های زبانی و تجربه‌های خاص تاریخی و نیز به لحاظ عوامل اقتصادی و سیاسی و فرهنگی و اجتماعی خود را نسبت به افراد دیگر متفاوت می‌بینند. با وجود نگرش‌های متناقض، این

امکان نیز وجود دارد که افراد همزمان دیگران را هم دارای صفات مثبت بدانند و هم صفات منفی و یا اظهاراتی به زبان آورند که نشان دهد نگرش آن‌ها در یک بعد مثبت و در بعد دیگر منفی است. جوانان فعال در فضای شبکه اجتماعی ارزیابی‌هایی از موضوعات مختلف از جمله مفهوم ایران دارند که به هیچ وجه امر ساده‌ای نیست که بتوان در مورد آن‌ها حکم کلی صادر کرد. گاهی براساس شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای شاهد همبستگی و هم‌افزایی بین ارزش‌های بومی و ملی هستیم و گاهی شاهد تفکرات قالبی و احساسات خاص‌گرایانه. به نظر می‌رسد ایجاد فضای آزاد گفتگو و تعامل در میان افراد در قالب محتواهای مختلف در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خوانش مثبت تری از ایران در راستای ایجاد وفاق و همدلی به وجود آورد. مقولات استخراج‌شده نشانگر آن است که نفوذگران جوان تحت‌تأثیر شبکه‌های مجازی نگرش خود نسبت به ایران را بازاندیشی می‌کنند و این بازاندیشی تحت‌تأثیر هویت یزدی آنها قرار می‌گیرد.

اگر جوانان مورد مطالعه ارزیابی مثبتی نسبت به یزدی بودنشان داشته باشند ایران را نیز با نگرش مثبت خوانش می‌کنند و به آن افتخار می‌کنند. اما اگر براساس آموزه‌های خود احساس تعلق نسبت به هویت بومی خود نداشته باشند، نسبت به ایران نیز ارزیابی مثبتی نخواهند داشت و از ایرانی بودن خود احساس سرافکندگی و ناامیدی می‌کنند. از نظر آن‌ها برجستگی‌های قومیتی یا تضعیف قومیت‌ها می‌تواند ارزیابی آن‌ها از ارزش‌های ملی و بومی را تحت‌تأثیر قرار دهد. ارزیابی شناختی جوانان مورد مطالعه از ایران، به واسطه دانش تاریخی-محلی و مواجهه رسانه‌ای و همچنین حضور در فضای سیال رسانه‌ای، با پویایی‌های متفاوتی همراه است، به طوری که سرافکندگی و ناامیدی با امید و افتخار ترکیب می‌شود. می‌توان گفت ارزش‌های بومی و ملی و قومیتی همه در یک راستا قرار می‌گیرند که هدف آنها پیشرفت ایران و افتخار به پیشینه و فرهنگ و سرزمین امن تاریخی است. افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد نسبت به باورهای ملی در بین جوانان منجر به خوانش مثبت از ایران می‌شود. به نظر می‌رسد قبل از تلاش برای تغییر نگاه به ایران بهتر است روحیه مسئولیت‌پذیری در بین جوانان تقویت شود. احتمالاً با تقویت این روحیه ارزیابی نسبت به ایران و ایرانی بودن نیز تغییر خواهد کرد. در مجموع می‌توان گفت تحول مهمی که در جامعه ایران در سطح کلان به وقوع پیوسته،

گام نهادن در مسیری است که توسط فضای مجازی احاطه شده است؛ گروه‌های جوان جامعه متأثر از این جریانات، ارزش‌ها، رفتار و نگرششان تغییر می‌کند. نهادینه شدن این تغییرات در نفوذگران شبکه ای به‌عنوان افراد تشکیل‌دهنده و تأثیرگذار بر جامعه، در نهایت منجر به بازاندیشی در ارزش‌های نهادینه شده در جوانان می‌شود.

منابع

- آزارمکی، تقی؛ ظهیری نیا، مصطفی (۱۳۹۰). «بررسی جهت‌گیری ارزشی و ارتباط آن با تغییرات اقتصادی و اجتماعی در استان هرمزگان (مورد مطالعه شهروندان شهر بندرعباس)»، **فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد شوشتر**، سال پنجم، شماره ۱۴: ۲۲-۱.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۹). **تصویر خانواده در برنامه‌های کودک سیما**، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- ایزدی، مهشید و قاسمی، کبری (۱۳۹۰). «تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی- ملی دانش‌آموزان»، **کتاب ماه علوم اجتماعی**، شماره ۱۴۶: ۱۱۴-۱۲۱.
- داوودی، رضا؛ سلطانی‌فر، محمد و فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۶). «طراحی الگوی نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تحول»، **فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی**، شماره ۴: ۸۱-۱۱۰.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۶۴). **جامعه‌روستایی و نیازهای آن**، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- عزیزاده اقدم، محمدباقر، کمال کوهی، محمد و مبارک بخشایش، مرتضی (۱۳۹۰). «گرایش به هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن»، **ماهنامه مهندسی فرهنگی**، شماره ۶۱ و ۶۲: ۹-۳۵.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۴). **تلگرام فرصتی برای تجدد ایرانی**، پایگاه هنر و رسانه-سوره اندیشه. <http://www.sooremag.ir>
- قنبری فرهاد (۱۳۹۶). «توهم فرجام» در مرگ یک خواننده ایرانی مقیم آمریکا، **پارس نیوز**، کدخبر: ۴۷۶۷۱۹.
- مزیدی شرف‌آبادی، محمدرضا؛ تقی‌پور، فائزه؛ افشانی، سیدعلیرضا (۱۳۹۷). «مطالعه‌ای کیفی از استفاده جوانان از رسانه‌های اجتماعی، یک نظریه زمینه‌ای»، **مطالعات امنیت اجتماعی**، شماره ۵۳: ۸۷-۱۳۰.
- مسعودنیا، حسین، امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد، مهربانی کوشکی، راضیه و ربانی، علی (۱۳۹۶). «**تصویر از خود: برساختی انتقادی - ایده آلیستی از هویت ملی**»، **راهبرد فرهنگ**، شماره ۳۷: ۱۲۶-۱۶۲.
- Fabrigar, Leandre R. and Duane T. Wegener (2010). "Attitude Structure". In: **Advanced Social Psychology: The State of the Science**, Baumeister, Roy. F. and Eli J. Finkel, (Eds.) Oxford: Oxford University Press. Pp. 217-262.
- Idris, F, Zaharah H, Azizah Y, Saran K G (2012). **The role of education in shaping youth national identity**, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 59: 443-450.

- Nikou, Shahrokh; Mezei, Jozsef; Brännbacka, Malin (۲۰۱۸). **Digital natives' intention to interact with social media: Value systems and gender**, Telematics and Informatics, Volume 35: 421-435.
 - Raudsepp, I, Maie V (2011). **The Role of the Phenomenon of Joint Singing in the Development of National Identity in Estonia**, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 29 (1), 1312-1319.
 - Thompson, J. (۱۹۹۸). **Community and World Citizenship**. In Archibugi, Held and Kohler (eds) Re-imagining Community, Cambridge Policy.
 - Saleno-Campos, A. (2015). **Children's National Identity in Multicultural Classrooms in Costa Rica and the United states**, Research in Comparative & International Education. 10 (1), pp: 71-94.
-

پی‌نوشت

^۱ مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری باعنوان «کاوش فرآیندهای شکل‌گیری و تغییر جهت‌گیری ارزشی در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر یزد)» از دانشگاه دهقان در سال ۱۳۹۷ می‌باشد.

^۲ Nikou

^۳ Saleno Campos

^۴ Raudsepp & Vikat

^۵ Purposive Sampling

^۶ Line-by-Line

^۷ Open Coding

^۸ Axial Coding

^۹ Selective Coding

^{۱۰} Fabrigar and Wegener

