

Research Paper

The Relationship between Internet Consumption and the Aspiration to Migrate among the Youth of Shiraz

Bijan Khajenoori^{*1} , Narges Khezri² 

¹ Associate professor, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management, and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran, bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

² Master of Women and Family Studies, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management, and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran, nargeskhezri79@gmail.com

 [10.22080/ssi.2025.27982.2233](https://doi.org/10.22080/ssi.2025.27982.2233)

Received:
November 4, 2024
Accepted:
January 30, 2025
Available online:
August 30, 2025

Keywords:
Migration aspirations,
Internet, Youth, Social
networks, Shiraz.

Abstract

Objectives: Today, the Internet has decisive effects on the aspirations of young people who use it more than other groups and are in this space. Youth migration outside of Iran is an important issue. The current research has investigated the relationship between internet use and the desire to migrate among young people living in Shiraz. **Methods:** The current research uses a survey method. The random sampling method was a multi-stage cluster, and the sample size was 400 people aged 15 to 29 years old in 1402. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. **Results:** The findings showed that 80.5% of the respondents had a moderate to high desire to migrate. At the level of bivariate analysis, variables of internet use and its components, contact with friends and others in virtual space, frequency of Internet and satellite usage during the day, follow-up of documentaries related to other countries and immigration programs, years of internet use, and type of information source have had a significant relationship with the dependent variable. At the level of multivariate analysis, 49.9% of the changes in the variable desire to migrate are explained according to the variables of tracking documentaries related to other countries, reading books, newspapers, and magazines, the frequency of Internet and satellite usage during the day, and Internet usage in general. **Conclusion:** The departure of young people from the country has multifaceted effects and significant challenges for the government. Since more than 80% of the respondents wished to migrate, studying the relationship between this phenomenon and the Internet and virtual space will lead to developing policies to manage migration flows. Considering that we live in the age of the Internet and given that this medium is one of the important factors in immigration decisions, the application of Bandura's learning theory and the sociological framework of De Haas can help us to understand this phenomenon more.

*Corresponding Author: Bijan Khajenoori

Address: Department of Sociology, Faculty of Economics, Management, and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Email: bkhaje@rose.shirazu.ac.ir



This is an open access article under the CC BY-NC-ND/4.0/ License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

2538-3612 © The Author(s)

Published by University of Mazandaran

Extended Abstract

1. Introduction

In the current digital age, we witness the presence of most young people on the Internet and its facilities. Exposure to Internet content, including lifestyles, social and economic conditions, and more favorable education in other societies, creates or strengthens the desire to migrate among them. Increasing awareness of the laws and regulations, opportunities, and facilities of other countries facilitates the decision-making process regarding the selection of the target society and how to adapt one's capabilities to the conditions and demands of that society. Youth migration significantly impacts various areas of each society and its future. The migration of specialized and educated individuals leads to a decrease in the skilled labor force and a decrease or delay in the economic growth of various societies. This process also affects the demographic balance, as it will lead to a decrease in the marriage and childbearing rates and an increase in the average age of the society. Therefore, studying this issue is necessary to manage migration flows and develop policies to support youth by creating the facilities and opportunities young people need.

2. Methods

The present descriptive/analytical study was conducted using a quantitative survey method in 1402. The statistical sample was 400 young people living in Shiraz between the ages of 15 and 29, and the data collection tool was a researcher-made questionnaire. The sampling method of this study is multi-stage cluster random sampling. Initially, Shiraz was divided into 11 clusters based on the 11 municipal regions, and then, based on the number of households in each region, several

districts and blocks were selected from each region. Then, we interviewed a young individual from each block with the desired characteristics. Exploratory factor analysis was used for validation. An appropriate parametric statistical technique was also selected for data analysis based on the level of measurement of variables and the type of hypotheses. Statistical calculations were performed using SPSS software. The theories of cultivation, social learning, and dependency were used in the present study to set the theoretical framework.

3. Results

In the present study, the average age of young people was 23.59. Regarding gender, 53.4% of respondents were male, and 46.6% were female. Moreover, 69.1 percent of respondents were single, 28.7 percent were married, and 2.2 percent were other cases. Regarding education, 38.1 percent of respondents had a bachelor's degree, 24.6 percent had a diploma, and 15 percent had a postgraduate diploma. The remaining percentages belonged to primary, secondary, and master's degrees and above. Regarding income, 49.1 percent of respondents had no income, and 13.9 percent had an income between 1 and 3 million Tomans. More than 80 percent of respondents had a moderate or greater desire to emigrate. Only 19.5 percent said they had a slight desire to emigrate from Iran. The results of the research regression model showed that the four variables, respectively, "following up on documents related to other countries and immigration programs via the Internet or satellite," "reading books, newspapers, and magazines," "spending leisure time in cyberspace," and finally "concrete knowledge of other societies" explained

47.3 percent of the changes in the dependent variable.

4. Conclusion

International migration of youth leads to loss of human capital, aging of the population, and an impact on the economy and family dynamics in different societies. Studying the factors that create and intensify the desire of young people to migrate will provide support strategies to ensure their permanence and prevent or reduce their departure from the country. One of these factors is Internet use, which plays a significant role in shaping young people's understanding of migration. The content within this virtual platform, which presents mostly positive images, affects the desire of young people to migrate, and increasing awareness of living conditions and other facilities and opportunities in societies leads to an increase in the likelihood of the desire to migrate. The results of this study showed that there is a

significant relationship between Internet use by young people, the number of friends and contacts young people have on virtual networks, the frequency of Internet and satellite use by young people during the day, and the Internet space, the number of years of Internet use, the various sources used by respondents to obtain information, following up on documents related to other countries and current immigration programs, the amount of reading books, newspapers, and magazines, both printed and digital, and the desire to immigrate among young people.

Funding

There is no funding support.

Authors' contribution

All authors contributed equally to the writing of this article.

Conflict of interest

Authors declared no conflict of interest.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

علمی پژوهشی

رابطه بین مصرف اینترنت و آرزوی مهاجرت در بین جوانان شهر شیراز

بیژن خواجه‌نوری^{*۱}، نرگس خضری^۲ 

^۱ دانشیار، بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، Bkhaj@rose.shirazu.ac.ir
^۲ کارشناسی ارشد مطالعات زنان، بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، nargeskhezri79@gmail.com

 [10.22080/ssi.2025.27982.2233](https://doi.org/10.22080/ssi.2025.27982.2233)

چکیده

اهداف: امروزه اینترنت تأثیرات قاطعی بر آرزوهای جوانان که بیش از دیگر گروه‌ها از آن استفاده کرده و در این فضا قرار دارند، می‌گذارد. از آنجاکه مسأله مهاجرت جوانان به خارج از ایران از اهمیت فراوانی برخوردار شده است، پژوهش حاضر رابطه بین مصرف اینترنت و آرزوی مهاجرت را در بین جوانان ساکن شیراز بررسی کرده است. روش مطالعه: پژوهش حاضر با روش پیمایشی انجام شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای و حجم نمونه ۴۰۰ نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله در سال ۱۴۰۲ بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بود. یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که ۸۰/۵ درصد از پاسخ‌گویان تمایل متوسط تا زیاد به مهاجرت داشته‌اند. در سطح تحلیل دو متغیره، متغیرهای مصرف اینترنت و مؤلفه‌های آن، تماس با دوستان و دیگران در فضای مجازی، دفعات مصرف اینترنت و ماهواره در طول روز، پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی، سال‌های استفاده از اینترنت، نوع منبع کسب اطلاعات رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته داشته‌اند. در سطح تحلیل چند متغیره به ترتیب متغیرهای پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و ...، مطالعه کتاب‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، دفعات مصرف اینترنت و ماهواره در طول روز و درنهایت مصرف اینترنت به‌طورکلی توانسته‌اند ۴۹/۹ درصد از تغییرات متغیر آرزوی مهاجرت را تبیین کنند. نتیجه‌گیری: خروج جوانان از کشور تأثیرات چندوجهی و چالش‌های عمده‌ای برای دولت می‌گذارد. از آنجاکه بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌گویان در آرزوی مهاجرت بوده‌اند، مطالعه رابطه این پدیده با اینترنت و فضای مجازی منجر به توسعه سیاست‌هایی در جهت مدیریت جریان‌های مهاجرت خواهد شد. با توجه به اینکه ما در عصر اینترنت به سر می‌بریم و با در نظر گرفتن اینکه این رسانه یکی از عوامل مهم در تصمیم‌گیری‌های مهاجرت می‌باشد، به‌کارگیری نظریه یادگیری باندورا و نیز چارچوب جامعه‌شناختی دی‌هاس، می‌تواند ما را در شناخت بیشتر این پدیده یاری کنند.

تاریخ دریافت:

۱۴ آبان ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۱ بهمن ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۰۸ شهریور ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

آرزوی مهاجرت، اینترنت، جوانان، شبکه‌های اجتماعی، شیراز

* نویسنده مسئول: بیژن خواجه‌نوری

آدرس: بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. ایمیل: bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

این مقاله با دسترسی آزاد تحت مجوز بین‌المللی کربتیو کامنز از نوع نسبت‌دادن-غیرتجاری-بدون انشقاق ۴/۰ است.

ناشر: دانشگاه مازندران (نویسنده‌گان) ۲۵۳۸-۳۶۱۲ © نویسنده‌گان

۱ مقدمه و بیان مسأله

مهاجرت و جابه‌جایی به‌طور پیوسته بخشی لاینفک از زندگی مدرن بوده است که در عصر کنونی بیش‌ازپیش به وقوع می‌پیوندد و افراد بیشتری در خارج از وطنشان به دلایل گوناگون به زندگی خود ادامه می‌دهند (خواجانه‌نوری، ۱۳۹۹). دلایل متعددی برای مهاجرت به‌طور کلی و به‌طور جزئی آرزوی مهاجرت به خارج از کشور وجود دارد؛ از جمله: فرصت‌های شغلی مناسب‌تر، کیفیت زندگی بالاتر، فرصت‌های آموزشی، پیوستن به اعضای خانواده (اعم از همسر، فرزندان، پدر و مادر و...)، رشد شخصی، ثبات سیاسی، شرایط اقلیمی مطلوب‌تر و دیگر موارد که به این فهرست افزود.

در حال حاضر استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح جهان گسترش روزافزونی پیدا کرده، به نحوی که بیش از نیمی از جمعیت ۸/۰۸ میلیارد نفری بر روی این کرهٔ خاکی (حدوداً ۵/۰۴ میلیارد نفر) در رسانه‌های اجتماعی فعال هستند (Salama, 2025). فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در نحوهٔ ارتباط افراد، اشتراک‌گذاری اطلاعات و انجام فعالیت‌های مختلف در سراسر جهان موجب انقلابی شگرف شده‌اند. آن‌ها ابزارهای قدرتمندی برای تسهیل ارتباطات و همکاری بین افراد و گروه‌ها هستند. به دلیل گستردگی مصرف روزافزونشان، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی تأثیر قابل توجهی بر افکار، نگرش‌ها و در نتیجه تصمیمات مهاجرتی افراد داشته‌اند؛ چراکه رسانه‌ها با انتشار اطلاعات از کشورهای مختلف اعم از وضعیت زندگی در آن کشورها، فرصت‌های شغلی و تحصیلی، قوانین و دیگر مباحث تصویرهای بسیار زیبا و مؤثری را در ذهن مخاطبین خود ایجاد می‌کنند.

رسانه‌ها با دست‌کاری واقعیت و شکل‌دادن به آن و ارائهٔ جنبه‌های مثبتی از مهاجرت منجر به افزایش آرزوی مهاجرت و رشد آن در بین مخاطبینشان می‌شوند. این در حالی است که اگر رسانه‌ها سختی‌ها و تبعیض‌ها موجود را در جامعهٔ

مقصد ارائه دهند، از شمار مهاجرت‌های بدون برنامه‌ریزی و بدون پشتوانه کاسته می‌شود. با این‌همه تأثیر پوشش رسانه‌ای مشروط به اعتماد افراد نسبت به رسانه‌ها متفاوت است. از یک‌سو مشاهدهٔ خبرهای مرتبط با مهاجرت منجر به نگرش‌های منفی افرادی می‌شود که اعتماد کمتری به رسانه‌ها دارند و از سوی دیگر این اخبار باورهای قبلی افرادی را که اعتماد بیشتری به رسانه‌ها دارند، تقویت می‌کند که موجب گرایش بیشتر به مهاجرت می‌شود (Agovino et al, 2022).

جوانان به لحاظ سنی در مقایسه با بزرگسالان کوله‌بار فرهنگی کمتری دارند. این گروه در هنگام محاسبات هزینه و فایده، کمتر به خطرات مهاجرت می‌اندیشند و در مواجهه با فرهنگ‌های دیگر در مقایسه با بزرگسالان مقاومت کمتری نشان می‌دهند. اما آن‌ها در مقایسه با بزرگسالان بیشتر از ابزارها و فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی استفاده می‌کنند. در عین حال نیازهای آن‌ها به ادامه تحصیل، اشتغال، ... در مقایسه با بزرگسالان بیشتر است. جوانان آرزوهای سطح بالایی همچون تمایل به آموزش بهتر، فرصت‌های شغلی و کیفیت کلی زندگی دارند و نیز با موانع و چالش‌های متعددی (همچون محدودیت‌های قانونی، محدودیت‌های اقتصادی و...) روبه‌رو هستند که آن‌ها را از دست‌یابی به این آرزوها باز می‌دارد (Doumas & Avery, 2024).

خروج جوانان از کشور منجر به ازدست‌دادن نیروی کار ماهر، تحصیل‌کرده و پُرانرژی می‌گردد و توسعهٔ بخش‌های مختلف کشور را یا با تأخیر روبه‌رو می‌کند و یا مانع می‌شود. همچنین این معضل بر اقتصاد ملی و محلی اثرگذار است و کاهش و پیری جمعیت را به دنبال خواهد داشت (UNESCO, 2014). فراسرخواه یکی از علت‌های مهاجرت را وجود جاذبه در کشورهای دیگر و وجود دافعه در وطن خود مهاجر می‌داند. بدین معنا که از یک‌سو کشورهای مختلف به دلیل داشتن موقعیت‌های مطلوب کاری، پیشرفت، زندگی، رفاه، آزادی و دیگر

دریافتی را در این مورد ارزیابی و بازبینی قرار می‌دهند. به‌خصوص فضای مجازی جایی است که آن‌ها می‌توانند نقش‌های خود را تعریف و بازتعریف کنند و در شکل‌دهی فضا و روابط در آن نقش فعال داشته باشند. بدین جهت نتایج حاصل از تعاملات درون شبکه‌های اجتماعی که برآیند نظرات افراد مختلف است، می‌تواند تأثیرات مهمی بر تصمیمات جوانان داشته باشد. مطالعات این‌چنینی می‌تواند به درک نیازها و چالش‌های جوانان و ارائه بینش‌هایی در جهت توسعه سیاست‌گذاری‌هایی برای پاسخ‌گویی به نیازها و نگرانی‌های جوانان عمل کند.

به‌طورکلی عمده مطالعات به بررسی اثر عواملی اعم از روان‌شناختی، اجتماعی، اقتصادی و آموزشی بر گرایش به مهاجرت پرداختند و مطالعه رابطه مصرف رسانه‌ها با گرایش به مهاجرت به‌طورکلی و به‌طور خاص مطالعه این رابطه بر روی جوانان شهر شیراز تا حد زیادی مورد غفلت قرار گرفته است و شناخت علمی کافی از آن وجود ندارد، چنانچه از سال ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۲ تنها شش مطالعه درباره رابطه مصرف رسانه‌ها با گرایش به مهاجرت انجام شده است و در این راستا پژوهش حاضر در جهت پرکردن خلأ پژوهش‌ها انجام شده است.

۲ مرور پیشینه

۲٫۱ تحقیقات داخلی

سروش و همکاران (۱۳۸۵) در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جوانان به مهاجرت از کشور در شیراز" به بررسی عوامل مؤثر بر نگرش جوانان شیرازی به مهاجرت از ایران پرداخته‌اند. تحقیق مذکور با روش پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه انجام شده و نمونه آن ۸۹۲ نفر بوده است. برای چارچوب نظری تحقیق از نظریات گیدنز، فیش‌باین و آیزن و نظریه مهاجرتی لی استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داده است که متغیرهای ارزیابی فایده مهاجرت،

موارد مهاجرین را به خود جذب می‌کنند و از سویی دیگر، نبود این امکانات در وطن خود مهاجر منجر به دفع وی از سرزمین و کشورش می‌گردد. درگذشته جوانان ایرانی ۴۰ تا ۵۰ درصد آرزوی مهاجرت داشته‌اند، اکنون این آرزو به ۶۰ درصد هم رسیده است که به معنای روند روزافزون آرزوی مهاجرت در بین جوانان ایران است (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۴۰۲).

ازآنجاکه دیدگاه‌ها و تجربیات منحصربه‌فرد جوانان غالباً با بزرگ‌سالان متفاوت است، تحقیقات در خصوص تمایل و اقدام به مهاجرت جوانان می‌تواند ادبیات مهاجرت را غنی‌تر سازند. همچنین بررسی و مطالعه آن‌ها، بینش‌های ارزشمندی در ارتباط با فرآیندهای رشدشان می‌دهد که به درک اقدامات و خطمشی‌های مؤثرتر و هدفمندتر در زمینه‌های آموزشی، خدمات اجتماعی و نیز برای حمایت از رشد و رفاهشان یاری می‌کند (Krane et al, 2021)؛ لذا بررسی و مطالعه تمایلات جوانان به مهاجرت به خارج کشور بسیار حائز اهمیت است و ضرورت دارد.

رسانه‌ها تأثیر مهمی بر نگرش جوانان در رابطه با مسائل مختلف از جمله اقدام به مهاجرت دارند. این تأثیر جنبه‌های مثبت و منفی فراوانی دارد. جوانان غالباً برای کسب اطلاعات از چالش‌های اقدام به مهاجرت و همچنین فرصت‌ها و خطرات جامعه مقصد به رسانه‌ها به‌عنوان یکی منابع مهم کسب خبر خود متکی هستند (Hadir, 2024). در این میان اینترنت و فضای مجازی از اهمیت قابل توجهی برخوردار هستند.

گروه‌های هم‌سال تجربیات خود را در سکوها^۱ و شبکه‌های اجتماعی مجازی به اشتراک می‌گذارند و این امر می‌تواند بر گرایش به مهاجرت در بین هم‌سن‌هایشان تأثیر بگذارد. جوانان در شبکه‌های اجتماعی عینی و مجازی معمولاً اطلاعات خود را به بحث و گفت‌وگو می‌گذارند و از این طریق اطلاعات

¹ Platform.

به مقصد مهاجران، آینده مهاجرت جوانان را منفی و تلویزیون‌های خصوصی رسیدن به آزادی و کامیابی را ترسیم می‌کنند.

فروتن و شیخ (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به مهاجرت بین‌المللی" به مهم‌ترین زمینه‌ها و انگیزه‌های مرتبط با گرایش جوانان تحصیل‌کرده دانشگاهی برای مهاجرت به خارج از کشور بررسی پرداخته است. جامعه آماری این مطالعه دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد با حجم نمونه ۳۲۷ که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی مرکب از نمونه‌گیری تصادفی ساده و سیستماتیک و تشکیل گروه‌های مشخص با صفات همگن از جامعه آماری انتخاب شده است. نتایج بیان‌گر این است که نزدیک نیمی از پاسخ‌گویان تمایل دارند تا به خارج از کشور مهاجرت کنند و این تمایل متأثر از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی همچون سن، جنس و وضعیت تأهل بوده است و متغیرهای احساس امنیت، دین‌داری، هویت ملی و به‌خصوص انگیزه‌های اقتصادی و شغلی، دارای تأثیرات معنی‌داری بر روی تمایل به مهاجرت بوده است که حاکی از این امر است که گرایش جوانان به مهاجرت عمدتاً متأثر از دستیابی به فرصت‌های شغلی و تحصیلی مناسب‌تر است.

صدیقی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان "تعیین ابعاد و ارائه یک مدل از گفتمان مهاجرت در رسانه‌های اجتماعی" به بررسی چگونگی شکل‌گیری و تأثیر گفتمان مهاجرت در رسانه‌های اجتماعی پرداخته است. این مطالعه با استفاده از روش کیفی و با استفاده از نظریه زمینه‌ای انجام شده است. جامعه آماری این مطالعه عبارت بود از کلیه پست‌های مربوط به مهاجرت در شبکه‌های مجازی ایرانی و غیر ایرانی (واتساپ، تلگرام، اینستاگرام و روبیکا) و شامل ۹۷۰۰ پست بود و با استفاده از فرمول کوکران ۳۷۰ پست در بازه زمانی فروردین تا مهر سال ۱۴۰۱ به‌عنوان نمونه انتخاب شده است. از طریق تحلیل محتوای پست‌های شبکه‌های مجازی

جنسیت، هویت اجتماعی و نظر گروه مرجع (خانواده و دوستان) به‌طور مستقیم بر نگرش نسبت به مهاجرت تأثیر دارند. همچنین متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌ها، سن و سبک زندگی غیرمستقیم بر متغیر نگرش به مهاجرت تأثیر گذاشته‌اند. مدل تحقیق مذکور ۴۹ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده است.

مقدس و شرفی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی عوامل برانگیزنده گرایش به مهاجرت‌های بین‌المللی جوانان ۱۸-۳۰ ساله شهرهای شیراز و ارسنجان" به بررسی عوامل برانگیزنده مهاجرت می‌پردازد. جامعه آماری این مطالعه جوانان ۱۸-۳۰ ساله شهرهای شیراز و ارسنجان است و حجم نمونه ۷۷۰ نفر از جوانان ۱۸-۳۰ ساله و بیان‌گر این است که گرایش به مهاجرت در بین جوانان این دو شهر افزایش یافته است. نتایج بیان‌گر بیشتر بودن گرایش به مهاجرت در بین مردان، افراد مجرد، کسانی که درآمد پایین دارند، تحصیلات لیسانس دارند و در سنین ۲۵-۲۲ سال هستند و نیز افرادی که ساکن شهر شیراز نسبت به ساکنان شهر ارسنجان گرایش بیشتری به مهاجرت دارند. نگرش منفی نسبت به اوضاع اجتماعی-فرهنگی، آموزشی، اقتصادی و سیاسی کشور از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ساز گرایش به مهاجرت است و این عوامل همچون عوامل اقتصادی و شاید بیشتر بر آرزوهای مهاجرتی جوانان تأثیر دارند.

خلیلی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان "تلویزیون رسانه اجتماعی و عامل تأثیرگذار بر آگاهی جوانان در مقابل پدیده مهاجرت" به بررسی نقش سیمای جمهوری اسلامی ایران یا تلویزیون‌های خصوصی در افزایش آگاهی جوانان نسبت به مهاجرت می‌پردازد. جامعه آماری این مطالعه جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله سراسر ایران است و حجم نمونه ۱۰۶۸ نفر با روش نمونه‌گیری ساده تصادفی انتخاب شده‌اند. نتایج بیان‌گر نقش حائز اهمیت برنامه‌های تلویزیون در افزایش آگاهی جوانان نسبت به انواع مهاجرت است. نگاه انتقادی سیمای جمهوری اسلامی ایران

مهاجرت کمتری دارند. علاوه بر دین‌داری، عوامل اقتصادی و سیاسی نیز بر تصمیمات مهاجرت تأثیر می‌گذارند. در صورت بحرانی بودن شرایط اقتصادی یا مواجهه با آزار و شکنجه سیاسی، احتمال فکر به مهاجرت در افراد مذهبی نیز امکان‌پذیر می‌شود.

غلام پور و همکاران (2024) در مقاله‌ای با عنوان "پتانسیل مهاجرت از ایران: تحلیل خوشه‌ای از محرک‌های اصلی خروج" به بررسی عوامل اصلی که افراد را به ترک کشور سوق می‌دهند، پرداخته‌اند. عوامل اصلی در مهاجرت از کشور عبارت است از مسائل اقتصادی، فقدان آزادی اجتماعی و فقدان امنیت شغلی. برای انتخاب کشور مقصد، عواملی همچون شرایط خوب زندگی، فراهم بودن فرصت‌های شغلی و امنیت اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند. همچنین مسائل مالی، مشکلات عاطفی و موانع زبانی بیشترین چالش‌ها در سفر از ایران به کشورهای مقصد بود. تا آنجا که به انتظارات اصلی آن‌ها مربوط می‌شود، فراهم کردن زندگی بهتر برای خانواده و فرزندان، داشتن آزادی و یافتن شغل بهتری که توسط شرکت‌کنندگان انتخاب می‌شود.

فرزادمنش و ذکایی (۱۴۰۳) در مقاله‌ای تحت عنوان "تحلیل عناصر مفهومی گفتمان «صنعت مهاجرت» در اینستاگرام" انجام داده‌اند. مبنای مطالعه آن‌ها مسأله افزایش میل به مهاجرت در ایران و در خصوص «رسانه‌ای شدن مهاجرت» به بررسی مهاجرت در فضای مجازی پرداخته است. سؤال اصلی آن‌ها این بوده است که گفتمان صنعت مهاجرت چگونه در اینستاگرام مفهوم‌سازی، معناپردازی و برساخت می‌شود؟ روش مطالعه آن‌ها کیفی اینترنتی و تکنیک مورد استفاده‌شان تحلیل گفتمان بوده است. چهارچوب مفهومی پژوهش دربرگیرنده نظریه صنعت مهاجرت هانسن-سورنسن و نظریه انتقادی بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که عوامل گفتمان این صنعت در فضای مجازی (بلاگرها و مؤسسات مهاجرتی)، با استفاده از سازوکارهایی همچون «برساخت دوگانه خارج و وطن»، «تأکید بر

ایرانی و غیر ایرانی به واکاوی ابعاد گفتمان مهاجرت پرداخته شده است. در این مطالعه ابعاد گفتمان مهاجرت را به چهار بُعد اقتصادی (فرصت‌های شغلی، درآمد و شرایط اقتصادی در کشورهای مقصد)، اجتماعی (تعاملات اجتماعی، شبکه‌های حمایتی و چالش‌های اجتماعی که مهاجران)، فرهنگی (تطبیق فرهنگی، حفظ هویت فرهنگی و تبادل فرهنگی بین مهاجران و جوامع میزبان) و سیاسی (سیاست‌های مهاجرتی، قوانین و مقررات و تأثیرات سیاسی مهاجرت بر کشورهای مبدأ و مقصد) تقسیم‌بندی کرده است. همچنین با ارائه یک مدل جامع چگونگی به هم پیوستن این ابعاد مختلف گفتمان مهاجرت در رسانه‌های اجتماعی و با اثرگذاری بر تصمیم‌گیری‌ها و نگرش‌های افراد نشان داده است. پژوهش فوق نتیجه گرفته است که در رسانه‌های اجتماعی افراد اطلاعات و تجربیات مهاجرتی خود را به اشتراک گذاشته و از طریق آن‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و در این راستا اطلاعات کاربردی در ارتباط با فرآیند مهاجرت کسب می‌کنند. این سکوها با ارائه اطلاعات دقیق به شکل‌دهی نگرش‌ها و تصمیمات مهاجرتی کمک می‌کنند.

صرفی و همکاران (2023) در مقاله‌ای با عنوان "مذهب و مهاجرت: بررسی ایرانیان" به بررسی رابطه بین دین‌داری و تمایل به مهاجرت در بین ایرانیان می‌پردازند. نتایج بیان‌گر این است که سطوح بالاتر دین‌داری با احتمال کمتر مهاجرت مرتبط است؛ چراکه افرادی که بیشتر مذهبی هستند، بیشتر در جوامع و شیوه‌های فرهنگی خود ریشه دارند. همچنین جوامع مذهبی با ارائه شبکه‌های حمایت اجتماعی، تمایل یا ضرورت مهاجرت را کاهش می‌دهند. همچنین رابطه بین دین‌داری و تمایل به مهاجرت براساس جنسیت و وضعیت تأهل متفاوت است و مردان و زنان مجرد الگوهای مهاجرتی متفاوتی نسبت به افراد متأهل نشان می‌دهند. افراد متأهل، به‌ویژه افراد متأهل مذهبی، در مقایسه با هم‌تایان مجرد خود، احتمال

بیان‌گر این است که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در اثرگذاری بر تصمیمات مهاجرت دارند. رسانه‌های اجتماعی بستری را برای مهاجران فراهم می‌کند تا قبل از تصمیم‌گیری برای مهاجرت، اطلاعات را جمع‌آوری کرده و با دیگران تعامل داشته باشند که شامل یادگیری در مورد تصمیمات بالقوه، فرصت‌های شغلی و شرایط زندگی می‌شود.

مقاله اوپیا^۴ (2021) با عنوان "رسانه‌های اجتماعی و تصمیمات مهاجرت: تجزیه و تحلیل گروه‌های محبوب فیس‌بوک و دسته‌های توئیتر و نقش آن‌ها در تصمیم به مهاجرت جوانان نیجریه‌ای بسیار متحرک" بیان‌گر این است که رسانه‌های اجتماعی بر تصمیمات مهاجرت جوانان نیجریه تأثیر می‌گذارند. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک و توئیتر برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد فرصت‌ها و تصمیمات مهاجرت بسیار حائز اهمیت هستند و مطالب به‌روز و تجربیات شخصی را ارائه می‌کنند که به جوانان نیجریه‌ای در تصمیم‌گیری آگاهانه یاری می‌رسانند. این پلتفرم‌ها تسهیل‌گر ارتباط با همسالان و جوامع هستند و حمایت عاطفی و توصیه‌های عملی ارائه می‌دهند که برای پیمایش پیچیدگی‌های مهاجرت ضرورت دارد. همچنین روایت‌های به اشتراک گذاشته‌شده در رسانه‌های اجتماعی اعم از داستان‌های موفقیت و چالش‌ها بر برداشت‌ها و تصمیمات جوانان نیجریه در مورد مهاجرت تأثیر می‌گذارند.

مقاله گروبانوف-بوسکوویچ و همکاران^۵ (2021) با عنوان "تأثیر اینترنت بر آرزوها و نیت مهاجرت" به بررسی رابطه بین دسترسی به اینترنت و آرزوها و نیت مهاجرت در آفریقا می‌پردازد. این مطالعه با تحلیل براساس نظرسنجی ملی گالوپ در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ در ۲۹ کشور آفریقایی انجام شده است. تمایل به مهاجرت و آمادگی مهاجرت از طریق مدل‌های پروبیت و هکمن پروبیت^۶ مدل‌سازی شده

راهکارهای ادغام در فرهنگ مقاصد مهاجرتی" و "بازنمایی مهاجرت به‌مثابه موفقیت" اسباب مهاجرت ذهنی بازماندگان از مهاجرت فیزیکی در یک سپهر خیالی را موجب شده، گفتمان صنعت مهاجرت را مفصل‌بندی کرده و به تولید سوژه آرزومند مهاجرت می‌پردازند. نویسندگان به این نتیجه رسیده‌اند که سلطه گفتمان این صنعت و تشدید سودای مهاجرت در بلندمدت، هرگونه امید و تلاش برای توسعه را در جامعه، مانع شده و احساس گرفتگی و ناکامی فردی و جمعی را موجب خواهند شد.

۲٫۲ تحقیقات خارجی

مقاله هیدایتی^۱ (2017) با عنوان "نقش رسانه‌های اجتماعی در فرآیندهای تصمیم‌گیری مهاجرت: مورد دانشجوی اندونزیایی در دانشگاه گرونینگن"^۲ بیان‌گر این است که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در فرآیند تصمیم‌گیری مهاجرت برای دانشجویان اندونزی ایفا می‌کنند؛ چراکه پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد تصمیمات بالقوه بسیار کاربردی هستند و دانشجویان اندونزیایی از این پلتفرم‌ها برای کسب اطلاعات در مورد دانشگاه‌ها، شرایط زندگی و فرصت‌های گرونینگن استفاده می‌کنند. همچنین رسانه‌های اجتماعی به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا با همسالان و فارغ‌التحصیلانی که قبلاً مهاجرت کرده‌اند، ارتباط برقرار کنند و بینش و پشتیبانی ارزشمندی را از این طریق به دست می‌آورند و فرآیند تصمیم‌گیری‌شان می‌شود. تجربیاتی که همسالان در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند بر ادراک و تصمیمات دانش‌آموزان اثر می‌گذارد و داستان‌های مثبت در مورد زندگی و تحصیل در گرونینگن، دیگر دانش‌آموزان را تشویق به مهاجرت می‌کند.

مقاله آکاپو و بوکپین^۳ (2021) با عنوان «استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تصمیم‌گیری مهاجرت»

⁴ Opia

⁵ Grubanov-Boskovic et al

⁶ Probit and Heckman Probit models

¹ Hidayati

^۲ شهری در شمال هلند و مرکز استان گرونینگن

³ Akakpo & Bokpin

مکانیسم مهم این است که دسترسی به اینترنت تلفن همراه هزینه کسب اطلاعات را در مورد مقصدهای بالقوه کاهش می‌دهد. همچنین افزایش دسترسی به اینترنت، رفاه مادی درک شده و اعتماد به دولت را کاهش می‌دهد. داده‌های سطح شهرداری از اسپانیا نشان‌گر این موضوع است که عرضه اینترنت همراه ۳G جریان واقعی مهاجرت را افزایش داده است.

مقاله ایوانا و همکاران^۲ (2023) با عنوان "اثرات اینترنت بر قصد مهاجرت روستاییان جوان از روستا به شهر: شواهدی از روستایی اندونزی" با هدف شناسایی اثرات استفاده از اینترنت بر قصد مهاجرت روستاییان جوان روستایی اندونزی از روستا به شهر انجام شده است. این مقاله از رویکرد مدل معادلات ساختاری حداقل مربع جزئی^۳ استفاده کرده است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۸۶۶ نفر از روستاییان ۱۵ تا ۲۴ ساله روستای تومپوکرتنگ، منطقه مالانگ^۴ بوده است. حجم نمونه ۲۱۳ نفر با روش نمونه‌گیری ساده تصادفی انتخاب شده‌اند، اما ۱۹۳ نفر به دلیل استفاده از اینترنت مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. متغیرهای مستقل شامل زیرساخت اینترنت، استفاده از اینترنت و جمع‌آوری اطلاعات در مورد مقصدهای احتمالی و متغیر وابسته قصد مهاجرت بوده است. نتایج بیان‌گر این است که اینترنت قصد مهاجرت روستاییان جوان روستایی را تسریع می‌کند. دسترسی به اینترنت به روستاییان جوان اجازه می‌دهد تا اطلاعاتی در مورد مقاصد احتمالی جمع‌آوری کنند که بر تصمیم آن‌ها برای مهاجرت تأثیر گذاشته است.

کو^۵ (2023) در مقاله‌اش با عنوان "انتخاب زندگی عادی (زندگی عادی): تغییرات در میان جوانان مهاجر ایرانی" به بررسی انگیزه‌ها و تجربیات جوانان ایرانی می‌پردازد. نتایج بیان‌گر این است که جوانان ایرانی در جست‌وجوی آنچه یک

است. نتایج این مطالعه بیان‌گر این است که دسترسی به اینترنت به‌طور مثبت با تمایل به مهاجرت به خارج همبستگی دارد و آمادگی برای مهاجرت پس از کنترل ویژگی‌های اجتماعی و جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان با تمایل به مهاجرت به خارج مرتبط بوده است. این ارتباط در مورد آمادگی مهاجرت بیشتر از تمایل به مهاجرت است. اثرات کمی متفاوت در کشورهای با درآمد کم و متوسط پایین ثبت شده است، جایی که تأثیر دسترسی به اینترنت بر تمایل به مهاجرت تا حدودی بیشتر از کل نمونه است.

مقاله آگینو و همکاران (2022) با عنوان «تأثیر اخبار رسانه‌ها بر رادیکال‌سازی نگرش به مهاجرت» بیان‌گر این است که پوشش رسانه‌ای و لحن اخبار بر نگرش عمومی نسبت به مهاجرت اثر می‌گذارد. به‌گونه‌ای که پوشش منفی رسانه‌ها با نگرش‌های رادیکالیزه‌تر و ضد مهاجرت، به‌ویژه در میان افرادی که اعتماد بالایی به رسانه‌ها دارند، ارتباط دارد. برعکس، کسانی که اعتماد کمی به رسانه‌ها دارند، ممکن است در باورهای قبلی خود، خواه طرفدار یا ضد مهاجرت، نهادینه می‌شوند.

مقاله هرم آدما و همکاران^۱ (2022) با عنوان "دسترسی به اینترنت موبایل و تمایل به مهاجرت" به بررسی تأثیر دسترسی به اینترنت تلفن همراه بر تمایل و برنامه‌های مهاجرت می‌پردازد. این مطالعه با ترکیب داده‌های نظرسنجی ۶۱۷۴۰۲ نفر از ۲۱۲۰ منطقه محلی در ۱۱۲ کشور با داده‌های مربوط به عرضه اینترنت همراه ۳G در سراسر جهان از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۸ تجزیه و تحلیل شده است. نتایج بیان‌گر این است که افزایش دسترسی به اینترنت تلفن همراه، تمایل و برنامه‌ریزی برای مهاجرت را افزایش می‌دهد. تمایل به مهاجرت به‌ویژه در کشورهای با درآمد بالا و برای افراد با درآمد بالاتر از متوسط در کشورهای با درآمد متوسط پایین، بالا است. یک

⁴ Tumpukrenteng Village, Malang Regency

⁵ Koo

¹ Harm Adema et al

² Iwana et al

³ SEM-PLS

با وجود اهمیت گسترده تمایل جوانان به مهاجرت و گسترش روزافزون فناوری‌های نوین، مطالعات بسیار اندکی به بررسی رابطه بین فناوری‌های اطلاعاتی و اجتماعی و آرزوی مهاجرت در بین جوانان پرداخته‌اند و شناخت علمی بسیار اندکی در این راستا وجود دارد. چنانچه در مطالعات داخلی از سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۲ تنها سه مطالعه در این زمینه انجام شده است. مطالعه صدیقی و همکاران (۱۴۰۲) نقش رسانه‌های اجتماعی را در شکل‌دهی به نگرش‌ها و تصمیمات مهاجرتی از طریق واکاوی پست‌های شبکه مجازی و با ارائه یک مدل گفتمان مهاجرت، بینش جامعی را ارائه داده‌اند. مطالعات خلیلی (۱۳۹۲) به بررسی نقش سیمای جمهوری اسلامی ایران یا تلویزیون‌های خصوصی در افزایش آگاهی جوانان نسبت به مهاجرت پرداخته است و مقدس و شرفی (۱۳۸۷) به شناسایی عوامل اقتصادی، آموزشی، سیاسی و فرهنگی تحت عنوان عوامل زمینه‌ساز مهاجرت پرداخته‌اند. همچنین این مطالعه در مقطع زمانی انجام شده است که میزان استفاده از دیگر رسانه‌ها به اندازه عصر حاضر نبوده است. نیاز به تحقیقات به‌روزتری است. صافی و همکاران (۲۰۲۳) تنها به بررسی اثر مذهب بر مهاجرت پرداختند و غلام‌پور و همکاران (۲۰۲۴) نیز به بررسی عوامل اصلی در مهاجرت به خارج از کشور پرداختند و هر دو مطالعه، اثر رسانه‌ها را بر مهاجرت مدنظر قرار نداده‌اند. در مطالعات خارجی درک این پدیده بهتر میسر گردیده است و مطالعات مختلف از ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۴ به استفاده از فناوری‌ها و بستری در جهت شناسایی فرصت‌های مطلوب مهاجرت و شکل‌گیری تصمیمات مهاجرتی اشاره داشتند.

۳ مرور نظری

مبانی نظری پژوهش براساس متغیرهای مورد مطالعه به دودسته نظریه‌های گرایش به مهاجرت و نظریه‌های مصرف رسانه‌های نوین تقسیم می‌شوند:

"زندگی عادی" تصور می‌کنند مهاجرت می‌کنند که این مفهوم به سطح پایه‌ای از شرایط زندگی شامل امنیت شخصی، دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، اشتغال پایدار و فرصت‌های آموزشی اشاره دارد. انگیزه‌های مهاجرت جوانان ایرانی به‌طور فزاینده‌ای از تمایل به ثبات و امنیت منتج می‌شود که به دلیل بی‌ثباتی اقتصادی و سیاسی کشور خود ناشی می‌شود. همچنین دستیابی به فرصت‌های تحصیلی و حرفه‌ای نیز منجر به مهاجرت جوانان ایرانی به دنبال فرصت‌های بهتری می‌شود. علی‌رغم چالش‌هایی که مهاجرت برای جوانان رقم می‌زند؛ بسیاری از مهاجران احساس می‌کنند که تصمیم آن‌ها برای مهاجرت، کیفیت کلی زندگی آن‌ها را بهبود بخشیده است و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به آرزوهای خود برای "زندگی عادی" برسند.

آقای خالدي (2024) در مقاله‌اش با عنوان "تأثیر رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تصمیم‌گیری مهاجرت دانشجویان ایرانی در سوئد: یک مطالعه کمی مبتنی بر نظرسنجی" بیان‌گر این است که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان منبع اطلاعاتی ارزشمندی درباره مهاجرت برای دانشجویان ایرانی محسوب می‌شوند و بینش‌هایی در مورد فرصت‌های آموزشی، شرایط زندگی و تجربیات شخصی دیگر مهاجران ارائه می‌دهند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند ادراکات مثبت و منفی ایجاد کنند. تصاویر و داستان‌های مثبت می‌توانند مهاجرت را تشویق کنند؛ درحالی‌که تجربیات منفی به اشتراک گذاشته‌شده توسط دیگران می‌تواند مانع مهاجرت شود. پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و تلگرام، تعاملات اجتماعی با مهاجران فعلی و سابق را تسهیل می‌کنند و به دانشجویان کمک می‌کنند تا شبکه‌هایی بسازند و حمایت عاطفی دریافت کنند. درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی دارند، تأثیر آن در مقایسه با سایر عوامل مانند شرایط اقتصادی، فضای سیاسی و فرصت‌های توسعه شخصی در کشور مقصد، متوسط در نظر گرفته می‌شود.

۳/۱ نظریه‌های گرایش به مهاجرت

منظور از آرزوی مهاجرت، تمایل و علاقه‌مندی به ترک وطن خویش و مهاجرت و جابه‌جایی به کشور دیگری است. نظریات گوناگونی به سنجش این متغیر پرداختند که به شرح زیر است:

۳/۱/۱ تئوری فشار-کشش مهاجرت

تئوری فشار-کشش مهاجرت توسط لی^۱ (1996) ایجاد شده است و نظریه برای درک عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری افراد به مهاجرت استفاده می‌شود. مؤلفه‌های این نظریه به دو دسته عوامل فشار و عوامل کشش تقسیم‌بندی می‌شوند: منظور از عوامل فشار شرایطی است که افراد را به ترک مکان فعلی خود سوق می‌دهد. این عوامل فشار عبارت است از: مشکلات اقتصادی، بی‌ثباتی سیاسی، مسائل زیست‌محیطی و عوامل اجتماعی. منظور از عوامل کششی شرایطی است که افراد را به یک مکان جدید جذب می‌کند. عوامل کشش عبارت است از: فرصت‌های اقتصادی، ثبات سیاسی، شرایط زندگی بهتر و عوامل اجتماعی. به‌طور کلی مهاجرت تحت تأثیر ترکیبی از این عوامل فشار و کشش، همراه با موانع مداخله‌گر (مانند فاصله، هزینه و موانع قانونی) و عوامل شخصی (مانند سن، تحصیلات و روابط خانوادگی) قرار می‌گیرد (Lee, 1996).

توانایی واقعی افراد یا خانوارها برای مهاجرت است و با منابعی همچون پول، تحصیلات، ارتباطات اجتماعی و موقعیت قانونی شکل می‌گیرند. تعامل آرزوها و قابلیت‌ها منجر به تصمیم مهاجرت می‌شود و مهاجرت زمانی اتفاق می‌افتد که افراد یا خانواده‌ها هم آرزو و هم توانایی حرکت را داشته باشند. چنانچه یکی از این دو مورد موجود نباشد، مهاجرت کمتر اتفاق می‌افتد. همچنین این چارچوب فرصت‌های درک شده در مکان‌های مختلف را در نظر می‌گیرد که هم بر آرزوها و هم بر قابلیت‌ها تأثیر می‌گذارد.

افراد برای تحرک دارای دو بعد ابزاری و درونی هستند که منظور از بعد ابزاری این است که از مهاجرت به‌عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به اهداف دیگر همچون اشتغال یا تحصیل بهتر استفاده می‌شود و بعد در درونی از مهاجرت به‌عنوان یک هدف به‌خودی‌خود که به‌طور مستقیم به رفاه و رضایت شخصی کمک می‌کند. به‌طور کلی این چارچوب تأثیرات کلان‌ساختاری را بررسی می‌کند که چگونه تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی گسترده‌تر بر آرزوها و قابلیت‌های مردم برای مهاجرت تأثیر می‌گذارند و شامل عواملی همچون توسعه اقتصادی، تغییرات سیاست و تحولات اجتماعی است که مهاجرت را تسهیل یا مانع آن می‌شوند (De Haas, 2021).

۳/۱/۲ چارچوب آرزوها- قابلیت‌ها

چارچوب آرزوها- قابلیت‌ها توسط هاین دی هاس^۲ (2021) ایجاد شده است و رویکردی جامع برای درک مهاجرت به‌عنوان بخشی از فرآیندهای گسترده‌تر تغییر اجتماعی و به‌عنوان تابعی از آرزوها و قابلیت‌های افراد در ساختارهای فرصت‌های جغرافیایی معین استفاده می‌شود. منظور از آرزوها، خواسته‌ها یا اهدافی است که افراد یا خانوارها از مهاجرت دارند و تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله فرصت‌های اقتصادی، شبکه‌های اجتماعی و جاه‌طلبی‌های شخصی هستند. منظور از قابلیت‌ها،

۳/۱/۳ تئوری نظام‌های مهاجرت

این نظریه چارچوب جامعی است که مهاجرت را تحت عنوان فرآیندی پویا و به‌هم‌پیوسته می‌داند که شامل عوامل متعددی است و در سطوح مختلف به بررسی آن می‌پردازد. این نظریه عوامل را به سه سطح کلان، متوسط و خرد تقسیم‌بندی می‌کند: (۱) عوامل سطح کلان: شامل شرایط ساختاری گسترده‌ای همچون روندهای اقتصادی، زمینه‌های سیاسی و پیوندهای تاریخی بین کشورها است. به‌طور مثال الگوهای مهاجرت می‌تواند تحت تأثیر تاریخ‌های استعماری، روابط تجاری، و اتحادهای

² Hein De Haas

¹ Lee

نگرش‌ها و درک بینندگان را شکل می‌دهد و هنجارها و ارزش‌های فرهنگی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تلویزیون به‌عنوان یک سیستم متمرکز روایت‌گری عمل می‌کند و به ارائه مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته از تصاویر و پیام‌ها می‌پردازد که از موانع سنتی فراتر می‌رود، به منبع اولیه در جهت اجتماعی کردن تبدیل شده است و جایگزین منابع اولیه همچون خانواده، مدارس و کلیساها شده است. استفاده طولانی‌مدت از تلویزیون به کاشت و پرورش تصورات مشترکی از واقعیت در بین بینندگان و مخاطبان خود منجر می‌شود (Gerbner, 1986). قرارگیری طولانی‌مدت افراد در معرض رسانه‌های مختلف به‌خصوص رسانه‌های دیجیتال منجر به شکل‌گیری درک مخاطبان آن رسانه‌ها از واقعیت می‌شود.

۳،۲،۲ یادگیری اجتماعی باندورا

این نظریه برای درک چگونگی یادگیری افراد از طریق مشاهده دیگران است. افراد از طریق مشاهده دیگران رفتارهای جدیدی می‌آموزند که این یادگیری هم مشاهده رفتارهای دیگران و هم مشاهده نتایج و عواقب کارهایشان را دربر می‌گیرد. باندورا از چهار فرآیند اساسی که به‌واسطه آن‌ها یادگیری رفتار دیگران میسر می‌شود، نام می‌برد که شامل توجه (توجه به رفتار دیگران)، حفظ (به خاطر سپاری رفتار دیگران)، تکثیر (بازتولید رفتار دیگران) و انگیزه (دلیل تقلید رفتار دیگران که متأثر از پیامدهای رفتار دیگران اعم از پاداش و تنبیه است) می‌شود (Bandura, 1977). رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال تحت عنوان منبع یادگیری اجتماعی افراد عمل می‌کنند و با ارائه سبک‌های زندگی گوناگون، فرهنگ‌ها و فرصت‌های متنوع بر ادراکات و تصمیمات افراد اثرگذارند.

۳،۲،۳ نظریه وابستگی

این نظریه به وابستگی بین جامعه، رسانه‌ها و مخاطبین تأکید می‌کند. واضعین این نظریه، بال روکیچ و دی‌فلور هستند. بنا به این نظریه افراد به رسانه‌ها وابستگی‌های متفاوتی دارند. از این منظر این وابستگی از فردی به فردی دیگر، گروهی به گروه

ژئوپلیتیکی قرار گیرد. (۲) عوامل سطح متوسط: شامل شبکه‌ها و نهادهایی می‌شود که مهاجرت را تسهیل می‌کنند که شامل شبکه‌های اجتماعی، جوامع مهاجر، آژانس‌های استخدام، و سیاست‌هایی است که مهاجرت را تشویق یا محدود می‌کنند، می‌شود. (۳) عوامل سطح خرد: شامل تصمیمات فردی و خانوادگی براساس شرایط شخصی، آرزوها و توانایی‌ها است و عواملی همچون سن، تحصیلات، پیوندهای خانوادگی و جاه‌طلبی‌های شخصی نقش مهمی در این سطح دارند.

پویایی‌های نظام‌های مهاجرت شامل پیوستگی و مکانیسم‌های بازخورد می‌شوند. منظور از پیوستگی سیستم‌های مهاجرت این است که چندین عنصر به‌هم‌پیوسته همچون شرایط اقتصادی، شبکه‌های اجتماعی، سیاست‌ها و تصمیمات فردی به‌گونه‌ای با یکدیگر تعامل دارند که منجر به شکل‌گیری الگوهای مهاجرت می‌شوند. منظور از مکانیسم‌های بازخورد این است که حلقه‌های بازخوردی در درون سیستم مهاجرت وجود دارد که تغییرات در هر قسمتی بر دیگر قسمت‌ها اثرگذار است و می‌توانند الگوهای مهاجرت را تقویت یا تغییر دهند. به‌طور مثال مهاجران موفق ممکن است دیگران را از کشور خود تشویق کنند که همچون آن‌ها مهاجرت کنند، درحالی‌که پول‌های ارسالی این مهاجران به خانه‌شان در کشور مبدأ شرایط زندگی خانواده‌شان را بهبود می‌بخشد و بر تصمیمات مهاجرتی بیشتر اثر می‌گذارد (Bakewell, 2014).

۳،۲ نظریه‌های مصرف رسانه‌ای

منظور از مصرف رسانه‌ای در این پژوهش استفاده از رسانه‌های دیجیتال است. نظریات گوناگونی به سنجش این متغیر پرداختند و نظریات مرتبط با مطالعه حاضر به شرح زیر است:

۳،۲،۱ نظریه کاشت گربنر

این نظریه به نقش فراگیر و پویای تلویزیون در زندگی روزمره می‌پردازد که چگونه در معرض محتوای تلویزیون قرار گرفتن در طولانی‌مدت باورها،

تحقق هدف خود برای عبور از مرزها استفاده می‌شود. در مهاجرت‌های بین‌المللی، مهاجران از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای حفظ ارتباط با خانواده‌های به‌جامانده و عزیزانشان استفاده می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند مهاجرت داخلی و بین‌المللی را تسهیل کنند. استفاده مهاجران از فناوری اطلاعات و ارتباطات اشکال و معانی مختلفی دارد. آن‌ها از این فناوری‌ها برای کسب اطلاعات، ایجاد و حفظ پیوندهای فراملی یا فرامحلی، با خارج از مرزهای محلی و یا با خانواده یا جامعه مبدأ خود استفاده می‌کنند.

در چند دهه اخیر، دسترسی به اطلاعات تا حد زیادی به یاری و توسعه اینترنت رو به افزایش یافته است و به منبع اطلاعاتی مورد استفاده مهاجران مبدل شده است. اینترنت و رسانه‌های نوین با ارائه اطلاعات به افراد و گروه‌های مصرف‌کننده منجر به انتقال آرزوها در بین آن‌ها می‌شوند و موجب افزایش آرزوی مهاجرت می‌شوند، در این بین هرچه این اطلاعات ارائه‌شده قابل اعتمادتر باشند، می‌توانند امکان اشتیاق و آرزوی مهاجرت کردن و زندگی در دیگر جوامع دیگر را افزایش دهند. مهاجران با ارزیابی اطلاعات متعددی که از این منبع پرنفوذ دریافت می‌کنند، مخاطره‌های قابل سنجش و نیز عدم اطمینان‌های غیرقابل سنجش را در فرآیند تصمیم‌گیری خود می‌توانند در نظر بگیرند (Iwana et al, 2022).

با استفاده از نظریه‌های وابستگی، کاشت و یادگیری اجتماعی می‌توان رابطه بین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین را با گرایش به مهاجرت تبیین نمود. در جامعه امروز ایران مشکلات اقتصادی و تفاوت بین سبک‌های زندگی و انتظارات آن از زندگی با آنچه در رسانه‌ها و تریبون‌های داخلی انتشار می‌دهند، گسترش یافته است. این وضعیت موجب ابهام‌های زیاد به‌ویژه در بین گوهایی از جوانان گردیده است. یکی از منابعی که جوانان به‌ویژه برای کاهش ابهام خود به آن چنگ می‌زنند، ماهواره‌ها و اینترنت و به‌ویژه گروه‌های اجتماعی

دیگر و فرهنگی به فرهنگ دیگر، متفاوت است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۱۳-۴۱۲). این نظریه مخاطب را فردی منفعل و وابسته به رسانه می‌داند. به نظر آن‌ها هر اندازه که وابستگی رسانه‌ای در ارتباط به یک پیام بیشتر باشد، احتمال اینکه پیام رسانه شناخت‌ها، احساسات و رفتارهای مخاطب را تغییر دهد، بیشتر می‌شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۱۴). به نظر آن‌ها در جامعه موارد زیادی وجود دارد که موجب افزایش ابهام در شناخت افراد می‌گردد. مردم برای کاهش این ابهام به رسانه‌ها روی می‌آورند. از این روی این وضعیت می‌تواند در تعریف و شکل‌دهی واقعیت به رسانه‌ها قدرت زیادی دهد و میزان تأثیرگذاری آن‌ها را بالا برد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۱۵).

۳٫۳ چارچوب نظری

آرزوی مهاجرت به تمایل فرد یا گروهی از افراد برای جابه‌جایی از مکانی به مکان دیگر اطلاق می‌شود که در مطالعه حاضر گرایش به مهاجرت بین‌المللی مدنظر قرار گرفته است و شامل مؤلفه‌های انگیزه‌های اجتماعی-اقتصادی، حس تعلق به وطن و ناامیدی از شرایط موجود می‌شود. در این راستا نظریه مورد استفاده، چارچوب آرزوها قابلیت‌ها است که مهاجرت را در قالب آرزوها و توانایی‌های مردم برای مهاجرت تبیین می‌کند و به تأکید بر اینکه هم میل به حرکت (آرزوها) و هم توانایی انجام آن (قابلیت‌ها) برای درک الگوهای مهاجرت بسیار حائز اهمیت هستند، می‌پردازد. آرزوهای گوناگون افراد، میل به مهاجرت را در آن‌ها برمی‌انگیزاند. از آنجاکه این آرزوها تحت تأثیر عوامل پرشماری از جمله شبکه‌های اجتماعی و جریان‌های اطلاعاتی شکل می‌گیرند و مصرف رسانه‌های نوین از حائز اهمیت‌ترین مصادیق این موارد است که از طریق مشاهده محتوای رسانه‌های دیجیتال بر گرایش به مهاجرت، این تصمیم حیاتی و پراهمیت افراد را متأثر می‌کند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان منبع اطلاعاتی برای مهاجران بالقوه برای

مطرح می‌کند، کمک نماید. هنگامی که افراد در ارتباط با موضوعی خاص (در اینجا مهاجرت) دچار ابهام زیادی شوند وابستگی آن‌ها به رسانه‌ها زیاد می‌شود و ممکن است که تعریفی از وضعیت را بپذیرند که رسانه در اختیار آن‌ها می‌گذارد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۱۵). از آنجاکه حجم زیادی از اطلاعات درون رسانه‌های خارج از ایران مهاجرت از این کشور را دامن می‌زنند (در کانال‌های ماهواره‌ای و اینترنت از آژانس‌های مهاجرتی پُر است) و تصویری از جامعه‌های مقصد عمدتاً غربی ارائه می‌دهند که ایده‌آل هستند (برجسته‌سازی جوامع عمدتاً غربی)، احتمال تأثیرگذاری آن‌ها بر ذهن مخاطبان تا حدود زیاد می‌گردد. هرچند تعداد افراد زیادی نیز ممکن است که تحت تأثیر قرار نگیرند.

بر اساس این، کسانی که بیشترین زمان را در فضای مجازی به سر می‌برند و یا ماهواره‌های به-خصوص خارجی را مشاهده می‌کنند، در مقایسه با کسانی که زمان کمتری می‌گذارند، تأثیرپذیری بیشتری دارند و میل به مهاجرت در آن‌ها بیشتر است. کسانی که بیشترین عضویت را در گروه‌های مجازی دارند در مقایسه با کسانی که عضویت کمتری دارند، بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. همچنین کسانی که بیشترین منبع کسب اطلاعات آن‌ها اینترنت، فضای مجازی و ماهواره است، در مقایسه با آن‌ها که از رسانه‌های داخلی (صداوسیما، روزنامه‌ها و مجلات، کتاب‌ها) استفاده می‌کنند، آرزوی بیشتری برای مهاجرت دارند. کسانی که بیشترین پیگیری مسائل مهاجرتی (از جمله شرایط اخذ ویزا، شرایط اقامت، کار، تحصیل و ...) را دارند بیشتر تمایل به مهاجرت پیدا می‌کنند. براساس نظریه‌های سه‌گانه فوق که اساس چارچوب نظری تحقیق می‌باشند، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شوند:

۱) با افزایش میزان مصرف اینترنت توسط جوانان، آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها افزایش می‌یابد.

۲) با افزایش تعداد دوستان و تماس‌های جوانان در شبکه‌های مجازی و فضای

مجازی آن است که در آن‌ها می‌توانند فضایی تعاملی ایجاد کرده و خود در آن‌ها نقش فعال‌تر بازی کنند.

در این فضاها داده‌های مختلفی در اختیار جوانان قرار می‌گیرد. کانال‌های ماهواره‌ای به‌ویژه فارسی‌زبان عمدتاً به تصویر کشیدن صحنه‌های زیبا از جوامع دیگر و البته سیاه‌نمایی از جامعه درون ایران هستند. اما در اینترنت و ابزارهای آن اطلاعات متفاوت در اختیار کاربران وجود دارد و گزینش آن‌ها تا حدودی در اختیار خود آن‌هاست. لیکن در این فضا نیز انبوهی از اطلاعات جهت‌دار وجود دارد که می‌توانند بر فهم و ادراک کاربران تأثیر بگذارند.

از سوی دیگر گروه‌هایی از مردم با آنچه نظریه یادگیری اجتماعی نقش یادگیری ارزش‌ها و نگرش‌ها را از طریق مشاهده، تقلید و مدل‌سازی نمایان می‌سازد و بیان‌گر این موضوع است که چگونه مصرف رسانه‌ها بر آرزوی مهاجرت اثرگذار است؛ چراکه رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های دیجیتال در عصر حاضر تحت عنوان منبع اطلاعاتی به کار برده می‌شوند و افراد را در معرض سبک‌های زندگی، فرهنگ‌ها و فرصت‌های متنوع قرار می‌دهند که بر ادراکات و تصمیمات افراد را متأثر کند.

همچنین نظریه کاشت گربنر از نحوه شکل‌گیری درک مخاطبان رسانه‌ها از واقعیت را متأثر از در معرض استفاده طولانی‌مدت از رسانه‌ها نشان می‌دهد که قرارگیری طولانی‌مدت در معرض رسانه‌ها به کاشت و پرورش مجموعه‌ای از باورها و ادراکات مشترکی منجر می‌شود. زمانی که رسانه‌ها فرصت‌هایی را در کشورهای مختلف را انعکاس می‌دهند که آرزوی مهاجرت را افزایش می‌دهند. به‌طورکلی رسانه‌ها با نمایش مزایای زندگی در سایر کشورها، مطلوب و خاص جلوه‌دادن سبک‌های زندگی با اثرگذاری بر هنجارهای فرهنگی اجتماعی فرد بر آرزوی مهاجرت اثر می‌گذارند.

به نظر سورین و تانکارد، نظریه وابستگی می‌تواند به درک ما از آنچه گربنر در نظریه کاشت

تعدادی حوزه و از هر حوزه نیز تعدادی بلوک انتخاب شدند. در هر خانه واقع در بلوک‌های مورد نظر یک پاسخ‌گوی جوان با مشخصات فوق مورد پرسش‌گری قرار گرفت.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه ساختارمند محقق‌ساخته بود. برای اعتباریابی آن از تحلیل عاملی اکتشافی که در دنباله نتایج آن می‌آید، استفاده شد. در رابطه با شکاف دیجیتالی از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به سطح سنجش متغیرها و نوع فرضیه‌ها تکنیک آماری پارامتریک مناسب انتخاب شد. محاسبات آماری با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس^۱ انجام گرفته است.

۴٫۱ تعریف مفاهیم

۴٫۱٫۱ مصرف اینترنت

به‌عنوان روش‌هایی که افراد از اینترنت برای کارکردهای مختلفی از جمله بازیابی اطلاعات، دادن اطلاعات و قابلیت‌های مکالمه استفاده می‌کنند و اینترنت به‌عنوان تکنولوژی چندبعدی به روش‌هایی مشابه رسانه‌های سنتی استفاده می‌شود و نیازها و اهداف مشابهی نیز برآورده می‌کند. اگرچه برخلاف رسانه‌های سنتی که اغلب هدف خاصی را دنبال می‌کنند، اینترنت این کارکردها را ترکیب کرده و آن را به ابزاری همه‌کاره برای کاربران تبدیل می‌کند که منبع اصلی برای دسترسی به اطلاعات است. با برآوردن نیازهای ارتباطی متعدد، اینترنت نه تنها روش تعامل افراد با رسانه‌ها را تکمیل می‌کند، بلکه آن را تغییر می‌دهد (Flanagin & Metzger, 2001). این متغیر با استفاده از سؤالاتی در خصوص انواع استفاده از اینترنت و در قالب یک طیف ۵ قسمتی لیکرت به پاسخ‌گویان ارائه گردید و سنجیده شده‌اند. سؤالات مورد نظر در جدول ۷ مورد اعتباریابی قرار گرفته‌اند.

اینترنت، آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها افزایش می‌یابد.

۳) با افزایش دفعات استفاده جوانان از اینترنت و ماهواره در طول روز، آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها افزایش می‌یابد.

۴) بین تعداد سال‌های استفاده از اینترنت توسط پاسخ‌گویان برحسب آرزوی مهاجرت تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۵) بین منابع مختلف مورد استفاده پاسخ‌گویان جهت کسب اطلاعات برحسب آرزوی مهاجرت تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۶) با افزایش میزان پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی روز، آرزوی مهاجرت در بین جوانان افزایش می‌یابد.

۷) با افزایش میزان مطالعه کتب، روزنامه‌ها و مجلات اعم از چاپی و دیجیتال، آرزوی مهاجرت در بین جوانان افزایش می‌یابد.

۴ روش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات توصیفی/تحلیلی و با روش پیمایش کمی در سال ۱۴۰۲ انجام شده است. جامعه آماری جوانان شهر شیراز بوده‌اند. مطابق آمار سال ۱۳۹۵ جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر شیراز اعم از دختر و پسر برابر با ۳۸۷۲۳۸ نفر می‌باشند. حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۳ نفر بود که برای رسیدن به این تعداد پرسش‌نامه تکمیل‌شده، تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه توزیع شد. خوشبختانه تمامی پرسش‌نامه‌ها تقریباً کامل دریافت شدند.

روش نمونه‌گیری این پژوهش تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. ابتدا شهر شیراز براساس مناطق ۱۱ گانه شهرداری به ۱۱ خوشه تقسیم شد. سپس براساس تعداد خانوار هر منطقه، از هر منطقه

^۱SPSS.

مذکور در قالب یک طیف لیکرت ۵ قسمتی به پاسخ‌گویان ارائه گردیده‌اند.

۵ اعتبار و پایایی ابزار سنجش

در این تحقیق جهت پایایی ابزار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین برای بررسی اعتبار طیف استفاده‌های از اینترنت از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده کرد. مقادیر آلفای کرونباخ جدول شماره ۱ نشان می‌دهند که تمامی طیف‌های مورد استفاده از میزان پایایی مطلوبی برای استفاده در تحقیق برخوردار بوده‌اند.

جدول ۱: پایایی طیف‌های درون پژوهش

Table 1: Reliability of the scales within the study

مقدار آلفا	تعداد گویه	نام طیف
۰/۹۷	۱۳	آرزوی مهاجرت
۰/۹۶	۱۳	شناخت انضمامی دیگر جوامع
۰/۸۷	۵	ارتقاء میزان سواد مهاجرتی
۰/۷۷	۴	اقدام عملی برای مهاجرت
۰/۷۶	۵	گذران اوقات فراغت در فضای مجازی

مهاجرت برابر با ۰/۹۶ است و نشان‌دهنده کفایت نمونه‌هاست. از سوی دیگر آماره آزمون کرویت بارتلت برابر با ۵۸۵۰/۳۲۷ بوده و از لحاظ آماری در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار است ($p=۰/۰۰۰$) (جدول شماره ۲). از سوی دیگر جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که ۷۴/۲۹۴ درصد از تغییرات طیف فوق‌الذکر توسط عامل فوق تعیین می‌شود.

۴/۱/۲ آرزوی مهاجرت

خواسته‌ها یا میل شدید افراد برای مهاجرت که متأثر از شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات خانوادگی، فرصت‌های اقتصادی، وضعیت سیاسی، اهداف و انگیزه‌های شخصی و فرصت‌های بالقوه درک شده در مکان‌های جغرافیایی مختلف است. شامل آرزوهای ابزاری (مهاجرت تحت عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف معین مدنظر قرار می‌گیرد) و آرزوهای ذاتی (مهاجرت به علت ارزش خودش مدنظر قرار می‌گیرد) می‌شود (De Haas, 2021). برای سنجش این متغیر از تعدادی گویه استفاده شده است که در جدول شماره ۴ آمده‌اند. گویه‌های

جهت بررسی اعتبار طیف‌های گرایش به مهاجرت و مصرف اینترنت از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. جداول شماره ۲، ۳ و ۴ یافته‌های آماری حاصل از تکنیک آماری تحلیل عاملی اکتشافی را برای طیف آرزوی مهاجرتی ارائه کرده‌اند. محاسبه تحلیل مؤلفه‌های اصلی سؤالات گرایش به مهاجرت نشان می‌دهد که اندازه مقیاس کفایت نمونه‌گیری کایزر-مایر-اولکین^۱ برای گویه‌های طیف گرایش به

¹Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)

جدول ۲: آزمون بارتلت برای تفکیک ماتریس عامل‌های آرزوی مهاجرت

Table 2: Bartlett test for separating the matrix of factors of desire to migrate

۰/۹۵۹	مقدار کایزمایر- اوکلین
۵۸۵۰/۳۲۷	آزمون بارتلت
۴۳۵	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری

جدول ۳: واریانس کل عامل‌های آرزوی مهاجرت براساس مقادیر ویژه

Table 3: Total variance of factors of desire to migrate based on eigenvalues

مقدار ویژه			عامل‌های مصرف اینترنت
واریانس	درصد واریانس	کل	
۷۴/۲۹۴	۷۴/۲۹۷	۹/۶۵۸	انگیزه‌های اجتماعی-اقتصادی

جدول ۴: نتایج تحلیل عاملی آرزوی مهاجرت در بین جوانان شهر شیراز

Table 4: Results of factor analysis of the desire to migrate among youth in Shiraz

ابعاد	عامل	گویه‌های آرزوی مهاجرت
آرزوی مهاجرت:	۰/۹۱۵	می‌خواهم در محیط امن‌تری زندگی کنم.
	۰/۹۰۳	هدف من از مهاجرت رسیدن به محیطی آرام و بی‌دغدغه است.
	۰/۹۰۰	می‌خواهم در محیطی زندگی کنم که مورد تبعیض قرار نگیرم.
	۰/۸۹۶	می‌خواهم چیزهای جدیدی کشف کنم و فرهنگ‌های مختلف را تجربه کنم.
	۰/۸۹۵	می‌خواهم آینده شغلی بهتری داشته باشم.
	۰/۸۹۴	می‌خواهم در جامعه‌ای بدون تنش زندگی کنم.
	۰/۸۷۹	این تنها گزینه برای من یا خانواده‌ام برای بهبود وضعیت مالی است.
	۰/۸۷۴	می‌خواهم به خدمات عمومی (مانند آموزش، بهداشت...) بهتری دسترسی داشته باشم.
	۰/۸۳۶	می‌خواهم به فرصت‌های آموزشی بیشتری دسترسی داشته باشم.
	۰/۸۱۸	می‌خواهم چیزهای جدیدی کشف کنم و فرهنگ‌های مختلف را تجربه کنم.
	۰/۸۱۷	به دلیل وضعیت سلامتی خود، به خدمات بهداشتی بهتری نیاز دارم.
	۰/۷۹۴	می‌خواهم در محیطی زندگی کنم که فرصت‌های بیشتری برای مشارکت اجتماعی داشته باشم.
۰/۷۶۹	می‌خواهم با مهاجرت از ایران، در کنار خویشان و دوستانم زندگی کنم.	

آموزشی از اینترنت (۳) مکاتبه و توانمندشدن جهت مهاجرت و (۴) پُرکردن اوقات فراغت و دوست‌یابی. محاسبه تحلیل مؤلفه‌های اصلی سؤالات هوش فرهنگی نشان داد که اندازه مقیاس کفایت نمونه‌گیری کایزر-مایر-اولکین برای گویه‌های هوش

جداول شماره ۵ تا ۷ یافته‌های آماری حاصل از تکنیک آماری تحلیل عاملی اکتشافی را ارائه کرده‌اند. با توجه به آماره‌های جدول ۴ عامل در طیف مصرف اینترنت به دست آمده است که به ترتیب عبارت‌اند از: (۱) شناخت و اقدام به مهاجرت، (۲) استفاده

(جدول شماره ۵). همچنین جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد از تغییرات مصرف اینترنت توسط چهار عامل فوق تعیین می‌شوند.

فرهنگی برابر با ۰/۹۳ است و نشان‌دهنده کفایت نمونه‌هاست. از سوی دیگر آماره آزمون کرویت باتلت برابر با ۹۴۳۵/۱۵۸ بوده و از لحاظ آماری در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار است

جدول ۵: آزمون بارتلت برای تفکیک ماتریس عامل مصرف اینترنت

Table 5: Bartlett test for separating the Internet usage factor matrix

۰/۹۳	مقدار کایزرمایر- اوکلین
۹۴۳۵/۱۵۸	آزمون بارتلت
۳۵۱	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری

جدول ۶: واریانس کل عامل‌های مصرف اینترنت براساس مقادیر ویژه

Table 6: Total variance of Internet usage factors based on eigenvalues

مقدار ویژه		کل	عامل‌های مصرف اینترنت
واریانس	درصد واریانس		
۴۵/۷۹۴	۴۵/۷۹۴	۰/۳۶۴	شناخت انضمامی دیگر جوامع
۵۷/۹۲۶	۱۲/۱۳۴	۲/۲۷۶	ارتقاء میزان سواد مهاجرتی
۶۵/۴۹۹	۷/۵۷۱	۲/۰۴۴	اقدام عملی برای مهاجرت
۷۰/۱۲۲	۴/۶۲۴	۱/۲۴۸	گذران اوقات فراغت در فضای مجازی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۷: نتایج تحلیل عاملی مصرف اینترنت در بین جوانان شهر شیراز

Table 7: Results of factor analysis of Internet use among youth in Shiraz

ابعاد	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول	گویه‌های مصرف اینترنت
شناخت انضمامی دیگر جوامع				۰/۹۰۱	شناخت شرایط اقامتی کشورهای دیگر
				۰/۹۱۸	آشنایی با هزینه‌های زندگی در خارج از کشور
				۰/۸۷۱	جست‌وجوی قوانین و مقررات مهاجرتی جهت آشنایی
				۰/۸۰۷	آشنایی با فرهنگ مردم جوامع دیگر
				۰/۷۸۳	ارتباط با آژانس‌های مهاجرتی داخلی
				۰/۷۷۶	آشنایی با شرایط زندگی مردم دیگر جوامع
				۰/۷۳۷	ارتباط با آژانس‌های مهاجرتی خارج از کشور
				۰/۷۰۸	آشنایی با سبک‌های زندگی دیگر کشورها
				۰/۶۸۴	یادگیری یکی زبان‌های خارجی
				۰/۶۴۸	مکاتبه با مؤسسات و سازمان‌های شغلی‌یابی خارج از کشور
ارتقاء میزان سواد مهاجرتی				۰/۶۰۹	دوستی و آشنایی با افرادی که خارج از ایران زندگی می‌کنند.
				۰/۵۴۵	آشنایی با فرصت‌های شغلی دیگر کشورها
				۰/۵۲۴	آشنایی با فرصت‌های تحصیلی دیگر کشورها
			۰/۸۲۰		آموزش‌های آن‌لاین یا آفلاین
			۰/۸۱۷		یافتن یا افزایش اطلاعات علمی، فنی، فرهنگی...
			۰/۷۵۹		مطالعه متن‌های اینترنتی
اقدام عملی برای مهاجرت		۰/۷۰۴			جست‌وجوی اطلاعات روزمره (آشنایی با مکان‌های مختلف، ...)
		۰/۶۰۴			مطالعه سایت‌های خبری
		۰/۵۸۹			مکاتبه با دانشگاه‌های خارج از کشور ارسال یا دریافت مقاله، کتاب، متن، ...
گذران اوقات فراغت در فضای مجازی	۰/۷۴۳				افزایش صلاحیت علمی یا فنی که بتوان در خارج از کشور از آن استفاده کرد.
	۰/۷۲۴				برقراری رابطه عاطفی با دیگران (بدون ارتباط در فضای واقعی)
	۰/۶۶۵				پُرکردن اوقات فراغت خود
	۰/۶۵۹				دور شدن از مشکلات زندگی
	۰/۵۷۹				دوستی و آشنایی با افرادی که در داخل ایران زندگی می‌کنند.
	۰/۵۷۶				مشاهده فیلم‌ها یا کلیپ‌هایی که مردم غیراخلاقی می‌دانند. دانلود عکس، موسیقی، کلیپ، ...

۶ یافته‌های تحقیق

بوده‌اند. ۶۹/۱ درصد پاسخ‌گویان مجرد، ۲۸/۷ درصد متأهل و ۲/۲ درصد نیز سایر موارد بوده‌اند. به لحاظ تحصیلی، ۳۸/۱ درصد پاسخ‌گویان دارای مدرک لیسانس، ۲۴/۶ درصد دیپلم، ۱۵ درصد فوق‌دیپلم

در تحقیق حاضر ۴۰۰ پاسخ‌گو بین سنین ۱۵ تا ۱۹ سال با میانگین ۲۳/۵۹ مورد مطالعه قرار گرفتند. به لحاظ جنسی، ۵۳/۴ پاسخ‌گویان مرد و ۴۶/۶ زن

با توجه به درصدهای جدول شماره ۸ بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌گویان به‌طور متوسط یا بیشتر آرزوی مهاجرت داشته‌اند. تنها ۱۹/۵ درصد اظهار داشته‌اند که آرزوی کمی جهت مهاجرت از ایران دارند.

بوده‌اند. مابقی درصدها به افراد ابتدایی، متوسطه و کارشناسی ارشد و بالاتر تعلق داشته است. به لحاظ درآمدی ۴۹/۱ درصد پاسخ‌گویان درآمدی از خود نداشته‌اند. ۱۳/۹ درصد از پاسخ‌گویان بین ۱ تا ۳ میلیون تومان متوسط درآمدشان بوده است. رسته‌های دیگر درصدهای دیگر به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۸: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب آرزوی آن‌ها به مهاجرت به خارج از کشور

Table 8: Frequency distribution of respondents according to their desire to emigrate abroad

درصد	تعداد	مقدار آرزوی پاسخ‌گویان
۱۹/۵	۷۷	آرزوی کم
۶۱/۵	۲۴۳	آرزوی متوسط
۱۹/۰	۷۵	آرزوی زیاد
		بی‌جواب= ۱۱ نفر

خارج انجام می‌دهند، آرزوی آن‌ها به مهاجرت افزایش می‌یابد ($r = ۰.۲۶۲$ ، $Sig = ۰.۰۰۰$). درنهایت هرچه که افراد میزان اطلاعاتشان را در فضای اینترنت از فرهنگ‌های دیگر افزایش می‌دهند، در پی افزایش اطلاعات علمی، فنی ... خود با کمک اینترنت برمی‌آیند، احتمال بیشتر است که به فکر مهاجرت کردن بیفتند ($r = ۰.۲۶۲$ ، $Sig = ۰.۰۰۰$). روابط تمامی عوامل فوق با متغیر وابسته در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار بوده است. درنهایت مصرف اینترنت که حاصل جمع تمامی استفاده‌های مختلف از اینترنت است، دارای رابطه متوسط و مثبت با متغیر وابسته بوده است ($r = ۰.۴۴۶$ ، $Sig = ۰.۰۰۰$).

آماره‌های جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که بیشترین رابطه همبستگی بین عامل‌های مصرف اینترنت مربوط شناخت انضمامی دیگر جوامع است ($r = ۰.۵۴۷$ ، $Sig = ۰.۰۰۰$). هرچه جوانان در فضای اینترنت به شناخت عینی‌تری از شرایط زندگی در کشورهای دیگر دست پیدا می‌کنند، بیشتر آرزوی مهاجرت در آن‌ها تقویت می‌شود. کسانی که به اشکال مختلف بیشتر از اینترنت جهت پُرکردن اوقات فراغتشان استفاده می‌کنند، بیشتر آرزوی مهاجرت دارند. همبستگی بین این دو متغیر در حد متوسط، مثبت و معنی‌دار بوده است ($r = ۰.۳۶۴$ ، $Sig = ۰.۰۰۰$). همچنین هرچه بیشتر تلاش می‌کنند تا صلاحیت‌های علمی یا فنی خود را از طریق فضای اینترنت افزایش دهند و یا مکاتباتی با دانشگاه‌های

جدول ۹: رابطه بین مصرف‌های اینترنت با آرزوی مهاجرت در بین پاسخ‌گویان

Table 9: Relationship between Internet usage and desire to migrate among respondents

آرزوی مهاجرت	مصرف‌های اینترنت در بین پاسخ‌گویان
۰/۵۴۷**	شناخت انضمامی دیگر جوامع
۰/۲۲۵**	ارتقاء میزان سواد مهاجرتی
۰/۲۵۱**	اقدام عملی برای مهاجرت
۰/۳۶۴**	گذران اوقات فراغت در فضای مجازی
۰/۴۴۶**	مصرف اینترنت کلی

اطلاعات از جهان خارج رابطه معنی‌دار، مثبت و در حد متوسطی با متغیر وابسته دارد ($r=0/53$)، $(Sig=0/000)$. سطح اطمینان این همبستگی بیش از ۹۹ درصد اطمینان بوده است. پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی از متغیرهایی نسبت قوی مرتبط با متغیر وابسته بوده است. همبستگی این دو متغیر متوسط و مثبت بوده است ($r=0/68$)، $(Sig=0/000)$.

جدول شماره ۱۰ همبستگی بین برخی دیگر از متغیرهای مستقل را با آرزوی مهاجرت ارائه کرده است. همچنان که مشاهده می‌شود تعداد دوستانی که هر فرد در فضای مجازی دارد و میزان تماس‌های با آن‌ها رابطه معنی‌دار مثبتی در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان با آرزوی وی به مهاجرت داشته است ($r=0/41$)، $(Sig=0/000)$. میزان همبستگی دو متغیر فوق در سطح متوسط است. دفعات مصرف اینترنت و ماهواره به‌عنوان دو کانال مهم ارتباط و کسب

جدول ۱۰: رابطه بین برخی از متغیرهای مستقل با آرزوی مهاجرت در بین پاسخ‌گویان

Table 10: Relationship between some independent variables and the desire to migrate among respondents

آرزوی مهاجرت	متغیرهای مصرف اینترنت
۰/۴۱**	تعداد دوستان و تماس‌ها در فضای مجازی
۰/۵۳**	دفعات مصرف اینترنت و ماهواره در طول روز
۰/۶۸**	پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی

بین گروه‌های مختلف به لحاظ میزان مصرف اینترنت وجود داشته است. همچنین میانگین‌های مقوله‌های جدول با افزایش سال‌های مصرف اینترنت، افزایش یافته است. برای محاسبه اندازه اثر میزان مصرف اینترنت از آماره اتا استفاده گردید. مقدار اتای جدول نشان‌دهنده اندازه اثر ضعیف است.

یکی از عواملی که بر آرزوی جوانان به مهاجرت به خارج می‌تواند اثر بگذارد، تعداد سال‌های حضور در فضای مجازی و مصرف اینترنت و امکانات آن است. جدول شماره ۱۱ نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه در این مورد را ارائه کرده است. با توجه به آماره‌های جدول ($F=3/922$)، $(Sig=0/000)$ تفاوت معنی‌داری

جدول ۱۱: تفاوت میانگین آرزوی مهاجرت پاسخ‌گویان برحسب سال‌های مصرف اینترنت

Table 11: Difference in the average desire of respondents to migrate based on years of internet use

اندازه اتا	سطح معنی‌داری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین	تعداد	سال‌های مصرف اینترنت پاسخ‌گویان
۰/۰۳	۰/۰۰۹	۳/۹۲۲	۲۸/۰۹	۷۳/۷۸	۹۱	کمتر از ۳ سال
			۲۹/۳۵	۷۶/۲۰	۱۳۲	۳ تا ۶ سال
			۳۱/۸۴	۸۶/۹۳	۱۶۱	بیش از ۶ سال
			۳۰/۶۳	۸۰/۱۳	۳۸۴	کل

جدول شماره ۱۲ به بررسی تفاوت میانگین‌های بین منابع کسب خبر توسط جوانان پرداخته است. همچنان که آماره‌ها نشان می‌دهد بین منابع مختلف

یکی از عوامل مؤثر در افزایش یا کاهش میل به مهاجرت در بین جوانان منابع اطلاعاتی هستند که جوانان برای کسب اخبار از آن‌ها استفاده می‌کنند.

اینترنتی قرار گرفته‌اند (میانگین = ۴۶/۶۷). کمترین میانگین نیز به صداوسیما جمهوری اسلامی ایران تعلق دارد (میانگین = ۲۸/۴۰). مقدار اتای متغیر منابع کسب خبر بر متغیر تمایل به مهاجرت حد ضعیف است.

تفاوت معنی‌داری در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان وجود دارد ($F=23/95$, $Sig = 0/000$). مقایسه میانگین‌ها به ما می‌گوید که کانال‌های ماهواره‌ای (میانگین = ۴۹/۳۶) بیشتر از دیگر منابع کسب خبر میل به مهاجرت را در بین جوانان افزایش می‌دهند. همچنین در مرتبه دوم وبسایت‌های

جدول ۱۲: تفاوت میانگین تمایل به مهاجرت پاسخ‌گویان برحسب مهم‌ترین منبع کسب اطلاعاتشان

Table 12: Difference in the average willingness of respondents to migrate according to their most important source of information

اندازه اتا	سطح معنی‌داری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین	تعداد	منابع کسب اطلاعات پاسخ‌گویان
۰/۲۰	۰/۰۰۰	۲۳/۹۵	۱۵/۰۱	۴۱/۸۸	۱۹۷	شبکه‌های اجتماعی مجازی
			۱۳/۵۰	۴۶/۶۷	۴۳	وبسایت‌های اینترنتی
			۱۱/۸۵	۴۹/۳۶	۵۰	کانال‌های ماهواره
			۱۴/۰۱	۲۸/۴۰	۹۴	صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
			۱۹/۳۰	۴۰/۳۳	۶	روزنامه، مجله داخلی (ایران)
			۱۵/۹۱	۴۰/۰۹	۳۹۰	کل

نتایج نشان می‌دهد که ۴ متغیر به ترتیب، پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی از طریق اینترنت یا ماهواره، مطالعه کتاب‌ها، روزنامه‌ها و مجلات از طریق اینترنت و چاپی، دفعات مصرف اینترنت و ماهواره در طول روز و در نهایت مصرف اینترنت نزدیک به ۵۰ درصد از تغییرات متغیر آرزوی مهاجرت را توضیح داده‌اند. با توجه به آماره‌های جدول، متغیر اول نزدیک به ۳۹/۷ درصد از تغییرات آرزوی مهاجرت را توضیح داده است. رابطه این متغیر با متغیر وابسته بیش از ۵۴/۵ درصد بوده است. از میان متغیرهای مستقل درون جدول تنها مطالعه کتاب، روزنامه و مجله با متغیر وابسته دارای رابطه معکوس بوده و سایر متغیرها رابطه مثبتی داشته‌اند.

جدول شماره ۱۳ نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره را به شیوه گام‌به‌گام برای متغیر تمایل به مهاجرت ارائه کرده است. ویژگی این روش در آن است که ابتدا متغیری که بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارد وارد مدل می‌کند و سپس دومین متغیر وارد می‌شود که پس از تفکیک متغیر پیش از آن موجب بیشترین افزایش ضریب تعیین می‌گردد. این روند تا آنجا پیش می‌رود که تمامی متغیرهای مستقلی که در سطح ۹۵ درصد اطمینان تاب حضور در مدل را دارند، در آن قرار می‌گیرند. اما تفاوت آن با پیش‌رونده در آن است که در این مدل در هر مرحله (ورود متغیر جدید) متغیرهای پیشین از نو آزموده می‌شوند. در این روش کارایی هر مرحله با آزمون F سنجیده می‌شود. برتری آن نسبت به روش پیش‌رونده در این است (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۸۸: ۴۸۱).

جدول ۱۳: متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون برای تبیین تغییرات آرزوی مهاجرت

Table 13: Variables entered into the regression equation to explain changes in immigration aspirations

مراحل ورود متغیرها	متغیر	R	R2	R2 تعدیل شده	مقدار F	Sig F	بتا	T	Sig T
اول	پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی از طریق اینترنت یا ماهواره	۰/۶۳۰	۰/۳۹۷	۰/۳۹۵	۲۳۶/۷۱۰	۰/۰۰۰	۰/۵۴۵	۱۰/۵۵۵	۰/۰۰۰
دوم	مطالعه کتاب‌ها، روزنامه‌ها و مجلات چاپی یا دیجیتال	۰/۶۸۱	۰/۴۶۳	۰/۴۶۰	۱۵۵/۰۲۵	۰/۰۰۰	-۰/۳۱۰	-۷/۰۷۱	۰/۰۰۰
سوم	دفعات مصرف اینترنت و ماهواره در طول روز	۰/۷۰۰	۰/۴۹۱	۰/۴۸۶	۱۱۴/۹۴۴	۰/۰۰۰	۰/۱۵۰	۳/۰۷۳	۰/۰۰۰
چهارم	مصرف اینترنت	۰/۷۰۷	۰/۴۹۹	۰/۴۹۴	۸۹/۰۱۰	۰/۰۰۰	۰/۱۴۶	۲/۴۹۰	۰/۰۰۰

۷ بحث و نتیجه‌گیری

فنی از طریق فضای اینترنت یا انجام مکاتبات با دانشگاه‌های خارج از کشور.

به‌طور کلی افزایش میزان آگاهی از فرهنگ‌های دیگر با استفاده از فضای اینترنت در جهت افزایش اطلاعات علمی یا فنی منجر به بالاتر رفتن احتمال آرزوی مهاجرت می‌شود. مطالعات آقایی خالدي (2024)، هرم آدما و همکاران (2022)، آکاپو و بوکپین (2021)، اوپیا (2021)، گروبانوف-بوسکوویچ (2021)، هیدایتی (2017)، صدیقی و همکاران (۱۴۰۲) و خلیلی (۱۳۹۲) مبین همین موضوع است که مصرف رسانه‌ها نقش قابل توجهی بر شکل‌گیری تمایلات و آرزوهای جوانان ایفا می‌کنند.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بین مصرف اینترنت توسط جوانان و آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد. این فرضیه با نتایج پژوهش‌های فوق هم‌سو است و با استفاده از نظریه کاشت (استفاده مداوم از اینترنت منجر به ایجاد تصور مثبت از زندگی در خارج از کشور می‌شود)، یادگیری اجتماعی (مشاهده و تقلید از سرگذشت مهاجران موفق در اینترنت منجر به

مهاجرت جوانان از یک کشور منجر به از دست رفتن سرمایه انسانی، پیری جمعیت، تحت تأثیر قرار گرفتن اقتصاد و پویایی خانواده می‌شود. مطالعه عوامل ایجادکننده و تشدیدکننده آرزوی جوانان به مهاجرت به ارائه راهبردهای حمایتی برای ماندگار شدن و جلوگیری از خروج آن‌ها از کشور می‌شود. یکی از این عوامل مصرف رسانه‌های دیجیتال نوین است که نقش قابل توجهی در شکل‌گیری درک جوانان از مهاجرت دارد. محتوای درون این رسانه‌ها با ارائه تصاویر غالباً مثبت بر آرزوی مهاجرت جوانان اثرگذار است.

یافته‌ها در مطالعه حاضر بیان‌گر این است که اغلب پاسخ‌گویان آرزوی متوسط تا زیادی نسبت به مهاجرت از ایران داشتند و علل این وضعیت در مطالعه حاضر عبارت‌اند از آگاهی نسبت شرایط زندگی در سایر کشورها از طریق اینترنت، استفاده وافر از فضای اینترنت در جهت پُرکردن اوقات فراغت، تلاش در جهت افزایش قابلیت‌های علمی یا

بستر اینترنت و نیز استفاده از شبکه‌های مجازی منجر به آشنایی جوانان با سبک زندگی در دیگر کشورها می‌شود و تقویت یا ایجاد آرزوی مهاجرت در بین جوانان می‌گردد، از این رو پژوهش فوق نیز مبین تأیید فرضیه پژوهش حاضر می‌شود (فرقانی و مهاجری به نقل از خسروی و قربانی، ۱۴۰۲). استفاده مکرر از اینترنت و ماهواره امکان دسترسی بیشتری به اطلاعات در ارتباط با دیگر کشورها می‌دهد. مشاهده برنامه‌های تلویزیونی ماهواره اعم از فیلم‌ها و مستندهای زندگی مهاجران الگوگیری و تقلید از آنان را فراهم می‌سازد و تأثیر قابل توجهی در تصمیم به مهاجرت جوانان دارد. همچنین دفعات مصرف اینترنت توسط جوانان علاوه بر دسترسی به اطلاعات، با ایجاد ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی و نیز الگوبرداری و تقلید از دیگران، آرزوی مهاجرت را در جوانان تقویت کند.

بین تعداد سال‌های مصرف اینترنت توسط پاسخ‌گویان برحسب آرزوی مهاجرت تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ چراکه اثرگذاری بر دیدگاه‌ها، رفتارها و احساسات افراد به تدریج و به مرور زمان صورت می‌پذیرد. علاوه بر کسب اطلاعات از زندگی در دیگر کشورها از طریق اینترنت و شبکه‌سازی‌ها، کسب مهارت‌های به روز از طریق اینترنت می‌تواند در بازار کار جهانی مورد تقاضا قرار بگیرد یا دسترسی به دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی آن‌لاین می‌تواند منجر به تشویق جوانان به تحصیل در دانشگاه‌های خارج از کشور شود. افزایش تعداد سال‌های مصرف اینترنت منجر به وابستگی بیشتر به اطلاعات آن‌لاین می‌شود و وابستگی و مصرف مستمر اینترنت توسط جوانان آن‌ها را بیشتر در معرض محتوای مهاجرتی قرار می‌دهد که در تصمیم به مهاجرت اثرگذار است.

بین منابع مختلف مورد استفاده پاسخ‌گویان جهت کسب اطلاعات برحسب آرزوی مهاجرت تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در پژوهش حاضر شامل شبکه‌های اجتماعی مجازی، وبسایت‌های اینترنتی، کانال‌های ماهواره، صداوسیما جمهوری

تقویت آرزوی مهاجرت در بین جوانان می‌شود) و وابستگی (وابستگی به اینترنت در برآوردن نیازهای اطلاعاتی جوانان و افزایش آرزوی جوانان به مهاجرت مؤثر است) قابل تبیین است. بستر اینترنت با فراهم کردن دسترسی به حجم وسیعی از اطلاعات در ارتباط با زندگی در دیگر کشورها اعم از فرصت‌های شغلی و تحصیلی، سرگذشت مهاجران موفق و دیگر موارد در افزایش آرزوی مهاجرت جوانان سهیم است؛ چراکه دورنمای بهتری از زندگی در دیگر کشورها را به نمایش می‌گذارد. این یافته‌ها با نتایج کار فرزادمنش و ذکایی (۱۴۰۳) نیز هم‌سو است.

همچنین بین تعداد دوستان و تماس‌های جوانان در شبکه‌های مجازی و فضای اینترنت و آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد. به‌طورکلی تعداد دوستان و تماس‌ها در شبکه‌های مجازی و فضای اینترنت منجر به افزایش اطلاعات، انگیزه و نیز حمایت‌های عاطفی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی شوند و به‌عنوان منابع اطلاعاتی و الگوبرداری در جهت تصمیم به مهاجرت عمل کنند. هراندازه که دوستان مجازی فرد بیشتر باشد، احتمال دسترسی به محتوای تجربیات مهاجرت اعم از تصاویر مثبت از سایر کشورها بیشتر می‌شود و مشاهده مداوم محتوای این‌چنینی در تقویت آرزوی مهاجرت برای زندگی مطلوب‌تر در خارج از کشور مؤثر است. در این راستا مشاهده داستان‌های موفقیت‌آمیز دیگر مهاجران، به تقلید از آنان منجر می‌شود. همچنین تعداد دوستان بیشتر به افزایش وابستگی به رسانه‌ها منجر می‌شود؛ چراکه افراد در جست‌وجوی بیشتری برای دریافت اطلاعات، حمایت‌های عاطفی و نیز تعاملات با دوستانشان هستند.

نیز بین دفعات مصرف اینترنت و ماهواره توسط جوانان در طول روز و آرزوی مهاجرت در بین آن‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد. همان‌گونه که پژوهش فرقانی و مهاجری (۱۳۹۷) نشان داد افزایش ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی را در تغییر سبک زندگی جوانان اثرگذار است؛ از آنجاکه دسترسی به

مشاهده مکرر این مستندها در تغییر دیدگاهها و اولویتهای جوانان کارساز است و به تدریج آرزوی مهاجرت را در ذهن جوانان القا می‌کند. مشاهده الگوهای موفق افراد جوان را ترغیب به تقلید از رفتارهای آنان می‌کند.

بین میزان مطالعه کتب، روزنامه‌ها و مجلات اعم از چاپی و دیجیتال و آرزوی مهاجرت در بین آنها رابطه معنی‌داری وجود دارد. این رسانه‌ها تصویر واقعی‌تری از مهاجرت و سرزمین‌های مقصد می‌دهند که بسیار متفاوت از رسانه‌های خارجی از اعم از کانال‌های ماهواره‌ای و حجم اطلاعات هدایت‌شده در فضای مجازی است؛ لذا در مدل رگرسیونی رابطه آن با متغیر آرزوی مهاجرت منفی است. همچنین این متغیر در محاسبات همبستگی دومتغیره با متغیر وابسته رابطه معنی‌داری نداشته اما با کنترل متغیرهای دیگر در مدل رگرسیونی وارد شده است.

منابع مالی

این مقاله هیچ منابع مالی نداشته است.

سهم نویسندگان

سهم هریک از نویسندگان در نگارش این مقاله یکسان بوده است.

تعارض منافع

هیچ تعارض منافی وجود ندارد.

اسلامی ایران و روزنامه، مجله داخلی (ایران) است. بیشترین منبع کسب اطلاعات کانال‌های ماهواره‌ای شناخته شده‌اند و پس از آن وبسایت‌های اینترنتی بیشترین اطلاعات را در اختیار جوانان قرار می‌دهند. کانال‌های ماهواره‌ای با به تصویر کشیدن زندگی و تجربیات مهاجران چالش و فرصت‌های مهاجرت را نمایان می‌سازند. همچنین نمایش زندگی لوکس و راحت در دیگر کشورها به وسیله فیلم‌ها و تبلیغات متعدد، تصورات مثبتی از مهاجرت ایجاد می‌کند. وبسایت‌های اینترنتی از طریق دسترسی به اطلاعات جامع بر تغییر دیدگاه‌های جوانان اثربخش است. وبسایت‌های ارائه‌دهنده فرصت‌های شغلی و تحصیلی در سایر کشورها، وبسایت‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی با ارائه اطلاعات درباره دوره‌های آموزشی، بورسیه‌ها و فرآیندهای پذیرش و نیز وبسایت‌های خدمات مهاجرت برای آگاهی از قوانین سایر کشورها و مراحل مهاجرت در ظهور آرزوی مهاجرت جوانان کارآمدند.

بین میزان پیگیری مستندهای مرتبط با سایر کشورها و برنامه‌های مهاجرتی روز و آرزوی مهاجرت در بین جوانان رابطه معنی‌داری وجود دارد. مستندها با ارائه اطلاعات دقیق، فرصت‌ها و چالش‌ها، شرایط فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و الگوهای موفق را به تصویر می‌کشند. همچنین این مستندها اطلاعات آموزشی و راهنمایی‌هایی را ارائه می‌دهند و جوانان را تشویق به مهاجرت کنند.

منابع

گلستان). جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی،
۱۰(۲۲)، ۱۲۵-۱۵۹.

<https://doi.org/10.22080/ssi.2024.4692>

خلیلی، محمود (۱۳۹۲). تلویزیون رسانه اجتماعی و عامل تأثیرگذار بر آگاهی جوانان در مقابل پدیده مهاجرت، *اولین کنفرانس بین‌المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات*

حبیب‌پور، کرم و صغری‌شالی، رضا (۱۳۸۸). *راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)*، تهران: مؤسسه راهبرد پیمایش.

خسروی، مصطفی و قربانی، علیرضا (۱۴۰۲). تحلیل جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی اجتماعی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان

رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۴(۲)، ۱۷۹-۱۳۹.

<https://doi.org/10.30465/ismc.2024.45244.2730>

فرقانی، محمد مهدی و مهاجری، ربابه (۱۳۹۷). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر درسبک زندگی جوانان. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۳)، ۲۹۲-۲۵۹.

doi: [10.22054/cs.2018.24690.293](https://doi.org/10.22054/cs.2018.24690.293)

فروتن، یعقوب و شیخ، مرتضی (۱۳۹۶). بررسی گرایش دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به مهاجرت بین‌المللی. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۴(۱۰)، ۷۹-۶۱.

<https://doi.org/10.22080/ssi.2018.1735>

مقدس، علی اصغر و شرفی، زکیه (۱۳۸۷). بررسی عوامل برانگیزنده گرایش به مهاجرت‌های بین‌المللی جوانان ۱۸-۳۰ ساله شهرهای شیراز و ارسنجان. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۱۰(۱)، ۱۹۰-۱۶۲.

<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1388.10.1.6.8>

Adema, J. A. H., Aksoy, C. G., & Poutvaara, P. (2022). *Mobile internet access and the desire to emigrate* (No. 9758). CESifo Working Paper.

Aghaee Khaleidi, Z. (2024). The influence of social media in shaping migration decision-making of Iranian students in Sweden: A Survey-based Quantitative Study. Master thesis, Malmö university.

خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)، رودهن.

خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۹۹). *جهانی‌شدن و مهاجرت بین‌المللی*. شیراز: نشر بازتاب فرهنگ.

روزنامه دنیای اقتصاد (۱۴۰۲، ۴ مهر). شماره خبر: ۴۰۰۵۰۹۹.

<https://donya-e-eqtasad.com/4005099>

سروش، مریم، گرگی، عباس، و خواجه نوری، بیژن (تابستان ۱۳۸۶). *بررسی عوامل موثر بر نگرش جوانان به مهاجرت از کشور در شیراز*. تهران: مراکز جهاد دانشگاهی.

سورین، ورنر، تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.

صدیقی، یوسف؛ سلطانی فر، محمد و هاشمی، شهناز (۱۴۰۲). تعیین ابعاد و ارائه یک مدل از گفتمان مهاجرت در رسانه‌های اجتماعی. *سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت*، ۷(۲)، ۱۴۷-۱۵۸.

فرزادمنش، شیما و ذکایی، محمدسعید (۱۴۰۳). تحلیل عناصر مفهومی گفتمان «صنعت مهاجرت» در اینستاگرام. *مطالعات بین*

Agovino, M., Carillo, M. R., & Spagnolo, N. (2022). Effect of media news on radicalization of attitudes to immigration. *Journal of Economics, Race, and Policy*, 5(4), 318-340. <https://doi.org/10.1007/s41996-021-00091-4>

Akakpo, M. G., & Bokpin, H. A. (2021). Use of social media in migration decision making. *Journal of Internet and Information Systems*, 10(1), 1-5.

- <http://dx.doi.org/10.5897/JIIS2021.0118>
- Bakewell, O. (2014). Relaunching migration systems. *Migration Studies*, 2(3), 300-318.
<https://doi.org/10.1093/migration/mnt023>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1, pp. 141-154). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- De Haas, H. (2021). A theory of migration: the aspirations-capabilities framework. *Comparative migration studies*, 9(8), 1-35.
<https://doi.org/10.1186/s40878-020-00210-4>
- Doaniaye egtesad (2023, September 26). 60% of young people want to emigrate. (news number: 4005099). Retrived from
<https://donya-e-egtesad.com/4005099>, [In persian].
- Doumas, K., & Avery, H. (2024). Lives 'on hold' in Europe: An explorative review of literature on youth aspirations and futures in situations of migration and mobility. *European Journal of Futures Research*, 12(1), 1-14.
<https://doi.org/10.1186/s40309-023-00225-x>
- Farzadmanesh, Sh., & Zokaei, M.S (2024). Analyzing the conceptual elements of the discourse of the «immigration industry» on Instagram. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 14(12), 139-179. [In persian].
<https://www.doi.org/10.30465/ismc.2024.45244.2730>
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human Communication Research*, 27(1), 153-181.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00779.x>
- Forghani, M.M, & Mohajeri, R. (2018). The relationship between the use of figurative communication networks and the changes in the life style of youth. *Sociology of Social Institutions*, 4(13), 259-292. doi: 10.22054/cs.2018.24690.293
- Foroutan, Y. & Sheikh, M. (2018). Tendency towards international migration: The case of Ferdousi University's students in Mashhad. *Sociology of Social Institutions*, 4(10), 61-79. [In persian].
<https://doi.org/10.22080/ssi.2018.1735>
- Gerbner, G. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In *Perspectives on media effects/erlbaum* (pp. 17-40).
- [Gholampour, F., Szeitl, B., & Simonovits, B.](#) (2024). Migration potential from Iran: A cluster analysis of the main departure drivers. *Social Science Information*, 63(2), 250-281.
<https://doi.org/10.1177/05390184241257783>

- Grubanov-Boskovic, S., Kalantaryan, S., Migali, S., & Scipioni, M. (2021). The impact of the Internet on migration aspirations and intentions. *Migration Studies*, 9(4), 1807-1822.
<https://doi.org/10.1093/migration/mnab049>
- Habibpour, K., & SafariShali, R. (2009). *A comprehensive guide to using SPSS in survey research (quantitative data analysis)*, Tehran: Survey Strategy Institute. [In persian].
- Hadir, M. (2024). The use of political information in the media: a study on illegal migration in magreb. *Afak For Sciences Journal*, 9(2), 219-253.
- Hidayati, I. (2017). The role of social media on migration decision-making processes: Case of Indonesian Student in University of Groningen. *Jurnal Studi Pemuda*, 6(1), 515-526.
<https://doi.org/10.22146/studi-pemudaugm.38010>
- Iwana, M. D. C., Hidayat, A. R. T., Dinanti, D., & Onitsuka, K. (2022). The effects of internet on rural-to-urban migrating intentions of young villagers: Evidence from rural Indonesia. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 8(2), 139-159.
<https://doi.org/10.18196/agraris.v8i2.14045>
- Khajenoori, B (2020). *Globalization and international migration*. Shiraz: Publishing Reflections of Culture. [In persian].
- Khalili, M. (2013). Television, social media and an influential factor in youth awareness regarding the phenomenon of immigration, *First International Conference on Political Epics (with an approach to developments in the Middle East) and Economic Epics (with an approach to management and accounting)*, Roudhen. [In persian].
- Khosravi, M., & Ghorbani, A. (2024). Sociological analysis of the role of virtual social networks in the formation of social modernization components among students (Case study: Students of Payam Noor University, Golestan Province). *Sociology of Social Institutions*, 10(22), 125-159. [In persian].
<https://doi.org/10.22080/ssi.2024.4692>.
- Koo, G. Y. (2023). The Choice for the "Zendegie Normal (Normal Life)": Changes among Iranian young immigrants. In *Social Change in the Gulf region: Multidisciplinary perspectives*. Singapore: Springer Nature Singapore. 249-267.
https://doi.org/10.1007/978-981-19-7796-1_15
- Krane, V., Klevan, T., & Sommer, M. (2021). Youth involvement in research: Participation, contribution and dynamic processes. *Involving methods in youth research: Reflections on participation and power*, 47-71.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-75941-4_3

- Lee, E. S. (1966). "A theory of migration." *Demography*, 3(1), 47-57.
- Moghadas, A.A, & Sharafi, Z (2008). Investigating the factors motivating the tendency towards international migration among young people aged 18-30 in the cities of Shiraz and Arsanjan. *Iranian Journal of Sociology*, 10(1), 162-190. [In persian]. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1388.10.1.6.8>.
- Opia, C. (2021). Social media and migration decisions: An analysis of popular Facebook groups and Twitter handles and their role in the decisions migration of highly mobile Nigerian youth. <https://doi.org/10.20381/ruor-26425>
- Salama, A. G. M. E. (2025). Determinants of social media usage in Illegal immigration: Evidence from Arab world. *The Egyptian Journal of Media Research*, 2025(90), 1-39.
- Sarfi, M., Sarfi, T., Aris, S., Zohouri, M., & Aeini, B. (2023). Religion and migration: An Iranian survey. *Migration Letters*, 20(S4), 470-480. <https://doi.org/10.59670/ml.v20iS4.3871>
- Sedighi, Y. Soltanifar, M. & Hashemi, Sh (2023) Determining the dimensions and presenting a model of immigration discourse in social media. *Islamic Lifestyle with a Focus on Health*, 7(2), 147-158. [In persian].
- Severin, W. J. & Tankard, J.W. (2002). *Communication theories*. translated by Alireza Dehghan. Tehran: Tehran University. [In persian].
- Soroush, M. Gorgi, A. & Khajenoori, B (2007) Investigating factors affecting youth attitudes towards emigration from the country in Shiraz. Tehran: *Academic Jihad Centers*. [In persian].
- UNESCO. (2014) *Migration and youth: challenges and opportunities*. Retrived from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227720>