

Studying the Communication Technologies Role in the Structure of Social Identity

Seyed Mohammadreza Rashidi Ale-Hashem (Ph.D.)¹

Eghbale Azizkhani (Ph.D.)²

Mehdi Naziri³

Abstract

Social identity is influenced by mental structures and discourse. This study aims to study in depth the role of communication technologies in the structure of social identity of young people with a qualitative method of grounded theory. The sampling method is purposeful of the maximum difference type that in-depth interviews with 9 experts continued until theoretical saturation. The type of perception of social identity and related categories was discovered by Grand Theoretical Method using Maxqda software. The results of the study showed that there are three types of self-perception among young people, which are: the existing self, the pretended self and the desired self that are expressed in the form of three levels of global, religious, national and ethnic identities. The factors that shape the phenomenon of social identity are: social, economic and individual factors. The positive consequences of using communication technologies in defining the social identity of young people are: 1. Strengthening social participation; 2. raising awareness; 3. Strengthen integration at all levels of identity. The extracted negative consequences are: 1. Cultural instability; 2. Decreased trust; 3. Generation gap; 4. Reduce interactions in real world. Also extracted strategies to reduce the negative consequences of the use of communication technologies are: intelligent policy-making, proper education and media literacy.

Keywords: *Social Identity, Communication Technologies, Youth, Self-Perception.*

1. Correspondent Author: Assistant Professor of Sociology, Imam Hossein (A.S) University of Officers and Guards Training, dsr.rashidi@gmail.com

2. Assistant Professor of Islamic Azad University, Khalkhal Branch

3. PhD student of Sociology, Islamic Azad University, Khalkhal Branch

مطالعه نقش فناوری‌های ارتباطی در ساختار هویت اجتماعی

دکتر سید محمدرضا رشیدی آل‌هاشم*، دکتر اقباله عزیزخانی**

مهدی نظیری***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۰

چکیده

هویت اجتماعی متأثر از ساختارهای ذهنیتی و فضای گفتگومانی است. این پژوهش با هدف مطالعه عمیق نقش فناوری‌های ارتباطی در ساختار هویت اجتماعی جوانان با روش کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای انجام شده است. روش نمونه‌گیری، هدفمند از نوع حداکثر اختلاف است که مصاحبه عمیق با تعداد ۹ نفر از خبرگان، تا اشباع نظری ادامه یافت. نوع برداشت از هویت اجتماعی و مقوله‌های مرتبط با آن با روش گزنددثنوری با استفاده از نرم‌افزار مکس-کیودا کشف شد. نتیجه یافته‌های پژوهش نشان داد که سه نوع برداشت از خود در بین جوانان متصور است که عبارت‌اند از: خود موجود، خود وانمودی و خود دلخواه که در قالب سه سطح هویت جهانی، دینی، ملی و قومی به نمایش می‌گذارند. عوامل شکل‌دهنده به پدیده هویت اجتماعی عبارت‌اند از: عوامل اجتماعی، اقتصادی و فردی. پیامدهای مثبت استفاده از فناوری‌های ارتباطی در تعریف هویت اجتماعی جوانان عبارت‌اند از: ۱. تقویت مشارکت اجتماعی؛ ۲. افزایش آگاهی؛ ۳. تقویت هم‌گرایی در تمام سطوح هویتی. پیامدهای منفی استخراج‌شده عبارت‌اند از: ۱. تزلزل فرهنگی؛ ۲. کاهش اعتماد؛ ۳. شکاف نسلی؛ ۴. کاهش تعاملات در فضای واقعی. همچنین راهکارهای استخراج‌شده برای کاهش پیامدهای منفی استفاده از فناوری‌های ارتباطی عبارت‌اند از: سیاست‌گذاری هوشمند، تربیت صحیح و سواد رسانه.

کلیدواژه‌ها: هویت اجتماعی، فناوری‌های ارتباطی، جوانان، برداشت از خود.

* نویسنده مسئول: استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین(ع) dsr.rashidi@gmail.com

** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیخال

*** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیخال

مقدمه

هویت اجتماعی^۱ از مفاهیم اساسی علم جامعه‌شناسی است که به دلیل گستره تأثیرگذاری آن در مناسبات جهان اجتماعی، توجه جامعه‌شناسان را به خود جلب کرده است. هویت اجتماعی سبب معنابخشی به زندگی اجتماعی و برقراری تعاملات منظم اجتماعی و در نتیجه، سامان‌بخشی به زندگی جمعی می‌شود.

هویت اجتماعی پنداشت درباره خود است که مبنای آن گروه و بستگی‌های گروهی است (محسنی، ۱۳۷۵: ۷). هویت اجتماعی پدیده‌ای ایستا نیست، بلکه براساس شیوه جامعه‌پذیری افراد سیال و پویاست و بنا بر فضا و شرایط اجتماعی قابل تغییر است. «جنکینز» از نظریه پردازان برساختی هویت، معتقد است هویت را صرفاً می‌توان همچون یک فرایند «بودن» یا «شدن» فهمید (جنکینز، ۱۳۸۱: ۶). بنابراین، هویت اجتماعی به مثابه پدیده‌ای اجتماعی، حاصل دیالکتیک ساختارهای اجتماعی و ذهنیت کنشگران است که در فرایند کنش متقابل افراد شکل می‌گیرد.

در عصر حاضر، گسترش فناوری‌های ارتباطی امکان هویت‌سازی را برای افراد فراهم کرده است. به تعبیر دیوید رایزمن، «با ظهور فناوری‌های ارتباطی نوین، ذهن‌ها از دور کنترل می‌شود و توده‌ها به سبب قدرت جادویی رسانه‌ها ارزش‌ها و هنجارهای خود را شکل می‌دهند» (رابرتسون، ۱۳۷۳: ۱۳۷). از آنجا که اینترنت، بستر مهم استفاده از فناوری‌های ارتباطی (رایانه، تلفن همراه، لپ‌تاپ و...)، فناوری‌های چند رسانه‌ای و زیرساخت اساسی برای جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای است، لذا با بررسی آمارهای ارائه‌شده توسط منابع رسمی کشور می‌توان اهمیت پرداختن به نقش فناوری‌های ارتباطی، به ویژه اینترنت و سایر رسانه‌های چندسویه را در شکل‌دهی به ساختارهای هویت پی برد.

براساس آمار سازمان تنظیم مقررات رادیویی ایران (cra) ضریب نفوذ اینترنت در کشور در اسفند سال ۱۳۹۷ (۸۴/۴۶ درصد) بوده که نسبت به سال ۱۳۹۶ (۱۱/۷۲ درصد) رشد داشته است. استان اردبیل نیز جزو مناطقی است که استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اینترنت در آن رشد جهشی داشته است. براساس آمار سازمان تنظیم مقررات رادیویی ایران، در منطقه آذربایجان (آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل) در سال ۱۳۹۷، ضریب نفوذ اینترنت ۸۰/۶۰ درصد

1. Social Identity

بوده که نسبت به سال ۱۳۹۶ (۱۶/۸۰ درصد) رشد داشته است. این میزان رشد نسبت به کل کشور (۵ درصد) بیشتر بوده است. همچنین با مقایسه ضریب نفوذ اینترنت پهن باند سیار به اینترنت پهن باند ثابت و مقایسه فناوری‌های دسترسی به اینترنت پهن باند، اهمیت پرداختن به فناوری ارتباطی در بین جوانان را بیشتر نمایان می‌کند. بر اساس آمار (cra)، در منطقه آذربایجان ضریب نفوذ اینترنت پهن باند سیار در سال ۱۳۹۷ (۶۸/۸۰ درصد) و ضریب نفوذ اینترنت پهن باند ثابت (۱۱/۸۰ درصد) بوده است. همچنین مقایسه فناوری‌های دسترسی به اینترنت پهن باند در منطقه آذربایجان در سال ۱۳۹۷ طوری است که ۸۵ درصد کاربران از طریق سیم کارت‌های 4G، 3G؛ ۱۴ درصد از XDSL، ۱ درصد نیز از WIFI و TDLTE به اینترنت دسترسی پیدا می‌کنند.

بی‌گمان مطالعه علمی و بازشناسی هویت اجتماعی، بیش از هر گروهی برای جوانان، به دلیل قرار گرفتن در مرحله تکوین هویت و استقلال‌یابی، ضروری است. جهت‌گیری‌های شناختی - عاطفی جوانان متأثر از حضور آنها در جامعه اطلاعاتی و دسترسی به امکانات اینترنت و شبکه‌های مختلف پیام‌رسان است که به نظر می‌رسد فضای چند رسانه‌ای حاکم بر کشور، به ویژه در بین جوانان، این امکان را فراهم می‌سازد تا افراد با تجربیاتی مواجه شوند که برداشت از هویتشان را دچار تغییر کند.

به دلیل اهمیت موضوع، درباره هویت و به ویژه هویت اجتماعی و مسائل متأثر از آن - بحران هویت، شکاف نسلی و... - تحقیقات و مطالعات زیادی صورت گرفته است که اولاً، اغلب این مطالعات با رویکرد اثبات‌گرایانه انجام شده و به صورت کیفی و عمیق به این موضوع پرداخته نشده است؛ ثانیاً، در این پژوهش‌ها صرفاً به اولویت‌بندی سطوح هویتی - جهانی، دینی، ملی و قومی - و نیز عوامل مرتبط با آن توجه کرده‌اند. لذا این پژوهش به دنبال مطالعه عمیق روی این مسئله اساسی است که از دیدگاه صاحب‌نظران، فناوری‌های ارتباطی در ساختار هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل چه نقشی دارد.

از سوی دیگر، سؤال‌های فرعی زیر به دنبال دستیابی به پاسخ سؤال اصلی هستند:

- جوانان استان اردبیل در استفاده از فناوری‌های ارتباطی، کدام سطح از هویت اجتماعی را

در اولویت قرار می‌دهند؟

- با در نظر گرفتن نقش فناوری‌های ارتباطی، سازوکار مناسب برای همسازی ابعاد هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل چیست؟
- فرصت‌ها و تهدیدهای استفاده از فناوری‌های ارتباطی در تعیین ساختار هویت جوانان استان اردبیل کدام است؟
- زمینه‌های تقویت‌کننده نقش فناوری‌های ارتباطی در تعیین ساختار هویت جوانان استان اردبیل کدام است؟

ادبیات تحقیق

تعریف مفاهیم

هویت: از لحاظ لغوی از واژه «Identitat» مشتق شده است و به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: الف) همسانی و یکنواختی مطلق؛ ب) تمایزی که دربرگیرنده ثبات یا تداوم در طول زمان است. اگرچه این دو معنا متناقض و متضاد به نظر می‌آیند، در اصل به دو جنبه اصلی و مکمل هویت معطوف می‌شوند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۱۴). هویت یک سازه اجتماعی است و به طور اجتماعی تثبیت می‌شود و از زندگی اجتماعی روزمره مردم بیرون می‌آید (لاور، ۲۰۰۸: ۸).

از دیدگاه کنش متقابل نمادین، هویت در «کنش متقابل» بین خود و جامعه شکل می‌گیرد. من واقعی که ماهیت درونی دارد، در تعامل با جهان اجتماعی بیرونی شکل می‌گیرد و با تصورات و برداشت‌هایش به تفسیر جهان پیرامونی و «خود» می‌پردازد.

فناوری (تکنولوژی): مجموع تکنیک‌ها، مهارت‌ها، روش‌ها و فرایندهایی است که در تولید کالاها یا خدمات یا تحقق اهداف، مانند تحقیقات علمی استفاده می‌شود. فناوری می‌تواند دانش تکنیک‌ها، فرایندها و مواردی از این دست باشد، یا می‌تواند در ماشین‌ها تعبیه شود تا بدون اطلاع دقیق از عملکرد آنها، امکان کار را فراهم آورد. سیستمی که از فناوری برای دریافت یک ورودی، و سپس تغییر آن با توجه به کاربرد، و تولید خروجی استفاده می‌کند، به نام سیستم تکنولوژیک یا سامانه فناوری شناخته می‌شود (ویکی پدیا، دانشنامه آزاد، ذیل واژه تکنولوژی).

استان اردبیل: یکی از استان‌های ایران به مرکزیت شهر اردبیل است که در منطقه آذربایجان واقع شده است. مساحت این استان ۱۷۹۵۳ کیلومتر مربع و جمعیت آن بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، برابر یک میلیون و ۲۴۹ هزار نفر است.

این استان برابر آخرین تقسیمات کشوری، شامل ۱۲ شهرستان، ۲۵ بخش، ۲۱ شهر و ۶۶ دهستان می‌شود. این استان در ۲۳ فروردین سال ۱۳۷۲ از استان آذربایجان شرقی جدا و به استانی مستقل تبدیل شد.

بیشتر ساکنان استان اردبیل را آذربایجانی‌ها تشکیل می‌دهند که به زبان ترکی آذربایجانی سخن می‌گویند. تالش‌ها دیگر ساکنان استان اردبیل که در اکثر روستاهای عنبران نمین هستند، به زبان تالشی سخن می‌گویند. در بخش‌هایی از شهرستان خلخال (در جنوب استان) تات‌ها سکونت دارند و زبان «تاتی» رایج است (ویکی‌پدیای دانشنامه آزاد).

پیشینه تجربی پژوهش

باقریان فر و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی» در بین ۳۳۸ نفر از دانشجویان دانشگاه اصفهان انجام دادند. آنها برای گردآوری داده‌ها از روش پیمایش استفاده کردند. یافته‌های آنها نشان داد برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی رابطه منفی با هویت‌های ملی، قومی، جهانی و مذهبی و نیز تأثیر منفی در هویت اجتماعی دانشجویان دارند. بنابراین، علاقه بیش از حد دانشجویان به فضای برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی ممکن است فضای تهدیدآمیزی برای هویت اجتماعی آنها فراهم کند.

قربان میرک محله و خزایی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با نام «واکاوی تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در هویت و سبک زندگی جوانان» که با روش مروری و با استناد به منابع کتابخانه‌ای به انجام رسید، نتیجه گرفتند سبک زندگی جوانان با فناوری‌های نوین ارتباطی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی رابطه مستقیم دارد؛ زیرا ویژگی‌ها و کارکردهای هویت‌بخش شبکه‌های اجتماعی از طریق تأثیر در شیوه زندگی افراد، در نحوه تعامل فرد با محیط و جامعه و چگونگی استفاده از امکانات محیطی و گذران اوقات فراغت و نیز در نحوه مصرف در سلامت اجتماعی افراد، تغییرات هویتی، فرهنگی و دگرگونی‌های سبک زندگی تأثیر دارد.

صبوری و همکاران (۱۳۹۲)، پژوهشی با نام «فضای مجازی و هویت جهانی» در بین دانشجویان واحد تهران شرق - که در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بودند، انجام دادند. روش تحقیق در این پژوهش، پیمایش بوده و تکنیک جمع‌آوری داده‌ها نیز

پرسش نامه است. پرسش نامه ها بین ۲۵۰ نفر از دانشجویانی توزیع شد که به صورت کاملاً تصادفی از سه دانشکده فنی مهندسی، علوم انسانی و علوم پایه انتخاب شده بودند. چارچوب نظری تحقیق ملهم از نظریات «استوارت هال»، «جنکینز»، «گیدنز»، «برگر» و «کاستلز» است. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که وجود رابطه میان هویت جهانی با میزان استفاده از فیس بوک مورد تأیید است. همچنین نتایج نشان داد که هویت جهانی به تناسب نوع استفاده کاربران از فیس بوک متفاوت است.

دیویس^۱ (۲۰۱۲) در مطالعه اش با عنوان «تنش های هویتی در عصر شبکه های اطلاعاتی؛ دیدگاه های جوانان درباره خطرات و فرصت های خودبیانگری در تجربه آنلاین»، به چگونگی تأثیر فناوری های دیجیتال بر روی مسئله هویت و تصوراتی که جوانان درباره خودبیانگری در تجربه آنلاین دارند، می پردازد. او از طریق مصاحبه های عمیقی که با ۲۴ جوان ۱۵ تا ۲۵ ساله که به مدت طولانی در زمان مصاحبه با رسانه های دیجیتالی فعالیت می کردند، پرداخت. او دریافت که شرکت کنندگان در تجربه آنلاین، وقتی که تصمیم می گیرند خودشان را در این عرصه های شبکه ای شده اطلاعات ابراز کنند، وزن هریک از این حوزه ها را تغییر می دهند.

یافته های پژوهش تیلر (۲۰۱۲) نشان می دهد که شبکه های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت های غربی، حرکتی را به سوی همگن سازی جهان آغاز کرده اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته و با فرهنگ و عقاید بیگانه روبه رو شده اند و در مورد از دست دادن هویت های ملی و دینی شان احساس خطر کرده اند.

مبانی نظری پژوهش

چارلز کولی^۲، از برجسته ترین نظریه پردازان کنش متقابل نمادین، با مفهوم پردازی «خود آیین سان» جامعه را به سان آیین ای در نظر می گیرد که واکنش های دیگران را نسبت به رفتار

1. Devis
2. Charles Cooley

خودمان مشاهده می‌کنیم (کوئن، ۱۳۷۴: ۷۷). هربرت بلومر از دیگر نظریه‌پردازان مکتب کنش متقابل نمادین معتقد است که انسان خود را در کنش متقابلی که در جامعه و در روند ساختی - اجتماعی با سایر افراد دارد، تکوین می‌بخشد و در این گذار، با درک معانی و سپس با اشاره به خویشتن خویش، خود و موقعیت ساختی - اجتماعی خویش را دوباره تعریف و تفسیر می‌کند و درست بر همین اساس، به کنش اجتماعی می‌پردازد. اروینگ گافمن^۱ نیز با اثر «نمود خود در زندگی روزمره» (۱۹۵۹) به بحث خود اجتماعی و خود انسانی می‌پردازد. وی برداشت از خود را با رهیافت نمایشی تشریح می‌کند. از دید او، عاملان بدنی و جسمی رأی جمع‌کن‌هایی هستند که با توسل به همه روش‌های علامت‌دهی اجتماعی، سعی دارند نظر دیگران را به خود جلب کنند. این عاملان بدنی، معرف‌های تجسم‌یافته منش و منزلت‌اند که می‌توانند توسط سایر کنشگران مورد تفسیر قرار گیرند (لوپز و اسکات، ۱۳۸۴: ۱۲۴). موریس روزنبرگ با بررسی نظرات هربرت مید و کولی، کارش را با پرداختن به مفهوم «برداشت از خود»^۲ به جای مطالعه «خود» آغاز کرد. روزنبرگ برخلاف سایر جامعه‌شناسان کنش متقابل نمادین که بر هر دو جنبه «من فاعلی» و «من مفعولی» تأکید داشتند، به جنبه «مفعولی» آن نظر داشت و با پرداختن به مفهوم «خودپنداره»، انسان را هم ابژه و هم سوژه فرض می‌کرد. وی خودپنداره را به مثابه شیء در نظر می‌گیرد و بیان می‌کند خودپنداره یا تصور از خود، غیرقابل تعریف و رمزگونه نیست. ما خودپنداره را به مثابه نگرش نسبت به یک شیء در نظر می‌گیریم که دربرگیرنده مجموعه‌ای از اطلاعات، نظرات و ارزش‌ها در ارتباط با «خود» است؛ اعم از اینکه جهت‌گیری پذیرش و تأیید «خود» را داشته باشد یا جهت‌گیری عدم پذیرش خود را (روزنبرگ، ۱۹۶۵: ۵). وی در بخشی از مقاله «مفهوم خود: محصول اجتماعی یا نیروی اجتماعی» به اصل «ارزیابی بازتابی» پرداخته است. این اصل بیان می‌کند که «مفهوم خود» تا حدی هم‌بسته و مرتبط با قضاوت دیگران درباره ماست (روزنبرگ، ۱۹۸۱). وی برای مفهوم «برداشت از خود» سه جنبه را لحاظ کرده است: خود موجود، خود دلخواه و خود وانمودی (ریترز، ۱۳۷۴). از سوی دیگر، به نظر روزنبرگ عوامل اجتماعی، تأثیرگذار و تعیین‌کننده ارزیابی هر فرد از انواع خود است. به نظر او، ارزیابی از خود هیچ‌گاه در

1. Erving Goffman
2. Self-Concept

خلاً و به صورت انتزاعی صورت نمی‌گیرد، بلکه ارزیابی همیشه با توجه به معیارها و ارزش‌های اجتماعی صورت می‌گیرد، اما معیارهای اجتماعی برخاسته از شرایط تاریخی و خاص یک جامعه و متکی بر خصوصیات گروهی است که فرد در آن، زندگی می‌کند (روزنبرگ، ۱۹۶۵: ۱۴).
محققان با توجه به عام و خاص بودن هویت اجتماعی، سطوح مختلفی را در نظر گرفته‌اند که عبارت‌اند از: هویت جهانی، هویت دینی، هویت ملی و هویت قومی یا محلی. شیان و احدپور (۱۳۹۶)، رفیعی جیردهی و حبیب‌زاده خطبه‌سرا (۱۳۹۲) معتقدند که سطوح هویت اجتماعی بیانگر تعهد و تعلق فرد به آن سطح هویتی است که خاستگاه فرد در آن گروه اجتماعی را منعکس می‌کند.

از مفاهیم اساسی که در بحث تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت از سوی جامعه‌شناسان مورد تأکید قرار می‌گیرد، مفهوم «خاص‌گرایی» و «عام‌گرایی» است. عام‌گرایی و خاص‌گرایی ذیل بحث جهانی شدن مطرح می‌شود. مانوئل کاستلز، از جامعه‌شناسان علاقه‌مند به مطالعه نقش فناوری‌های ارتباطی در شکل‌گیری هویت اجتماعی است. کاستلز معتقد است انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد. حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته تاریخ است، با ظهور فناوری جدید دستخوش دگرگونی‌هایی بنیادین می‌شود. ابزار مهم و اساسی جهانی شدن ارتباطات مبتنی بر رسانه‌های الکترونیکی است. رسانه‌ها از طریق عام‌گرایی می‌کوشند فرهنگ‌های مقاوم را از سر راه بردارند و ارزش‌ها و باورهای جهانی را همانندسازی کنند. در مقابل، خاص‌گرایی در تلاش است فرهنگ‌هایی که در خطر جهانی شدن قرار گرفته‌اند، با پناه بردن به فرهنگ و باورهای بومی و محلی از هجوم ارزش‌های جهانی در امان بمانند (کاستلز، ۱۳۸۴). پل ویرلیو، منتقد فناوری‌های نوین در جامعه اطلاعاتی، معتقد است: فناوری، به جای عطف توجه به مستعمره جهان، انسان را مستعمره خود ساخته و با مداخله فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، قلب انسان به تسخیر در آمده است (ریترز، ۱۳۷۴: ۴۳۲).

بنابراین، به نظر می‌رسد فناوری‌های ارتباطی به عنوان بزرگراه‌های تعاملی نوظهور که با امکانات جدیدشان علاوه بر اینکه ارزش‌ها و هنجارهای متنوعی را با محتوا و فرم‌های خود در کاربرانشان درونی می‌کنند، بستری را فراهم می‌سازند تا فرد با انواع روش‌ها دست به نمایش خود بزند. کاربران در این فضا فرصت می‌یابند دست به افشاگری از خود و علایق و دیدگاه‌های مطلوبشان بزنند و هویت خودشان را آشکار سازند.

روش پژوهش

در این پژوهش برای شناخت عمیق ساختار هویت اجتماعی و شناسایی مقوله‌ها و نقش فناوری‌های ارتباطی در شکل دهی به آن، از روش شناسی کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای براساس دیدگاه استراوس و کوربین که شیوه رایج در روش زمینه‌ای است، استفاده شد؛ به طوری که مصاحبه‌های ضبط شده به متن نوشتاری تبدیل و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا فرایند کدگذاری انجام شد. شیوه گردآوری داده‌ها، با روش مصاحبه پاتن^۱ انجام گرفت. از آنجا که در روش نظریه زمینه‌ای، نمونه‌گیری از نوع هدفمند است، تعداد افراد نمونه با معیار اشباع نظری تعیین می‌شوند. لذا در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع «حداکثر اختلاف» استفاده شد که متغیر سطح تحصیلات، گروه سنی و رشته دانشگاهی در انتخاب افراد لحاظ شدند. در جدول شماره ۱ ویژگی‌های ۹ نفر از افرادی که با آنها مصاحبه انجام شد، آورده می‌شود. برای بررسی قابلیت اعتماد ابزار سنجش، از روش کنترل یا اعتباریابی توسط اعضا استفاده شد. یعنی بعد از کدگذاری، متن مصاحبه به شرکت کنندگان بازگردانده و از صحت کدها و تفاسیر اطمینان حاصل شد و کدهایی که از نظر شرکت کنندگان بیانگر دیدگاه آنان نبود، اصلاح شد.

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، میانگین سن مصاحبه‌شوندگان ۳۸ سال است که نشان‌دهنده فهم بیشتر ساختار هویت جوانان، به دلیل قرابت سنی‌شان بود. در مجموع، ۵۹۰ دقیقه مصاحبه انجام شد که در مصاحبه نهم، محقق به اشباع نظری رسید؛ به طوری که مصاحبه‌شوندگان به موارد تکراری می‌پرداختند.

یافته‌های پژوهش

تحلیل سؤال اول پژوهش: جوانان استان اردبیل در تعریف از خود در بستر فناوری‌های ارتباطی، کدام سطح هویت اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهند؟
با تحلیل مصاحبه‌ها و طبقه‌بندی معرف‌ها و نیز استخراج مقوله‌هایی که در تعریف و اولویت‌بندی ترجیحات ساختار هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل در بستر استفاده از

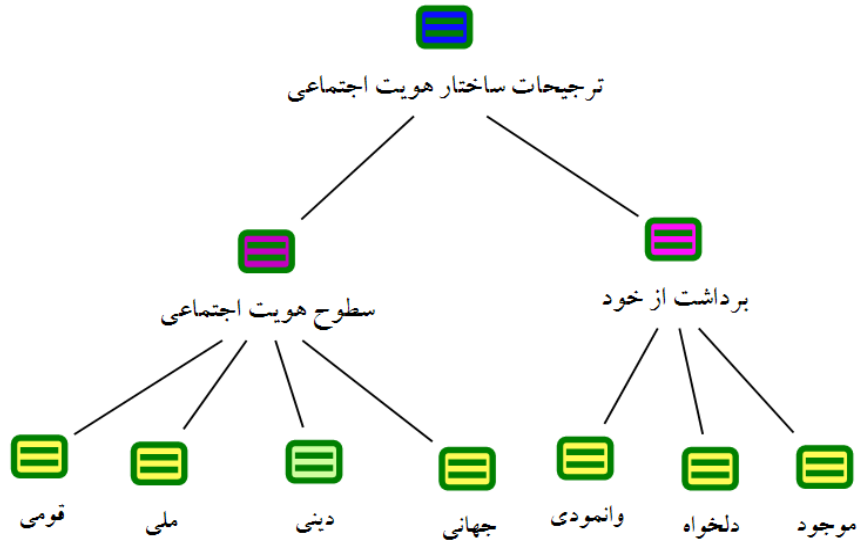
۱. پاتن سه نوع مصاحبه را از هم تفکیک می‌کند: مصاحبه مکالمه‌های غیررسمی، رهیافت راهنمایی مصاحبه عمومی و مصاحبه باز استاندارد شده [۱۶، ص ۱۵۳].

جدول ۱. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

مدت مصاحبه	رشته تحصیلی	سطح تحصیلات	شغل	سن	جنسیت	کد مصاحبه
۶۰ دقیقه	پژوهش علوم اجتماعی	فوق لیسانس	دبیر آموزش و پرورش	۴۰	مرد	۱
۷۵ دقیقه	فرهنگ و ارتباطات	فوق لیسانس	کارمند	۳۱	مرد	۲
۶۰ دقیقه	جامعه‌شناسی	دانشجوی دکترا	دبیر آموزش و پرورش	۳۷	زن	۳
۶۰ دقیقه	تربیت بدنی	فوق لیسانس	مدرس دانشگاه	۴۳	مرد	۴
۷۰ دقیقه	روان‌شناسی	دانشجوی دکترا	مشاور و روان‌شناس	۴۸	مرد	۵
۶۰ دقیقه	پژوهش اجتماعی	فوق لیسانس	کارمند	۳۹	زن	۶
۶۰ دقیقه	روان‌شناسی	دانشجوی دکترا	کارمند و مدرس دانشگاه	۳۹	مرد	۷
۷۵ دقیقه	علوم ارتباطات	فوق لیسانس	کارمند	۴۲	مرد	۸
۷۰ دقیقه	فرهنگ و ارتباطات	فوق لیسانس	دانشجو	۲۵	مرد	۹

فناوری‌های ارتباطی می‌توانستند نقش ایفا کنند، تعداد ۷۲ معرف در کدگذاری باز، شناسایی شد. در مرحله کدگذاری محوری، با در نظر گرفتن بستر و مضمون هر کدام از معرف‌ها در ۹ مقوله فرعی و زیرمقوله طبقه‌بندی شدند. در مرحله کدگذاری گزینشی، مقوله‌های فرعی و زیرمقوله‌ها، با عنوان مقوله هسته‌ای «ترجیحات ساختار هویت اجتماعی» یک‌پارچه شدند (شکل ۱).

براساس تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده و با توجه به شکل ۱، ترجیحات ساختار هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل در دو مقوله عمده (برداشت از خود و سطوح هویت اجتماعی) دسته‌بندی شد. از نظر شرکت‌کنندگان در مصاحبه، فناوری‌های ارتباطی در بازنمایی هویت جوانان متفاوت عمل می‌کند؛ به طوری که ورود اینترنت به زندگی افراد آنها را به «جهان‌وند» تبدیل ساخته که جهانی می‌بینند و بر اساس ارزش‌های جهانی قضاوت می‌کنند.



شکل ۱. کدگذاری مفهوم ترجیحات ساختار هویت اجتماعی با استفاده از مکس کیودا

م. د (دانشجوی دکترا در رشته جامعه‌شناسی) بیان می‌کند: «افراد به دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از جمله تلگرام، فیس بوک، توئیتر و... در برابر اتفاقات جهانی احساس تعهد و مسئولیت می‌کنند و به جنبش‌ها، انجمن‌ها و کمپین‌های فراملی، از جمله انجمن‌های حمایت از حیوانات و محیط زیست یا کمپین‌های حمایت از حقوق بشر، ضدنژادپرستی و... می‌پیوندند.»

ل. ن (فوق لیسانس رشته پژوهش اجتماعی) می‌گوید: «گسترش رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی گستره دید و افق نگاه جوان را به ارزش‌های بشری می‌گستراند و از او انسانی جهانی می‌سازد که افکار و اندیشه‌هایش را برای سعادت همه بشریت تقویت می‌کند.»

در این بین، برخی از رسانه‌ها از جمله اینستاگرام در جهانی کردن افکار و اندیشه‌های جوانان متفاوت عمل می‌کنند. اپلیکیشن اینستاگرام با محتوای عکس و فیلم بخش بزرگی از جوانان را به خود جذب می‌کند و هر غیرواقعی را فراتر از واقعیت، توسط شاخ‌های مجازی‌اش در ذهن کاربران حک می‌سازد.

با وجود رشد رو به تزاید جهانی شدن و گسترش ارزش‌های جهانی، عده‌ای از جوانان

اولویت خود را با ارزش‌های دینی و ملی می‌شناسند و خود را فردی مسلمان و ایرانی تعریف می‌کنند.

ح. ش (دانشجوی دکترا در رشته روان‌شناسی) می‌گوید: «... دانشجویان در تعریف از خود، اولویت اول را مسلمان بودن، سپس ایرانی بودن و در اولویت سوم، قومیت زبانی‌شان قرار می‌دهند. هرچند آنها دوست دارند در مباحث کلاسی، خودشان را به عنوان یک جهان‌نورد نیز فرض کنند، اما در عمل، همواره به شخصیت‌های ملی و مذهبی افتخار می‌کنند... شرکت اکثر قریب به اتفاق جوانان در مراسم عزاداری ماه محرم و حضور در راهپیمایی‌ها و در تشییع پیکر سردار شهید سلیمانی همگی دلیلی بر اهمیت هویت دینی و ملی نسبت به سایر لایه‌های هویتی در بین جوانان است.»

ر.م (فوق لیسانس رشته پژوهش علوم اجتماعی) به ترجیح هویت ملی و بومی جوانان به ارزش‌های جهانی و فراملی می‌پردازد و می‌گوید: «ارزش‌ها و هنجارهای سنتی هنوز جایگاه خود را از دست نداده و جوانان ایرانی با اصل و جوهر خود در برخی مواقع، بیگانه نشده‌اند و آنها را در کنش‌های خودشان مراعات می‌کنند.»

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، استفاده از فناوری‌های ارتباطی در اولویت‌بندی «برداشت از خود» نیز اثرگذار است. انواع برداشت از خود با الفاظ و مفاهیمی به ظاهر متفاوت در بیانات مشارکت‌کنندگان تکرار شد که به پیروی از نظریه روزنبرگ به سه دسته «خودآرمانی، خودوانمودی و خود دلخواه» تقسیم شد.

ر.م (فوق لیسانس رشته پژوهش علوم اجتماعی) بیان می‌کند: «... آنها تظاهر و ابراز «خود کاذب» از شخصیتشان دارند.»

م. د (دانشجوی دکترا در رشته جامعه‌شناسی) در نمایش هویت دلخواه و آرمانی‌شان در فضای مجازی می‌گوید: «ویژگی «گمنام بودن» در فضای مجازی این فرصت را به کاربران می‌دهد که آنها هویت دلخواهشان را بهتر نشان دهند. در این بستر، جوان نداشته‌هایش را با قوه خیال به ترسیم می‌کشد و به آرمان‌ها و آرزوهایش می‌پردازد. آنها با تنظیم پروفایل‌های خود و ارسال تصاویر و پیام‌هایی که «من ایده‌آل‌شان» را به مخاطبان‌شان نمایش دهند، شبانه‌روز تلاش می‌کنند.»

ا. س (فوق لیسانس رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی) می‌گوید: «دلخواه جوان این است که

در چشم دوست و آشنا دیده بشود... آنها تظاهر به قدرت، خوش تیپی و مؤثر بودن می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و سایر پیام‌رسان‌های اجتماعی بهترین وسیله برای تأمین نیاز ابراز وجود جوانان هستند.»

ح. ش (دانشجوی دکترا در رشته روان‌شناسی) می‌گوید: «شبکه‌های اجتماعی که زیست دوم^۱ جوان در عصر حاضر است، امکانی را برای جوانان فراهم ساخته است که جوان با پرداختن به هویت‌های کذایی از خود و گدایی لایک برای پیام‌هایش، خودش را «قهرمانی در فضای مجازی» فرض می‌کند. آنها نداشته‌های خود را در این فضا می‌جویند.»

س. ع (دانشجوی دکترا در رشته روان‌شناسی) می‌گوید: «جوان به دلیل اینکه خودش را مدافع محیط زیست یا حامی قشر پایین جامعه نشان دهد، پروفایلش را با عکسی از حمایت از کودکان کار، مراقبت از درخت، طرفدار حقوق حیوانات و... به تصویر می‌کشد تا با این رفتار خودش را به «دیگران» بقبولاند.»

ن. ر (فوق لیسانس رشته علوم ارتباطات) در ارتباط با «خود وانمودی» در شبکه‌های اجتماعی می‌گوید: «آنها (جوانان) در شبکه‌های اجتماعی تمایل دارند با بهره‌گیری از امکانات این شبکه‌ها، بر کمبودها و نقصان‌های روانی و اقتصادی‌شان سرپوش گذاشته و خود را طوری برای دیگران نشان دهند که مورد اقبال و توجه قرار گیرند.»

تحلیل سؤال دوم پژوهش: زمینه‌های تقویت‌کننده نقش فناوری‌های ارتباطی در تعیین ساختار هویت جوانان استان اردبیل کدام است؟

آنچه از تحلیل مصاحبه‌ها برداشت می‌شود این است که قضاوت در مورد خود، متأثر از شرایط اجتماعی و خصوصیات افراد است. به تعبیر روزنبرگ (۱۹۶۵)، ارزیابی از خود در خلأ صورت نمی‌گیرد.

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) می‌گوید: «جوان در فضای رسانه، خود را در «آینه دیگران» می‌بیند و به قضاوت دیگران می‌نشیند تا مهر تأیید بخورد؛ کما اینکه با افزایش تعداد لایک‌ها و فالوورهایش خشنود شده، جایگاه خود را در بین دوستانش با داشتن تعداد فالوور زیاد، مستحکم می‌کند.»

1. Second life

از عوامل مهمی که در عصر ارتباطات در هویت بخشی به جوانان نقش بارزی ایفا می کند، استفاده از فناوری های ارتباطی است. کارگزاران رسانه های اجتماعی و فعالان فضای مجازی با مهندسی ذهن جوانان و مخاطبانشان، مبادرت به شکل دهی به شخصیت و هویت اجتماعی آنان می کنند.

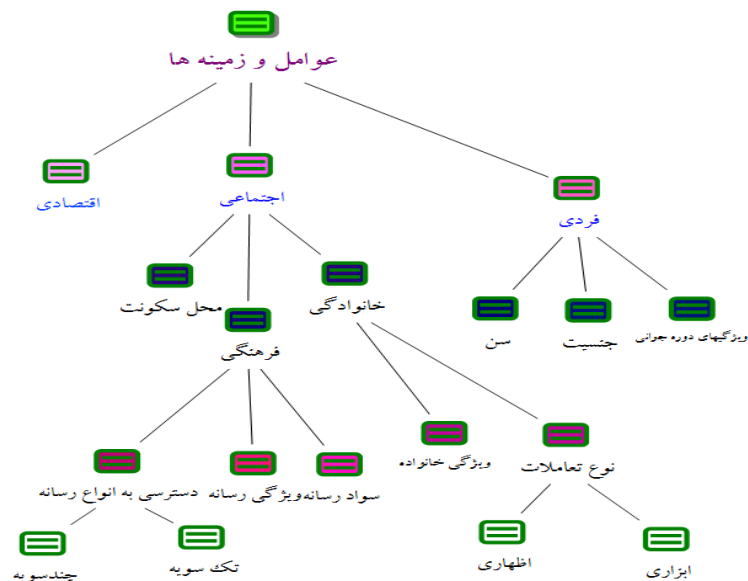
ن. ر (فوق لیسانس رشته علوم ارتباطات) می گوید: «امروزه، فیشن بلاگرها و بیوتی بلاگرها را می توان «لیدرهای هویت ساز» نامید که میلیون ها فالوور هر روز صبح که بیدار می شوند، پیچ آنها را چک می کنند تا ببینند مد جدید پوشش، آرایش، چینش مبلمان خانه، غذای مورد علاقه سلبریتی ها و... چیست. آنها چنان استادانه اقدام به تولید پیام می کنند که در کمتر از چند ثانیه دست به دست و اصطلاحاً وایرال می شود و در اقصا نقاط جهان هزاران هزار لایک می خورد و کامنت گذاشته می شود. این شاخ های مجازی به افسانه هایی تبدیل شده اند که بلدند هر غیرواقعیتی را فراتر از واقعیت نشان دهند. آنها چنان از دانش بلاگر برخوردارند که می توانند در عرض چند دقیقه، میلیون ها کاربر را دور هم جمع کنند و با پیام خود، شخصیت و هویت آنها را تحت تأثیر قرار دهند.»

ا.س (فوق لیسانس رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی) بیان می کند: «جوان امروزی به واسطه حضور در شبکه های مجازی، بمباران ارزش های مصرف گرایانه زندگی های لاکچری و حضور در کافی شاپ های آن چنانی شده است... شب و روز در این خیال است که خواهد توانست به پایگاه اجتماعی - اقتصادی فلان سلبریتی برسد و این سبب به وجود آمدن عقده های روانی و انواع روان پریشی در او خواهد شد.»

برای اکتشاف اینکه کدام زمینه ها و عوامل، تقویت کننده نقش فناوری های ارتباطی در تعیین ساختار هویت اجتماعی جوانان است، بعد از انجام مصاحبه و گردآوری داده های کیفی برای تحلیل داده ها، از روش کدگذاری استراوس و کوربین استفاده شد که عبارت اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. کدگذاری باز فرایندی برای شناسایی ویژگی ها، معرف ها و مشخصات مقوله هاست که در این پژوهش، با استفاده از نرم افزار مکس کیودا تعداد ۱۱۱ معرف برای شناسایی عوامل و زمینه های شکل دهنده به ساختار هویت اجتماعی جوانان تولید شد. در دومین مرحله (کدگذاری محوری)، معرف های شناسایی شده با توجه به خصوصیاتشان به

۱۸ مقوله اصلی و فرعی طبقه‌بندی شدند. در سومین مرحله (کدگذاری انتخابی)، مقوله‌ها در جهت تنظیم مدل مفهومی پژوهش، به ۶ عامل (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محل سکونت، خانوادگی و ویژگی‌های فردی) تقلیل یافتند و سپس این شش مقوله اصلی، به وسیله یک مفهوم هسته‌ای (عوامل و زمینه‌ها) یک‌پارچه شدند. در شکل ۲ کدگذاری و نحوه استخراج و مفهوم‌سازی عوامل و زمینه‌های شکل‌گیری ساختار هویت اجتماعی با تأکید بر عامل استفاده از فناوری‌های ارتباطی، آورده شده است.

با توجه به برداشت مصاحبه‌شوندگان، هر کدام از مقوله‌های اصلی پژوهش که با ترکیب آنها سازه عوامل و زمینه‌های شکل‌گیری ساختار هویت اجتماعی استخراج شد، تعریف و تشریح می‌شود. روایت‌کنندگان در معرفی زمینه‌های شکل‌دهنده به ساختار هویت اجتماعی جوانان بیشترین معرف را برای مقوله اجتماعی بیان داشتند. آنها با سه مقوله، عامل اجتماعی را معرفی کردند که عبارت‌اند از: عامل خانوادگی، عامل فرهنگی و عامل محل سکونت.



شکل ۲. کدگذاری مفهوم عوامل و زمینه‌ها با استفاده از مکس کیودا

«خانواده» در بیانات مصاحبه کنندگان به عنوان کانون تأثیرگذار در فرایند اجتماعی شدن فرزندان مورد توجه قرار گرفت. از دیدگاه شرکت کنندگان، جوان براساس کنش متقابل بین اعضای خانواده، مجموعه ارزش‌ها و هنجارهایی را در خود درونی می‌سازد و طبق آن، تعریفی از خود و هویتش ارائه می‌دهد و در صورت حضور در فضای مجازی، با همان ارزش‌ها و هنجارهای درونی شده خودش را معرفی خواهد ساخت.

ن. ر (فوق لیسانس رشته علوم ارتباطات) نوع تعاملات و ارتباطات درون خانواده را از عوامل شکل دهنده به هویت جوانان بیان کرد: «در خانواده، اگر فرد رابطه صمیمی با والدینش داشته باشد و والدین بتوانند نقش الگویی خود را به بهترین شکل به فرزند نشان دهند، نیازی به الگوگیری از شخصیت‌های فضای مجازی نخواهد بود... پدر و مادر از اینکه زورشان به بچه‌ها نمی‌رسد و آنها شبانه‌روز در گوشی غرق هستند و از دنیای اطراف و از مشکلات خانواده بی‌خبرند، گله‌مندند...»

ل. ن (فوق لیسانس رشته پژوهش اجتماعی) می‌گوید: «وقتی پدر و مادر با فرزندش ارتباط چند دقیقه‌ای در طول شبانه‌روز دارد، چگونه هم‌فهمی و همدلی مقدور خواهد شد؟ چگونه جوان ارزش‌های بزرگ‌ترها را سرلوحه کار خود قرار خواهد داد؟»

بنابراین، براساس دیدگاه چلبی که تعاملات خانوادگی را براساس میزان صمیمیت به دو دسته ابزاری و اظهاری تقسیم می‌کند (چلبی، ۱۳۸۲)، در این پژوهش نیز مقوله تعاملات خانوادگی در دو زیرمقوله ابزاری و اظهاری نام‌گذاری شد.

علاوه بر نوع تعاملات درون خانواده، ویژگی‌های خانوادگی از نظر میزان پابندی به ارزش‌ها و هنجارهای دینی و ملی، از عواملی است که در اظهارات مصاحبه‌شوندگان در تعیین ساختار هویت جوانان به آن پرداخته شد.

ح. ش (دانشجوی دکتری روان‌شناسی) بیان کرد: «... میزان تقید پدر و مادرها به ارزش‌های دینی و ملی می‌تواند در ساختار هویتی افراد مؤثر باشد.»

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) می‌گوید: «تنوع‌طلبی و مصرف‌گرایی از شاخص‌های زندگی خانواده‌های نوین، به ویژه در نقاط بالای شهر هست. تنها دغدغه آنها متفاوت شدن، زیبایی‌طلبی و نو‌جویی است. طبیعتاً فرزندان تربیت‌شده در این خانواده‌ها نیز با گسست فرهنگ بومی و ملی مواجه خواهند شد و خبری از پیوستگی فرهنگی و هویت ملی - اسلامی نخواهد بود.»

ن. ر (فوق لیسانس رشته علوم ارتباطات) بیان داشت: «فردی که در خانواده‌ای مذهبی و انقلابی رشد یافته است، در مقایسه با جوانی که در خانواده‌اش به ارزش‌های مذهبی و ملی توجهی نمی‌شود، به طور مسلم، در شیوه استفاده از شبکه‌های پیام‌رسان متفاوت خواهد بود.»

«عامل فرهنگی» با پنج زیرمقوله، از مصاحبه با شرکت‌کنندگان به عنوان مقوله‌ای که در بروز و شکل دهی به ساختار هویت اجتماعی جوانان تأثیرگذار بوده است، استخراج شد. از نظر شرکت‌کنندگان، این مقوله با زیرمقوله‌های ویژگی رسانه، سواد رسانه و دسترسی به انواع رسانه تعریف می‌شود.

م. د (دانشجوی دکترا در رشته جامعه‌شناسی) ویژگی رسانه‌های چند سویه را در شکل‌دهی به هویت جوانان این‌گونه بیان داشت: ویژگی «گمنام بودن» در فضای مجازی این فرصت را به کاربران می‌دهد که آنها هویت واقعی‌شان را بهتر نشان دهند. در این بستر، جوان نداشته‌هایش را با قوه خیال به ترسیم می‌کشد و به آرمان‌ها و آرزوهایش می‌پردازد. آنها با تنظیم پروفایل‌های خود و ارسال تصاویر و پیام‌هایی برای اینکه «من ایده‌آل‌شان» را به مخاطبان‌شان نمایش دهند، شبانه‌روز تلاش می‌کنند.

ا. س (فوق لیسانس رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی) می‌گوید: «جوانانی هم هستند که با نام جعلی از فضای نامرئی و گمنام شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند تا انگ و تهمت، فحاشی و بددهنی و عقده‌گشایی را بار دیگران کنند. در این فضا چون هویت فرد ناشناخته است، «نهاد» تحت انقیاد «فرا من» قرار نمی‌گیرد و فرد به دلیل حسادتی که به زندگی دیگران دارد یا اینکه در مقابل منطقی دیگران کم می‌آورد، اقدام به استفاده از حرف‌های رکیک و مونولوگ‌های دور از شأن یک انسان باتجربه می‌کند.»

تنوع در انتقال پیام، جذابیت شبکه‌های اجتماعی و امکان حضور جوانان با انواع سلاقی و شخصیت‌ها در فضای مجازی، از ویژگی‌های رسانه‌ای است که در مصاحبه‌ها به آن پرداخته شده است.

ن. ر (فوق لیسانس رشته علوم ارتباطات) بیان می‌کند: «جذابیت شبکه‌های اجتماعی و تنوع‌طلبی جوان موجب شده است که بسیاری از جوانان، مقلد پر و پا قرص پیام‌های رسانه‌های اجتماعی باشند. آنها در سبک زندگی خود، از جمله در شیوه راه رفتن و تلفظ کلمات، از شخصیت‌ها و کاراکترهای شبکه‌های مجازی تقلید می‌کنند.»

ج. ص (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) می گوید: «... بستر این خودنمایی در رسانه جمعی، مثل اینستاگرام قوت دارد؛ زیرا به شدت دموکراتیک بوده، فرد آزاد و مستقل است...»
«داشتن سواد رسانه» عامل دیگری است که مصاحبه شونده‌گان در تعیین هویت جوانان به عنوان ریزمقوله عامل فرهنگی به آن اشاره کردند.

ل. ن (فوق لیسانس رشته پژوهش اجتماعی) می گوید: «جهانی شدن هرچند با خود دگرگونی‌های ارزشی و همگن سازی فرهنگ‌ها را در پی دارد، اما این به معنی پذیرش صددرصدی القانات رسانه‌هایی چون اینترنت و ماهواره نیست. جوانانی هستند که به دلیل داشتن باورهای عمیق فرهنگی و اعتقاد آگاهانه به فرهنگ و ارزش‌های خود، در مقابل آسیب‌های اینترنت و ماهواره ایستادگی می‌کنند و حتی متعهدانه باورهایشان را از این طریق به دیگران منتقل می‌سازند؛ زیرا آنها با داشتن سواد رسانه‌ای قوی، پیام‌ها را دریافت و پردازش می‌کنند و در مقابل، پیامی را که برگرفته از باورهای خودشان است، مخابره می‌کنند.»

ح. ش (دانشجوی دکترا در رشته روان‌شناسی) در اهمیت سواد رسانه در عصر حاضر می‌گوید: «سواد رسانه از ملزومات شهروندان سایبری است. شهروندان فضای سایر نباید مصرف‌کننده و تولیدکننده ناپیایی باشند که بدون شناخت رسانه در باتلاق جو‌زدگی خود و دیگران فروروند؛ بلکه باید پیچیدگی‌ها و چالش‌های این فضا را درک کرده، اثرگذاری و اثرپذیری از رسانه‌ها را افزایش دهند.»

ر. م (فوق لیسانس رشته پژوهش علوم اجتماعی) می‌گوید: «اغلب پدر و مادرهای ایرانی در بحث استفاده از فناوری‌های ارتباطی و سواد رسانه‌ای، از فرزندانشان عقب‌تر هستند.»
«نوع مصرف رسانه‌ای» و «دسترسی به انواع رسانه» عامل دیگری است که مصاحبه‌شونده‌گان با پرداختن به آن، نقش فناوری‌های ارتباطی را در تعیین ساختار هویت اجتماعی بیان داشتند. براساس اظهارات آنها، رسانه‌ها به دو دسته تک سویه و دو سویه تقسیم‌بندی شدند که از نظر تأثیرگذاری در هویت تفاوت دارند.

ا. س (فوق لیسانس رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی) می‌گوید: «در دنیای امروز، مؤلفه‌های هویت‌ساز ابزارهای ارتباطی همچون شبکه‌های اجتماعی سروش، تلگرام، اینستاگرام و... هستند و استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنصری اجتناب‌ناپذیر بدل شده است.»

م. د (دانشجوی دکترا در رشته جامعه‌شناسی) در تفاوت تأثیر رسانه‌های امروزی با وسایل ارتباطی در زمان‌های گذشته، می‌گوید: «در گذشته، تعاملات چهره به چهره بود یا تنها از طریق روزنامه و تلویزیون اخبار و اطلاعات را کسب می‌کردند؛ اما به واسطه گسترش وسایل ارتباطی نوین و حضور افراد در فضای مجازی، از «مکان» جدا شده‌اند و فاصله فیزیکی بی‌معنی شده است. هویت فرد به طور ناخودآگاه در فضای گفتگومانی شبکه‌های اجتماعی بر ساخته می‌شود.» البته از دیدگاه بعضی از مصاحبه‌شوندگان، این به معنی بی‌تأثیر بودن رسانه‌های تک سویه در شکل‌دهی به هویت جوانان نیست.

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) بیان می‌کند: «افرادی که تحت تأثیر القانات برنامه‌های ماهواره هستند، در تعارض با ارزش‌های جامعه «خودی» قرار می‌گیرند و دچار دوگانگی در شخصیت می‌شوند.»

محل سکونت فرد نیز از زیرمقوله‌های اجتماعی بود که در سخنان مصاحبه‌شوندگان به آن پرداخته شد. اینکه فرد در شهری کوچک زندگی می‌کند یا در شهری بزرگ، در نوع ساختار هویت اجتماعی مؤثر است.

ر. م (فوق لیسانس رشته پژوهش علوم اجتماعی) در مورد تفاوت هویت اجتماعی جوانان در شهرهای کوچک می‌گوید: «در شهرهای کوچک‌تر، دختری که در کنار مادرش راه می‌رود، معمولاً مادرش محجبه است و دخترش چندان توجهی به پیدایی موهای سرش ندارد.» تقلید جوانان شهرهای کوچک‌تر از مد و سبک زندگی شهرهای بزرگ، این چنین در بیانات مصاحبه‌شوندگان آمده است:

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات): «جوانان شهرهای کم‌جمعیت ... به تقلید از جوانان طبقه بالای جامعه، تیپ ظاهری‌شان را شبیه آنها می‌سازند و در رفتار و کردارشان نیز ادای آنها را درمی‌آورند.»

«عامل اقتصادی» از مقوله‌های عمده‌ای است که در بیانات مصاحبه‌شوندگان، در تعیین ساختار هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل، بارها به آن اشاره شده است.

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) سبک زندگی جوانان طبقه پایین را با قاعده «جبران» توصیف می‌کند. از نظر او: «جوان چون موقعیت اقتصادی پایینی داشته است، برای اینکه

خودی نشان دهد تا تو می کند، خودزنی می کند یا عکسی از خود در کنار یک ماشین مدل بالا می گیرد و به نمایش می گذارد. به عبارتی، او به دنبال مهر تأیید و «خودنمایی» است.»

ا. س (فوق لیسانس رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی) نیز بیان می کند: «دلخواه جوان این است که دیده بشود. البته برخی هم هستند که به دلیل اینکه فرصت نشان دادن خود را ندارند و با مشکلات اقتصادی و محرومیت اجتماعی دست و پنجه نرم می کنند، اقدام به تظاهر می کنند...»

عامل «ویژگی های فردی و روانی جوانان»، مقوله عمده ای است که با زیرمقوله های «سن، ویژگی های خاص دوره جوانی و جنسیت» از تعریف مصاحبه شونده گان استخراج شد. تقلیدگرایی، تنوع طلبی، اثرپذیری از هم سالان، جلوه گری، مدگرایی، هیجان طلبی، استقلال طلبی و نو جویی از ویژگی هایی است که جوان را وامی دارد که به سوی تعریفی از خود برود تا این نیازهای روانی - عاطفی اش تأمین شود.

س. ع (دانشجوی دکتری رشته روان شناسی) می گوید: «جوان نیاز به «دیده شدن» دارد... جوان دوست دارد متفاوت از بزرگ سالان باشد. او می خواهد با تغییر در آرایش و تیپ ظاهری اش به اطرافیان بگوید که بزرگ شده است... دنیای او دنیای خاص و متمایزی است و مدام به دنبال تنوع طلبی و انجام کارهای بدیع و مد گرایانه است... آنها در فضای سایر انواع مدها را می بینند و تقلید می کنند... برخی از جوانان به دلیل پایین بودن عزت نفس، سریع با شخصیت های سینما و تلویزیون «هم ذات پنداری» خواهند داشت و با تقلید کورکورانه، خودشان را در چت روم ها با اسامی ناشناس به تصویر خواهند کشید.»

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات)، ویژگی دوره جوانی را عاملی برای نمایش از خود، بیان می کند: «جلوه گری و رفتارهای نمایشی خاص دوره نوجوانی و جوانی است. جوان عاشق مد است و دوست دارد اولین کسی باشد که در سبک زندگی اش (پوشش، لحن کلام و آرایش) آپدیت بودنش را به رخ دیگران می کشد.»

از اظهارات مصاحبه شونده گان چنین برمی آید که گرانش دختران به مدیریت بدن، بیش از پسران است.

س. ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) می گوید: «مدیریت بدن در بین دخترها بیشتر از پسران است. آنها با الگوگیری از مدهای تبلیغ شده در رسانه ها اقدام به جراحی صورت، بینی و...

می‌کنند، دائماً دغدغه تناسب اندام دارند و به اصطلاح گیدنز، از «بی‌اشتهایی عصبی» رنج می‌برند. آنها همواره دغدغه «باری شدن» دارند و تیپ ظاهری را به عنوان وجه تمایز و یکی از مؤلفه‌های قدرتمند شدنشان قلمداد می‌کنند.»

البته الگوهای دختران و پسران که از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند، متفاوت است. س.ع (دانشجوی دکتری در رشته روان‌شناسی) می‌گوید: «سرمشق دختران مدل‌های جدیدی است که خواننده‌ها و بازیگران سینما و تئاتر دارند، و الگوی پسران جوان، سلبریتی‌های داخل زمین فوتبال یا نقش بسته در پرده سینماست.» تفاوت سن افراد در تعریف از ساختار هویتی عامل دیگری است که مشارکت‌کنندگان به آن پرداختند.

س.ا (فوق لیسانس رشته فرهنگ و ارتباطات) می‌گوید: «دختری که در کنار مادرش راه می‌رود، معمولاً مادرش محجبه و دخترش چندان توجهی به پیدایی موهای سرش ندارد. حتی از دیدگاه [برخی از] دختران امروزی، مادران دهمده شده، آپدیت نیستند و درک مناسبی از جهان پیرامونی‌شان ندارند. آنها این نوع حرف‌ها را به پدر و مادرشان بدون ملاحظه احترام می‌زنند. اما همین پدر و مادر امروزی، وقتی در کنار پدر و مادرشان عکس می‌گرفتند، کاملاً مؤدبانه و با کمال فروتنی می‌ایستادند و حرمت و جایگاه او را نگه می‌داشتند.»

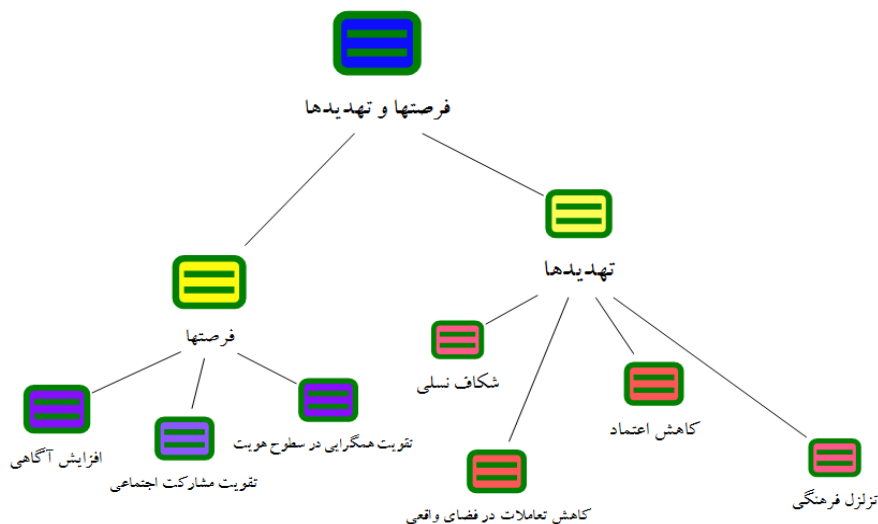
تحلیل سؤال سوم پژوهش: فرصت‌ها و تهدیدهای استفاده از فناوری‌های ارتباطی در تعیین ساختار هویت جوانان استان اردبیل کدام است؟

برای معرفی فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جوانان، تعداد ۴۰ معرف در کدگذاری باز شناسایی شد. در مرحله کدگذاری محوری، با در نظر گرفتن بستر و مضمون، هر کدام از معرف‌ها در ۹ مقوله فرعی و زیرمقوله طبقه‌بندی شدند. در مرحله کدگذاری گزینشی، مقوله‌های فرعی و زیرمقوله‌ها، با عنوان مقوله هسته‌ای «فرصت‌ها و تهدیدها» یک‌پارچه شدند (شکل شماره ۳).

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، فناوری‌های ارتباطی، به ویژه پیام‌رسان‌های اجتماعی نقش مهمی در جامعه‌پذیری جوانان دارند. آنها با ارزش‌ها و باورهای عام‌گرایانه، جهانی و دینی به راحتی در این بستر آشنا می‌شوند و با اشتراک‌گذاری آنها در فضای مجازی، به تدریج در خود درونی می‌سازند.

ل. ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) می گوید: «پیامد مثبت گسترش رسانه‌ها، شکل‌گیری هویت‌های عام‌گرایانه هست. به عبارتی، افراد جامعه با هویت جهانی، نگرش کلی و جمع‌تری نسبت به سرنوشت دیگران دارند...».

از دیدگاه برخی از مشارکت‌کنندگان، استفاده از فناوری‌های ارتباطی می‌تواند در تقویت اطلاعات و آگاهی کاربران مؤثر باشد. به زعم آنها، رسانه‌های ارتباطی در عصر اطلاعات، جوانان را که اکثر آنها دانش‌آموز و دانشجو هستند، به بزرگراه‌های اطلاعاتی رهنمون می‌سازند.



شکل ۳. کدگذاری مفهوم فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از مکس کیودا

ا. س (فوق لیسانس تربیت بدنی و علوم ورزشی) می گوید: «در دنیای امروز، استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنصری اجتناب‌ناپذیر بدل شده است. رسانه برتر رسانه‌ای است که توان انتقال دانش و نیازمندی‌های آموزشی کاربران را مهیا سازد.»

زیرمقوله دیگری که در مصاحبه با صاحب‌نظران، به عنوان پیامد مثبت فناوری‌های ارتباطی مطرح شد، «تقویت روحیه و اقدام برای مشارکت‌جویی و مشارکت‌گرایی اجتماعی» است.

ج ص (فوق لیسانس فرهنگ و ارتباطات) بیان می‌کند: «فناوری‌های ارتباطی فرصت تعامل و گفت‌وگو را فراهم کرده است... فناوری ارتباطی در کنار نقاط ضعفش، فرصت بسیج گروه‌ها برای کمک به سیل‌زدگان در سال ۱۳۹۸ و هم‌دردی با افراد آسیب‌دیده از کرونایی شدن جامعه را فراهم کرد. آنها با عنوان کمک مؤمنانه به یاری هم‌وطنانشان شتافتند.»

استفاده از فناوری‌های ارتباطی، به ویژه رسانه‌های چندسویه، در کنار جهانی‌سازی ارزش‌ها، به تقویت هم‌گرایی افراد محلی و بومی که دارای ارزش‌های سنتی و محلی هستند، کمک می‌کند. ج ص (فوق لیسانس فرهنگ و ارتباطات) می‌گوید: «در این زمان، مفهوم محلی‌گرایی در مقابل جهانی‌سازی مورد توجه است. شبکه‌های اجتماعی مثل گروه‌های تلگرامی که رسانه‌ای چندسویه است، به دلیل برتری ارزش‌های خانوادگی و محلی در جامعه‌ای که خصلت کمینشافتی (اجتماعی) دارند - مثل جامعه ایرانی - بستری را فراهم ساخته‌اند تا گروه‌های قومی و محلی با تبادل عکس و پیام مربوط به سنت‌های خود، در مقابل جهانی شدن مقاومت کنند.»

در کنار نقاط مثبت استفاده از فناوری ارتباطی، مصاحبه‌شوندگان به نقاط ضعف این ابزارهای ارتباطی نیز پرداختند. با تحلیل این گفتارها در مرحله کدگذاری باز، ۳۳ معرف شناسایی شد که با توجه به مضمون هر کدام از آنها، در مرحله کدگذاری گزینشی، ۴ مقوله (تزلزل فرهنگی، کاهش اعتماد، شکاف نسلی و کاهش تعاملات در فضای واقعی) کشف شد که حول مقوله اصلی «تهدید» گرد آمدند.

بحران هویت، گرایش به مصرف‌گرایی، از خودبیگانگی فرهنگی، فخرجویی و مقاومت در برابر ارزش‌ها و انگاره‌های دینی و ملی از القانات رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی نوین است که به عنوان عوامل تهدیدزا در بیانات مصاحبه‌شوندگان به آنها پرداخته شد، و در این پژوهش در قالب مقوله «تزلزل فرهنگی» نام‌گذاری شد.

ج ص (فوق لیسانس فرهنگ و ارتباطات) بیان می‌کند: «فناوری‌های ارتباطی، به ویژه رسانه‌های چندسویه و ماهواره، بنیان‌های فرهنگی جامعه خودی را از بین برده، نوعی خمودی و خودباختگی در جامعه به وجود می‌آورند که در فرد «دیگر برترینی» قوت می‌گیرد و موجب تضعیف هویت فرهنگی جامعه می‌شود.»

ل.ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) به مسئله بحران هویت پرداخته، می‌گوید: «رسانه باعث

دور شدن تدریجی جوانان از ارزش‌های دینی و ملی خود شده است. به عبارتی، فناوری‌های ارتباطی هویت جوان را واگرا ساخته‌اند؛ به طوری که در این فرایند، الگوبرداری از ارزش‌ها و هنجارهای مغایر با ارزش‌های دینی و ملی باعث بحران هویت می‌شود.»

س. ا (فوق لیسانس فرهنگ و ارتباطات) دوگانگی در شخصیت جوانان را از پیامدهای منفی استفاده از فناوری‌های ارتباطی، به ویژه ماهواره بیان می‌کند: «افرادی که تحت تأثیر و القانات برنامه‌های ماهواره هستند، در تعارض با القانات ارزش‌های جامعه «خودی» قرار می‌گیرند و دچار دوگانگی در شخصیت می‌شوند.»

ر. م (فوق لیسانس پژوهش علوم اجتماعی) می‌گوید: «دختران و پسران در جامعه ما به دلیل اثرپذیری از فناوری‌های ارتباطی، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی جوامع غربی را مبنا و ملاک قرار می‌دهند و ارزش‌های مصرف‌گرایانه و فخرجویانه، مبنای تعیین جایگاه و موقعیت اجتماعی واقع می‌شود.»

مقوله دیگری که از بیانات مصاحبه‌شوندگان به عنوان تهدید فناوری ارتباطی برای جوانان استخراج شد، مسئله «کاهش اعتماد» است.

س. ع (دانشجوی دکتری روان‌شناسی) به اظهارات یکی از مراجعانش اشاره می‌کند و می‌گوید: «دخترخانمی که با حضور در کلینیک، از عکس‌های خصوصی لو رفته در فضای مجازی توسط پسری باج‌خواه شکایت داشت، به این امر اذعان می‌کرد که چون توسط اطرافیانش، به ویژه پدر و برادرانش مورد توجه قرار نمی‌گرفت، در تلگرام دنبال شخصی بوده است که او را قبول کند؛ همین امر سبب باج‌خواهی پسر غریبه شده بود.»

شکاف بین نسلی و تمرّد فرزندان جوان از سنت‌ها و ارزش‌های پدر و مادر یکی دیگر از آثار مخرب رسانه‌ها در بیانات مصاحبه‌شوندگان بود که مدام تکرار می‌شد. این معرف‌ها حول مقوله «شکاف نسلی» قرار گرفت.

ل. ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) با پرداختن به خصلت واگرایی رسانه‌ها نسبت به ارزش‌های خودی که سبب افزایش تنش در مناسبات اجتماعی شده است، بیان می‌کند: «رسانه باعث دور شدن تدریجی جوانان از ارزش‌های دینی و ملی خود شده است. به عبارتی، تکنولوژی‌های ارتباطی هویت جوان را واگرا می‌سازند. در این فرایند، الگوبرداری از ارزش‌ها و

هنجارهای مغایر با ارزش‌های دینی و ملی، باعث شکاف بین نسلی می‌شود. نظام ارزشی جوان متفاوت با نظام ارزشی نسل‌های پیشین می‌شود و در نهایت، تنش‌های خانوادگی و گاه سیاسی و اجتماعی بروز می‌کند.»

ن. ر (فوق لیسانس علوم ارتباطات) ریشه تعارض ارزش‌های والدین با فرزندان را که در نهایت، منتج به شکاف بین نسلی می‌شود، در الگوبرداری از پیام‌ها و شخصیت‌های فضای مجازی بیان می‌کند: «تعارض ارزشی پدر و مادر با بچه‌ها زمانی به وجود می‌آید که بین آنها تفاهم و درک متقابل نباشد. این عدم درک، نتیجه عدم فهمی بزرگ‌ترها و فرزندان از جهان اجتماعی یکدیگر است. والدین بچه‌ها اگر دنیای مجازی را مثل دنیای واقعی بشناسند، در مقابل فعالیت فرزندان مقاومت نخواهند کرد و چون فرزندان مورد پذیرش قرار خواهند گرفت، مطمئناً جوان در شبکه‌های اجتماعی در یوزگی و گدایی محبت و احترام نمی‌کند و متقابلاً حرمت بزرگ‌تر را هم نگه می‌دارد.»

پیامد منفی دیگری که از اظهارات مشارکت‌کنندگان استخراج شد، مقوله «کاهش تعاملات در فضای واقعی» است. ابزارهای ارتباطی باعث کاهش تعاملات اجتماعی جوانان و سایر اعضای خانواده با همدیگر شده است؛ به طوری که سبک زندگی ایرانیان که متأثر از سفارش‌ها و تعالیم اسلامی مبنی بر رعایت صله ارحام است، تحت شعاع قرار گرفته است.

ل. ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) گسترش فردگرایی و کاهش احساس و عاطفه متقابل را در جامعه ایرانی، از معضلات استفاده از فناوری‌های ارتباطی دانسته، می‌گوید: «براساس آمار ارائه شده، ارتباطات بین فردی در خانواده‌های ایرانی حدود بیست دقیقه شده و کاملاً واضح است که عاطفه و محبت با ارتباط چهره به چهره میسر می‌شود. وقتی پدر و مادر با فرزندش ارتباط چند دقیقه‌ای در طول شبانه‌روز دارد، چگونه هم‌فهمی و همدلی مقدور خواهد شد؟ لذا وجه فردی هویت بر وجه اجتماعی و خانوادگی ترجیح داده شده، مسائل و مشکلات خانوادگی با مسائل و مشکلات فردی در ارتباط نخواهد بود. به عبارتی، فرد تعلق خاطری به هویت خانوادگی نخواهد داشت.»

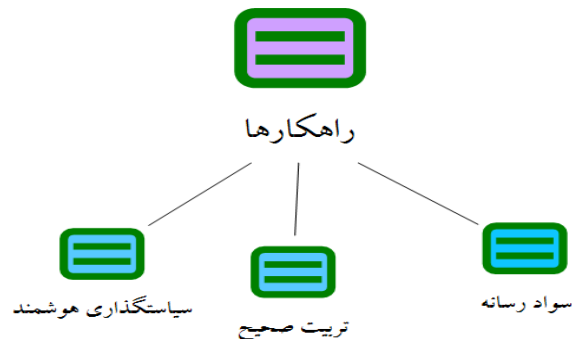
س. ع (دانشجوی دکترا در رشته روان‌شناسی) می‌گوید: «بارها در کلاس‌های آموزش خانواده و در صف نانوایی و... گله‌مندی از اینکه فرزندان شبانه‌روز در گوشی همراهشان غرق

هستند و از دنیای اطراف و مشکلات خانواده بی‌خبرند را گزارش می‌دهند. از زمانی که آموزش‌های مجازی به واسطه شیوع بیماری کرونا در کشور، جای آموزش‌های مدرسه‌ای را گرفته است، در حسرت شنیدن صدای بچه‌ها هستیم. آنها در اتاقشان یک‌سره غرق در گوشی همراهشون هستند.»

بررسی سؤال چهارم پژوهش: با در نظر گرفتن نقش فناوری‌های ارتباطی، سازوکار مناسب

برای همسازی ابعاد هویت اجتماعی جوانان استان اردبیل چیست؟

قرن ۲۱ که به واسطه بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی به «عصر ارتباطات و اطلاعات» معروف شده است، فناوری‌های نوین در واقع، حکم شمشیر دو لبه را دارند که هم اسباب تهدید ساختار هویت‌اند و هم باعث تعالی بخشی به آن می‌شوند. بنابراین، برای کاهش تبعات منفی فناوری‌های نوظهور ارتباطی در ساختار هویت اجتماعی جوانان، معرف‌های شناسایی شده در مرحله کدگذاری باز ۳۸ مورد بودند که در مرحله کدگذاری انتخابی به سه مقوله (سیاست‌گذاری هوشمند، تربیت صحیح و سواد رسانه) تقلیل یافتند و این سه مقوله با عنوان مقوله اصلی «راهکارها» یک‌پارچه شدند (شکل ۴).



شکل ۴. کدگذاری مفهوم راهکارها با استفاده از مکس کیودا

براساس تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده، یکی از مقوله‌هایی که در کاهش تبعات منفی فناوری‌های ارتباطی و افزایش همسازی ابعاد هویت اجتماعی جوانان استخراج شد، مقوله

«سیاست‌گذاری هوشمند» است. با توجه به معرف‌های این مقوله، منظور از سیاست‌گذاری هوشمند، برنامه‌ریزی و تدوین اصول عملی برای استفاده از ابزارهای ارتباطی نوین بر مبنای ارزش‌هایی است که جوان را قادر می‌سازد از طرفی، در شکل‌دهی به ساختار هویت اجتماعی خود، دو بعد برداشت واقعی و آرمانی از خود را به هم نزدیک سازد و از طرف دیگر، با درونی کردن ارزش‌های قومی و ملی (سطح خاص گرایانه هویت)، ارزش‌های جهانی و دینی (عام‌گرایانه) را نیز در نهاد خود ملکه کند.

سیاست‌گذاری‌هایی که مصاحبه‌شوندگان برای برون‌رفت از پیامدهای منفی استفاده از فناوری‌های ارتباطی بیان کردند، عبارت‌اند از: تقویت شبکه مجازی ملی، تنوع شبکه‌های صدا و سیما و پخش انواع متنوعی از برنامه‌ها برای جوانان و نیز معرفی چهره‌های علمی، هنری و ورزشی به عنوان گروه مرجع.

م. د (دانشجوی دکترای رشته جامعه‌شناسی) بیان می‌کند: «بسیاری از جوانان به دلیل برخی از سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و عدم تشخیص الگوهای محلی و ملی دچار نوعی ابهام در سطوح مختلف هویتی شده، ناگزیر می‌شوند با شخصیتی متزلزل و ناپایدار پرورش یابند.»

س. ع (دانشجوی دکترای روان‌شناسی) به نقش نهادهای رسمی و دولتی در تقویت شبکه‌های مجازی بومی پرداخته، می‌گوید: «نهادهای ذی‌ربط با توجه به ذائقه و نیازهای جوانان بایستی شبکه‌های اجتماعی را مدیریت کنند. آنها بایستی از تقویت شبکه مجازی ملی حمایت کنند و اعتبار لازم را برای رفع ضعف‌های شبکه‌های داخلی، مانند سروش، ایتا، بله و... تخصیص دهند.»

ح. ش (دانشجوی دکترای روان‌شناسی) بیان می‌کند: «رسانه ملی باید با برنامه‌ریزی در جهت تنوع شبکه و پخش انواع متنوعی از برنامه‌ها، جوانان و نوجوان را مخاطبان اصلی و پای ثابت خود سازند. معرفی چهره‌های علمی، هنری و ورزشی و مصاحبه با آنها و نیز تهیه فیلم از سرگذشت و زندگی آنها می‌تواند گروه مرجع جوانان قرار گیرد.»

ج. ص (فوق لیسانس فرهنگ و ارتباطات) در تشویق فعالان رسانه‌های اجتماعی می‌گوید: «تشویق و جذب جوانان فعالی که در رسانه‌های اجتماعی در جهت اشاعه فرهنگ دینی و انقلابی فعالیت می‌کنند و شناساندن آنها به دیگران از مواردی است که می‌تواند در جهت گسترش عناصر فرهنگ بومی و دینی راهگشا باشد. همچنین هر رسانه‌ای که تولید محتوا می‌کند، با در نظر گرفتن

گروه سنی، جنسیت و مسائل فرهنگی، حتماً مشارکت و تعامل با جوانان را مدنظر قرار دهد تا در کک متقابل از همدیگر داشته باشند.»

م. د (دانشجوی دکترا در رشته جامعه‌شناسی) می‌گوید: «برای نگهداشت سنت‌های بومی و محلی، نهادهای متوکی از جمله صدا و سیما باید فیلم‌هایی را با موضوع زندگی اقوام ایرانی تهیه کنند. همچنین افرادی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند، با تهیه کلیپ‌ها و تصاویری از تاریخ و سنن ایرانی، ارزش‌های ملی - دینی را به مخاطبان نشان دهند تا آنها تعلق خاطر به میهن و دینشان داشته باشند.»

راهکار دیگری که از ۱۵ معرف شناسایی شده برای تقویت همسازی هویت‌های اجتماعی جوانان کشف شد، مقوله «تربیت صحیح» است. توجه به نیازهای فرد در نهادهای تربیتی، از جمله در خانواده سبب می‌شود تعادل مناسبی بین خواسته‌ها و داشته‌های فرد در تعریف از خود ایجاد شود.

ر.م (فوق لیسانس پژوهش علوم اجتماعی) در اهمیت احترام به شخصیت جوانان در خانواده‌ها می‌گوید: «پدر و مادر توجه شوند که در تربیت فرزندانشان از دوره طفولیت، آنها را پیش دیگران تحویل بگیرند تا ارزشمندی در مقابل دیگران (دیگران مهم) در آنها تقویت شود و به عزت نفس برسند.»

ل. ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) می‌گوید: «ارتباط و تعامل مثبت با جوان و مورد پذیرش واقع شدن به ویژه در جمع و میهمانی‌ها، احساس عزت نفس و اعتماد را در او ارتقا خواهد داد. اما اگر به جوان احترام گذاشته نشود و در جمع مورد تمسخر و کنایه قرار گیرد، در او عقده حقارت شکل خواهد گرفت و ممکن است به گروه‌هایی بپیوندد که با هنجارهای دینی و خانوادگی اش سازگار نباشند.»

ن. ر (فوق لیسانس علوم ارتباطات) بیان می‌کند: «با آموزش به والدین، باید کاربست مناسبات اجتماعی و روابط با نوجوان و جوان را به آنها آموخت تا میزان ارتباط درون خانوادگی افزایش یافته، انسجام و همبستگی در اولین نهاد اجتماعی هویت‌ساز بهبود یابد.»

با عنایت به توسعه و گسترش فناوری‌های ارتباطی نوین و افزایش استفاده از ابزارهای رسانه‌ای تحت وب و شبکه‌های اجتماعی مجازی، داشتن سواد رسانه برای جهت‌دهی به تغییرات

هویتی جوانان، از دیگر مقوله‌های پیشنهادی است که برای تعدیل پیامدهای منفی استفاده از ابزارهای ارتباطی، در مصاحبه‌ها بیان شده است.

ر. م (فوق لیسانس پژوهش علوم اجتماعی) در مورد لزوم برخورداری از مهارت‌های لازم در استفاده مطلوب از رسانه‌ها می‌گوید: «مجموعه‌ای از صلاحیت‌ها، مانند: دانش، مهارت و نگرش نسبت به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مورد نیاز است تا جوان بتواند داوری و تفسیر درستی از رسانه‌ها و پیام‌های آنها داشته باشد و حتی آنها را قادر سازد تا هویت تاریخی - فرهنگی خودشان را به دیگران انتقال دهند و مصرف‌کننده محض تولیدات رسانه‌ها نباشند.»

م. د (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی) بیان می‌کند: «استفاده از فناوری برتر، نیازمند دانش برتر است و دانش برتر نیازمند کسانی است که خواهان دانش برتر باشند. پس باید دانش فناوری برتر در درس آموزشی قرار گیرد تا از طریق آموزش افراد مستعد و علاقه‌مند به این رشته، بستری مناسب برای نهادینه کردن آن در جامعه فراهم شود.»

س. ع (دانشجوی دکتری روان‌شناسی) در اهمیت داشتن سواد رسانه می‌گوید: «... به این فناوری نباید به عنوان وسیله ساختار شکنانه نگاه کرد؛ باید سواد رسانه‌ای جوان را در کتاب‌های درسی و در فیلم‌های آموزشی تلویزیون ارتقا داد تا خودشان بتوانند پیام‌ها را تحلیل و ارزیابی کنند.»

ل. ن (فوق لیسانس پژوهش اجتماعی) بیان می‌کند: «افزایش سهم فضای مجازی در سبب جوانان ایرانی، لزوم آموزش سواد رسانه‌ای را پررنگ‌تر کرده است. اما قبل از هر چیز، داشتن والدینی هوشمند مهم است که بتوانند رسانه‌ها را بشناسند و از کودکی، نحوه حضور فرزندشان را در شبکه‌های اجتماعی ریل‌گذاری و مدیریت کنند.»

ن. ر (فوق لیسانس علوم ارتباطات) عدم برخورداری از سواد رسانه را باتلاق‌زدگی تعبیر می‌کند و می‌گوید: «سواد رسانه‌ای از ملزومات شهروندان سایبری است. شهروندان فضای سایبر نباید مصرف‌کننده و تولیدکننده‌ای نابینا باشند که بدون شناخت رسانه در باتلاق جو‌زدگی خود و دیگران فرو روند؛ بلکه باید پیچیدگی‌ها و چالش‌های این فضا را درک کرده، اثرگذاری و اثرپذیری از رسانه‌ها را افزایش دهند.»

نتیجه گیری

با توجه به اهمیت مسئله هویت اجتماعی، تحقیقات متعددی درباره این موضوع صورت گرفته است. بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد در اغلب این پژوهش‌ها صرفاً به اولویت‌بندی سطوح هویت اجتماعی پرداخته شده، در حالی که پیدایش سطوح هویت اجتماعی برآیند نوع ساختار هویت اجتماعی است. بنابراین، این مطالعه با هدف شناسایی ابعاد و مقوله‌های ساختار هویت اجتماعی و عوامل و زمینه‌های شکل‌دهنده به این پدیده اجتماعی، با تأکید بر عامل مصرف رسانه‌ای با روش زمینه‌یابی انجام شد.

از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، برداشت از خود، متأثر از عوامل زمینه‌ای و اجتماعی است. از عوامل مهمی که در ساختار هویت اجتماعی جوانان نقش بارزی داشته، استفاده از فناوری‌های ارتباطی است. «گمنام بودن در فضای مجازی»، «امکان دیده شدن در بین مخاطبان بی‌شمار»، «سریع‌تر شدن به کمبودها» و... از ویژگی‌های رسانه در عصر حاضر است که برای جوانان، این امکان را فراهم می‌سازد تا به تعریف و نمایش هویتش بپردازد. آنها در این فضا آرزوها و آرمان‌های خود را در پروفایل‌ها و وبلاگ‌هایشان به تصویر می‌کشند و گاهی نیز از رسانه می‌خواهند آنها را به قهرمانانی مبدل سازد تا کمبودهایشان جبران شود.

از نظر خبرگان اجتماعی، جوانان انواعی از هویت را در جهان اجتماعی خود به نمایش می‌گذارند که به پیروی از روزنبرگ در این پژوهش، آنها به سه دسته «خود موجود، خود وانمودی و خود دلخواه یا آرمانی» تقسیم شدند. این مفاهیم عبارت‌اند از: «خود نمایشی»، «خود کاذب»، «خود ایده‌آل»، «خود تظاهری»، «خود آرمانی» و «خود واقعی». تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد این نوع برداشت‌های هویتی در قالب سطوح عام و خاص به نمایش گذاشته می‌شوند. عده‌ای از جوانان برای خود نمایشی تعهدشان را با به نمایش گذاشتن ارزش‌های جهان‌شمول در پروفایل‌های شخصی یا فوروارد کردن مطالب از کانال‌های پیام‌رسان نشان می‌دهند و برخی نیز با فعالیت در فضای مجازی، سنن و رسوم محلی‌شان را با اشاعه عکس‌ها و خاطرات نوستالوژی به تصویر می‌کشند. اما تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که استفاده از فناوری‌های ارتباطی باعث تقویت برداشت از خود در هر سه ساحت (موجود، وانمودی و دلخواه) می‌شود و مخاطبان و کاربران رسانه‌ها با تفسیری که از هویتشان دارند، یکی از سطوح هویتی (جهانی، دینی، ملی و محلی) را در معرفی خود در اولویت قرار می‌دهند.

تحلیل سؤال دوم پژوهش نشان داد که هویت اجتماعی پدیده‌ای است که در جریان جامعه‌پذیری اتفاق می‌افتد و تحت تأثیر عوامل جامعه‌شناختی است. فیشن بلاگرها و بیوتی بلاگرها را امروزه می‌توان لیدرهای هویت‌ساز نامید که با مهندسی ذهن مخاطبانشان شخصیت و هویت دلخواهشان را شکل می‌دهند. با تحلیل مصاحبه‌ها سه نوع مقوله عمده به عنوان عامل پیدایش هویت اجتماعی شناسایی شدند که عبارت‌اند از: مقوله اجتماعی، مقوله اقتصادی و مقوله فردی. برای مقوله اجتماعی نیز سه زیرمقوله استخراج شد که عبارت‌اند از: مقوله فرهنگی، مقوله خانوادگی و مقوله محل سکونت. همان‌طور که از نام‌گذاری مقوله‌های هسته‌ای و ریزمقوله‌ها پیداست، هویت اجتماعی پدیده‌ای بر ساختار شده اجتماعی است و جوانان با تحت تأثیر قرار گرفتن از عوامل جامعه‌شناختی، به تعریف از خود در فضای رسانه مبادرت می‌ورزند. یافته‌های این پژوهش با نظریه روزنبرگ، گافمن، کولی، کاستلز و نتیجه یافته‌های پژوهشی باقریان فر و همکاران (۱۳۹۷)، قربان میرک محله و خزایی (۱۳۹۲)، صبوری و همکاران (۱۳۹۲)، دیویس^۱ (۲۰۱۲) و تیلر (۲۰۱۲) مطابقت دارد.

با تحلیل سؤال سوم پژوهش، مشخص شد که به واسطه حاکمیت فناوری‌های ارتباطی در «دهکده جهانی»، افراد دوست دارند اتفاقات را هر لحظه رصد کنند یا در بازارهای جهانی حضور فعال داشته باشند یا آموزش‌های مجازی را در جهان «کرونازده» در بستر شبکه‌های اجتماعی دنبال کنند؛ که در این فرایند برخی پیامدها مثبت و برخی دیگر منفی گزارش شده است. در شرایط حاضر، در سطح جهانی و کلان، ما با پدیده‌ی رو به تزاید جهانی شدن و به تبع آن، هویت جهانی روبه‌رو هستیم و از طرفی نیز در قید و بند معیارها، ارزش‌ها و آیین دینی و ملی. لذا اغلب جوانان با مسئله بحران هویت روبه‌رو می‌شوند؛ به طوری که در برابر الگوها و انگاره‌های مذهبی، ملی و جهانی متفاوت عمل می‌کنند. بسیاری از جوانان به دلیل برخی سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و عدم تشخیص الگوهای محلی و ملی دچار نوعی ابهام در سطوح مختلف هویتی می‌شوند و ناگزیر با شخصیتی متزلزل و ناپایدار پرورش می‌یابند. بحران هویت سبب می‌شود جوان در ارزیابی کلی از خود، با سردرگمی توأم با یأس و ناامیدی مواجه شود؛ زیرا برای جوان معیاری مشخص به منظور شناخت از «خود اجتماعی» وجود ندارد. به عبارتی، او نمی‌داند در تعریف از خود، مرجع

1. Devis

ارجاعات ارزشی و هنجاری اش کدام است؟ آیا در سازماندهی شخصیت خود به گروه‌های مرجع قومی، ملی و مذهبی استناد خواهد کرد یا به افرادی که در خارج از مرزها هستند و تنها تصویر یا فیلمی از او می‌بیند؟

تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد پیامدهای مثبت استفاده از فناوری‌های ارتباطی که در تعریف هویت اجتماعی جوانان استخراج شد، عبارت‌اند از: ۱. تقویت مشارکت اجتماعی؛ ۲. افزایش آگاهی؛ ۳. تقویت هم‌گرایی در تمام سطوح هویتی. پیامدهای منفی استخراج شده عبارت‌اند از: ۱. تزلزل فرهنگی؛ ۲. کاهش اعتماد؛ ۳. شکاف نسلی؛ ۴. کاهش تعاملات در فضای واقعی.

سیاست‌گذاری هوشمند، تربیت صحیح و سواد رسانه‌مقوله‌هایی بودند که به عنوان راه‌های مقابله با پیامدهای منفی استفاده از فناوری‌های ارتباطی استخراج شد. از نظر مشارکت‌کنندگان، این مقوله‌های سه‌گانه می‌توانند ساختار هویت اجتماعی را انسجام بخشند و توجه هماهنگ به سطوح هویتی را میسر سازند.

فهرست منابع

۱. باقریان‌فر، مصطفی؛ سیادت، علی و لهرابی یعقوب (۱۳۹۷). تبیین مولفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان بر اساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان). **جامعه‌شناسی کاربردی**، دوره ۲۹، شماره ۴.
۲. جنکینز ریچارد (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**. ترجمه تورج یاراحمدی. چاپ اول، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
۳. چلبی، مسعود (۱۳۸۲). **جامعه‌شناسی نظم**. تهران: نشر نی.
۴. رابرتسون، یان (۱۳۷۳)، **درآمدی بر جامعه با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی**. ترجمه حسین بهروان، مشهد: نشر آستان قدس رضوی.
۵. رفیعی جیردهی علی و حبیب‌زاده خطبه‌سرا، رامین (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر هویت جمعی (محلی، ملی و جهانی) شهروندان گیلک. **نشریه منظر**، شماره ۲.
۶. ریتزر، جرج (۱۳۷۴). **مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن**. ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.
۷. شیانی، ملیحه و احدپور، خسرو (۱۳۹۶). رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی شهروندان رشت. **فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی**، سال ۱۷، شماره ۶.
۸. صبوری خسروشاهی، حبیب و آذرگون، نسرين (۱۳۹۲). فضای مجازی و هویت جهانی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). **مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی**، دوره ۴، شماره ۱۰.
۹. نیامیرک محله، قربان و خزایی کامیان، نرجس (۱۳۹۲). واکاوی تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در هویت و سبک زندگی جوانان. **کنگره پیشگامان پیشرفت**، دوره ۴.
۱۰. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴). **گفتگوهای با مانوئل کاستلز**. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
۱۱. کوئن، بروس (۱۳۷۴). **مبانی جامعه‌شناسی**. ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات سمت.
۱۲. گل محمدی، احمد (۱۳۸۰). **جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت**. چاپ سوم، تهران: نشر نی.

۱۳. لویز، خوزه و اسکات، جان (۱۳۸۴). ساخت نظریه اجتماعی. ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.

۱۴. محسنی، نیکچهره (۱۳۷۵). شکل‌گیری میهن و بیگانه. تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه تهران.

15. Devis, K. (2012). Tensioof identity in a networks era: young people's perspectives on the rike and rewards of online self-expression, **Journal new media and society**, 14(4).
16. Tyler, T. (2012). "Social networking and Globalization", **Mediterranean Journal of Social Sciences**, Vol. 4, No. 6, July 2013.