

فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر

دوره ۱۵، شماره ۱ - شماره پیاپی ۵۲، بهار ۱۴۰۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۳

صص: ۲۴-۱

برساخت اجتماعی ایده‌ال‌یسم توسعه‌ای غربی

کاوشی زمینه‌مند از فرآیندهای اجتماعی تکثر ارزش‌های غربی در میان جوانان شهر یزد

ندا جواهرچیان*^۱ سیدعلیرضا افشانی^۲ منصور حقیقتیان^۳

۱- دکترای جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی

۲- استاد گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد

۳- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان

چکیده

از مسائل مهمی که در بحث ورود رسانه و شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح است اثرات ورود ارزش‌های غربی به زندگی روزمره است. به همین علت پژوهش حاضر فرایندهای اجتماعی تکثر ارزش‌های غربی در میان جوانان شهر یزد را بررسی کرده است. در پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای انجام شد. برای انتخاب نمونه از طریق نمونه‌گیری نظری، ۲۲ نفر از جوانان فعال در فضای مجازی (میکرواینفلوئنسر) در شهر یزد انتخاب و مطالعه شدند. فرآیند نمونه‌گیری نظری تا اشباع داده‌ها ادامه یافت.

اطلاعات گردآوری شده با استفاده از کدگذاری باز، محوری و گزینشی مورد تحلیل قرار گرفتند و یافته‌ها در قالب خط داستان (شامل ۱۴ مقوله اصلی و یک مقوله هسته) و مدل پارادایمی ارائه شدند. نتایج پژوهش نشان‌دهنده این واقعیت است که ارزش‌های غربی ذائقه‌های جدیدی برای جوانان برساخت کرده‌اند. به گونه‌ای که تمایلات فرهنگی، اجتماعی و خانوادگی آنان تحت تأثیر قرار می‌گیرد. در چنین وضعیتی جهان ذهنی و عینی مشارکت‌کنندگان به طور مداوم درگیر بازاندیشی‌های فراگیر در ارزش‌های جدیدی می‌شود که دریافت کرده‌اند و مواجهه آنان با این ارزش‌ها استراتژی‌ها و پیامدهای متفاوتی همانند اپوخه غرب، مدپایی زیبایی‌شناختی، کولاژ دوستی‌های فراملیتی، محدودیت‌های اجرای مد، جاذبه و دافعه مهاجرت را برای آن‌ها به ارمغان آورده است.

کلمات کلیدی: تکثر ارزش‌های غربی، فضای مجازی، ایده‌آلیسم توسعه‌ای غربی، اینستاگرام، اپوخه غرب.

مقدمه

امروزه تحولی گسترده در عرصه ارتباطات و اطلاع‌رسانی در حال وقوع است که چشم‌انداز کاملاً متفاوتی از مفهوم و عملکرد تأثیر رسانه‌ها در برابر پژوهشگران قراردادده است. این تحول که بسیاری آن را تحولی انقلابی در عرصه ارتباطات و شروع چشم‌اندازی جدید در زندگی جوامع امروزی می‌خوانند، ظهور و توسعه حیرت‌آور رسانه‌های نوین در جهان امروز است که در طول زمانی کوتاه در سراسر جهان گسترش یافته و مهم‌ترین و آشکارترین محصول آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۹۲: ۸۲). همین موضوع در میان جوانان، ارزش‌های اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار داده و موجب تغییراتی در رفتار و گفتمان نسل جوان شده است که فرهنگ جدیدی را برای آنان به همراه آورده است، موجب تغییر و دگرگونی در فرهنگ و زمینه‌های پایبندی به ارزش‌ها، نهادها، سبک زندگی و نظایر آن گردیده است (چیت‌ساز و جعفر زاده پور، ۱۳۸۸: ۲۱۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی، در عصر حاضر نقش عمده و مهمی را در عرصه تغییر و تحولات اجتماعی بر عهده دارند و این وسایل منشأ بسیاری از تحولات معاصر، راهنما و کنترل‌کننده جریان‌ها و تحولات در جهان محسوب می‌شوند (رحمان زاده، ۱۳۸۹: ۴).

با ایجاد فرصت‌های ارتباطی وسیع (از طریق رسانه‌های مختلف به ویژه رسانه‌های دیجیتالی) بین فرهنگ‌ها، تعاملات وسیع اجتماعی و فرهنگی بین جوامع گوناگون با فرهنگ‌های متفاوت ایجاد شده است. این امر سبب شده است تا مردم جوامع مختلف از نوع زندگی اعضای جوامع دیگر اطلاعات پیدا کرده، از رفتار و اندیشه‌های آن‌ها ایده‌های جدید بگیرند و زندگی خود را با آن‌ها مقایسه کنند. همین مسئله موجب شده است که اعضای یک جامعه در مقابل خود الگوهای رفتاری متعددی مشاهده کنند و این امکان برای آن‌ها فراهم آمده تا از میان آن‌ها یکی و یا ترکیبی از چند نوع الگوی رفتاری را که در برخی از موارد متناقض نیز می‌نمایند، انتخاب کنند. به بیان جامعه‌شناسانه امروزه گروه‌های مختلف مردم می‌توانند شیوه زندگی خود را تا حدودی آن‌چنان که می‌خواهند انتخاب کنند. انتخاب سبک‌های مختلف زندگی و ارتباطات اجتماعی آن‌چنان که افراد و یا گروه‌ها می‌خواهند سبب شده است تا پدیده‌هایی که پیش‌تر مسئله اجتماعی نبوده‌اند، امروزه در برخی از فرهنگ‌ها به مسئله اجتماعی تبدیل شوند (خواجه نوری و دل‌آور، ۱۳۹۱: ۴۲).

به گفته مانوئل کاستلز، امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه هویت بخشیده، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه ایستار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۰). در این فضا دگرگونی عظیمی در حوزه‌های هویت و فرهنگ پدیدار شده یا در حال ظهور

است و فرهنگ غربی و ارزش‌های آن در حال گسترش به سراسر جهان و از جمله کشورمان و بسط هژمونی خود است.

می‌توان گفت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جهانی شدن را سرعت بخشید و جوانان را در معرض تغییرات عمده در ابعاد مختلف زندگیشان قرار داد. به گونه‌ای که می‌توان گفت جهانی شدن مفهومی است که اشاره به ذهنیتی دارد که تمایلی سیری ناپذیر به گسترش در ابعاد گوناگون داشته و در این راستا ابزارهای مختلفی خصوصاً فناوری را به خدمت می‌گیرد. بدین ترتیب جهانی شدن حاصل گرایش و اجبار روزافزون به آموزش، تجربه و به کارگیری نگرش پیوندی به حوزه‌های مختلف حیات انسانی تلقی نمود که در آن‌ها قابلیت تأثیرگذاری رخدادهای گوناگون حوزه‌های مختلف بر یکدیگر در سطح فراملی مشهود بوده و خصلت افزایش دارد. این قابلیت‌ها، جهانی شدن را به مثابه یک موضوع مورد توجه خاص و محوری قرار داده است. موضوع قابل تامل اینکه امروزه جهانی شدن همه ما را فرا گرفته است، نه تنها به عنوان یک فرایند بلکه به عنوان موضوعی برای گفتگو. متفکران عرصه اجتماعی بر این باورند که تغییرات نظام اجتماعی و دگرگونی‌های ارزشی، مانند حرکت سایه و آفتاب، در صورت دقت و تمرکز در یک زمان محدود، اصلاً محسوس نیستند. اما با گذشت زمانی نه چندان طولانی، مردم و مسئولین جامعه متوجه می‌شوند که کجا بوده‌اند و اکنون کجا هستند (رفیع‌پور، ۱۳۷۶: ۲۳۳).

فرآیند جهانی شدن یا به تعبیر دقیق‌تر؛ جهانی‌سازی، به تدریج ارزش‌های غربی را بر پیکره کشورهای جوامع سوم تزریق می‌کنند. در نتیجه به طور آهسته، امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی تغییرات شگرفی در شیوه زندگی افراد به خصوص جوانان و نوجوانان به وجود آورده‌اند. زیرا آن‌ها بیشترین کاربران این شبکه‌ها هستند و این شبکه‌ها در دسترس‌ترین و کم‌هزینه‌ترین تفریح را برای جوانان ایفا می‌کنند و چون در هر لحظه و شرایطی قابل دسترسی هستند تأثیرگذاری و نقش زیادی در عملکرد آنان ایفا می‌کنند. به گونه‌ای که شاید مدت زمانی که جوانان در این شبکه‌ها سپری می‌کنند از مدت زمان سپری کردن با اعضای خانواده و دوستانشان بیشتر باشد این فضا، فضایی برای تبادل آرا و افکار ایشان است. در جریان تعامل با فضای مجازی ارزش‌ها و باورها و هویتشان دستخوش تغییرات می‌شود. زیرا در این شبکه‌ها فرهنگ‌های مختلف، مخصوصاً فرهنگ غالب، که بیشتر فرهنگ غربی است را بدون هیچگونه نظارتی منتشر می‌کنند و نبودن هیچگونه سانسوری جذابیت این شبکه‌ها را برای جوانان افزایش داده است. آن‌ها به راحتی می‌توانند در این شبکه‌ها گردش کنند و همین دسترس‌پذیر بودن و گستردگی اطلاعات، طرز فکر و نگرش آن‌ها به مسائل مختلف را مورد بازاندیشی قرار می‌دهد. در نتیجه در مورد مسائل مختلف اجتماعی، فرهنگی، هنری اقتصادی و... به دیدگاه‌های متفاوتی دست می‌یابند. در نتیجه می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیرپذیری و تأثیرگذاری بالایی در تغییر نگرش‌ها، گرایش‌ها، عادات، منش، رفتارها و سبک زندگی مردم، به خصوص در جوامع

در حال گذاری مانند کشور ما دارند. حال با توجه به نفوذ و تاثیری که ابزارهای جهانی شدن همانند شبکه‌های مجازی در تغییرات ارزشی دارند این سوال مطرح است که عضویت و حضور فعال و تلاش برای جذب مخاطب در شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تاثیری بر نگاه افراد نسبت به ارزش‌های غربی دارد؟ پژوهش حاضر در همین مسیر سعی دارد با توجه به نفوذ و تاثیر این شبکه‌ها به سراغ کسانی برود که تاثیرگذاری/تاثیرپذیری بالایی بر/از این شبکه‌ها و تغییرات ارزشی و نگرشی افراد دارند. به بیان دیگر، این پژوهش به دنبال آن است که کنشگران فعالی که قدرت تاثیرگذاری بالایی در این میدان واقعیت اجتماعی دارند را شناسایی کند و به مطالعه آن‌ها پردازد. در این میان، سعی شد میکرواینفلوئنسر^۱های محلی در بستر شهر یزد انتخاب شوند. زیرا آن‌ها در بافت نسبتاً سنتی شهر یزد فعالیت‌های گسترده‌ای انجام می‌دهند و نه تنها ارزش‌ها و نگرش‌های خاصی را ترویج می‌دهند بلکه خود نیز از ارزش‌ها و نگرش‌های مخاطبان‌شان تاثیر می‌پذیرند. بر همین اساس پژوهش حاضر قصد داشته فرایندهای اجتماعی تکثر ارزش‌های غربی به واسطه شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان جوانان شهر یزد را بررسی و مطالعه کند تا به واسطه آن بتواند شناختی دقیق‌تر از تغییرات رفتاری و ارزشی آنان بدست بیاورد.

پیشینه پژوهش

در این پژوهش، پژوهش‌های پژوهش‌گرانی چون؛ محمدرضایی و همکاران (۱۳۹۵)، جنگ (۱۳۹۴)، سفیری و کلانی (۱۳۹۵)، طنازی و صبوری خسروشاهی (۱۳۹۳)، بختیاری و عزیزخانی (۱۳۹۲)، بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته‌اند. افسانه ادیسی (۱۳۸۶)، به تعیین میزان تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر هویت‌یابی ملی جوانان پرداخته است. به طور کلی می‌توان گفت این پژوهش‌ها حاکی از آن هستند که تکنولوژی‌های ارتباطی به عنوان کاتالیزور روند جهانی‌شدن را تسریع بخشیده‌اند و سبب ایجاد دگرگونی در ارزش‌های افراد و کسب ارزش‌های جدید در بخش وسیعی از افراد شده است. همچنین در این پژوهش مطالعات خارجی نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. پژوهش‌های نیکو^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، آوان و گونتلیت (۲۰۱۳)، نجفی و نیلوم (۲۰۰۶)، بوید و الیسون (۲۰۰۷) نشان می‌دهد جوانان با گسترش ارتباطات فرصت‌های زیادی را برای بیان و ابراز خود تعامل با دیگران و پرداختن به مهارت‌های جدید و کسب توانمندی‌های جدید پیدا می‌کنند. فضای مجازی فرصت‌هایی را فراهم میکند تا جوانان راه‌های جدید و بدیلی برای بیان ارزش‌های جدید خود پیدا کنند که این موجب می‌شود نقش مهمی در بازتولید فرهنگی و پیاده‌سازی آن داشته باشند.

^۱ Micro-influencer

^۲ Nikou

چارچوب مفهومی تحقیق

بحث اصلی این مقاله بر محور تاثیر ارتباطات بر تکثر ارزش‌های غربی و تفاوت‌های ایجاد شده در میان جوانان است که به طور متفاوت در برابر روندهای جهانی شدن قرار می‌گیرند. جهانی شدن به عنوان یک روند توسعه‌ای که تمام جهان و جنبه‌های زندگی اجتماعی را در بر می‌گیرد تعریف شده است (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۲: ۲). در دهه ۱۹۸۰، جهانی شدن به عنوان یک فرایند پیچیده از تغییرات که از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است، دیده شده است. بعضی از نظریه پردازان معتقدند که این روند منجر به تغییراتی خواهد شد که به آمریکایی شدن یا برابر شدن می‌انجامد (ریتزر، ۱۳۷۷)، در مقابل دیگران بر این باورند که جهانی شدن بیشتر روندهای محلی‌گرایی را در بر می‌گیرد. در حالی که هستند کسانی که از اصطلاح جهان محلی استفاده می‌کنند (رابرتسون، ۱۹۹۵). این مقاله این نظریات را بررسی خواهد کرد و در نهایت با توجه به این نظریات در خواهیم یافت که ک'دام یک از آن‌ها در منطقه مورد مطالعه اتفاق افتاده است. این روندها نشان می‌دهد که ما در مقابل موج‌های عظیم جهانی شدن در دنیای امروز قرار گرفته‌ایم که می‌تواند نتایج و عواقب متفاوتی در کل دنیا و در ایران داشته باشد. به طور کلی به خاطر جهانی شدن مردم در سراسر دنیا حتی اگر خودشان هم نخواهند، به یکدیگر متصل شده‌اند هرکسی به راحتی می‌تواند اطلاعات مورد نیاز خود را پیدا کند، کالاها و خدمات در سراسر دنیا به راحتی قابل دسترس هستند. مسافرت‌ها و ارتباطات جهانی بیشتر از هر زمان دیگری در حال اتفاق افتادن است. فناوری در تمام جنبه‌ها شرايطی را به وجود آورده است که می‌توان به راحتی آن را مشاهده کرد. ماهواره، تلویزیون، اینترنت، نامبر، فراتر از مرزهای فرهنگی در حال حرکت هستند. شرکت‌های بزرگ تفریحاتی در حال شکل دادن به عقاید، تصاویر و حتی رویاهای مردم عادی هستند که در نقاط مختلف دنیا زندگی می‌کنند. این فشرده شدن ارزش‌ها، عادات و به طور کلی فرهنگ باعث می‌شود که نظریه غرب ایده‌ال توسعه پیدا کند (رهبان، ۲۰۰۸) و باعث ایجاد سوالاتی مانند: نگاه جوانان به غرب چگونه است؟ ارزش‌های غربی در زندگی جوانان چه جایگاهی دارد، می‌شود. برای پاسخ می‌توان از تئوری وابستگی بال روکیچ و دیفلور، جامعه شبکه‌ای کاستلز و الگوی رمزگذاری و رمزگشایی استوارت هال و نظریه آنتونی گیدنز می‌توان برای تحلیل تکثر ارزشی استفاده نمود.

بال روکیچ و دیفلور استدلال می‌کنند که هرچه قدر وابستگی رسانه‌ای در ارتباط با یک پیام ویژه، بیشتر باشد، این احتمال که پیام، شناخت‌ها، احساسات و رفتارهای مخاطب را تغییر دهد، بیشتر است. افراد ممکن است برای دریافت اطلاعات خود به رسانه خاصی وابسته شوند و افرادی را که به رسانه خاصی وابستگی دارند به داشتن تصویرهای

مختلف از دنیا سوق پیدا می کنند. همچنین هر چه فردی بیشتر به رسانه خاصی وابسته باشد، احتمال اینکه پیامی در آن رسانه اثرهای مورد نظر را داشته باشد، بیشتر است (سورین و همکاران، ۱۳۸۲: ۴۱۷-۴۱۲).

کاستلز معتقد است تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه هویت بخشیده، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه ایستار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است. در اندیشه کاستلز از آنجا که فرهنگ‌ها بر فرایندهای ارتباطی و همه اشکال ارتباط بر مبنای تولید و مصرف نشانه‌ها استوارند، هیچ‌گونه جدایی بین واقعیت و نمایش نمادین وجود ندارد و ویژگی مهم جامعه شبکه‌ای نه القای واقعیت مجازی بلکه ایجاد مجاز واقعی است. این جامعه شبکه‌ای از منظر کاستلز، تمام دامنه‌های زندگی اجتماعی را در بر گرفته و در چنین جامعه‌ای، افراد همواره در حال ارتباط با یکدیگر هستند تا ساختار اجتماعی را بهبود بخشند (بشیر، ۱۳۹۱: ۳۸).

نظریه جامعه شبکه‌ای تأثیر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی را بر همه ابعاد زندگی نشان داده و مطرح می کند که چگونه شبکه‌های اجتماعی اینترنتی سبب تغییر سبک زندگی افراد می شود. حال تأثیر و نفوذ رسانه‌ها را به برداشت‌ها و تفاسیر مخاطب وابسته می دانست. در واقع برداشت‌ها از الگوی رفتارشناسی انگیزه واکنش فاصله می گیرد و به سمت یک چهارچوب تفسیری و استدلالی حرکت می کند که در آن تمامی تأثیرها به برداشت مخاطب از پیام‌های رسانه‌ای بستگی دارد. او برداشت پویاتری به دست می آورد؛ برداشتی از اینکه رسانه‌ها چگونه معنا خلق می کنند و مخاطبان چگونه از آن چه می بینند و می شنوند و می خوانند، به برداشت شخصی می رسند.

الگوی حال بر کشش متقابل میان مخاطب و پیام و همچنین چهارچوب اجتماعی که در آن چنین کنش متقابلی صورت می پذیرد، تأکید دارد. تأثیر فعالیت‌های حال این بود که نشان داد از محتوای رسانه‌ها می توان برداشت‌های مختلفی و حتی متضاد داشت. او نشان داد که چگونه زمینه‌های متفاوت اجتماعی و سپس زمینه و سابقه هر فرد می تواند به برداشت‌های فردی متفاوتی منتهی شود.

نظریه گلوله جادویی یا تزریق نیز بر تأثیر رسانه بر مخاطب اشاره دارد. این نظریه بر این اصل استوار است که رسانه، اثری مستقیم دارد و مخاطب در مقابل پیام آن خلع سلاح است؛ از این رو خواسته یا ناخواسته آن را می پذیرد و این پایان فراگرد ارتباط رسانه‌ای است. بر اساس این نظریه، مخاطب صرفاً به عنوان طرف پذیرنده در ارتباط محسوب می شود و نه به عنوان کنش گر فراگرد ارتباط (حسنی، ۱۳۸۵: ۷۰). بر اساس این نگرش پیام‌دهنده می تواند گلوله جادویی خود را به سوی بیننده یا شنونده شلیک کند. این نظریه پیش‌بینی می کند؛ پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آن‌ها قرار می گیرند، اثرهای قوی و کم و بیش یکسان دارد؛ برای رسانه در شکل‌دهی به

افکار و عقاید عمومی قدرت زیادی قائل بوده و معتقد است، وسایل ارتباط جمعی می‌تواند، نسلی تازه برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورد (سورین و همکاران، ۱۳۸۲: ۷۶۰).

روش تحقیق

در این مقاله از رویکرد تحقیق کیفی و روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه صورت جمع‌آوری شده است. مصاحبه یکی از ابزارهای مهم در جمع‌آوری داده‌ها در روش تحقیق کیفی است که به کمک آن می‌توان رفتارهای مردم را بررسی کرد. نمونه‌گیری مورد استفاده نمونه‌گیری هدفمند و نظری بوده است. در این شیوه محقق با افرادی تماس برقرار می‌کند که در زمینه موضوع مورد بررسی یا جنبه‌هایی از آن دارای اطلاعات و شناخت مناسب و نسبتاً کافی می‌باشند. این افراد را مطلعین یا دروازه‌بان می‌خوانند (هامرسلی و اتکینسون، ۱۹۹۷؛ اشتراوس و کوربین؛ ۱۹۹۸). در این شیوه نمونه‌گیری تعداد افراد مورد مصاحبه یا به عبارت دیگر حجم نمونه به اشباع نظری سوال‌های مورد بررسی بستگی دارد، جامعه هدف اینفلوئنسرهای بالای ده هزار دنبال‌کننده در شهر یزد هستند. سعی شده است نمونه‌ها هم دختران و هم پسران اینفلوئنسر را شامل شود. اطلاعات و خصوصیات اصلی نمونه‌های مورد بررسی قرار گرفته در جدول زیر آمده است:

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در تحقیق

نام مستعار	مدرک تحصیلی	وضعیت شغلی	سن
زهرا	دیپلم	دانشجو	۱۸
سجاد	لیسانس	عکاس	۱۹
محمد	لیسانس	عکاس	۱۹
رضا	دیپلم	عکاس	۲۰
یاسین	لیسانس	عکاس	۲۱
مریم	فوق دیپلم	کارمند	۲۱
ریحانه	فوق دیپلم	آرایشگر	۲۲
فاطمه	دیپلم	دانشجو	۲۲
علی	دیپلم	کارمند	۲۳
آرزو	لیسانس	آرایشگر	۲۳
زهرا	فوق دیپلم	دانشجو	۲۳
مسعود	لیسانس	کارمند	۲۳
زینب	دیپلم	خیاط	۲۴
مهدیه	لیسانس	دانشجو	۲۴
یحیی	دیپلم	بازاریاب شبکه‌ای	۲۵
نگار	لیسانس	دانشجو	۲۶

۲۶	دانشجو	لیسانس	مینا
۲۶	کارمند	کارشناسی ارشد	فرشته
۲۷	کارمند	کارشناسی ارشد	ندا
۲۸	کارمند	کارشناسی ارشد	نجمه
۲۸	املاکی/کارواش	فوق دیپلم	محسن
۲۹	کارمند	دیپلم	احمد

فرایند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق، تا رسیدن به اشباع نظری بر اساس نمونه‌گیری نظری^۱ ادامه یافت و در این مسیر، با ۲۲ نفر از مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌هایی انجام شد. سپس، مصاحبه‌های ضبط‌شده به متن تبدیل شد. شایان ذکر است که فرایند جمع‌آوری داده‌ها، همراه با تحلیل داده‌ها به پیش رفت. در فرآیند تحلیل داده‌ها، از تحلیل خط به خط^۲ برای کدگذاری باز^۳ استفاده شد و همراه با توسعه مفاهیم و مقوله‌ها، از کدگذاری محوری^۴ و گزینشی^۵ استفاده شد. در انتها نیز مدل پارادایمی ارائه شده است. قابلیت اعتماد یافته‌ها به وسیله‌ی روش‌های بررسی همکاران^۶؛ تأیید مشارکت‌کنندگان^۷؛ توصیف غنی^۸؛ تأیید شد. تأیید اتکاپذیری^۹ تحقیق نیز با رعایت اصول و نکات مصاحبه، ثبت رخدادهای کامل و پیاده‌سازی دقیق انجام گرفت. در این پژوهش تلاش گردیده تا فرآیند رفت و برگشتی پژوهش، رضایت آگاهانه و مشارکت داوطلبانه میکرواینفلوئنسر جلب شود و هویت آنان ناشناس بماند و به حریم خصوصی و حقوق آن‌ها احترام گذاشته شود و در یافته‌های تحقیق، رازداری و صداقت لحاظ گردد.

یافته‌های تحقیق

با بررسی دقیق متن مصاحبه‌های تحقیق، گزاره‌های اصلی، مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و درنهایت مقوله هسته، در فرایندی طولانی، دقیق و جزئی، مفهوم‌پردازی ارائه شده است. در نتیجه این فرایند، مقوله هسته از ۱۴ مقوله اصلی، ۲۹ مقوله فرعی و ۷۶ مفهوم برساخته شد. یافته‌های تحقیق در دو بخش خط داستان و مدل پارادایمی

^۱Theoretical Sampling

^۲Line-by-Line

^۳Open Coding

^۴Axial Coding

^۵Selective Coding

^۶Credibility or Trustworthiness

^۷Peer Review

^۸Member Checking

^۹External Audit

^{۱۰}Dependability

ارائه خواهد شد. به دلیل محدودیت‌های حجم مقاله، گزاره‌های پژوهش در جدول نیامده است اما در قالب خط داستان به برخی از گزاره‌ها اشاره می‌شود.

جدول ۲. فرآیند کدگذاری در پژوهش

مقولات اصلی	مقولات فرعی	مفاهیم
ایده الیسم توسعه‌ای غربی	خدمات اجتماعی در غرب	امکانات مناسب غرب
		فرصت‌های زندگی و کار
		خدمات بیمه‌ای مناسب
	سبک زندگی توسعه‌گرا	حقوق شهروندی مناسب
		آزادی توسعه‌گرا
		سبک زندگی آزادانه
		برابری جنسیتی در آموزش
	ثبات زندگی غربی	استقلال فرزندان
		جذابیت‌های کشورهای غربی
		ثبات اقتصادی و اجتماعی
		همسانی تحصیلی و شغلی
		پیش‌بینی پذیری زندگی اجتماعی
مونتاز رونوشت‌های غربی	رونوشت‌های سبک زندگی غربی	رونوشت‌های سبک زندگی غربی
		تگرش‌های مثبت به زندگی غربی
	همگرایی با الگوهای غربی	لزوم همگرایی با غرب
		موجعیت الگوهای ورزشی و هنری
	الگوگیری از سلبریتی‌های غربی	مرجعیت خوانندگان غربی
		پیگیری خواننده‌های غربی
		فالو کردن بازیگران غربی
		پیگیری بازیگران
	الگوگیری از متخصصین	پیگیری بازیکن‌های فوتبال
		پیگیری عکاسان معروف
	کلیشه‌های نابرابری جنسیتی	الگوگیری از شخصیت‌های متخصص
		الگوگیری از شخصیت‌های علمی
بستر جنسیت زده مجازی		
توجه‌های نابرابری جنسیتی	توجه‌های نابرابری برابر	
	توجه‌های جنسیتی	
توجه‌های نابرابری جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	غلبه کلیشه‌های جنسیتی
		توجه‌های جنسیتی
	توجه‌های جنسیتی	گشت عمیق خبری
		گشت سطحی خبری
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	پیگیری اخبار ایران
	توجه‌های جنسیتی	پیگیری اخبار جهانی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	پیگیری خبرهای خاص
	توجه‌های جنسیتی	عدم پیگیری خبر
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	کمرنگ شدن عواطف
		توجه‌های جنسیتی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
		توجه‌های جنسیتی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
		توجه‌های جنسیتی
توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی	توجه‌های جنسیتی
		توجه‌های جنسیتی

	برساخت اجتماعی مسئله سفر
	تبلیغ الگوهای فراغتی جدید
	برساخت اجتماعی محصولات فرهنگی
اپوخه غرب	اپوخه غرب
	عدم تجربه غرب
	عدم شناخت کافی از غرب
اپوخه غرب	لزوم واگرایی از غرب
	ترجیح غذای ایرانی
	ترجیح غذای ایرانی
مدپایی زیباشاخی	مدپایی مجازی
	مرجعیت پوشش مجازی
	مرجعیت آرایش مجازی
	مرجعیت اکسسوری ^۱ مجازی
مدپایی زیباشاخی	تکنولوژی‌های زیباسازی
	رشد نگرش‌های واقع‌بینانه
	پنجره اطلاعاتی از جهان
	گسترش دوستی‌های فراملیتی
کولاز ^۲ دوستی‌های فراملیتی	تسهیل ارتباط
	تسهیل دوستی‌های فراملیتی
	تسهیل دوستی‌های فراملیتی
محدودیت اجرای مد	محدودیت اجرای مد
	مدهای فرهنگی
دافعه مهاجرت	عوامل دافعه مقصد
	وابستگی‌های مهاجرت‌زدا
	سختی مهاجرت
	امید به بهبود وضعیت ایران
جاذبه‌های مهاجرت	گرایش‌های جهانی وطنی
	زندگی در دنیای کوچک
	گرایش به مهاجرت ایران
	علاقتمندی به مهاجرت‌های مذهبی
	گرایش به مهاجرت شغلی
	قصد مهاجرت
	عوامل دافعه جامعه ایران
	گرایش به مهاجرت
مقایسه‌های اجتماعی مهاجرت‌زا	

جدول مفهومی شماره یک فرایند کدگذاری پژوهش تا رسیدن به مقوله هسته را نشان می‌دهد. مفاهیم به دست آمده در فرایند کدگذاری از گزاره‌های بیان شده توسط شرکت کنندگان در مصاحبه استخراج شده است. سپس مقولات فرعی استخراج شدند. در مرحله اول با بررسی دقیق و جامع داده‌های برآمده از مصاحبه‌ها مفاهیم مرتبط استخراج شده و در طی مرحله کدگذاری محوری محورهای اصلی به همراه ابعاد برای مفاهیم استخراج شده در نظر گرفته می‌شود.

^۱ دلیل استفاده از این واژه به کار بردن آن به طور متعدد توسط پاسخگویان بوده است و منظور زیورآلات و وسایل جانبی پوشش زنانه می‌باشد.
(Accessory)

^۲ collage از ریشه^۳ coller به معنای چسباندن است. در اینجا منظور بهم پیوستگی و ارتباط برقرار کردن افراد از ملیت‌های مختلف با یکدیگر است.

^۳ هاست (به زبان انگلیسی Host) به معنی میزبان است. دلیل استفاده از این واژه به کار بردن آن به طور متعدد توسط پاسخگویان بوده است.

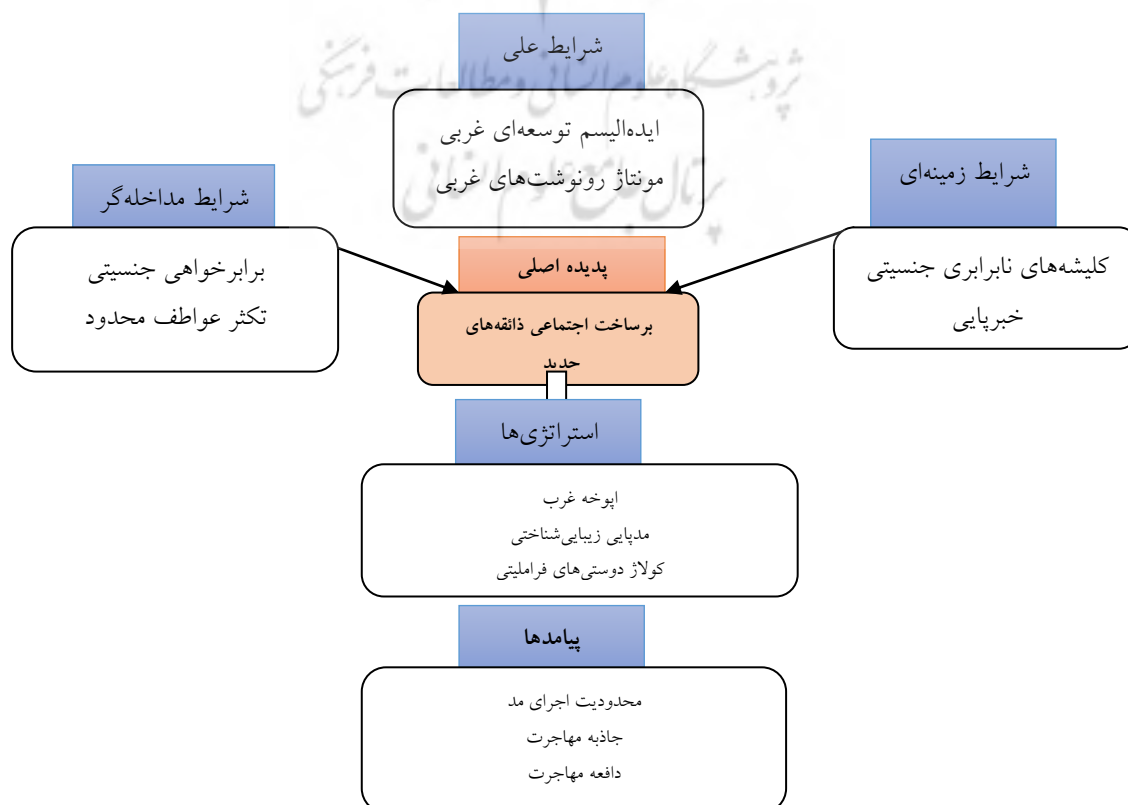
در مرحله پایانی نیز به تعیین مقوله‌های نهایی و مقوله اصلی در پدیده مورد نظر پرداخته خواهد شد. در مرحله کدگذاری باز تحلیل داده‌هایی که به منظور تکوین نظریه زمینه‌ای گردآوری می‌شوند با استفاده از رمزگذاری نظری انجام می‌گیرد. در این شیوه، ابتدا رمزهای مناسب به بخش‌های مختلف داده‌ها اختصاص می‌یابد. این رمزها در قالب «مفهوم» تعیین می‌شوند که آن را «رمزگذاری باز» می‌نامند؛ سپس پژوهشگر با اندیشیدن درباره ابعاد متفاوت این مقوله‌ها و یافتن پیوندهای میان آن‌ها به «رمزگذاری محوری» اقدام می‌کند.

در جریان این رمزگذاری‌ها، پژوهشگر با استفاده از «نمونه‌گیری نظری» و با توجه به مفاهیم پدیدار شده از دل داده‌ها، به گردآوری داده‌ها درباره افراد رخدادها و موقعیت‌های مختلفی می‌پردازد که تصویر غنی‌تری از مفاهیم و مقوله‌های حاصل، فراهم خواهند کرد. سرانجام با «رمزگذاری انتخابی» مقوله‌ها پالایش می‌شوند و با این فرایندها در نهایت، چارچوبی نظری پدیدار می‌شود (استراوس و کوربین، ۱۳۸۷: ۵۸).

مدل پارادایمی پژوهش

مدل پارادایمی تحقیق نشان‌دهنده‌ی فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه رخ داده است. مدل پارادایمی شامل قسمت‌های مختلفی است که عبارت‌اند از: شرایط علی، شرایط علی، زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها. همچنین پدیده مرکزی نیز در میانه‌ی مدل قرار گرفته است که فعالیت‌ها و جریان فرایندها حول آن شکل می‌گیرد. پویایی‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پدیده‌های مرکزی در پژوهش حاضر «برساخت اجتماعی ذائقه‌های جدید» بوده است.

نمودار شماره ۱. مدل پارادایمی پژوهش



یکی از شرایط علی در اینجا، ایده‌ال‌یسم توسعه‌ای غربی است که از مقولات خدمات اجتماعی در غرب، سبک زندگی توسعه‌گرا و ثبات زندگی غربی تشکیل شده است. این مقوله در واقع به ارزش‌های بنیادین در جامعه غربی اشاره دارد که به‌طور مداوم در شبکه‌های اجتماعی مجازی تبلیغ و بازنمایی می‌شود. جوانان در فضای مجازی با دنیایی از اطلاعات مواجه می‌شوند و دانش‌های مختلفی در مورد اطلاعات مختلفی من جمله غرب و شیوه زندگی در غرب کسب می‌کنند. همین اطلاعات طرز تفکر آنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. علی در این باره می‌گوید:

« به نظر من مردم در غرب در بهترین شرایط زندگی میکنند هرچیزی که برای یک زندگی خوب نیاز مردم در غرب دارند».

یحیی به استقلال فرزندان که به فاکتوری از سبک زندگی توسعه‌گرا است اشاره می‌کند:

«اینکه می‌ذارن بچه‌ها از ۱۸ سالگی مستقل بشن خودشون زندگی کنن خیلی به نظرم مثبته هم بچه‌ها بهتر میتونن زندگی کنن هم خود والدین راحت‌ترن اما تو ایران تا عمر داری نگاهشون به تو مثل یک بچه اس».

گفته‌های جوانان نشان می‌دهد فاکتورهای مثبت زندگی غربی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی دیده می‌شود بیش از فاکتورهای منفی آن‌ها را جذب کرده است. حقوق شهروندی مناسب، خدمات بیمه‌ای مناسب، فرصت‌های زندگی و کار از جمله فاکتورهایی است که توجه جوانان را برای زندگی در غرب جلب کرده است. مقوله دیگر مونتاژ رونوشت‌های غربی است. این مقوله از ترکیب مقولات فرعی شامل رونوشت‌های سبک زندگی غربی، همگرایی با الگوهای غربی، الگوگیری از سلبیتهای غربی، الگوگیری از متخصصین غربی است. مریم در مورد رونوشت‌های سبک زندگی غربی می‌گوید:

«من خیلی از افراد رو که خارج زندگی می‌کنند فالو کردم و پیگیرم شیوه زندگی‌شون رو ببینم و اطلاعات کسب کنم».

همنشینی جوانان با تکنولوژی‌هایی مانند موبایل باعث می‌شود وقت زیادی را در این شبکه‌ها سپری کنند و این موضوع باعث می‌شود از افراد مختلف و شیوه زندگی آنان الگو برداری کنند. این الگوگیری می‌تواند از افراد متخصص و علمی باشد یا از سلبیتهای غربی. اگر الگوگیری از افراد متخصص باشد باعث ترویج علم‌گرایی و استفاده مثبت از امکانات در بین جوانان می‌شود. در این دوره ما بدون آنکه متوجه باشیم در حال عبور از دنیای انزوای فرهنگی به دنیایی هستیم که در آن روابط میان فرهنگی حاکم است و از دورانی که مشخصه آن استقلال فرهنگی جزیره‌ای بود، به دوران تعمیم روابط متقابل و ارتباطات قدم می‌گذاریم (لوکلر، ۱۳۸۲). در واقع، ارتباط با غرب و الگوگیری از آن‌ها به امری رایج بدل گشته است؛ زیرا امروزه جهانی شدن اتفاق افتاده که همین جهانی

شدن را نیز می‌توان در برگیرنده فرایندها و عواملی دانست که هرگونه محدودیت فرهنگی زندگی اجتماعی را تعدیل می‌کند و از میان بر می‌دارد. در حقیقت امروزه، گسترش وسایل ارتباط جمعی به مردم کشورهای مختلف، بیش از هر زمان دیگر، فرصت آشنایی و شناخت ویژگی‌های فرهنگی جوامع دیگر را می‌دهد و این امکان فراهم شده است تا فرهنگ‌ها، آداب و رسوم مختلف از مرزهای محدود ملی رها شوند و بدین ترتیب ارزش‌های مشترک جهانی در حال شکل‌گیری است (امیری، ۱۳۷۹: ۶۴).

مقوله دیگر که از عوامل زمینه‌ای در شکل‌گیری پدیده اصلی است مقوله کلیشه‌های نابرابری جنسیتی است که از مقولات فرعی کلیشه‌های نابرابری جنسیتی و ترجیح جنسیتی تشکیل شده است. فضای مجازی با اینکه فضای آزادی برای ارتباط ایجاد می‌کند اما همچنان درگیر کلیشه‌های جنسیتی است زیرا متشکل از همان افرادی است که در فضای واقعی درگیر جنسیت افراد هستند و جنسیت افراد را مبنای تفاوت گذاشتن بین افراد می‌کنند.
نجمه در این باره می‌گوید:

«در شبکه‌های مجازی هم مردان بالاتر هستند زن که باشی یا میان برات کامنت مسخره میدارن یا میان دایرکت، تو این فضا هم خصوصی افراد حفظ نمیشه اگر زن باشن».

بازنمایی زنان در رسانه‌های جمعی با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جامعه سازگاری دارند. مردان به صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند. در مقابل، زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم‌اهمیت‌اند. در واقع، رسانه‌ها با نشان دادن مردان و زنان به این صورت، بر ماهیت نقش جنسی و عدم برابری جنسی صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی، رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده می‌گیرند (گافمن، ۱۹۹۷؛ اکسی، ۲۰۰۴). اعتقاد عموم بر این است که رسانه‌ها قالب‌های نقش‌های جنسیتی را تقویت می‌کنند، زیرا منعکس‌کننده ارزش‌های اجتماعی حاکم هستند و همچنین به سبب آنکه مردان تولیدکننده برنامه‌ها، تحت تأثیر این قالب‌ها قرار دارند (استریناتی، ۱۳۸۸: ۲۴۳).

در مقابل محمد معتقد است در شبکه‌های مجازی جنسیت مبنای تفاوت است اما به نفع زنان:

«در فضای مجازی زنان بالاتر هستند چون دخترا وقتی پست میدارن حتی یک عکس مسخره خیلی بیشتر دیده میشه اما یک هنرمند مرد که خیلی هم تلاش میکنه دیده نمیشه»

فمنیست‌ها از این مسئله به عنوان فنای نمادین زنان در رسانه نام می‌برند.

یعنی زن را در نقشهای جدید به نمایش میگذارد. در عین حال، در این شکل از بازنمایی نیز همچنان با ارائه تصویر زن به گونه ای مواجهیم که بازتولید فرهنگی در فضای نمادین را به دنبال دارد. عدم توجه تولید فرهنگی و بازتولید رسانه‌ای به زنان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز محسوب شدن زنان و منافع آنها اشاره می‌کند (سهراب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۳). فناسازی نمادین زنان به این معنی است که زندگی و منافع آنها به نحو شایسته‌ای در رسانه‌های جمعی منعکس نمی‌شود. از نظر فمینیست‌ها، تصویر فرهنگی زنان در رسانه‌های جمعی در راستای حمایت و تداوم تقسیم کار جنسیتی و تقویت مفاهیم پذیرفته شده دربارهٔ زنانگی و مردانگی به کار می‌رود (استریناتی، ۱۳۸۸: ۴۶-۲۴۲).

مقوله زمینه‌ای دیگری که به پدیده اصلی منجر شده است، خبریابی است که از مقولات فرعی گشت عمیق خبری و پیگیری سطحی خبری تشکیل شده است. رسانه‌ها، پیچیده ترین ابزار برای القای اندیشه‌ها و کارآمدترین تسلیحات برای تسخیر آرام جوامع هستند. در چند دهه اخیر با توجه به سرعت سرسام آور رشد فن آوری‌های ارتباطاتی، هر روز بر پیچیدگی و کارآمدی این ابزارها افزوده شده است. همین موضوع باعث ایجاد و شکل‌گیری نگاه جدیدی به پدیده‌های اجتماعی می‌شود. به خصوص اینکه دسترسی افراد به خبرها بسیار راحت‌تر شده است و به راحتی می‌توان خبرها را پیگیری و رصد کرد.

رضا در این باره می‌گوید:

«نسبت به قبل خیلی خبر می‌خونم چون قبلاً جایی نبود که بخوام خبر رو دنبال

کنم غیر تلویزیون اما الان خیلی گسترده شده و میشه به راحتی دنبال کرد».

از عوامل مداخله‌گر در شکل‌گیری پدیده اصلی میتوان به مقوله برابرخواهی جنسیتی و تکرر عواطف محدود اشاره کرد.

برابرخواهی جنسیتی از مقولات فرعی ترجیح برابری جنسیتی و ترجیح شایسته سالاری تشکیل شده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث ایجاد نگاه جدیدی شدند، زیرا دنیای جدیدی با اطلاعات و دانشی متفاوت را برای افراد فراهم کردند که مواجه شدن و استفاده کردن از آن باعث تغییر نوع نگاه به مسائل مختلف شد. شبکه‌های اجتماعی مجازی وسیله ارتباط جمعی قدرتمندی‌اند که قادر به شکل‌دهی، جهت‌بخشی و تثبیت مبانی فکری شهروندان هستند. رسانه‌ها به عنوان جزئی از فرهنگ غیرمادی جوامع انسانی که نقش تعیین‌کننده‌ای در ساختن و پرداختن افکار عمومی بر عهده دارند، البته باید گفت تنها آنگاه که زمینه پذیرش ذهنی در مخاطبان داشته باشند، قادر به تأثیرگذاری هستند و گرنه اثر آنها موقتی و گذراست (عطارزاده، ۱۳۸۸: ۴۲). مینا در این باره معتقد است:

«این شبکه‌ها باعث شده نگرش خانم‌ها عوض بشه بریم سمت این که بگیم باید

برابر باشیم و اگر نیستیم باید باشیم و توانایی‌های خودمون رو بیشتر بشناسیم».

در تحولات ناشی از توسعه و افزایش روند شهرنشینی و نیاز به نیروی کار بیشتر در فرایند مطالبات گسترش سرمایه‌داری، حضور زنان در عرصه عمومی بیشتر شد و انتظارات ایشان در رسانه‌ها انعکاس یافت، اما به دلیل توجه به زنان به مثابه ابزار تولید و غفلت از بعد ابزارساز آنان، زمینه طرح و بالندگی دیدگاه‌های متمرکز بر بزرگ‌نمایی تفاوت‌های ساختاری و بیولوژیک زن و مرد تا سر حد تقابل جنسیتی فراهم شد. بدین صورت به منظور پاسداشت جایگاه، شأن زن و ترسیم هویت مستقل برای او، مفهوم غیریت در رسانه‌ها مورد تأکید قرار گرفت تا کنش اجتماعی زنان فعال و پویا جلوه‌گر شود (عطارزاده، ۱۳۸۸: ۴۴).

رسانه‌ها با طرح این واقعیت که زنان به عنوان بخشی از جامعه انسانی، از قدرت تأثیرگذاری در عرصه تصمیم‌سازی برخوردارند می‌توانند در خارج ساختن آنان از پستوی ذهنی تفرد و اقتدارگرایی نقش مؤثری ایفا کنند. در این کارکرد، راه حل مشکلات حقوقی زنان نه دامن زدن به سرایت الگوهای دو سطح جامعه و خانواده به یکدیگر، بلکه تفکیک این حیطه‌هاست.

شایسته‌سالاری و عدم توجه به جنسیت از مقولاتی است جوانان به آن اشاره کرده بودند. می‌توان گفت رسانه‌ها در ایفای نقش مورد انتظار برای حفظ و پاسداشت حقوق زن در عرصه عمومی باید به این مهم توجه داشته باشند که هویت جنسی هنگامی که بخواهد جایگزین هویت مدنی شود، مشکلاتی را برای مدنیت به بار خواهد آورد. اما اگر این هویت جنسی در حد خانواده و زندگی خصوصی باقی بماند، جنبه کارکردی پیدا می‌کند. بر همین اساس در هندسه دولت، جامعه مدنی و خانواده، باید هویت جنسی را به سطح خانواده محدود کرد تا زن در حیطه عرصه عمومی به عنوان انسان با همه حقوق و مسئولیت‌های خود ظاهر شود. قوت گرفتن انواع روابط انسانی مثل همکاری، هم‌کلاسی و مانند آن‌ها به طور طبیعی هویت جنسی را به کنج خانه‌ها و زندگی خصوصی می‌راند. افراد می‌توانند در آن واحد حیثیت‌های گوناگونی را یدک بکشند و در هر موقعیت یکی از آن‌ها را در ذهن داشته و به صحنه آورند. رسانه‌ها با تبیین این حیثیت‌های گوناگون و تلاش جهت نفی نگاه تک‌حیثیتی به زن (خلاصه کردن وی در هویت جنسی) بیش از انگاره‌های جنسیت‌محوری چون فمینیسم می‌توانند در رفع موانع بالندگی زنان در عرصه‌های مختلف سپهر عمومی از جمله آموزش، کار، سیاست و ... مؤثر واقع شوند (عطارزاده، ۱۳۸۸: ۵۴ - ۵۵).

مقوله تکرر عواطف محدود به گسترش روابط کمرنگ در فضای واقعی اشاره می‌کند. شبکه اجتماعی مجازی باعث افزایش سرعت ارتباطات شد که موجب افزایش تعاملات و روابط بین انسان‌ها شده است. به موازات پیشرفت فناوری و ارتباطات امکان تعامل و ارتباط انسان‌ها در این فضاهاى جدید میسر شده است. با اینکه ارتباطات افراد افزایش یافته

اما از عمق روابط و صمیمیت و خیرخواهی افراد نسبت به هم کاسته شده است. گستردگی روابط و تعاملات در این فضا، چه از نظر کمی و چه از نظر کیفی موجب به وجود آمدن ضوابط و هنجارهای خاصی شده که به نظر می‌رسد با قوانین عامه قدری متفاوت باشد؛ و این بدین سبب است که رفتارهای ما در فضای مجازی نسبت به رفتار ما به عنوان یک شهروند متفاوت است. به این خاطر که گستردگی این فضا امکان ارتباط برقرار کردن با تعداد افراد زیادی در یک لحظه را امکان‌پذیر می‌کند و همچنین بدون مرز بودن و سیال بودن فضای مجازی از ویژگی‌هایی است که می‌تواند منجر به شکل‌گیری رفتارهای متفاوتی نسبت به محیط بیرون شود (نامی و همکاران ۱۳۹۶: ۵۵).

سجاد می‌گوید:

«به خاطر این شبکه‌ها دیگه کسی خیلی ارتباطی با فامیلش نداره اما در عوض می‌تونی با افراد مختلف در کشورهای دیگه ارتباط برقرار کنی».

تمامی این شرایط (شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) ذکر شده، باعث برساخت اجتماعی ذائقه‌های جدید در بین جوانان می‌شود که پدیده مرکزی پژوهش است. کشف ذائقه‌های جدید غذایی و شکل‌گیری ذائقه‌های فرهنگی به دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان رخ می‌دهد. می‌توان گفت رسانه‌ها بخش زیادی از زندگی را در بر گرفته‌اند. به نوعی که ترکیب رسانه با زندگی روزمره و امر روزمره با امر رسانه‌ای در حال تبدیل شدن به طبیعت زندگی امروزی است.

احمد در این باره می‌گوید:

«من نمی‌دونستم بالیوود چیه هالیوود چیه حالا خودم پیچ دارم فیلم‌های خارجی رو معرفی می‌کنم شبکه‌ها اطلاعات افراد رو نسبت به جهان خیلی بیشتر می‌کنن و خیلی چیزهای جدید جایگزین علایق قدیمی میشه».

ادغام فزاینده امر روزمره با امر رسانه‌ای بیش از هر چیز ناشی از گسترش و نفوذ وسیع رسانه‌ها در جهان اجتماعی و ساحت زندگی روزمره هست که موجب پیچیده‌تر و چند بعدی شدن زندگی روزمره و فرهنگ شده است. از این رو پرابلماتیک شدن زندگی روزمره و به تبع آن نیز فرهنگ، علاوه بر تغییرات اقتصادی و فرهنگی در سطح جهانی با تأکید فزاینده‌ای متأثر از تغییرات در رسانه و فناوری‌های ارتباطی است. رواج روزافزون رسانه‌ها و صنایع فرهنگی که به سرعت ایجاد شکل‌های نوین هویت فرهنگی و اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازند و تغییر و تحول اساسی در الگوهای مصرف و فراغت را به وجود آورده است، از مهم‌ترین مواردی است که می‌تواند منجر به شکل‌گیری الگوهای جدید زندگی و تفکر شود (مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵: ۱۰۴).

جوانان در مقابل شکل‌گیری ذائقه‌های جدید استراتژی‌های متفاوتی به کار می‌برند. یکی از استراتژی‌هایی که در مواجهه با این پدیده دنبال می‌کنند اپوخه کردن فرهنگ غرب است. جوانان تلاش می‌کند که باورها، تعصبات و تمایلات خود نسبت به فرهنگ و ارزش‌های غربی را به اصطلاح در پرانتز قرار دهند و نادیده بگیرند. زهرا در این باره می‌گوید:

«فکرش نمی‌کنم که اونا چطوری زندگی می‌کنن وقتی قرار نیست چیزی تو

زندگی من تغییر کنه الکی چرا بهش فکر کنم؟!».

جوانان نگرش خود را پیش از سنجش دقیق و مشاهده تجربه دیگران تعلیق می‌کنند. خلاصه مرحله تعلیق این است که انسان فقط با چیزهایی که برای او ظهور می‌کنند سروکار دارد و اگر خود را به طور بیهوده مشغول این بحث کند که آیا در پشت چیزی که ظهور کرده است، جوهری ضمنی وجود دارد یا خیر و در پی اثبات یا رد آن برآید، عملاً نتیجه‌ای برایش در بر نخواهد داشت. با اپوخه کردن غرب و توجه نکردن به نشان می‌دهند که ذائقه‌های آن‌ها یا تغییری نکرده است یا اگر تغییری کرده است ربطی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و رسانه نداشته است.

استراتژی دیگری که در مقابل پدیده اصلی به کار می‌برند مدپایی زیبایی‌شناختی است. مدپایی زیباشناختی از مقولات مدپایی مجازی و تکنولوژی‌های زیباسازی تشکیل شده است. جوانان با استفاده از شبکه‌های مجازی اطلاعات بیشتری در مورد مد پیدا می‌کنند.

مسعود در مورد توجه به مد می‌گوید:

«در مورد لباسم، رنگ‌هایی که باهم همخوانی داره رو در این شبکه‌ها پیدا

می‌کنم و سعی می‌کنم لباسم رو اینطوری ست کنم».

اشاعه تکنولوژی اطلاعاتی مدرن در تمام جوامع جهانی، بدون شک بر شیوه زندگی روزمره مردم دنیا تأثیرگذار بوده و الگوهای رفتاری جوانان ایرانی نیز متأثر از اشاعه سریع فرهنگ مدرن سایر ملل و جوامع غربی است. فرهنگ‌پذیری صرفاً در محیط‌های فیزیکی و محسوس اطراف ما نیست، بلکه به موازات آن افراد از محیط فرهنگ مجازی نیز بهره‌مند و با آن همانند می‌شوند. ورود عناصر فرهنگ جدید به واسطه جذابیت فضای مجازی اینترنت و تجربه و حضور مستمر قشر دانشجو در آن محیط با نیازها و انگیزه‌های مختلف (علمی، آموزشی، سرگرمی و خبری) منجر به بازتولید سلیقه‌های مجازی شده است (فرخ‌نیا و لطفی، ۱۳۹۰: ۹۲). این شبکه‌ها، روش‌ها و تکنولوژی‌های جدیدی برای زیبایی به جوانان معرفی کرده است که شناخت این روش‌ها تا حدی گرایش افراد به زیباسازی خود را مورد تغییر قرار داده است. به طور مثال آرزو می‌گوید:

«این شبکه‌ها باعث شدن با یکسری کارای جدید مثل میکروویگمیتیشن^۱ و میکروبلیدینگ^۲ آشنا بشم که خب خیلی کار زیبایی رو برای زنان راحت‌تر کرده و درآمدزایی خوبی هم برای یک عده‌ای هست.»

استراتژی دیگر مقوله کولاژ دوستی‌های فراملیتی است که از مقولات فرعی پنجره اطلاعاتی از جهان، تسهیل دوستی‌های فراملیتی تشکیل شده است. برخی صاحب‌نظران معتقدند که ارتباطات مجازی تدریجاً به تقویت پیوندهای اجتماعی منجر می‌گردد.

محسن در این باره می‌گوید:

«دوستانی دارم از کانادا آمریکا و آلمان که اگر این شبکه‌ها نبود اصلاً نمی‌تونستم باهاشون آشنا بشم.»

مطابق نظریه ولمن (۱۹۷۹) تعاملات اینترنتی موجب درهم تنیدگی دو فضای مجازی و واقعی می‌شود و حتی ارتباطات اینترنتی منجر به ارتباطات رودررو می‌شود. اینترنت مردم را بهتر قادر می‌کند تا با اجتماعات پرت و پراکنده علایق مشترک را توسعه داده و تماس محلی را گسترش دهند. اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با خانواده و خویشان را با هزینه پایین امکان‌پذیر می‌سازد، بلکه در نتیجه آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رودررو و تلفنی می‌افزاید (ولمن و فرانک، ۲۰۰۱: ۳). در این معنا، اینترنت اجتماع را تقویت می‌کند. نظریه‌های جدید به استفاده همزمان از روش‌های ارتباط آنلاین و آفلاین تأکید می‌کنند. در اجتماعات دورگه اعضا همزمان ارتباطات فیزیکی و مجازی خود را حفظ می‌کنند و با اشکال چندگانه ارتباط‌های چهره به چهره، ابزار سنتی (مانند تلفن، فاکس و...) و ابزار مبتنی بر وب (مانند ایمیل، اتاق‌های چت و شبکه‌های اجتماعی) به تعامل می‌پردازند. شبکه روابط میان اعضا می‌تواند قبل از خلق اجتماع آنلاین تثبیت شده باشد، یعنی اعضاء اجتماع فیزیکی سطح تماس چهره به چهره موجودشان را گسترش بدهند تا آن فضاهای آنلاین را نیز دربرگیرد (گیو و مولهولند^۳، ۲۰۰۵: ۲). ولمن و فرانک (۲۰۰۱) نشان داده‌اند وقتی کاربران از اینترنت برای ارتباط با دوستان، خویشان و سازمان‌ها استفاده می‌کنند، این ارتباط مجازی به تقویت سرمایه اجتماعی آن‌ها می‌انجامد.

^۱ تکنیک آرایش دائمی چهره

^۲ یک روش نسبتاً جدید و دائمی برای شکل دادن به ابرو

^۳ Gaved & Mulholland

استراتژی‌هایی که جوانان در مقابل برساخت اجتماعی ذائقه‌های جدید انجام می‌دهند با پیامدهایی برای آن‌ها همراه است. محدودیت اجرای مد از پیامدهایی است که جوانان در پیاده کردن و دنبال کردن مد ممکن است با آن مواجه شوند. به خصوص در شهرهایی مانند شهر یزد که بافت سنتی خود را تا حدی حفظ کرده است. مهدیه معتقد است:

«مد رو دنبال می‌کنم اما اینکه بخوام طبق اون پیشش برم نه، چون نه از نظر

اقتصادی شرایطش رو دارم نه از نظر فضا می‌تونم».

جوان امروزی، از یک سو با نیازهای زیبایی‌خواهی، خودآرایی، هویت‌طلبی، تنوع‌طلبی و پذیرش از سوی دوستان و هم‌سالان مواجه است و از سوی دیگر جامعه، خانواده، هنجارهای اجتماعی را پیش روی خود می‌بیند. از یک سو تمایل دارد متناسب با سنش از مد استفاده نماید اما وجه و شخصیت خود را نیز در جامعه حفظ نماید و مورد انتقاد و انگ‌زنی جامعه نیز نباشد (افراسیابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۸).

از دیگر پیامدهای آن می‌توان به جاذبه مهاجرت اشاره کرد. آن‌چه که از غرب در شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان داده می‌شود باعث ایجاد جذابیت و علاقمندی برای جوانان می‌شود. امروزه مهاجرت بر اثر جهانی شدن، به عنوان یک پدیده اجتماعی در جهان درآمده است که همگانی و همه‌جایی شده و بر اساس آمار و اطلاعات دقیق روند آن روز به روز در حال افزایش است. مهاجرت در عصر جدید به دلایل مختلف از جمله فرو ریختن مواضع سیاسی در امر جابه‌جایی، توسعه سیستم‌های ارتباطی، ارزان‌تر شدن هزینه‌های حمل و نقل، نابرابری در سطح دستمزدها در کشورهای مختلف و نیاز به نیروی کار صورت می‌گیرد. جهانی شدن مهاجرت را در بر گرفته و مهاجرت نیز جهانی شده است.

جهانی شدن سبب افزایش حرکت مردم به صورت درون‌کشوری و برون‌کشوری شده و این خود به خاطر تفاوت سطح اقتصادی و اجتماعی ناشی از اصل پدیده جهانی شدن می‌باشد. جهانی شدن هرچند بر اساس آزادی مبادله کالا، خدمات، اطلاعات، سرمایه و افراد با صلاحیت کاری بالا شکل گرفته است (کالینسون^۱، ۱۹۹۹: ۳). نتایج نشان داد که گرایش به مهاجرت در بین جوانان ایران مانند سایر کشورهای جهان رواج یافته است.

در مقابل دافعه مهاجرت وجود دارد. عوامل متعددی ممکن است باعث دافعه مهاجرت شود. بر اساس مفروضات نظریه جاذبه و دافعه اورت.اس.لی، الف: عوامل جاذبه یا بر انگیزنده شامل عوامل اقتصادی: توسعه اقتصادی، تقاضا برای نیروی کار، امنیت سرمایه و تسهیلات با ساختار پائین. عوامل سیاسی: دموکراسی اجتماعی، تمرکز زدایی، دیوان سالاری روان‌تر، سیاست کمک و همیاری. عوامل اجتماعی و فرهنگی: نظم و قانون، جذابیت‌های تحصیلاتی

^۱ Collinson

و پژوهشی، رفاه بیشتر (سطح بالاتری از کیفیت زندگی) و عوامل جمعیتی: باروری پائین، جمعیت فعال پائین، نسبت جنسی نامتوازن.

ب: عوامل دافعه شامل عوامل اقتصادی: فقر، تورم، کساد مالی و کشمکش‌های اقتصادی، کثرت نیروی کار، حقوق کم برای شغل‌های سخت و با مهارت، میزان بالای مالیات. عوامل سیاسی: تعصب سیاسی، نوع ایدئولوژی، استبداد و عدم ثبات سیاسی (فقدان آزادی). عوامل اجتماعی و فرهنگی: پیوند خانوادگی، ازدواج، خواسته‌های تحصیلی، نارضایتی زندگی، میزان جرم و جنایت و ... عوامل ناگهانی مثل جنگ، آزار و اذیت و شکنجه (مقدس^۱، ۲۰۰۳: ۵). بنابراین بر اساس نظریه اورت لی عوامل مؤثر بر گرایش به مهاجرت به خارج از کشور را می‌توان در چارچوب‌های زیر مورد بررسی قرار داد. خصوصیات و ویژگی‌های شخصی - عوامل برانگیزنده و بازدارنده در مبدأ - عوامل برانگیزنده و بازدارنده در مقصد و عوامل مداخله‌گر (زنجانی، ۱۳۷۱: ۶۸). فاطمه در این باره می‌گوید:

«خیلی شنیدم که خیلی با تحقیر با ایران برخورد می‌کنن، می‌ترسم که برم و تحقیر بشم اونجا».

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش کاوشی کیفی از فرایندهای اجتماعی تکثر ارزش‌های غربی در میان جوانان شهر یزد بوده است. با ظهور هر فناوری جدیدی که روش زندگی افراد را متحول می‌سازد، بحث‌هایی پیرامون تأثیرات آن بر جهان در می‌گیرد و درباره میزان پذیرش آن سخن به میان می‌آید. برخی از افراد به این فناوری با خوش‌بینی عمیقی می‌نگرند و برخی دیگر آن را تهدیدکننده و مخرب می‌پندارند. اینترنت نیز یکی از این فناوری‌های بحث‌برانگیز است که با امکانات و خدماتی که برای افراد فراهم می‌کند، می‌تواند تأثیرات مهمی در زندگی آن‌ها داشته باشد در دنیای امروز که دنیای سیطره ارتباطات بر زندگی انسان است به دلیل استفاده از رسانه و به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی تمایلات و ذائقه‌های متنوعی شکل گرفته است که در دوره‌های پیشین وجود نداشته است. این شبکه‌ها زندگی جوانان را تحت سیطره خود درآورده‌اند. حضور جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده از آن موجب می‌شود روابط، تمایلات و گرایش‌های خود را باز تعریف کنند. تغییر تدریجی سبک زندگی ذائقه‌های جدیدی را در بین جوانان شکل می‌دهد مانند برابر خواهی جنسیتی، تکثر عواطف محدود، خبر پایی در فضای مجازی و ... سپری کردن بخش عمده‌ای از زندگی روزمره جوانان در این شبکه‌ها باعث ساختمان شدن و چارچوب‌دهی به هویت‌شان می‌شود. از این رو حضور در شبکه‌های اجتماعی زمینه مناسبی را بر شکل‌گیری و تکثر ارزش‌های حاکم بر غرب در

زندگی و هویت جوانان فراهم می‌کند. از میان مقولات به دست آمده مونتاژ رونوشت‌های غربی که از مقولات فرعی (سبک زندگی غربی، همگرایی با الگوهای غربی، الگوگیری از سلبریتی‌های غربی، الگوگیری از متخصصین) تشکیل شده است، نشان می‌دهد که جوانان از آنچه که شبکه‌های اجتماعی از غرب نشان می‌دهد الگو می‌گیرند و در زندگی خود به نمایش می‌گذارند. یافته‌های تحقیق همسو با تحقیقات بریگل (۲۰۰۸)، ویتی (۲۰۰۸) است که در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیدند که روند جهانی شدن و ظهور اشکال جدیدی از ابزار ارتباطی باعث شکل‌گیری نوع جدیدی از روابط بین افراد شده است و فضاهای مجازی بر روی کیفیت روابط تأثیر داشته است و به واسطهٔ اثرات این فناوری‌ها تغییرات خاصی در ماهیت ارتباطات به وجود آمده است. مطابق با اصطلاحات گیدنز می‌توان گفت که افزایش کنش متقابل الکترونیکی می‌تواند ارزش‌ها و نگرش‌های سنتی در مورد روابط افراد را تغییر دهد. با توجه به دیدگاه‌های گیدنز، تغییر و تحولاتی که در جامعهٔ مدرن در نتیجهٔ گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی که بخشی از فرایند جهانی شدن به شمار می‌رود، رخ داده است، باعث وقوع تحولاتی در ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارها و روابط افراد شده‌اند و معانی اجتماعی جدیدی مانند دوستی فراملیتی شکل گرفته است که از ویژگی‌های بارز جهان مدرن است. بنابراین تغییرات صورت گرفته در شیوه ارتباطات را می‌توان تا اندازه‌ای از تبعات شبکه‌های اجتماعی مجازی دانست. بر پایه یافته‌ها برساخت اجتماعی ذائقه‌های جدید عمده‌ترین مفهوم برای توضیح اثر توسعه ارزش‌های غربی و فرایند تکثر ارزشی است. به این معنا که گرایش‌ها و تمایلات جوانان با استفاده از شبکه‌های مجازی ساخت جدیدی می‌یابد و فرهنگ جدیدی را تولید و باز تولید می‌کند.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- افراسیابی، حسین؛ سیار خلج، حامد؛ شکوهی، کاوه (۱۳۹۵). «عوامل مرتبط با مدگرایی در بین جوانان شهر یزد»، جامعه‌پژوهی فرهنگی، شماره ۱: ۳۵-۶۴.
- استراوس، آنسلم و کوربین (۱۳۸۷). اصول و روش تحقیق کیفی، نظریه‌مبنایی، رویه‌ها، شیوه‌ها، (ترجمه: بیوک میرزایی)، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه (ترجمه ثریا پاک نظر)، تهران: گام نو.
- افسانه ادیسی (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی مطالعات ملی»، شماره ۳۲: ۹۹-۱۱۸.
- امیری، مهدی (۱۳۷۹). ابعاد و پیامدهای جهانی شدن، کیهان فرهنگی، شماره ۱۷۳: ۶۰-۶۷.

- بختیاری، بهراد؛ عزیزخانی، اقباله (۱۳۹۲). «بررسی جامعه شناختی گرایش به ارزش‌های غربی با تکیه بر میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مطالعه موردی جوانان شهر خلخال)»، مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۱۹: ۱۲۷-۱۵۲.
- بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان»، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱: ۳۱-۶۲.
- جنگ، عباس (۱۳۹۵). «تبیین الگوهای جهانی شدن، مصرف و زندگی روزمره»، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۵: ۲۶۵-۳۰۱.
- چیت‌ساز، محمدجواد و جعفرزاده پور، فروزنده (۱۳۸۸). انقلاب رسانه‌ای، جهانی شدن و مناسبات نسلی، کند و کاو در مسائل جوانان مناسبات نسلی (جلد دوم)، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- حسنی، محمد (۱۳۸۵). فرهنگ و رسانه‌های نوین، قم: دفتر عقل.
- خواجه نوری، بیژن و دلاور، مریم‌السادات (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر دوستی دختر و پسر در بین جوانان شهر شیراز با تأکید بر فرایند جهانی شدن»، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۴۶: ۴۱-۶۴.
- دادگران، محمد (۱۳۸۵). مبانی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
- رابرتسون، رونالد (۱۳۸۰). جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، (ترجمه: کمال پولادی)، تهران: نشر ثالث.
- رحمان‌زاده، سیدعلی (۱۳۸۹). «کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، شماره ۱: ۴۹-۷۸.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶). آناتومی جامعه مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی، تهران: شرکت سهامی انتشار
- ریتزر، جرج (۱۳۷۷). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، (ترجمه: محسن ثلاثی)، تهران: انتشارات علمی.
- زنجانی، حبیب‌ا... (۱۳۸۱). مهاجرت، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- سفیری، خدیجه و کلانی، سمیه (۱۳۹۵). «تجربه زیسته جوانان در مواجهه با چالش‌های هویتی جامعه گذار (مطالعه کیفی جوانان ۲۰-۳۰ سال شهر اصفهان)»، بررسی مسائل اجتماعی ایران، شماره ۱: ۱۰۰-۱۲۴.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۲). نظریه‌های ارتباطات، (ترجمه: علیرضا دهقان)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- سهراب‌زاده، مهران؛ یوسفی‌فر، طاهره و عباسی، رضا (۱۳۹۵). تغییرات نقش زنان در تبلیغات تلویزیون ایران، زن در فرهنگ و هنر، شماره ۱: ۲۳-۴۴.
- طنازی، ندا و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۹۳). «تأثیر رسانه‌ها بر ارزش‌های جهانی»، اولین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش‌های شهروندی، تهران - قیامدشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت). https://www.civilica.com/Paper-MCCE۰1-MCCE۰1_۰۱۹.html

- عطارزاده، مجتبی (۱۳۸۸). رسانه‌ها و بازتاب هویت زن در عرصه عمومی، مجله تحقیقات زنان (مجله مطالعات زنان)، شماره ۱: ۴۲-۵۷.
- فرخ نیا، رحیم؛ لطفی، اعظم (۱۳۹۰). بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۲: ۹۲-۱۱۵.
- کاستلز، امانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه ای، (ترجمه: احد علیقلیان و همکاران)، تهران: نشر طرح نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). جامعه شناسی، (ترجمه: منوچهر صبوری)، تهران: نشر نی.
- لوکلر، ژرار (۱۳۸۲). جهانی شدن فرهنگی آزمونی برای تمدن‌ها، تهران: انتشارات وزارت خارجه.
- مهدی زاده، سید محمد؛ اتابک، محمد (۱۳۹۵). استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شکل گیری فرهنگ جوانی در جوانان تهرانی کاربر فیس بوک، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۶۶: ۱۰۳-۱۳۸.
- نامی، محمد حسن؛ حسینی، سید امیر و کریمی، آرام (۱۳۹۶). «بررسی و تحلیل فضای مجازی بر فضای جغرافیایی و شناسایی رابطه بین احساس امنیت و اعتماد در کاربران نسبت به فضای مجازی با توجه به میزان استفاده از اینترنت»، جغرافیایی سرزمین، شماره ۵۳: ۵۳-۷۰.
- هلد، دیوید و مک گرو، آنتونی (۱۳۸۲). جهانی شدن و مخالفان آن، (ترجمه: عرفان ثابتی)، تهران: انتشارات ققنوس
- یزدخواستی، بهجت؛ عدلی پور، صمد و کیخائی، الهام (۱۳۸۹). «حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی»، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۲۱: ۸۱-۱۰۱.
- (ب) منابع لاتین
 - Acci, J. (۲۰۰۴). Television, Representation & Gender. in: R.C. Allen & A. Hill (eds.), The Television Studies Reader, London: Rutledge, ۳۷۳-۸۸۸.
 - Awan, Fatimah. Gauntlet, David. (۲۰۱۳). Young People's Uses and Understandings of Online Social Networks in Their Everyday Lives, London: Sage Publication.
 - Boyd, d.m. Ellison, n.b. (۲۰۰۷). Social network sites: Definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, ۱۳ (۱), ۲۰۰-۲۳۰.
 - Brigg, A. (۲۰۰۸). Real Friends: How the Internet Can Foster Friendship. Ethics and Information Technology. ۰۰: ۷۱-۹۹.
 - Collinson, S. (۱۹۹۹). Globalization and the Dynamics of International Migration: Implication for Refugee Regim, Working Paper No. ۱, New Issues in Refugee Research, UNHCR, Geneva.

- Diaz, I, Miyato, K. (۲۰۰۳). The social affordances of the internet for networked individualism, *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. ۸ (۳).
- Goffman, E. (۱۷۷۷). *The Goffman Reader*. Edited & with preface & Introduction by Charles Lemert & Ann Branaman, Blackwell Publisher Ltd.
- Hammersley, M & Atkinson, P (۱۹۹۸). *Ethnography: Principles in Practice*, ۲nd ed, London.
- Moghaddas, A. (۲۰۰۳). *The Immigrants Social Mobility and Income Attainment: The Case of Iranians in Australia*. Shiraz University, July ۲۰, ۲۰۰۳.
- Najafi, S. & Nyblom, M. (۲۰۰۶). *Iranian Youth and the Internet: six voices on internet use beyond the public and private spheres*. Master's Thesis in Stockholm school of Economics, Retrieved from: www.arc.hhs.se
- Nikou, Shahrokh; Mezei, Jozsef; Brännbacka, Malin (۲۱۱۸). Digital natives' intention to interact with social media: Value systems and gender, *Telematics and Informatics*, ۵۵: ۴۲۱-۴۵۵.
- Rehbein, B. and Schwengel, H. (۲۰۰۸). *Theorien der Globalisierung*, Konstanz UVK.
- Robertson, R. (۱۹۹۵). *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity* in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds) *Global Modernities*, pp. ۲۵-۴۴. London: Sage.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (۱۹۹۸). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for developing grounded theory*
- Wellman, Barry, and Frank, Kenneth (۲۱۱۱). *Network Capital in a Multi-Level World: Getting Support from Personal Communities*, in N. Lin R. Burt and K. Cook, *Social Capital: Theory and Research*, New York: Aldine de Gruyter, pp: ۲۳۳-۲۳۷.
- Wellman, Barry. (۱۹۹۹). *The Community Question*, *American Journal of Sociology*, ۸۴: ۱۲۱۱-۱۲۳۱.
- Whitty, M. (۲۰۰۸). *Liberating or Debilitating? An Examination of romantic relationship, Sexual Relationship and Friendship on the Net*. *Computers in Human Behavior*. ۲۴: ۱۳۳۷-۱۵۵