



دوره ۱۴، شماره ۲، صفحات ۷۷ تا ۱۰۵

منتشر شده در پاییز و زمستان ۹۸

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۸/۹/۲۶

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات

میان فرهنگی قومی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های تهران)

زهره زندیه، دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، zohrezandiye@gmail.com

هادی خانیک، استاد گروه ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، hadi.khaniki@gmail.com

علی اصغر کیا، استاد گروه روزنامه نگاری، دانشگاه علامه طباطبایی، keya@atu.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر درصدد طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ارتباطات میان فرهنگی قومی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های تهران) بوده است. از این منظر، از طرح متوالی اکتشافی برای ارزیابی موضوع، بهره‌جسته است. بدین ترتیب که در فاز کیفی بواسطه‌ی انجام مصاحبه‌ی عمقی با ۲۰ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های تهران، از اقوام مختلف، که به‌واسطه‌ی روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری، انتخاب شده بوده‌اند؛ داده‌های پژوهش گردآوری و با استفاده از روش تحلیل مضمون، مورد تحلیل و الگوی مفهومی اندازه‌گیری شبکه‌ای کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ارتباطات میان فرهنگی قومی برساخته شده است. نتایج فاز کیفی پژوهش نشان داد که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی متنوع و چندوجهی بوده و از سه مضمون فراگیر تأثیرات بین فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری تشکیل شده است. در فاز کمی پژوهش، به منظور ارزیابی و آزمون الگوی مفهومی برساخته شده، از مطالعه‌ی پیمایشی استفاده شده است. بدین ترتیب که با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ی مأخوذ از مطالعه‌ی کیفی، داده‌های پژوهش از روی ۳۸۴ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های تهران که به‌واسطه‌ی روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی و فرمول کوکران انتخاب شده بوده‌اند؛ گردآوری گردید. نتایج فاز کمی پژوهش نشان داد: که الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ارتباطات میان فرهنگی از برآزش لازم برخوردار می‌باشد.

واژگان کلیدی: شبکه‌ی اجتماعی مجازی، ارتباطات میان فرهنگی، تأثیرات بین فرهنگی، هویت قومی، قوم‌محوری.

مقدمه و طرح مسئله

«شبکه‌های اجتماعی، مفهومی نیست که به پدیده‌ی تازه‌ای اشاره داشته باشد. انسان‌ها از بدو شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی کوچک و بزرگ، در شبکه‌های اجتماعی گوناگونی شرکت داشته‌اند. این شبکه‌ها در هر اندازه‌ای به مثابه یک ساختار اجتماعی، افراد را در مجموعه‌ای از ارتباطات و تعاملات میان-فردی درگیر می‌ساختند. با توسعه‌ی جوامع و گسترش ارتباطات در اجتماعات و جوامع گوناگون، ساختار-های این جوامع و نتایج حاصل از این ساختارها نیز دگرگون شده و به سوی پیچیدگی سوق پیدا کردند.» (عاملی، ۱۳۸۸: ۲۵).

شبکه‌های اجتماعی را می‌توان به دو دسته‌ی شبکه‌های مجازی و غیرمجازی تقسیم کرد. شبکه‌های غیرمجازی در واقع شبکه‌هایی هستند که توسط مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های بهم پیوسته در محیط اجتماعی عمل می‌کنند. علاوه بر آن، شبکه‌های اجتماعی مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران این امکان را می‌دهد تا علاقمندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک گذارند (اوبار و ویلدمن^۱، ۲۰۱۵).

«شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند» (سلطانی فر، ۱۳۸۹: ۵۳). برخی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارتند از: به اشتراک‌گذاری، بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی، دوستی، اعتماد، حلقه‌های مخاطبان، چندرسانه‌ای بودن، گپ، نقد بی‌رحمانه، پرستیژ، بازانتشار، خرد جمعی، جهانی بودن، سرگرمی، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه‌ی اجتماعی، ابتکار و خلاقیت (ضیایی پرور، ۱۳۸۸).

امروزه به‌طور فزاینده‌ای کاربران رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، در حال گسترش هستند. جدیدترین آمار نشان می‌دهد، تعداد کل کاربران اینترنت در جهان براساس آخرین آمار، چهار میلیارد و ۲۰۸ میلیون نفر محاسبه شده‌است، که ۵۵ درصد کل جمعیت جهان را به خود اختصاص داده‌است. این آمار نشان می‌دهد:

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

۶۷ درصد از مردم جهان کاربر فعال موبایل بوده و ۸۰ درصد از گوشی‌هایی که در جهان استفاده می‌شود نیز گوشی هوشمند^۲ هستند. همچنین در آمار سازمان داده‌ها و آمار اینترنت آمده است که ایران با داشتن ۵۶ میلیون و ۷۰۰ هزار کاربر، که معادل ۷۰ درصد از جمعیت ۸۰ میلیونی ایران هستند، مقام سیزدهم تعداد کاربران اینترنتی جهان را به خود اختصاص داده‌اند و جزو بیست کشوری هستند که کاربران اینترنتی زیادی دارند. بر اساس همین آمار، حدود ۳۰ میلیون ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو هستند. حدود ۴۰ میلیون نفر از ایرانیان در شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک عضویت دارند که بین کشورهای خاورمیانه بالاترین رقم را به خود اختصاص داده‌است (گزارش سازمان داده‌ها و آمار اینترنت، دسامبر^۳ ۲۰۱۷). شبکه‌های اجتماعی دارای امکانات متفاوت و ویژگی‌های متفاوتی نظیر: امکان ایجاد وبلاگ، آپلود ویدیو و تصاویر و محتوای گوناگون هستند و سبب شده‌اند تا پژوهشگران بتوانند فرایند تحقیقات خود را در زمینه‌ی شناسایی زمینه‌های فرهنگی، قومیت‌ها و نوع تعاملات کاربران با یکدیگر تسهیل کنند.

« با ظهور اینترنت به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص، پدیده‌های اجتماعی از جمله:

هویت و قومیت، دچار تغییرات ماهوی بسیاری شده‌اند. آنچه که به‌عنوان واقعیت در محیط اجتماعی، این دو پدیده را شکل می‌دهد؛ در دنیای مجازی شکلی جدید به خود می‌گیرد که هم وامدار دنیای واقعی است و هم به لحاظ ماهوی تغییرات بسیار زیادی با واقعیت پیدا کرده‌است. رسانه‌های جدید و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مانند: فیس‌بوک، وبلاگ‌ها، مای اسپیس، توییتر، کلوب و ... افراد مختلف از هر گوشه از جهان را قادر ساخته‌اند تا خود را در فضای مجازی بازنمایی کنند. واضح است که انعطاف اطلاعاتی که در فضای مجازی نمایش داده و منتشر می‌شود، هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی بر روابط بین فرهنگی در اجتماعات مجازی و شبکه‌های روابط شخصی ایجاد می‌کند» (بوید و ایسون^۴ ۲۰۰۷: ۲۱۰).

با رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارتباطات میان فرهنگی اقوام، خواسته و ناخواسته تحت

تأثیر پیامدهای این شبکه‌ها و مهمترین نتیجه‌ی آن یعنی: جهانی شدن قرار می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی مجازی از یک‌سو، امکان‌های هویت‌سازی و آزادی عمل فرد در زمینه‌ی پذیرش هویت دیگری را به نحو چشمگیری بالا می‌برد (اندرسن و دیگران^۵، ۲۰۰۵). علاوه بر آن؛ رسانه‌های اجتماعی همچنین ممکن است

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

که اثرات منفی به دنبال داشته‌باشند (اسکات، ۲۰۰۷). همچنین «اینترنت اعضای قومیت‌های مختلف و پراکنده در نقاط مختلف جهان را در قلمرویی غیرفیزیکی و به عبارتی در نوعی بی‌مکانی به یکدیگر پیوند می‌دهد. فعالیت‌ها و تولیدات مجازی گروه‌های قومی، علاوه بر اینکه از یک منظر کلی می‌توانند فعالیت اجتماعات قومی مختلف را در درون سیستم‌های رسانه‌ای جهان نوین منعکس نمایند، به‌طور نسبی نشانگر میزان تعلقات و گرایش‌های هویتی آنها به‌ویژه در مورد گروه‌هایی است که به دلایل مختلف به دور از اجتماع قومی خود به سر می‌برند» (برتون، ۱۳۸۰: ۲۳۵). به نظر می‌رسد که جهانی شدن، این نوید را به قومیت‌های سرکوب شده‌ی در طول تاریخ می‌دهد که آنها هم بتوانند در عرصه جهانی خود را مطرح سازند.

بولونگ^۷ (۲۰۰۸) در پژوهشی تحت عنوان: ارتباط اجتماعی و روابط بین‌فردی در اجتماع مجازی، از طریق چت آزاد اینترنتی اثبات کرده است که افراد، عموماً تمایل به ایجاد ارتباطات درون‌قومی بیشتری در اینترنت دارند تا ارتباطات برون‌قومی؛ از این‌رو، وی نتیجه می‌گیرد که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به قوم‌محوری دامن می‌زنند.

بانرجی^۸ (۲۰۰۷) در تحقیق خود تحت‌عنوان: قوم‌محوری و حساسیت‌یابی به‌عنوان متغیرهای مؤثر برخورد رفتارهای میان‌فرهنگی نشان می‌دهد که قوم‌محوری به دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش می‌یابد و انگیزه‌ای برای تعامل مردم با دیگر فرهنگ‌ها و در نتیجه ابزاری برای توسعه ارتباطات و دوست‌یابی بین‌فرهنگی و بین‌المللی در جهان شده‌است. همچنین، قوم‌محوری به عنوان عامل تقلیل‌دهنده ارتباطات دوستی بین فرهنگی می‌شود.

پونیا^۹ (۲۰۰۶) در پژوهشی تحت‌عنوان: یک تحلیل انتقادی معاصر از روابط بین سیاست عمومی و یکپارچگی نژادی در مالزی استدلال می‌کند که با افزایش تعامل بین قومیت‌ها، همبستگی افزایش می‌یابد؛ اما هم‌زمان، می‌تواند به کشمکش برون‌گروهی نیز منجر شود؛ چرا که شبکه‌های اجتماعی مجازی به تشدید و توسعه‌ی قوم‌محوری در ارتباطات دامن می‌زنند.

اندرسن و دیگران^{۱۰} (۲۰۰۵) در پژوهشی تحت‌عنوان: بررسی حساسیت خارجی و میان‌فرهنگی، نشان دادند که شناخت و تبادلات فرهنگی، موجب از میان رفتن حساسیت‌های منفی فرهنگی می‌شود.

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

عدلی‌پور و دیگران (۱۳۹۳) در پژوهشی به تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان پرداختند. نتایج پژوهش نیز نشان داد که: بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. یعنی هر چه مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند؛ هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شود.

ساروخانی و دیگران (۱۳۸۷) در پژوهشی به تحلیل تأثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر، با تأکید بر اینترنت پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که بین حوزه‌ی عمومی اینترنت و اشکال کنش اجتماعی از قبیل: خدمات اجتماعی - فرهنگی، وکالت و سازمان‌دهی، تغییر و دگرگونی، تعلیم و تربیت اجتماعی و آگاهی از ارزش‌های مذهبی، رابطه معنادار و همبستگی ضعیفی وجود دارد.

خانیکی (۱۳۹۲) در پژوهشی به کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌است. نتایج پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر زمینه‌ی کنشگری را بیش از سایر رسانه‌های متأخر فراهم آورده‌اند. گفتمان قدرت، که زمانی متفکران علوم انسانی را از جنبه‌های گوناگون، به تفسیر و تأویل این کنش‌ها وامی‌داشت، اکنون در فضای مجازی به نحو پیچیده و شبکه‌ای تعریف می‌شود. بر این اساس، کنشگری کاربران، به دنبال خود، بسیج و هم‌سویی پیروان یک عقیده را در فرهنگ رسانه‌ای مجازی پیش می‌کشد.

توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۶) در پژوهشی به تحلیل جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک پرداختند، نتایج تحقیق حاکی از آن است که: لک‌ها علی‌رغم تفاوت‌های فرهنگی که در میان خویشتن دارند، برخی خصیصه‌های فرهنگی مشترک دارند که مشخصاً بیانگر هویت قومی آنهاست؛ آنها بخش دیگری از هویت فرهنگی خود را به شیوه‌ای عام‌گرایانه بازسازی می‌کنند. یعنی با پذیرفتن عناصر مدرن و جهانی در کنار عناصر محلی و قدیمی، ترکیب ظریفی از امر محلی و جهانی را به وجود آورده‌اند؛ تمام عناصر فرهنگی در میان این

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

قوم از قدرت هویت‌سازی همسانی برخوردار نیستند؛ عناصری که در درون فرایندهای قدرت، تفاوت و مقاومت قرار می‌گیرند؛ توان هویت‌سازی بالاتری دارند.

مروری بر سوابق تجربی داخلی و خارجی، نشان داده‌است که پژوهش‌های انجام‌شده، بیانگر تأثیرات متفاوت فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص، بر مناسبات بین فرهنگی دارد؛ به‌گونه‌ای که برخی از پژوهش‌ها معتقد به بازتولید هویتی در این فضا می‌باشند، برخی‌ها معتقد به بهبودی مناسبات و کاهش حساسیت‌های بین فرهنگی بوده‌اند. برخی دیگر هم به بازتولید رفتارهای قوم‌محورانه در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی دست‌یافتند. باید خاطرنشان ساخت که مروری بر سوابق تجربی مرتبط با موضوع پژوهش نشان می‌دهد، پژوهشی که به نقش و کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی اقوام در ابعاد مختلف به مطالعه و ارزیابی پرداخته باشد؛ صورت نگرفته است. این درحالی‌است که شبکه‌های اجتماعی با گسترش ارتباطات میان فرهنگی و تبدیل کردن آن به امری روزمره می‌توانند به نزدیکی بیشتر فرهنگ‌های مختلف و اخذ جنبه‌های مثبت و ایجاد هم‌نوایی بیشتر بیانجامد و از طرفی دیگر، می‌توانند باعث برجسته شدن اختلافات و تفاوت‌ها و حتی کینه و نفرت شوند. بنابراین به دلیل فقدان یک رویکرد نظری منسجم، در ارزیابی ارتباطات میان فرهنگی قومی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌نظر می‌رسد که طرح این پرسش که روابط بین قومی در ایران در سال‌های اخیر با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی دستخوش چه تغییراتی بوده است؟ ضروری به نظر می‌رسد.

به‌طور کلی، آنچه که پژوهش حاضر را نسبت به پژوهش‌های گذشته متمایز می‌سازد؛ از دو حیث می‌باشد: اول آنکه هیچ‌کدام از پژوهش‌های گذشته به طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی مبادرت نورزیده‌اند؛ بلکه متناسب با ماهیت و موضوع پژوهش خود، بر یکی از آنها متمرکز بودند. دوم؛ با توجه به اینکه پژوهش‌های پیشین به کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی مبادرت نورزیده‌اند؛ متعاقباً نیز به ارزیابی و برازش آن اقدام نکرده‌اند. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است که: از یک‌سو به طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی مبادرت بورزد و از سوی دیگر، به ارزیابی و برآزش آن بپردازد.

با توجه به مطالب فوق، پژوهش حاضر آن است که به طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی بپردازد. لذا پرسش اساسی پژوهش حاضر آن است که الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی چگونه می‌باشد؟ و آیا این الگو از برآزش لازم برخوردار می‌باشد؟

مبانی نظری تحقیق

شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارتباطات میان‌فرهنگی

« مقصود از ارتباط فرهنگی^{۱۱}، فرایند تماس با فرهنگ دیگر است که می‌تواند به‌طور یک‌سویه یا دو-سویه باشد. در حالت اخیر، دادوستد یا مبادله‌ی فرهنگی پدید می‌آید.» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۶۰). این تعریف، ناظر به ارتباط میان دو فرهنگ است. « در صورتی که این اصطلاح را می‌توان در حوزه ارتباطات با محتوای فرهنگی یا در زمینه و بستر فرهنگی یا در گفتمانی فرهنگی که با عناصر، سوابق و جنبه‌های فرهنگی جامعه سروکار دارد، به کاربرد. در این حالت، این اصطلاح هم‌عرض با ارتباطات سیاسی و ارتباطات دینی خواهد بود که هم در میان اعضای متعلق به یک فرهنگ و در درون آن، و هم در میان اعضای دو فرهنگ و بین آن دو، می‌تواند قرار گیرد» (ویور^{۱۲}، ۱۹۹۶: ۲۰).

به‌طور کلی، در رابطه با نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی با دو دسته ادبیات نظری مواجه هستیم: دسته نخست که به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت مبادرت می‌ورزند. دسته دوم، نظریات مطرح در حوزه ارتباطات بین‌فرهنگی و چندفرهنگی‌گرایی مورد سنجش قرار می‌گیرند. بدین ترتیب که:

براساس نظریه‌ی توانش ارتباطاتی کیم^{۱۳} (۱۹۸۶) در رابطه با گروه غیرخودی، شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانش ارتباطاتی افراد در رابطه با گروه غیرخودی به‌واسطه‌ی قرار دادن اعضای گروه غیرخودی در شبکه‌های شخصی افراد تاثیر می‌گذارند. براساس نظریه‌ی هم‌فرهنگی: شبکه‌های اجتماعی مجازی عرصه‌ی

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

تعاملات میان اعضاء کم‌نفوذ و ظهور هویت‌های خاموش و به حاشیه رانده شده قلمداد می‌گردند. براساس نظریه‌ی مذاکره‌ی تینگ تومی^{۱۴} (۱۹۹۳): شبکه‌های اجتماعی مجازی، بر توانش ارتباطاتی افراد در رابطه با گروه غیرخودی به واسطه‌ی مدیریت مؤثر دیالکتیک امنیت - آسیب پذیری و شمول - تفاوت گذاری، تاثیر می‌گذارد. لذا؛ هرچه، خود شناسایی افراد به صورت امن تری انجام پذیرد، انسجام هویتی و عزت نفس کلی آنان بیشتر می‌شود. براساس نظریه‌ی مانوئل کاستلز^{۱۵} (۱۹۹۷): جامعه‌ی شبکه‌ای در بازتولید هویت‌های مقاومتی بر اساس اصول مشترک نقش اساسی دارد. براساس نظریه‌ی معنا ریچاردز^{۱۶} (۱۹۳۶): سوء تفاهم هنگامی ایجاد می‌شود که افراد فکر کنند یک واژه به‌طور مستقیم با مرجع آن پیوند دارد. این در حالی است که واژگان معنی خود را از افراد می‌گیرند، نه از سرشت ذاتی خود؛ از این منظر، زندگی گروهی انسانی شامل هماهنگی مجموعه کردارهای شرکت‌کنندگان در گروه است. براساس نظریه‌ی عدم قطعیت گادیکانست، تینگ-تومی و ویزمن^{۱۷} (۱۹۹۱): وقتی افراد از فرهنگ‌ها و سندهای متفاوتی با هم ارتباط برقرار کنند، قوانین سند به اندازه‌ی مورد انتظار از رفتارهای فرد پشتیبانی نمی‌کنند. این تفاوت‌های فرهنگی باعث ایجاد اضطراب و عدم قطعیت در فرد می‌شوند. لذا در رابطه با محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی هم می‌توان چنین گفت: که ارتباط مؤثر هنگامی اتفاق می‌افتد که فرد پیام دریافتی را به شیوه‌ای مشابه پیام ارسالی توسط فرستنده تفسیر و تعبیر کند. به بیان دیگر: هنگامی که افراد تفسیرهای اشتباه را به حداقل می‌رسانند؛ ارتباطی مؤثر اتفاق افتاده است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت پژوهش؛ در زمره‌ی تحقیقات اکتشافی، به لحاظ نوع پژوهش؛ کاربردی و به لحاظ استراتژی پژوهش؛ دارای استراتژی استقرایی بود. علاوه بر این، پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت داده و روش گردآوری داده‌های پژوهش؛ طرح متوالی - اکتشافی (کیفی - کمی) بود. بدین ترتیب: در فاز کیفی پژوهش، از ابزار مصاحبه‌ی عمقی برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. به منظور اعتبارسنجی مضامین برساخته‌ی شده‌ی مدل، از روش ارزیابی اعتبار به شیوه‌ی ارتباطی، عمل شد (فلیک، ۱۳۸۸، ۴۱۵). همچنین به منظور پایایی سنجی مضامین احصاء شده، از روش ضریب توافق بین دو

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

کدگذار (محقق با همکار) استفاده شده است؛ (ساروخانی، ۱۳۷۸، ۲۸۹) که میزان آن ۰/۸۹ برآورد شد. علاوه بر آن، روش نمونه‌گیری در این بخش: شیوه‌ی نمونه‌گیری، هدفمند و روش نمونه‌گیری، نظری بوده است، لذا: به‌واسطه‌ی مصاحبه‌ی عمقی با ۲۰ نفر از دانشجویان چهار قوم کرد، لر، فارس و ترک دانشگاه‌های تهران در سال‌های تحصیلی ۱۳۹۶-۱۳۹۷ داده‌های پژوهش به اشباع نظری رسیده است. در نهایت برای تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون و از نوع شبکه‌ی مضامین (برای نشان دادن ارتباط و وابستگی مضامین) به‌واسطه‌ی انجام فرایند کدگذاری نظری در سه مرحله‌ی کدگذاری: باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شده است.

در فاز کمی پژوهش، به منظور ارزیابی و آزمون الگوی مفهومی برساخته شده، از روش کمی و از نوع مطالعه‌ی پیمایشی استفاده شده است. بدین ترتیب که با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته که مأخوذ از فاز کیفی پژوهش می‌باشد؛ داده‌های پژوهش از روی ۳۸۴ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های تهران که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی و فرمول برآورد حجم نمونه‌ی کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و نیز خطای ۰/۰۵ و حداکثر واریانس (میزان p و q برابر)، انتخاب شده بوده‌اند؛ گردآوری گردید. همچنین به نسبت حجم جامعه‌ی آماری اقوام مختلف در دانشگاه‌های سطح شهر تهران، ۲۱۹ نفر از قوم فارس، ۹۱ نفر از قوم ترک، ۳۸ نفر از قوم لر و ۳۶ نفر از قوم کرد، انتخاب و متناسب با حجم اقوام در دانشگاه‌ها، نمونه‌ها توزیع شدند.

علاوه بر آن؛ به منظور اعتبارسنجی ابزار از اعتبار محتوایی - صوری - کیفی و نیز جهت پایایی سنجی از روش همبستگی درونی گویه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ سئوالات شاخص‌ها، ابعاد و متغیرهای مورد سنجش بالای ۰/۷ برآورد شده است. داده‌های پژوهش پس از ورود به نرم افزار $Spss_{18}$ در دو بخش تحلیل توصیفی و تحلیل استنباطی مورد تحلیل و توصیف قرار گرفته است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

یافته‌های کیفی پژوهش

جدول ۱: فرایند کدگذاری نظری برای کشف مضامین پایه‌ی سازمان‌یافته و فراگیر کارکردهای متنوع

شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی را نشان می‌دهد:

جدول ۱؛ فرایند کدگذاری نظری جهت کشف مضامین پایه، سازمان‌یافته و فراگیر کارکردهای

متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی

مضامین پایه	مضامین سازمان‌یافته		مضامین فراگیر
	فرعی	اصلی	
حمایت از اصالت قومی خود	تعصب نسبت به ارزش‌ها و	گشایش ذهنی	تأثیرات بین فرهنگی قومی
دنبال کردن تاریخچه‌ی قومی	هنجارهای قومی خودی		
کم شدن طنزهای قومیتی	ارزشداوری نسبت به سایر فرهنگ‌های قومی		
کمرنگ شدن تعصبات قومیتی			
داشتن جهت‌گیری قومیتی			
برابر بودن اقوام	انطباق‌پذیری با رفتار اقوام	انعطاف-پذیری	
افتخار به تمام قومیت‌ها	دیگر		
سازگار بودن با سایر اقوام	اقوام		
پذیرش در سایه‌ی ارتقای آگاهی			
نادیده گرفتن تفاوت قومی			
اولویت داشتن انسانیت به قومیت	تعامل خلاقانه در تعامل با	ابتکار	
اولویت داشتن شخصیت به قومیت	اقوام دیگر		

سفر کردن عامل نزدیکی اقوام		اجتماعی	
مهارت و تعامل گفتمانی			
نزدیک شدن اقوام	تعامل فعال با اقوام دیگر		
داشتن تعامل مثبت بین قومی			
ممانعت از بحث کردن بی فایده	مدیریت احساسات در بروز اختلاف قومی	پایداری احساسی	
کنترل احساسات			
مقابله به مثل در توهین های قومیتی			
تمایل به متقاعد کردن			
تمایل به تذکر دادن	حفظ آرامش در شرایط بحرانی قومی		
عدم حفظ آرامش			
حفظ آرامش	همزادپنداری و درک تفاوت فرهنگی قومی		
پرهیز از تمسخر قومی			
آشنایی بیشتر اقوام نسبت به هم	قرابت فکری افراد با قومیت- های مختلف	همدلی فرهنگی	
کمرنگ شدن فاصله قومیتی به واسطه‌ی فضای مجازی			
فرهنگ‌سازی مثبت قومیتی به واسطه‌ی فضای مجازی			

ادامه جدول ۱؛ فرایند کدگذاری نظری جهت کشف مضامین پایه، سازمان یافته و فراگیر

کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی

مضامین پایه	مضامین سازمان یافته		مضامین فراگیر
	فرعی	اصلی	
آشنایی با دلاوری‌های بزرگان قوم	آشنایی با بزرگان قوم	عنصر شناختی	هویت قومی
توجه به مطالعه‌ی آثار قومی	مطالعه‌ی آثار قوم		
علاقه‌مندی به شناخت قومی			
اعتقاد به نسبت فرهنگی	داشتن تصور چند قومیتی	عنصر احساسی	
شناخت بین فرهنگی			
علاقه‌مندی به موسیقی قومی	علاقه‌مندی به سروده‌ها و اشعار قومیتی	عنصر احساسی	
علاقه‌مندی به موسیقی محلی	قومیتی		
توجه به آداب و رسوم قومی	علاقه‌مندی به آداب و رسوم قومی		
حمایت در مقابل توهین قومیتی	حساسیت به اظهار نظر منفی نسبت به قوم	عنصر احساسی	
واکنش نسبت به توهین قومیتی			
استفاده از مصنوعات فرهنگی در پروفایل	علاقه‌مندی به مصنوعات فرهنگی قوم	عنصر	
توجه به زبان قومی	اهمیت دادن تعامل قومی		
عدم توجه زیاد به زبان قومی			

توجه به تعامل قومی	اهمیت دادن به فرهنگ و زبان قومی	ارزشی	
تعارف و تمجید قومیتی	برتری قومی	تعصب قومی	قوم‌محوری
عدم پذیرش سایر اقوام			
مهم بودن ارزش‌های قومی	حساسیت قومی		
توجه قومیتی			
افزایش نزاع‌ها	توجه به خصومت بین قومی	تهدید و کشمکش بین قومی	
پرخاشگری و فحاشی			
خصومت بین قومی			
مهم نبودن تفاوت‌های قومی	توجه به تفاوت‌های بین قومی		
پرهیز از ازدواج بین قومی	اعتقاد به تعلق قومی	همبستگی	
عدم اهمیت داشتن تعلق قومی			
اولویت داشتن تعلق قومی			
احساس تعهد قومی در مقابل تعهد ملی	احساس تعهد و مسئولیت قومی	درون‌گروهی	
عدم احساس تعهد قومی در مقابل تعهد ملی			
مسئولیت قومی			

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

جدول ۲؛ تعداد مضامین فراگیر، مضامین سازمان‌یافته و مضامین پایه‌ای کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی مستخرج از داده‌های کیفی مرتبط با مصاحبه را نشان می‌دهد:

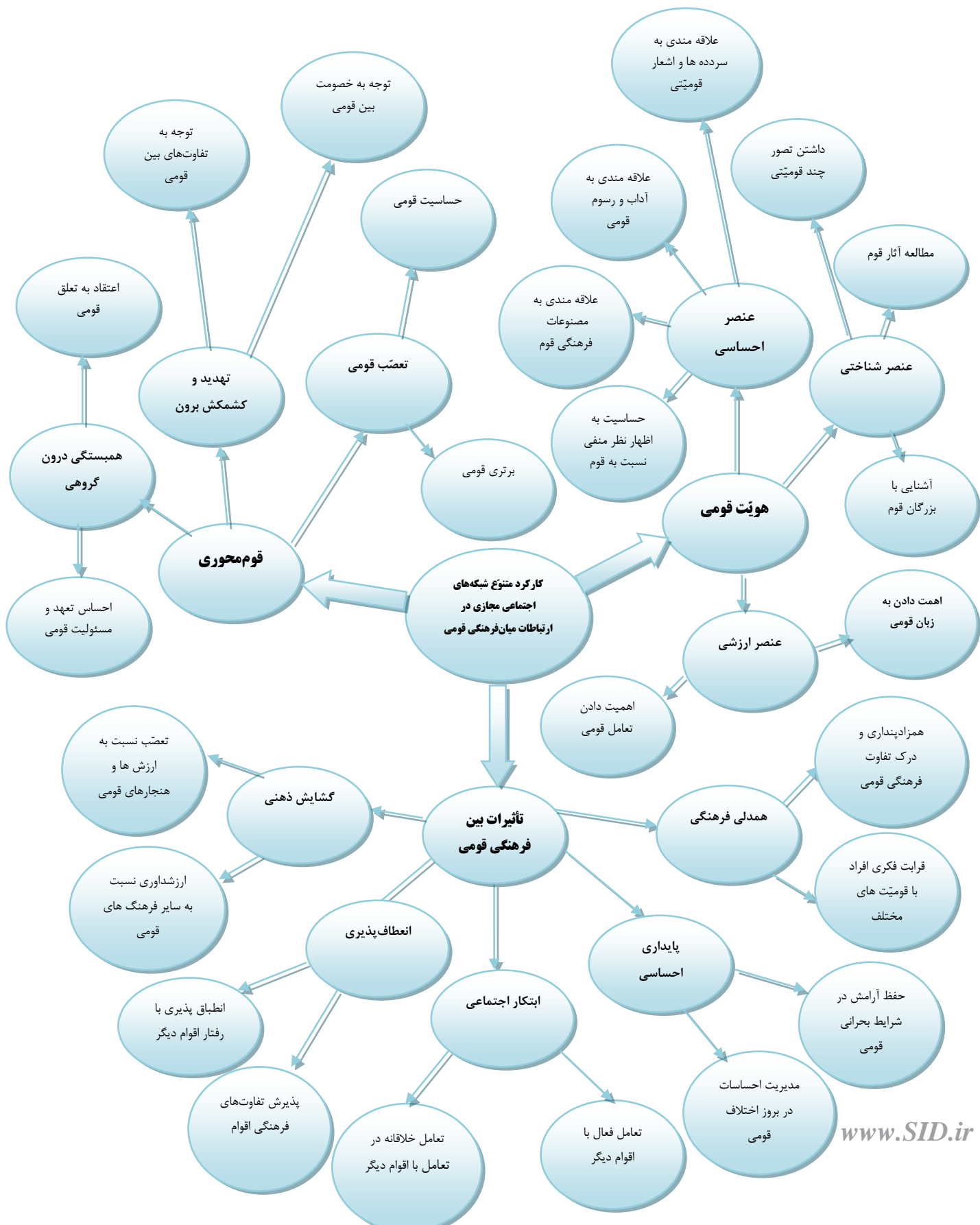
جدول ۲؛ تعداد مضامین فراگیر، سازمان‌یافته و پایه‌ای کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی

مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی

مضامین پایه	مضامین سازمان‌یافته		مضامین فراگیر	ردیف
	فرعی	اصلی		
۲۷	۱۰	۵	تأثیرات بین‌فرهنگی قومی	۱
۱۴	۹	۳	هویت قومی	۲
۱۴	۶	۳	قوم‌محوری	۳
۵۵	۲۵	۱۱	۳	جمع کل

پس از احصاء و استخراج مضامین فراگیر، مضامین سازمان‌یافته اصلی و فرعی و نیز مضامین پایه‌ای کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی در این قسمت به طراحی الگوی مفهومی شبکه‌ای برحسب مضامین فراگیر و سازمان‌یافته اصلی و فرعی در ذیل نمودار ۱ مبادرت شده‌است.

اصلی و فرعی



یافته‌های کمی پژوهش^{۱۸}

یافته‌های توصیفی پژوهش

متوسط سنی جامعه‌ی آماری مورد سنجش ۲۶/۴۰ سال. بیشترین تجمع و انباشتگی پاسخگویان از حیث جنس در طبقه‌ی زن با ۲۷۳ نفر (۷۱/۱ درصد). بیشترین تجمع و انباشتگی پاسخگویان از حیث وضعیت تأهل در طبقه‌ی مجرد با ۳۱۵ نفر (۸۲/۵ درصد). هر فرد به‌طور متوسط از تحصیلات کارشناسی و پایین‌تر برخوردار بوده است. نیمی از پاسخگویان دارای درآمد متوسط و بالاتر و نیمی دیگر نیز پایین‌تر از آن قرار داشتند. در نهایت: بیشترین تجمع و انباشتگی پاسخگویان از حیث نوع قومیت در طبقه قوم فارس با ۲۱۹ نفر (۵۷ درصد) مشاهده شده است.

یافته‌های استنباطی پژوهش

در این قسمت به‌منظور برازش نیکویی مدل کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی، به تحلیل عاملی تأییدی مؤلفه‌های متغیرهای تأثیرات میان‌فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری پرداخته می‌شود تا مؤلفه‌های مختلف در نظر گرفته شده برای آنها مورد تأیید قرارگیرد. جدول ۳ نتایج آزمون کیزر مایر (KMO) و بارتلت در تحلیل عاملی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد:

جدول (۳): نتایج آزمون کیزر مایر (KMO) و بارتلت در تحلیل عاملی

آزمون کیزر مایر (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling)	۰/۶۵۵
آزمون بارتلت (Bartlett's Test)	۹۱۷/۶۴۴
Df	۵۵
Sig:	۰/۰۰۰

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

همانگونه که جدول ۳ نیز نشان می‌دهد: آزمون کیزر مایر برابر با ۰/۶۵۵ می‌باشد؛ این آزمون کفایت اندازه حجم نمونه را جهت انجام تحلیل عاملی و نیز امکان انجام تحلیل عاملی را ارزیابی می‌کند. همچنین سطح معناداری آزمون بارتلت در سطح معناداری ۰/۰۱ می‌باشد و دلالت بر این امر دارد که داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب می‌باشند.

جدول (۴)؛ ماتریس همبستگی مؤلفه‌های متغیرهای تأثیرات میان فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم

محوری را نشان می‌دهد:

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

مؤلفه‌ها	گشایش ذهنی	همدلی فرهنگی	پایداری احساسی	انعطاف پذیری	ابتکار عمل اجتماعی	تعصب قومی	تهدید و کشمکش بین قومی	همبستگی درون قومی	عنصر شناختی	عنصر احساسی	عنصر ارزشی
میزان همبستگی مؤلفه‌های متغیرهای تأثیرات میان فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری	گشایش ذهنی	۱/۰۰۰									
	همدلی فرهنگی	-۱/۰۹	۱/۰۰۰								
	پایداری احساسی	۰/۰۹۶	۰/۵۱۴	۱/۰۰۰							
	انعطاف پذیری	۰/۰۱۹	۰/۴۰۱	-۰/۲۳۱	۱/۰۰۰						
	ابتکار عمل اجتماعی	۰/۴۱۴	۰/۰۰۲	۰/۲۴۳	۰/۰۸۸	۱/۰۰۰					
	تعصب قومی	۰/۲۱۹	-۰/۰۸۶	-۰/۰۴۳	۰/۰۶۶	-۰/۰۶۳	۱/۰۰۰				
	تهدید و کشمکش بین قومی	۰/۰۰۷	-۰/۰۶۴	۰/۱۶۹	۰/۰۹۲	۰/۲۳۲	۰/۲۲۰	۱/۰۰۰			
	همبستگی درون قومی	-۰/۱۱۹	۰/۰۲۳	-۰/۱۲۰	۰/۰۴۲	۰/۰۹۱	-۰/۰۱۷	۰/۱۷۱	۱/۰۰۰		
	عنصر شناختی	۰/۳۲۹	-۰/۱۴۹	۰/۰۵۷	۰/۱۶۸	۰/۳۵۵	۰/۱۸۲	۰/۱۹۳	-۰/۰۱۸	۱/۰۰۰	
	عنصر احساسی	۰/۴۹۲	-۰/۱۳۹	-۰/۰۶۸	۰/۰۱۰	۰/۲۳۰	۰/۲۰۴	۰/۱۰۵	-۰/۱۸۶	۰/۲۱۵	۱/۰۰۰
	عنصر ارزشی	۰/۴۰۴	-۰/۱۱۲	-۰/۱۱۸	۰/۰۱۴	۰/۰۳۶	۰/۲۴۳	۰/۱۶۶	-۰/۲۱۹	۰/۲۹۴	۰/۵۴۵
											۱/۰۰
سطح معناداری همبستگی مؤلفه‌های متغیرهای تأثیرات میان فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری	گشایش ذهنی										
	همدلی فرهنگی	۰/۱۶									
	پایداری احساسی	۰/۰۳۰	۰/۰۰۰								
	انعطاف پذیری	۰/۳۵۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰							
	ابتکار عمل اجتماعی	۰/۰۰۰	۰/۴۸۴	۰/۰۰۰	۰/۰۴۳						
	تعصب قومی	۰/۰۰۰	۰/۰۴۷	۰/۲۰۲	۰/۰۹۹	۰/۱۰۸					
	تهدید و کشمکش بین قومی	۰/۴۴۳	۰/۱۰۷	۰/۰۰۰	۰/۰۳۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰				
	همبستگی درون قومی	۰/۰۱۰	۰/۳۲۸	۰/۰۰۹	۰/۲۰۷	۰/۰۳۷	۰/۲۷۰	۰/۰۰۰			
	عنصر شناختی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۱۳۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۳۶۰		
	عنصر احساسی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۰۹۳	۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
	عنصر ارزشی	۰/۰۰۰	۰/۰۱۴	۰/۰۱۰	۰/۳۹۵	۰/۲۳۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

همانگونه که جدول (۴) نشان می‌دهد؛ بین برخی از مؤلفه‌های متغیرهای تأثیرات میان‌فرهنگی قومی، هویت قومی و قوم‌محوری همبستگی معناداری وجود دارد که در سطح معناداری ۰/۰۱ و ۰/۰۵ می‌باشند (که برخی دارای همبستگی مستقیم و برخی دارای همبستگی معکوس هستند). علاوه بر آن بین برخی از مؤلفه‌های سه متغیر مورد ارزیابی (همچون گشایش ذهنی با انعطاف‌پذیری و تهدید و کشمکش بین قومی و...) همبستگی معناداری مشاهده نشده است ($P > 0/05$).

جدول ۵ میزان بارهای عاملی و سهم هر بعد را در تبیین مؤلفه‌ها نشان می‌دهد:

جدول (۵): نتایج آزمون تحلیل عاملی برحسب ابعاد و مؤلفه‌های آن^{۱۹}

عامل سوم (هویت قومی)	عامل دوم (قوم‌محوری)	عامل اول (تأثیرات میان‌فرهنگی قومی)	عامل (در اینجا متغیر) مؤلفه‌ها
		۰/۱۸۶	گشایش ذهنی
		۰/۶۸۰	همدلی فرهنگی
		۰/۸۳۸	پایداری احساسی
		۰/۴۳۱	انعطاف‌پذیری
		۰/۴۷۳	ابتکار عمل اجتماعی
	۰/۱۱۷		تعصب قومی
	۰/۶۲۱		تهدید و کشمکش بین قومی
	۰/۵۳۵		همبستگی درون قومی
۰/۷۰۴			عنصر شناختی
۰/۸۰۲			عنصر احساسی
۰/۶۵۱			عنصر ارزشی
۱۴/۶۹۹	۱۶/۳۹۱	۲۴/۲۷۱	درصد واریانس تبیین شده
۵۵/۳۶۲	۴۰/۶۶۲	۲۴/۲۷۱	درصد تراکمی واریانس تبیین شده

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

همانگونه که جدول (۵): نیز نشان می‌دهد؛ مؤلفه‌های سه متغیر تأثیرات میان‌فرهنگی قومی، قوم‌محوری و هویت قومی از همبستگی نسبتاً قابل قبولی با متغیرهای سه‌گانه کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی برخوردار می‌باشند و در نهایت باید خاطر نشان ساخت که درصد کل واریانس تبیین شده توسط متغیرهای موجود در تحلیل عاملی برابر با ۵۵/۳۶۲ می‌باشد. بنابراین؛ با توجه به تحلیل عاملی تأییدی فرضیه پژوهش مبنی بر اینکه الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی از برآش لازم برخوردار می‌باشد؛ تأیید می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی قومی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های تهران) آغاز شده‌است. پس از توصیف و تبیین سوابق نظری و بیان سوابق تجربی مرتبط با موضوع پژوهش، از طرح متوالی اکتشافی جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده‌است. نتایج پژوهش نشان داده است که الگوی کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان‌فرهنگی متنوع و چندوجهی می‌باشد؛ به بیان دقیق‌تر؛ می‌توان چنین اذعان داشت که شبکه‌های اجتماعی مجازی هم موجب تأثیر مثبت میان‌فرهنگی قومی، هم باعث برجسته شدن قوم‌محوری و در نهایت هم موجب تقویت هویت قومی می‌گردند. بدین ترتیب که: شبکه‌های اجتماعی مجازی از یک سو می‌توانند به واسطه‌ی گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی و تبدیل کردن آن به امری روزمره به نزدیکی بیشتر فرهنگ‌های مختلف و اخذ جنبه‌های مثبت و ایجاد هم‌نوایی بیشتر بیانجامد. به بیان دیگر؛ رشد و توسعه‌ی روزافزون فناوری اطلاعات و نیز شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب بسط و گسترش مبادلات و آگاهی‌های قومی و فرهنگی شده‌است. این امر در ذیل مضمون فراگیر تأثیرات بین فرهنگی قومی با پنج مضمون سازمان‌یافته‌ی اصلی شامل: گشایش ذهنی، انعطاف‌پذیری، ابتکار اجتماعی، پایداری احساسی و همدلی فرهنگی احصاء و شناسایی شده‌است.

این مضمون فراگیر بر ساخته شده‌ی الگوی مفهومی را می‌توان بر اساس نظریه‌ی عدم قطعیت گادیکانست و تینگ-تومی و ویزمن (۱۹۹۱) چنین تبیین کرد که وقتی افراد از فرهنگ‌ها و سندهای

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

فرهنگی متفاوتی با هم ارتباط برقرار کنند؛ تفاوت‌های فرهنگی باعث ایجاد اضطراب و عدم قطعیت در فرد می‌شوند و لذا تفاوت‌ها زمانی باعث کاهش اضطراب و عدم قطعیت می‌شود که برداشت‌ها یکسان و نزدیک به هم و تفاوت‌ها به حداقل برسند. بنابراین در رابطه با محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی هم می‌توان چنین گفت که ارتباط موثر زمانی اتفاق می‌افتد که فرد پیام دریافتی را به شیوه‌ای مشابه پیام ارسالی توسط فرستنده پیام تفسیر کند. همچنین این مضمون فراگیر بر ساخته شده‌ی الگوی مفهومی با نظریه‌ی مذاکره‌ی هویت تینگ تومی (۱۹۹۳) که بر ارتباطات بین فرهنگی به واسطه‌ی فرایند مذاکره هویت‌ها تأکید می‌کند؛ قرابت دارد. به بیان دیگر: تینگ تومی، بر این باور است که فرایند مذاکره تعامل هویتی دو تعامل‌گر در یک رویداد ارتباطاتی جدید است. لذا: هرچه خودشناسایی افراد به صورت امن‌تری انجام پذیرد، انسجام هویتی و عزت‌نفس کلی آنان بیشتر شده و آنان بیشتر پذیرای تعامل با اعضای سایر فرهنگ‌ها خواهند بود. بالعکس هرچه افراد بیشتر احساس آسیب‌پذیری کنند، دچار اضطراب بیشتری در تعاملات خود خواهند شد. علاوه بر آن، با نظریات توانش ارتباطی کیم (۱۹۸۶)، در رابطه با گروه غیرخودی از حیث اینکه قرار گرفتن اعضای گروه غیرخودی در شبکه‌های شخصی افراد و ماهیت پیوند با اعضاء گروه غیرخودی بر توانش ارتباطاتی آنها در رابطه با گروه غیرخودی تأثیر می‌گذارد؛ قرابت دارد. در نهایت براساس نظریه‌ی معنا چنین بیان داشت که زندگی گروهی انسانی شامل هماهنگی مجموعه کردارهای شرکت‌کنندگان در گروه، از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی است و از تعامل آنها با یکدیگر مجموعه‌ای از انتظارات، نسبت به چگونگی رفتار آنها با همدیگر پیش می‌آید. از این منظر؛ سوءتفاهم در شبکه‌های اجتماعی مجازی هنگامی کاهش پیدا می‌کند که افراد فکر کنند که واژگان معنی خود را از افراد می‌گیرند، نه از سرشت ذاتی خود. لذا عمل به وسیله‌ی فرد عمل‌کننده به واسطه‌ی فرایند تفسیر و ارزیابی او ساخته می‌شود.

در این رابطه بوید و الیسون (۲۰۰۷) و الولا و اسکوز^{۲۰} (۲۰۰۹) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده از وبلاگ‌ها نه تنها اثر مثبتی بر روابط فرهنگی داشته است، بلکه درجه مشارکت فرهنگی را هم افزایش داده است. بانرجی (۲۰۰۷) در تحقیق خود نشان می‌دهد که قوم‌محوری به دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش یافته و انگیزه‌ای برای تعامل مردم با دیگر فرهنگ‌ها در حال

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

افزایش است. همچنین قادرزاده و عبدالله زاده (۱۳۹۰) در مطالعه‌ی خود نشان دادند که با گسترش ارتباطات مجازی و بالا رفتن آگاهی و شناخت بین قومی، حساسیت‌های بین فرهنگی تعدیل و کاهش یافته است.

از سوی دیگر یافته‌های پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند باعث برجسته‌شدن اختلافات و تفاوت‌ها بین قومی و حتی کینه و نفرت و بازتولید دیدگاه‌های قوم‌مدارانه در این فضا باشد. این امر در ذیل مضمون فراگیر قوم‌محوری شامل سه مضامین سازمان‌یافته اصلی: تعصب قومی، تهدید و کشمکش برون قومی و همبستگی درون گروهی احصاء و شناسایی شده‌است. این مفهوم، به معنای قضاوت همراه با تعصب فرهنگی می‌باشد. مانند به کار بردن ملاک قالبی که توسط فرهنگ شخص تولید شده‌است و وی آن را در مورد موضوعات، کنش‌ها، افراد یا گروه‌هایی از فرهنگ غیر به کار می‌برد. این مضمون فراگیر بر ساخته شده‌ی الگوی مفهومی که به معنای قضاوت جانبدارانه به عنوان یکی از چندین مشخصه در نظریه‌ی همبستگی درون گروهی است که با شاخص خصومت به عنوان یکی از خصیصه‌های فراگیر جوامع انسانی بازساخته می‌شود را می‌توان براساس نظریه‌ی گراهام سامنر چنین گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب تقویت و توسعه همبستگی‌های درون گروهی قومیتی و کشمکش و خصومت برون گروهی قومی می‌شود؛ قرابت دارد.

در این رابطه، کیان و اسکات^{۲۱} (۲۰۰۷) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که افشای بیش از حد اطلاعات شخصی در شبکه‌های اجتماعی، باعث مسائل و مشکلات فردی و اجتماعی در سطح بین فرهنگی شده‌است. مواردی مانند درگیری‌ها و مناقشات و بحث‌هایی در مورد اعتقادات و باورهای افراد و تفکرات قالبی آنها در مورد همدیگر از جمله این جنبه‌های منفی است. همچنین همان‌گونه که در ذیل سوابق تجربی نیز به آن اشاره شد؛ در نهایت پونیا (۲۰۰۶) نشان داد که با افزایش تعامل بین قومیت‌ها، همبستگی افزایش می‌یابد. اما همزمان، می‌تواند به کشمکش برون گروهی نیز منجر شود؛ چرا که شبکه‌های اجتماعی مجازی به تشدید و توسعه‌ی قوم‌محوری در ارتباطات دامن می‌زنند. همچنین تحقیقات بولونگ

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

(۲۰۰۸) نیز اثبات کرده است که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به قوم‌محوری دامن می‌زنند. به بیان دیگر؛ افراد عموماً تمایل به ایجاد ارتباطات درون‌قومی بیشتری در اینترنت دارند تا ارتباطات برون‌قومی.

علاوه بر آن؛ یافته‌های پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند باعث تقویت و بازتولید هویت‌های قومی و نژادی در این فضا باشند. این امر در ذیل مضمون فراگیر هویت قومی با سه مضمون سازمان‌یافته‌ی اصلی شامل: عنصر شناختی، عنصر احساسی و عنصر ارزشی احصاء و شناسایی شده‌است. این مضمون فراگیر بر ساخته شده‌ی الگوی مفهومی، از یک سو با دیدگاه تاجفل^{۲۲} (۱۹۷۸) که هویت اجتماعی (در اینجا هویت قومی) را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و عضویت گروهی را متشکل از سه عنصر شناختی، ارزشی و احساسی می‌داند؛ قرابت دارد. لذا از این منظر، می‌توان هویت قومی دانشجویان را به میزان آگاهی و شناخت آنها از تعلق‌شان نسبت به قوم مشخص به همراه پیامدهای احساسی و ارزشی مرتبط با آن تعریف کرد. از سوی دیگر؛ این مضمون فراگیر بر ساخته شده‌ی الگوی مفهومی با دیدگاه مانوئل کاستلز (۱۳۸۵) که معتقد است: انقلاب فناوری و جامعه‌ی شبکه‌ای برآمده از آن موجب تقویت قدرتمند هویت‌های جمعی مقاومتی و برنامه‌دار می‌شود؛ قرابت دارد. یعنی جامعه‌ی شبکه‌ای در تقویت و بازتولید هویت‌های مقاومتی همچون هویت‌های جمعی غیرمملی که مهمترین آنها هویت‌های قومی می‌باشند؛ بر اساس اصول مشترک نقش اساسی دارند. از سوی دیگر؛ با نظریه‌ی هم‌فرهنگی که مبتنی بر تعاملات میان اعضای کم نفوذ، به حاشیه رانده و خاموش است؛ قرابت دارد. چراکه اعضای گروه هم‌فرهنگ خاموش از برخی از سبک‌های ارتباطاتی همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی برای دستیابی به موفقیت‌ها هنگام مواجهه با ساختارهای مسلط سرکوبگر بهره می‌جویند.

در این رابطه، توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۶) نشان دادند که لک‌ها علی‌رغم تفاوت‌های فرهنگی که در میان خویشتن دارند، برخی خصیصه‌های فرهنگی مشترک دارند که مشخصاً بیانگر هویت قومی آنهاست؛ آنها با پذیرفتن عناصر مدرن و جهانی در کنار عناصر محلی و قدیمی، ترکیب ظریفی از امر محلی و جهانی را به وجود آورده‌اند؛ همچنین عناصری که در درون فرایندهای قدرت، تفاوت و مقاومت قرار می‌گیرند توان هویت‌سازی بالاتری دارند. خانیکی (۱۳۹۲) در پژوهش خود تحت‌عنوان کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

مجازی نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی زمینه‌های کنشگری و متعاقباً بسیج و همسویی پیروان یک عقیده را در فرهنگ رسانه‌ای مجازی پیش می‌کشد. در مقابل، صمد عدلی‌پور و دیگران (۱۳۹۳) در پژوهش خود به تأثیرات منفی شبکه‌ی اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان به‌واسطه‌ی مدت عضویت، میزان مشارکت در جامعه آماری مورد مطالعه خود دست یافته‌اند.

باید اذعان داشت که در یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان چنین گفت: که سه متغیر برآمده از کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی، کارکردهای قوم‌محوری، تأثیرات میان فرهنگی قومی و هویت قومی، به ترتیب از بیشترین تا کمترین میزان در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برخوردار می‌باشند.

در نهایت، نتایج استنباطی ذیل تحلیل عامل تأییدی در بخش نتایج کمی نشان داد: الگوی برساخته شده از برازش لازم برخوردار بود و لذا متغیرهای موجود در تحلیل عاملی تأییدی توانسته‌اند در مجموع ۵۵/۳۶۲ درصد از واریانس کل مؤلفه‌های متغیرهای سه‌گانه کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی را تبیین و پیش‌بینی نمایند.

باتوجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای ذیل برای دست‌اندرکاران سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، فضای مجازی و نیز دانشگاه‌ها ارائه می‌گردد تا نسبت به تدوین راهبردها، برنامه‌های عملیاتی و اقدامات لازم نسبت به بهبود حساسیت‌های بین فرهنگی قومی در فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص تمهیداتی را فراهم سازند. بدین ترتیب:

۱- تقویت و ارتقای سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی بواسطه:

- برگزاری دوره‌های آموزشی همچون کارگاه‌های آموزشی؛
- برگزاری نشست‌ها و همایش‌های تخصصی؛
- تولید محتوای آموزشی در قالب تألیف، ترجمه؛
- گنجاندن واحد درسی تحت‌عنوان؛ آشنایی با اصول و مهارت‌های سواد رسانه‌ای در میان واحدهای درسی دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاهی.

طراحی و ارزیابی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی...

۲- آموزش مهارت‌های اجتماعی به دانشجویان کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی خاصه آموزش

مهارت‌های خودآگاهی، ارتباطی، همدلی، مقابله با هیجان، تفکر انتقادی، تصمیم‌گیری و تفکر خلاق.

۳- تقویت سرمایه‌ی اجتماعی بین گروهی در میان دانشجویان کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی در

راستای ارتقای همبستگی برون‌گروهی قومی به‌واسطه‌ی:

- تقویت اعتماد بین شخصی خاصه اعتماد عام یا تعمیم یافته؛
- تقویت هنجارهای غیررسمی همچون: صداقت، گذشت، نوع‌دوستی، انصاف و جوانمردی، تمایل به همکاری و تعاون و تعهد و احساس مسئولیت؛
- تقویت شبکه‌های اجتماعی دانشجویی همچون انجمن‌های علمی، اجتماعی، فرهنگی و هنری.

پی‌نوشت

۱. Obar and Wildman
۲. smart phone

۳. آمار منتشر شده بر روی وب سایت: Intrnet World Stats نقل از وب سایت:

<http://sorenacenter.ir>

۴. Boyd & Eliison
۵. Anderson & et al
۶. Scott
۷. Bolong
۸. Banerjee
۹. Ponnia
۱۰. Anderson & et a
۱۱. Cultural Communication
۱۲. Weaver
۱۳. Kim
۱۴. Ting- toomy
۱۵. Castells
۱۶. Richards
۱۷. Gudykunst, Ting-Toomey & Wiseman

۱۸ - به دلیل جلوگیری از حجم مقاله از ذکر توصیف داده‌ها و نیز آزمون تفاوت معناداری (تحلیل مقایسه ای) اجتناب

شده‌است.

۱۹ - لازم به ذکر است که برای حجم نمونه ۳۰۰ نفر، بارهای عاملی بین ۰/۱۱ تا ۰/۱۴ نسبتاً قابل قبول

می‌باشند. (منصو فر ۱۳۸۸: ۳۰۳ و ۳۰۴).

۲۰. Elola & Oskoz
۲۱. Qian & Scott
۲۲. Tajfel

منابع

الف - منابع فارسی

۱. برتون، رولان (۱۳۸۰). قوم‌شناسی سیاسی. ترجمه: ناصر فکوهی. تهران: نشر نی.
۲. توسلی، غلامعباس. قلی‌پور، سیاووش (۱۳۸۶). جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک. جامعه‌شناسی ایران، دوره ۸، شماره ۳، ص ۱-۲۹.
۳. خانیکی، هادی. بصیریان‌جهرمی، حسین (۱۳۹۲). کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه‌ی کارکردهای فیس‌بوک در فضای واقعی). فصلنامه‌ی علوم اجتماعی، تابستان، شماره ۶۱، ص ۴۵-۸۰.
۴. ساروخانی، باقر (۱۳۷۸). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (چاپ چهاردهم). تهران: موسسه‌ی مطالعات و تحقیقات فرهنگی. جلد اول.
۵. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیهان.
۶. ساروخانی، باقر. توسلی، غلامعباس. سیدعربی‌نژاد، عزیزه (۱۳۸۷). تاثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر با تاکید بر اینترنت. پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوم، شماره ۱، ص ۱۵۲-۱۳۱.
۷. سلطانی، اصغر (۱۳۸۴). بررسی امکان‌سنجی ایجاد رشته آموزش علوم در دانشگاه، پایان‌نامه - ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه اصفهان.
۸. سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۹). فناوری‌های نوین ارتباطی (چاپ اول)، تهران: انتشارات دانشگاه جامع علمی کاربردی.
۹. عدلی‌پور، صمد. قاسمی، وحید. میرمحمدتبار، سیداحمد (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان. فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱، ص ۱-۲۸.
۱۰. ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۸). بررسی وضعیت استفاده‌ی وزارتخانه‌های ایران از تکنولوژی - های کاربردی روابط عمومی الکترونیک و ارائه‌ی یک مدل EPR. رساله‌ی دکتری رشته‌ی علوم ارتباطات اجتماعی، گرایش روزنامه‌نگاری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۱۱. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۸). شبکه‌های اجتماعی مجازی، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۲. فلیک، اووه (۲۰۰۶). درآمدی بر تحقیق کیفی، مترجم: هادی جلیلی (۱۳۸۸)، چاپ دوم. تهران: نشر نی.
۱۳. قادرزاده، امید. عبدالله‌زاده، خالد (۱۳۹۰). حساسیت بین فرهنگی در اجتماعات قومی در

ایران

(مورد مطالعه: اقوام ترک و کرد در شهر قروه). مجله‌ی علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۱۹، ص ۱۵۴-۱۱۹.

۱۴. کاستلز، مانوئل (۱۹۹۹). عصر اطلاعات: ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای (چاپ پنجم). ترجمه: عبدالاحد علیقلیان و افشین خاکباز (۱۳۸۵). تهران: انتشارات طرح نو. جلد یک.

۱۵. منصورفر، کریم (۱۳۸۸). روش‌های پیشرفته‌ی آماری همراه با برنامه‌های کامپیوتری (چاپ سوم)، تهران: موسسه انتشاراتی دانشگاه تهران.

ب- منابع لاتین

- Anderson, P. H., Lawton, L., Rexeisen, R. J., & Hubbard, A.C. (۲۰۰۵), “ **Short-term study abroad and intercultural sensitivity: A pilot study**”, International Journal of Intercultural Relations. ۳۰(۴) pp. ۴۵۷-۴۶۹. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0147176705001641>, (Accessed on: ۱۰/۰۵/۲۰۱۸).
- Arasaratnam, L. A.; & Banerjee, C. S. (۲۰۰۷), “ **Ethnocentrism and Sensation Seeking as Variables that Influence Intercultural Contact Seeking Behaviour: A Path Analysis**”, Communication Research Reports, ۲۴(۴), ۳۰۳-۳۱۰. Available at: <https://doi.org/10.1080/08824090701624197>, (Accessed on: ۱۰/۰۵/۲۰۱۸).
- Bolong, J.; Tamam, E. & Wan, A. (۲۰۰۸), “ **Social Relivance and Interpersonal Relationships in the Virtual Community Through Internet Relay Chat (IRC)**”, In Akmar Hayati Ahmad Ghazali, Jusang Bolong, Siti Zobidah Omar & Abdul Mua from @ Zamri Ahmad (Eds.), Current Communication Challenge (pp. ۳۰۳-۳۱۳). Serdang, UPM Publication.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (۲۰۰۷), “**Social network sites: definition, history, and scholarship**”, Journal of Computer-Mediated Communication, ۱۳(۲), ۲۱۰-۲۳۰. Available at: www.sciupub.com/reference/166975, (Accessed on: ۱۴/۰۴/۲۰۱۸).
- Castells, Manuel (۱۹۹۷), second edition, (۲۰۰۹), “ **The Power of Identity, the Information Age: Economy**”, Society and Culture Vol. II. Malden, MA; Oxford, UK: Blackwell. Available at: https://www.academia.edu/2106687/The_power_of_identity_The_information_age_Economy_society_and_culture, (Accessed on: ۱۷/۰۳/۲۰۱۸).
- Elola, I., & Oskoz, A. (۲۰۰۹), “ **Bloggng: fostering intercultural competence development in foreign language and study abroad contexts**”, Foreign Language annals, ۴۱(۳), ۴۵۴-۴۷۷. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1944-9720.2008.tb03307.x>, (Accessed on: ۱۷/۰۳/۲۰۱۸).
- Gudykunst, w., Ting-Toomey, S., & Wiseman, R. (۱۹۹۱). **Taming the beast: designing a course in intercultural communication**”, ۴۰(۳), ۲۷۲-۲۸۵. Available at: <https://eric.ed.gov/?id=EJ428320>, (Accessed on: ۱۷/۰۴/۲۰۱۸).
- Kim, YY (۱۹۸۶), “**Understanding the social structure of intergroup communication**”, in W.B. Gudykunst(ED), intergroup communication (pp.۸۶-۹۵) london: Edward Arnold.
- Obar, J. A. & Wildman, S. (۲۰۱۵), “ **Social media definition and the governance challenge**”, An introduction to the special issue. Telecommunications policy. ۳۹ (۹), ۷۴۵-۷۵۰. Available at: <https://isidl.com/wp-content/uploads/2017/08/E4509-ISIDL.pdf>, (Accessed on: ۱۶/۰۵/۲۰۱۸).

۱۰. Ponniah, R. (۲۰۰۶), “ **A Developing Contemporary Critique of the Relationship between Public Policy and Racial Integration in Malaysia**”, Available at: https://www.crc.gov.my/wp-content/uploads/۲۰۱۶/۰۷/۰۹_Reviews_of_Msian_Research_on_Major_Diseases_۲۰۰۰_۲۰۱۵_MJM_Supplement_Volume/۲۰۷۱.pdf, (Accessed on: ۱۶/۰۳/۲۰۱۸).
۱۱. Qian, H., & Scott, C. R. (۲۰۰۷), “ **Anonymity and selfdisclosure on weblogs**”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۲(۴), ۱۴۲۸-۱۴۵۱. Available at: <https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/j.۱۰۸۳-۶۱۰۱.۲۰۰۷.۰۰۳۸۰.x>, (Accessed on: ۱۶/۰۷/۲۰۱۸).
۱۲. Richards, I. A. (۱۹۳۶), “ **The Philosophy of Rhetoric**”, London: Oxford University.
۱۳. -Tajfel, Henry (۱۹۷۸), “ **Interindividual behavior an intergroup behavior**”, London. Academic press.
۱۴. Ting-Toomy.s (۱۹۹۳), “ **Communicative resourcefulness: an identity negotiation theory. In R.L**”, Wiseman& J-Koester (Eds), *intercultural communicayion competence* (pp.۷۲-۱۱۱). Newbury Park, CA: sage.

ج - منابع اینترنتی

۱. Internet world stats. Usage & population statistics. ۳۱ Dec ۲۰۱۷, Available at: www.Internet.worldstats.com, (Accessed on: ۲۰/۰۷/۲۰۱۸).