

تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران

مهدخت بروجردی علوی* ، امیر سعید صدیق یزدچی**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۱۵

چکیده

تأثیر رسانه‌های مجازی بر افکار و هویت مخاطبان در سطح قومی و ملی از مباحث بحث‌برانگیزی است که موضوع تحقیقات متعددی در دهه ۸۰ و آغازین سال‌های دهه ۹۰ شمسی در محافل علمی و دانشگاهی بوده است. در پژوهش حاضر، از میان تحقیقات موجود در زمینه تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی، دوازده مقاله منتشر شده در نشریات علمی، انتخاب شدند و به شیوه فرا تحلیل مورد بررسی قرار گرفتند. نکته مشترک این تحقیقات، سنجش تأثیرات فضای مجازی بر هویت ملی و قومی مخاطبان بوده است. در این فرا تحلیل، داده‌های جمع‌آوری شده از مقالات مورد بررسی قرار گرفتند تا به این پرسش پاسخ دهند که رسانه‌های جدید با توجه به رشد سریع در میان جامعه قومی ایران به‌ویژه نسل جوان، در تعامل با

mbalavi36@yahoo.com

assadigh@gmail.com

* دانشیار ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی. (نویسنده مسئول)

** کارشناس ارشد روزنامه نگاری دانشگاه علامه طباطبائی.

هویت قومی و ملی چه آثار و پیامدهایی داشته‌اند. دستاورد اکثر پژوهش‌های مورد بررسی، تأیید تأثیر مثبت فضای مجازی بر هویت قومی بود؛ اگرچه از دید بعضی از محققان، اثرات منفی فضای مجازی نیز نادیده گرفته نشده بود. تقویت مرزبندی‌ها و رشد انشعابات کوچک قومی از جمله اثرات منفی قلمداد شده بود. همچنین، به‌زعم پژوهش‌ها، نشانه‌هایی از جریان هویت زدای قومی نیز قابل کتمان نیست.

واژه‌های کلیدی: فرا تحلیل، هویت، فضای مجازی

طرح مسئله

ملیت ایرانی با پیوستگی اقوام متعدد معنا یافته است. اهمیت اقوام بی‌تردید به مسئله تأثیرات تعیین‌کننده آن بر وحدت ملی در ایران بازمی‌گردد. آنچه دوام و بقای یک ملت را موجب می‌شود، وحدت و یکپارچگی درونی آن است که در یک جامعه چند قومی میسر نخواهد بود؛ مگر در سایه رابطه متقابل و مستمر میان اقوام.

حوزه مطالعات قومی در ایران همواره مورد توجه بسیاری از تحقیقات علمی بوده و بخصوص در سال‌های اخیر، تأثیر فناوری‌های نوین بر گرایش‌های قومیت‌ها به موضوعی قابل بررسی تبدیل شده است. تأثیر رسانه‌های جدید و شناخت چگونگی تأثیر آن‌ها بر هویت اقوام ایرانی و وحدت ملی کشور هدف انجام این پژوهش بوده است.

تحقیقات مورد بررسی، از میان آثار انتشار یافته در نشریات علمی انتخاب شده‌اند. نشریات علمی^۱ به‌مثابه رسانه‌های ارتباطی هستند که مهم‌ترین کارکرد آن‌ها انتشار و ترویج آثار پژوهشی در چارچوب قواعد مقاله‌نویسی

علمی است. نشریات علمی با ساختار و صورتبندی معین عمل می‌کنند و نقطه تلاقی دانشمندان و روزنامه‌نگاران محسوب می‌شوند. "تفاوت میان روش‌ها و هدف‌های روزنامه‌نگاران و دانشمندان به‌طور خاص به روش‌های عرضه اطلاعات بازمی‌گردد. روزنامه‌نگاران گرایش بیشتری به‌سوی احساسات و هیجانات دارند، برخلاف دانشمندان که بیشتر بر واقعیات بیرونی تمرکز می‌کنند و در پی اندازه‌گیری واقعیات تجربی هستند". (Sterling, 2009: 1261)

الکترونیک شدن این نشریات در سال‌های اخیر نیز به توسعه و افزایش مخاطبان آن‌ها انجامیده است.

بر مبنای استانداردهای رتبه‌سنجی، نشریات علمی دنیا به چهار نوع علمی پژوهشی، علمی ترویجی، علمی مروری، و مجموعه مقالات ارائه شده در همایش‌های علمی تقسیم می‌شوند.

دوازده مقاله علمی مورد تحلیل در این پژوهش، از هر چهار نوع مجله علمی انتخاب شده و از چارچوب مقاله‌نویسی مشترک پیروی کرده‌اند.

هدف تحقیق

هدف این پژوهش، مطالعه و مقایسه دستاوردهای تحقیقات انجام شده در فاصله سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲، حول محور تأثیر فناوری نوین ارتباطی بر هویت قومی و ملی است.

سؤال اصلی تحقیق

سؤال اصلی تحقیق این است که آیا به‌زعم پژوهش‌های انجام‌گرفته در این حوزه، رسانه‌های جدید در فضای مجازی در جهت تقویت هویت قومی و ملی عمل می‌کنند یا در جهت تضعیف آن؟

پیشینه پژوهش

از اولین تحقیقات مهم در زمینه اثرات فضای مجازی بر هویت ملی، می‌توان از پژوهشی که در پژوهشکده مطالعات راهبردی با عنوان "تأثیر اینترنت بر هویت ملی" در نیمه اول دهه هشتاد انجام شده، نام برد. پژوهشگران مطالعات راهبردی، بهره‌گیری از فضای مجازی را به پنج مقوله مدت استفاده، میزان استفاده، نوع استفاده، هدف استفاده و میزان مشارکت کاربران تقسیم‌بندی کرده و آن را با سایر متغیرها از جمله پایگاه اقتصادی و میزان تحصیلات کاربران، سنجیده‌اند. نتیجه آنکه مدت استفاده از اینترنت به نسبت سایر متغیرها تأثیر بیشتری بر هویت ملی کاربران برجای می‌گذارد.

تحقیق دیگری که با استفاده از روش فرا تحلیل، رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران را مورد سنجش قرار داده، به این نتیجه رسیده که هویت قومی می‌تواند هم‌عرض هویت ملی باشد و نه لزوماً در تقابل با آن. "در پایان محققان نتیجه‌گیری کرده‌اند که ارتباط مثبت بین هویت قومی و هویت ملی نشان می‌دهد که هویت ایرانی ترکیب و برآیند دیالکتیکی حاصل از تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ‌های ایرانی است. بنابراین تأکید بر یک یا چند بعد از آن در نهایت به نفع انسجام ملی نیست و اجرای تکثر قومی و فرهنگی و احترام به فرهنگ بومی ضرورتی انکارناپذیر است. این موضوع می‌تواند علاوه بر تقویت هویت قومی به تقویت هویت و انسجام ملی منجر شود." (جعفرزاده‌پور و حیدری، ۱۳۹۳: ۸۶). نویسندگان همچنین در جمع‌بندی نهایی خود تصریح کرده‌اند: "نتایج حاکی از آن است که هویت قومی و هویت ملی هر دو در میان اقوام ایرانی، به‌طور توأمان، قوت و برجستگی دارند و میان آن‌ها رابطه تعارض‌آمیز و قطبی وجود ندارد. همچنین می‌توان گفت که میان ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت قومی و هویت ملی رابطه مثبت و قوی

برقرار است، اما ابعاد سیاسی این دو نوع هویت رابطه منفی با یکدیگر دارند" (همان: ۸۶).

در پژوهش دیگری که توسط حسین پناهی و کریم مهری انجام شد، این نتیجه به دست آمد که عدم ارتباط با اقوام و عدم توجه به خواست‌های آن‌ها موجب سرکوب غرایز و نیازهای آن‌ها خواهد شد که می‌تواند زمینه‌ساز انواع نارضایتی‌ها نسبت به دولت شده و به تضعیف هویت ملی منجر شود (پناهی و مهری، ۱۳۹۲: ۱۵۹).

همچنین به موازات تحقیقات دانشگاهی، لازم است به تحقیقات مراکز نظامی و امنیتی پیرامون فضای مجازی اشاره شود که در طول سال‌های اخیر در ایران پرشمار بوده‌اند. در این‌گونه آثار به جوانب فناورانه فضای مجازی پرداخته شده و غالباً تأثیر رسانه‌های فضای مجازی را مفروض تلقی کرده و به آسیب‌شناختی ناشی از رشد روزافزون آن‌ها پرداخته‌اند.

مرور نظری

در میان نظریه‌های ارتباطات، بحث تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان، از محورهای اصلی نظریه‌پردازی عصر حاضر بوده است. رشد سریع و اعجاب‌آور رسانه‌های جدید و فضای مجازی، بار دیگر تأثیر رسانه‌ها را در مرکز توجه قرار داده است.

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی پیچیده‌تر از رسانه‌های سنتی عمل می‌کنند. غالب صاحب‌نظران فضای مجازی بر این نکته اتفاق نظر دارند که این رسانه‌ها حجم اطلاعات در گردش و ارسال شده به مخاطب را بسیار وسعت بخشیده‌اند. نظریه‌پرداز سیاسی در حوزه فناوری اطلاعات جیمز روزنا می‌نویسد: "فناوری رایانمند نه تنها تجزیه و تحلیل حجم عظیمی از اطلاعات را

تسهیل می‌کند بلکه استفاده‌کنندگان از این فناوری را برمی‌انگیزد تا مهارت بیشتری پیدا کنند. نفس واقعیت رویارویی با چنین حجمی از اطلاعات... به‌نوبه خود گنجینه مهارت‌های تحلیلی آن‌ها را توسعه می‌دهد". (روزنا، ۱۳۹۰: ۵۴) افزایش مهارت‌های تحلیلی^۱ با توجه به دریافت حجم عظیم داده‌ها مهم‌ترین تفاوت میان رسانه‌های کلاسیک و رسانه‌های جدید است.

جوزف نای ذیل نظریه معروف قدرت نرم که تحت تأثیر فناوری اطلاعات در عصر حاضر مطرح شده، معتقد است: "یکی از جالب‌توجه‌ترین جنبه‌های قدرت در ارتباط با جریان‌های فزاینده اطلاعات به انبوهی تناقض‌آمیز^۲ آن مربوط می‌شود. حجم بالای اطلاعات، سبب کاهش توجه می‌شود؛ چراکه متمرکز شدن روی اطلاعات موجود را مشکل می‌کند. در این مشکل، کمبود توجه، جای کمبود اطلاعات را می‌گیرد و آن‌هایی که قادر باشند نشانه‌های ارزشمند را از نشانه‌های بی‌ارزش تشخیص دهند، قدرت پیدا می‌کنند. در این میان، نیاز بیشتری به ویرایشگران اطلاعات و کارشناسان تشخیص سرخ‌ها و صافی‌های اطلاعاتی پیدا می‌شود. در این جریان، قدرت بیشتر را آن‌هایی به دست می‌آورند که به ویرایش و اعتباربخشی آن مقتدرانه می‌پردازند". (نای، ۱۳۸۷: ۱۵۳).

مرور مفاهیم

فرا تحلیل

این پژوهش به روش فرا تحلیل^۳ صورت می‌گیرد. مقصود اصلی در پژوهش‌های فرا تحلیل، یافتن نکات اشتراک و افتراق در تحقیقات انجام شده و در صورت امکان، یافتن دلایل این اشتراک و اختلاف است.

-
1. Analytic Skills
 2. Paradox of plenty
 3. Meta-Analysis

پیش فرض اولیه فرا تحلیل این است که دانش بشری خصلت انباشتگی^۱ دارد. "یک بازنگری یا مرور در واقع فرآیندی است به منظور تشخیص ارزش، اعتبار اصالت و شایستگی‌ها و مزیت‌های نسبی یک اثر مادی یا معنوی بر اساس یک سری اصول، قواعد و معیارها"^۲ (قاضی طباطبائی و ودادهیر، ۱۳۸۹: ۵۶). در مبحث فرا تحلیل بازنگری گونه‌های متفاوتی به خود می‌گیرد. این پژوهش از شیوه بازنگری تلفیقی^۲ بهره می‌گیرد.

با توجه به میان‌رشته‌ای بودن تحقیقات انجام شده در زمینه تأثیرات فضای مجازی بر هویت قومی و ملی، پژوهش‌ها نیز حوزه‌های مختلف جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات را در برمی‌گیرد و روش‌های انجام این تحقیقات نیز متفاوت است که توجه به این تفاوت‌ها، محقق را ناگزیر به استفاده از تکنیک‌های بازنگری تلفیقی کرده که بیشتر به ابزارهای آمار توصیفی اتکا دارد؛ اگرچه در برخی تحقیقات فرا تحلیل سیستماتیک از ابزارهای پیشرفته آماری از جمله اندازه اثر نیز استفاده می‌شود.

هویت

تعریف اولیه از هویت بر مجموعه ویژگی‌هایی دلالت دارد که متمایزکننده یک جامعه از دیگر جوامع است. این تعریف کلی می‌تواند یک امر مشترک در تحقیقات پیرامون هویت باشد. هویت به‌عنوان یک ویژگی تمایز بخش، از هویت اجتماعی آغاز و به انواع مختلفی از جمله هویت ملی، هویت فرهنگی، هویت قومی، هویت دینی، هویت خانوادگی و ... تقسیم می‌شود. به تعبیر تحقیقات موجود، انواع هویت‌ها می‌توانند با یکدیگر مرتبط باشند. برای مثال،

1. Accumulative
2. Integrative Reviews

هویت ملی و قومی در جامعه‌ای مانند ایران رابطه تنگاتنگ تاریخی دارند. به نظر می‌رسد که اصولاً در کشور ما، مفهوم هویت بیشتر با مفهوم "بحران هویت" در میان محافل علمی مورد توجه واقع شده است.

لیندلف و تیلور، قلمروهای اصلی تحقیقات در ارتباطات رایانه‌ای را در سه حوزه اصلی هویت، روابط و اجتماع می‌دانند. آن‌ها پیرامون شناخت فضای مجازی در حوزه هویت می‌نویسند: "پژوهش‌های کیفی نقش بسیار مهمی در فهم هویت و ارتباطات رایانه‌ای ایفا کرده‌اند و تأکید این پژوهش‌ها عمدتاً بر امکانات ارتباطات رایانه‌ای برای بیان هویت و تأثیر این ارتباطات بر شیوه‌های سنتی هویت شناسی و هویت بخشی بوده است". (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۳۱۹).

هویت در کلیت خود در نظر استوارت هال بزرگ‌ترین پایه‌گذار جریان مطالعات فرهنگی در انگلیس، از "مفهوم اعظم" برخاسته است: "پرسش‌های مربوط به هویت، چه فردی و چه اجتماعی در پی غیبت آن‌ها مطرح نمی‌شوند، بلکه در زوال، در کم رنگ شدن آن‌ها و در نبود نوعی تکیه‌گاه و قدرت توصیفی ادراکی دنبال می‌شود، چیزهایی که قبلاً گویا وجود داشته‌اند و پیش‌تر از آن‌ها به‌عنوان مفاهیم اعظم همانند طبقه اجتماعی یاد می‌شده" (هال، ۱۳۸۳: ۳۲۵).

هویت به‌زعم هال با همسانی مترادف است. "هویت به معنای فرآیند هویت‌یابی یا همسانی است؛ متضمن گفتن این که چیزی که اینجاست همانی است که آنجاست، یا از این منظر، ما همگی یکی هستیم... هویت همیشه از طریق شکاف خوردن یا دونیم شدن بنا می‌شود. دونیم شدن میان آنچه هست و آنچه دیگری است" (همان: ۳۲۷).

به تعبیر کریس بارکر از محققان حوزه مطالعات فرهنگی، "قومیت مفهومی فرهنگی است که برداشتن هنجارها، ارزش‌ها، باورها، نمادها و اعمال

فرهنگی مشترک متمرکز است. صورت‌بندی گروه‌های قومی بر دال‌های فرهنگی مشترکی تکیه دارد که در شرایط خاص تاریخی، اجتماعی و سیاسی توسعه یافته‌اند" (بارکر، ۱۳۹۱: ۴۴۶).

برای آنکه بتوان هویت را در تعامل با دیگر پدیده‌های اجتماعی به‌درستی درک کرد، به ناگزیر همانند آنتونی اسمیت که می‌گوید: "هویت امری موقعیتی است" (اسمیت، ۱۳۷۷: ۱۸۵)، می‌بایست آن را موقعیتی اقتضایی نامید. گرایشی که بر تحقیقات فضای مجازی و هویت، غلبه کامل دارد.

در میان نسل جدید حلقه مطالعات فرهنگی انگلستان، کریس روجک هویت را در عصر مدرن، امری بینامتنی^۱ می‌داند. نظریه‌ای که بهترین تعبیر را از هویت در عصر رسانه‌های جدید ارائه می‌دهد. کریس روجک می‌نویسد: "اکنون در مقطع جهانی‌شدن-پسازات باوری، مفهوم مدرنیته‌های متکثر، ساخته و پالایش می‌شود. اهمیت بین‌متنیت (تعامل متن‌ها با یکدیگر) و گفتمان در این است که مجموعه‌ای از مسائل مرتبط با هویت را از نو مورد تأکید قرار می‌دهد" (روجک، ۱۳۹۰: ۱۰۷).

از سوی دیگر، کریس روجک هویت قومی و ملی را همانند سایر انواع هویت، امری متغیر و سیال می‌داند که تحت تأثیر عوامل دیگر تغییر می‌پذیرد: "پیشنهاد هویت تثبیت شده انحصاری در ملی‌گرایی، فرهنگ، سیاست، زندگی شخصی و هر چیز دیگری، جای خود را به‌این پیشنهاد می‌دهد که هویت همواره و از پیش، خصوصیتی متحرک و دورگه دارد. ساده‌ترین معنای دورگه یا پیوندی بودن، اختلاط عناصر فرهنگی، قومی و نژادی است" (همان: ۱۰۷).

مضمون اصلی مشترک در تمامی این تحقیقات، برگونه‌ای خاص گرایشی محلی استوار شده که ماهیتی زبانی و گویشی دارد. این هویت در تعامل با

هویت ملی تعریف می‌شود و در مجاورت آن قابل بررسی است. هویت ملی بی‌شک مهم‌ترین نوع هویت است که در پیوند با دولت می‌تواند معنایی سیاسی به خود گیرد. به‌طوری‌که در علوم سیاسی کلاسیک از مفهوم واحد دولت-ملت استفاده می‌شود.

رولان برتون از مهم‌ترین نظریه‌پردازان قومیت تحت تأثیر آنتونی اسمیت رویکرد نظری به قومیت را به دو گونه تقسیم می‌کند: رویکرد اصل‌گرایانه و رویکرد ابزارگرایانه. وی در مورد اصل‌گرایی در قومیت می‌نویسد " اصل‌گرایان، قومیت را ناشی از پیوندها و احساس‌های اصیل و حتی ذاتی و طبیعی می‌دانند که فراتر از مقاطع زمانی قرار می‌گیرد و به یک معنا می‌توان گفت همواره وجود داشته است" (برتون، ۱۳۹۲: ۲۳۶).

رویکرد ابزارگرایانه، قومیت را در تعامل با سایر مفاهیم می‌شناسد و آن را امری ثابت و ذاتی نمی‌داند. مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای در تقابل با اصل‌گرایی قومی که در مردم‌شناسی کلاسیک جذابیت بیشتری داشته، هویت قومی را امری قراردادی و تفاهمی می‌داند که حاصل اجماع فکری مردمان است. این رویکرد بی‌شک در تمامی تحقیقات موجود در زمینه قومیت و رسانه‌های جدید غلبه داشته است. رولان برتون در ادامه بحث قوم‌شناسی، مایل به انطباق مفاهیم ملی و قومی در حوزه دولت‌های ملی و چند قومی است و در این راه مطالعات فرهنگی و تطبیقی را راهگشا می‌داند: "راه چاره، یافتن راه‌های انطباق و هماهنگی میان الگوهای ملی و محلی است که خود نیاز به پژوهش و مطالعات فرهنگی زیادی دارد. تنها از این طریق است که می‌توان میان رشد دولت ملی و شکوفایی قومی، که در آغاز، دو حرکت متضاد هستند، در مراحل بعدی سازش و هماهنگی به وجود آورد" (همان: ۲۴۲).

در انتخاب تحقیقات مورد تحلیل، مهم‌ترین عامل شناخت هویت قومی به اتکای نظریه رولان برتون، وحدت زبانی آن‌ها بود که در گستره سرزمینی^۱ معنی یافته بود. زبان به‌مثابه پایه اصلی ارتباطات اجتماعی در هویت‌بخشی ملی و قومی نقش بنیادین دارد. ملیت ایرانی متشکل از اقوامی است که در سراسر جغرافیای این سرزمین پراکنده‌اند و هر یک می‌توانند دارای هویت مجزایی باشند. عامل هویت‌بخش قومیت‌ها ویژگی مشترک جغرافیایی و سپس زبان و گویش روزمره آن‌هاست. بنا براین، در تحقیقات مورد بررسی، می‌توان به‌وضوح شاهد غلبه رویکرد ابزارگرایانه رولان برتون بود.

فضای مجازی

فضای مجازی مفهومی است که امروزه نه‌فقط در آثار دانشگاهی مورد توجه قرار گرفته، بلکه به محافل اجرایی و سیاست‌گذاری‌های کلان کشور نیز کشیده شده است.

مانوئل کاستلز نظریه‌پرداز فضای مجازی، این فضا را به‌مثابه گونه‌ای فرهنگ مجازی تعبیر می‌کند که تجربه‌ای تازه در حیات بشری است: "یک سیستم ارتباطی که برخلاف تجربیات تاریخی قبلی، مجاز واقعی را ایجاد کند کدام است؟ این سیستمی است که در آن خود واقعیت (یعنی وجود مادی - نمادین مردم) کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع نما غرق شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می‌شوند فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آن‌ها منتقل می‌شود، بلکه خود به تجربه تبدیل می‌شوند" (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۲).

کاستلز، بر پایه همگرایی رسانه‌های تصویری، شنیداری و نوشتاری نتیجه گرفته است: "ویژگی سیستم ارتباطی جدید که بر مبنای یکپارچه ساختن دیجیتال و شبکه‌ای شیوه‌های ارتباطی چندگانه عمل می‌کند، این است که همه جلوه‌های فرهنگی را دربرمی‌گیرد. آنچه سیستم ارتباطی جدید را قادر ساخته است تا همه شکل‌های بیان و همچنین منافع، ارزش‌ها و تخیلات متنوع از جمله بیان تضادهای اجتماعی را در برگیرد، دقیقاً همین تنوع، حالت چندرسانه‌ای و چندپیشگی سیستم ارتباطی نوین است" (همان: ۴۳۳).

رسانه‌های جدید آن دسته از رسانه‌هایی هستند که عمدتاً بر ابزار رایانه‌ای و شبکه جهانی وب استوار هستند. به‌ظاهر شاید واژه رسانه‌های جدید بر جنبه سخت‌افزاری متکی باشد؛ اما فضای مجازی بر جنبه‌های نرم‌افزاری و یا ذهنی و فرهنگی اتکا دارد. فضای مجازی مفهومی است که بار فرهنگی آن بیشتر حائز اهمیت است. در تحقیقات مورد بررسی، برای آنکه به مفهومی مشترک از فضای مجازی برسیم، از مفاهیم فراگیر وب‌سایت، وبلاگ، شبکه اجتماعی، اینترنت و... استفاده شده است.

نحوه جمع‌آوری داده‌ها

با توجه به گسترش روزافزون تحصیلات تکمیلی در ایران در طول بیست سال اخیر دانشجویان بسیاری از مناطق مختلف کشور راهی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی شهرهای بزرگ شده‌اند. بی‌تردید این دانشجویان به‌واسطه گرایش‌های قومی و محلی خود به‌سوی تحقیقات جامعه‌شناختی و انسان‌شناختی حوزه‌های زادگاه خود روی آورده‌اند که در نهایت سبب انباشتگی تحقیقات قوم‌شناسی در دانشکده‌های علوم اجتماعی کشور طی بیست سال اخیر شده است. این امر زمینه‌ای مساعد برای یک‌فرا تحلیل و

بازنگری جدید این تحقیقات فراهم کرده است. پژوهش فرا تحلیل مستلزم شناسایی دقیق کلیه پژوهش‌های پیشین است. در این مطالعه تعداد دوازده پژوهش که متغیرهای آن رابطه مستقیم یا غیرمستقیم با پرسش مورد مطالعه داشته و در بازه زمانی سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ انجام شده بودند، از هر چهار نوع مجله علمی انتخاب شدند. برای یافتن منابع تحقیق از ابزارهای جستجو در شبکه جهانی وب بهره گرفته شده است. نتیجه اکثر جستجوها به دو وبسایت مرجع فارسی شامل مگ ایران (Magiran) و نورمگ (Noormag) منتهی می‌شد که مهم‌ترین بانک اطلاعات مقالات فارسی در ایران هستند. در میان منابع موجود، حدود سی تحقیق یافت شد که از میان آنها دوازده تحقیق، به لحاظ وجود متغیرهای مستقل و وابسته یکسان و رعایت قالب مقاله علمی پژوهشی، مناسب تشخیص داده شد.

بررسی یافته‌ها

یافته‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شود:

یافته‌های توصیفی

در بخش توصیف یافته‌ها، جدول شماره ۱، نتایج بررسی ۱۲ مقاله را، در سه مقوله روش تحقیق، جامعه آماری، و چارچوب نظری، مورد بررسی قرار می‌دهد:

جدول ۱- نتایج بررسی ۱۲ مقاله را، در سه مقوله روش تحقیق، جامعه آماری، و

چارچوب نظری

عنوان تحقیق	عنوان نشریه	روش تحقیق	جامعه آماری	چارچوب نظری
اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایران	مجله جهانی رسانه	روش کیفی	کاربران ۵ قوم	نظریه خاص گرای فرهنگی
اینترنت و هویت قومی	مجموعه مقالات همایش قومیت	پیمایشی	جوانان شهر تهران	نظریه خاص گرای فرهنگی
تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک	جامعه‌شناسی کاربردی	پیمایشی	کاربران ترک‌زبان فیس‌بوک	نظریه خاص گرای فرهنگی و نظریه جهانی- محلی شدن
نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت کاربران کرد	مجله جهانی رسانه	روش کیفی	کاربران فیس‌بوک	نظریه جهانی- محلی شدن
شبکه‌های اجتماعی و بحران هویت	مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران	روش اسنادی	اسناد و مدارک	نظریه بحران هویت
تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت دانشجویان	پژوهشنامه تربیتی	پیمایشی	دانشجویان مازندران	نظریه هویت و بحران هویت
اینترنت و هویت اجتماعی	مجله جهانی رسانه	پیمایشی	جوانان سندج	نظریه کنش متقابل نمادین
فرهنگ، ارتباطات و تحولات قومی	مطالعات ملی	اسنادی	اسناد و مدارک	نظریه هژمونی

تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی ... ۱۰۱

نظریه استفاده و خوشنودی	دانشجویان دانشگاه تهران	آزمایشی	پژوهش فرهنگی	هویت ملی و تعامل فضای سایبرنتیک
نظریه ساختارمندی و جهانی شدن و اثر فرهنگی	جوانان شهر تهران	پیمایشی	فرهنگ و ارتباطات	اینترنت و هویت ملی در میان کاربران
نظریه جهانی شدن	دانشجویان دانشگاه‌های نهران	پیمایشی	فصلنامه ژئوپلیتیک	تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی
نظریه جهانی شدن	اقوام لک	کیفی	جامعه‌شناسی ایران	جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک

جدول یک نشان می‌دهد که از بعد روش‌شناسی، ۵۰ درصد پژوهش‌های بررسی شده، از روش پیمایش، ۲۵ درصد با استفاده از روش‌های کیفی تحقیق (مصاحبه - مشاهده)، ۱۶,۶ درصد از روش‌های اسنادی و حدود ۸,۴ درصد از روش آزمایشی بهره برده‌اند. بنابراین، گرایش غالب تحقیقات دانشگاهی در حوزه مورد بررسی، روش پیمایش بوده است.

جامعه آماری ۲۵ درصد از تحقیقات "جوانان"، ۲۵ درصد، دانشجویان، ۳۳,۴ درصد، "کاربران به‌طور عام" و ۱۶,۶ درصد اسناد و مدارک بودند. عنوان کلی "کاربران" در دو تحقیق، شامل اقوام ترک و کرد و در تحقیق دیگری شامل ۵ قوم کرد، ترک، ترکمن، بلوچ و عرب بود.

از بعد چارچوب نظری، حدود هشت نظریه اصلی با محوریت نظریات فرهنگی و اجتماعی در این پژوهش‌ها مورد استفاده قرار گرفته بود. این امر در ابتدا نشانگر آن است که به دلیل تازگی و نوظهوری فضای مجازی در دهه ۸۰، بیشتر تحقیقات، به سمت نظریاتی حول محور جهانی شدن گرایش داشته‌اند.

اکثر نظریات مورد استفاده تحقیقات، در حوزه نظریه‌های مطالعات فرهنگی قرار می‌گیرند. نظریه جهانی-محلی شدن رابرتسون و خاص‌گرایی فرهنگی بیشترین مراجعه را در تحقیقات داشته‌اند. این امر مؤید آن است که مجموعه نظریات مطالعات فرهنگی بر حوزه‌های علوم اجتماعی و علوم ارتباطات، تأثیر عمیق داشته است. در میان نظریات مورد استفاده، تنها، نظریه استفاده و خوشنودی در قلمرو علوم ارتباطات جای می‌گیرد و نظریه کنش متقابل نمادین، نظریه‌ای میان‌رشته‌ای محسوب می‌شود.

یافته‌های استنباطی

در این بخش، یافته‌ها در یک فرآیند تلفیقی تجمیع و فرا تحلیل را به‌سوی ارائه نتایج کارآمد هدایت می‌کند؛ بدین ترتیب که رابطه بین متغیرهای متغیر مستقل و وابسته را در تحقیقات پیشین بررسی کرده و تحلیلی تازه به دست می‌دهد.

بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته در تحقیقات مورد بررسی

۱- پژوهشی با عنوان "شبکه‌های اجتماعی و بحران هویت" توسط ثریا معمار و همکاران در دانشگاه اصفهان انجام شده و فرضیه جهت‌دار آثار فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را در جوامع در حال گذار، بر هویت ملی و دینی، مورد سنجش قرار داده و نتیجه گرفته است که نسل سوم، بیشترین کاربران فضای مجازی بوده و بیش از سایر نسل‌ها در معرض آثار منفی تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی قرار دارند. این تکنولوژی‌ها قادرند باعث ایجاد ناهمگونی‌های اجتماعی شوند که می‌تواند به عدم تعادل اجتماعی منجر شود. همچنین، شبکه‌های مجازی باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز و عوامل معنا ساز هویتی شده‌اند.

تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی ... ۱۰۳

۲- در پژوهشی که توسط دکتر مریم رفعت جاه و همکار با عنوان "اینترنت و هویت اجتماعی" صورت گرفت، این نتیجه به دست آمد که میان کاربران و غیر کاربران فضای مجازی از نظر انواع هویت (ملی، دینی، قومی، شخصی و خانوادگی) تفاوت معنادار وجود دارد؛ به گونه‌ای که انواع هویت در میان کاربران ضعیف‌تر از کسانی است که با فضای مجازی در ارتباط نیستند. محققان این امر را حاصل کاهش تأثیر شبکه‌های ارتباطی سنتی در فرآیند هویت‌سازی نسل جوان و بیانگر تحول کیفی در مؤلفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید دانسته‌اند.

۳- "اینترنت و هویت قومی" عنوان پژوهشی است که توسط دکتر غلامرضا خوشفر انجام و به این نتیجه رسیده که به‌طور کلی، رابطه استفاده از اینترنت با هویت قومی در حد متوسط رو به پایین است؛ اما از نظر زیر مقوله‌ها، بین سابقه استفاده، سن، میزان تحصیلات، و هویت قومی رابطه معنی‌دار وجود دارد، درحالی‌که بین امکان استفاده، جنسیت، و وضعیت تأهل و هویت قومی رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

۴- دکتر حسین زاده و همکاران در تحقیقی با عنوان «اینترنت و هویت ملی کاربران»، افراد بالای ۱۶ سال را در شهرستان دهلران مورد سنجش قرار داده و این نتیجه را به دست آورده‌اند که بین دو متغیر سن و جنسیت با هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود ندارد، درحالی‌که بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی، تحصیلات و مدت استفاده با هویت ملی رابطه معنی‌دار وجود دارد. این تحقیق با تبیین ۴۷ درصدی متغیرهای مستقل از وابسته به این تحلیل رسیده که هرچه کاربران بیشتر از فضای مجازی بهره بگیرند، نمره هویت ملی آن‌ها رو به کاهش می‌گذارد.

۵- پژوهشی که توسط دکتر حافظ نیا و همکاران انجام شده، در پی سنجش «تأثیر جهانی‌شدن بر هویت ملی» بوده است. این تحقیق که مفهوم هویت ملی را به سه زیر مقوله فرو ملی، ملی و فراملی تقسیم کرده، به این نتیجه رسیده که جامعه دانشجویی ایران، از طریق ابزارهای فناورانه، تحت تأثیر فرآیند جهانی‌شدن، قرار گرفته و این اثرپذیری، زمینه‌ساز تقویت هویت فرو ملی (هویت قومی) دانشجویان بوده است.

۶- نتایج تحقیق دکتر مسعود کیان پور با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران» به این دستاورد منتج شد که بین مدت‌زمان عضویت، میزان مشارکت، و فعال بودن با هویت قومی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. همچنین، کاربران ترک با ابراز دیدگاه‌های خود در فیس‌بوک در جهت حفظ هویت و تداوم فرهنگی و بیان مطالبات قومی و سیاسی خود بهره می‌برند.

۷- دکتر غلام عباس توسلی در تحقیقی با عنوان «جهانی‌شدن و هویت فرهنگی قوم لک»، با استفاده از روش‌های تحقیق کیفی مشاهده و مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک، به این نتیجه دست‌یافت که اولاً، قوم لک علی‌رغم تنوع فرهنگی در میان خودشان، دارای هویت قومی هستند و ثانیاً، با پذیرش عناصر مدرن و جهانی و ترکیب آن با عناصر سنتی و محلی خود، ترکیبی از امر محلی و جهانی به وجود آورده‌اند. دستاورد جالب‌توجه این پژوهش این است که بعضی از عناصر فرهنگی که درون فرآیندهای قدرت و مقاومت قرار می‌گیرند، توان هویت‌سازی بالاتری دارند.

۸- در یک بررسی نظری، با عنوان «فرهنگ، ارتباطات، و تحولات قومی»، رابطه میان قومیت و فضای مجازی با سه رویکرد مورد بررسی قرار گرفت: خوش‌بینانه، بدبینانه و پست‌مدرن. محقق با تعریف و تجزیه و تحلیل هر سه رویکرد و با کنترل متغیرهای ناخواسته و با توجه به عوامل تأثیرگذار در

تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی ... ۱۰۵

شرایط موجود جامعه اطلاعاتی، رویکرد دوم را که معتقد است افزایش سطح مراودات و مبادلات در فضای مجازی، زمینه‌ساز بسط و گسترش آگاهی‌های قومی و در نهایت، افزایش مطالبات قومی می‌شود، واقعی‌تر و عینی‌تر ارزیابی کرد.

۹- در پژوهش رؤیا حکیمی که در پی سنجش «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت کاربران "کرد" بود، وجود همبستگی معکوس بین حرکت به‌سوی جهانی‌شدن در جامعه و کاهش بحران هویت ملی و قومی در دانشجویان مورد تأیید قرار گرفت؛ به‌این معنی که با افزایش تحرکات به‌سوی جهانی‌شدن، می‌توان انتظار داشت که از بحران هویت قومی و ملی کاسته شود.

۱۰- در تحقیقی که توسط دکتر بهزاد دوران با عنوان «هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک» صورت گرفت، فرضیه تأثیر تجربه فضای سایبر بر تضعیف هویت ملی رد شد.

۱۱- دکتر ناصر فکوهی و همکارش در مطالعه‌ای رابطه میان فضای مجازی و هویت را در بین پنج قوم ایرانی بررسی کرده و دریافته‌اند که در گستره بی‌حدومرز فضای مجازی، مرزهای هویت قومی نه‌تنها از دست نرفته‌اند؛ که امکان ظهور و بروز بیشتری نیز یافته‌اند. این محققان درعین‌حال به نکته جالبی اشاره کرده‌اند که احتمالاً از دید دیگر محققان مغفول مانده و آن این که به‌زعم آنان اگرچه اینترنت می‌تواند به تقویت هویت قومی بینجامد؛ اما خطر برخی انشعابات کوچک و خرد را نمی‌توان انکار کرد.

۱۲- دکتر همایون مؤتمنی و همکاران «تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت دانشجویان را مطالعه و دریافته‌اند که این فناوری‌ها بر هویت ایرانی، اسلامی و قومی تأثیر مثبت دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیقات صورت گرفته در یک دهه اخیر، نشان از توجه به هویت قومی و بررسی نسبت هویت قومی به هویت ملی دارد که دلیل آن را می‌توان افزایش پایان‌نامه‌هایی دانست که حاصل حضور دانشجویان تحصیلات تکمیلی از قومیت‌های مختلف و پراکندگی قومی دانشجویان در دانشگاه‌های شهرهای بزرگ است.

این پژوهش در پی آن بود که تأثیر فضای مجازی بر هویت قومی و ملی را در پژوهش‌هایی که در سال‌های گذشته انجام و نتایج آن در مجلات معتبر علمی چاپ شده، با روش فرا تحلیل مورد بررسی قرار داده و نتایج آن‌ها را باهم مقایسه کند.

تمام دوازده پژوهش انتخاب شده برای این فرا تحلیل، "رسانه‌های فضای مجازی" را به‌مثابه متغیر مستقل و "هویت قومی و ملی" را به‌مثابه متغیر وابسته در نظر گرفته و به دنبال سنجش تأثیر متغیر مستقل بر وابسته بودند.

مقایسه دستاوردهای پژوهش‌ها نشان داد که ۸ تحقیق از دوازده تحقیق بررسی شده، تأثیر اینترنت و فضای مجازی را بر هویت قومی و ملی، مثبت ارزیابی کرده بودند؛ درحالی‌که ۳ تحقیق، ارزیابی مثبتی از این تأثیر نداشتند. یک تحقیق هم رابطه معنی‌داری را بین متغیر مستقل و وابسته متصور نبود. حال سؤال این است که آیا جامعه آماری، روش تحقیق و چارچوب‌های نظری متفاوت می‌توانند در بروز چنین نتایجی مؤثر باشند؟

تأثیرپذیری، فرآیندی است که در روند تکاملی خود، از پوشیدگی به آشکارشدگی می‌رسد. به عبارتی، در صورتی که پرسش‌شوندگان درباره تأثیرگذاری رسانه‌های جدید به‌نوعی خودآگاهی رسیده باشند، از آن‌ها انتظار

تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی ... ۱۰۷

پاسخ‌های دقیق‌تر می‌رود. جیمز پاتر در نظریه سواد رسانه‌ای به این نکته اشاره کرده و خودآگاهی از تأثیرات رسانه‌ها را قدم اول سواد رسانه‌ای دانسته؛ اگرچه در صورت عدم خودآگاهی نیز فرآیند تأثیرگذاری به جریان خود ادامه می‌دهد.

"ما همواره روی پیوستاری از اثرگذاری در حال حرکت هستیم. برخی عوامل، خطر تأثیرپذیری را افزایش می‌دهند، یعنی ما را به سوی نقطه آشکار شدن تأثیر می‌رانند؛ درحالی‌که عوامل دیگر با دور کردن ما از نقطه آشکار شدن تأثیرات، از خطر اثرپذیری می‌کاهند. جابه‌جایی روی این پیوستار، خود یک تأثیرپذیری است. برای نمایان شدن یک تأثیر، نیازی نیست که به نقطه آشکار شدن تأثیر برویم. تأثیرات همواره به‌عنوان پیامد رویارویی ما با رسانه‌ها، در حال روی دادن هستند" (پاتر، ۱۳۹۴: ۱۱۳).

با توجه به دیدگاه پاتر در خصوص نقش سواد رسانه‌ای در میزان خودآگاهی از تأثیرات رسانه‌ها می‌توان تفاوت در نتایج تحقیقات را ناشی از تفاوت در سواد رسانه‌ای جامعه آماری یافت. صد در صد روابط مثبت در پژوهش‌هایی دیده می‌شود که جامعه آماری آن‌ها را کاربران عام از نخبگان اقوام مختلف تشکیل می‌دادند. در دو پژوهشی هم که دانشجویان مورد سنجش قرار گرفته بودند، تأثیر مثبت تأیید و یک پژوهش هم به نتیجه معنی‌دار نرسید. اما در دو پژوهش که جامعه آماری آن‌ها جوانان به‌طور عام بودند (جوانان شهرهای سنندج و تهران)، تأثیر متغیر مستقل بر وابسته، منفی ارزیابی شده بود.

بنا بر این، با احتیاط می‌توان سواد رسانه‌ای و نخبگی را از عواملی دانست که می‌توانند به زعم پاسخگویان از تأثیرات منفی فضای مجازی بکاهند و نقش احتمالی آن را در از خود بیگانگی خنثی سازند.

تحلیل دیگر این که، برخی از صاحب‌نظران ارتباطات از مفهومی با عنوان "تراکم‌پذیری اثرات" یاد کرده‌اند که در مورد تأثیرات رسانه‌های جدید مصداق می‌یابد. نویسندگان کتاب کاربرد نظریات ارتباطات با نگاهی راهبردی در این مورد می‌نویسند: "افرادی که یکرشته پیام درباره جنبه‌های مختلف زندگی دریافت می‌کنند، ممکن است گام‌به‌گام به تغییرات رفتاری با نگرش پایدار برسند. این پدیده را گاهی راهبرد گام‌های کوچک خوانده‌اند" (سون و سیگنایترز و اولسون، ۱۳۸۷: ۳۳۷).

از این رو می‌توان چنین استنباط کرد که اثرات رسانه‌های فضای مجازی در جامعه ایران با تبعیت از راهبرد گام‌های کوچک، هنوز به‌طور کامل برای خود کاربران نیز ملموس و مشهود نیست. اما باید این واقعیت را پذیرفت که فضای مجازی متراکم و با تسلط حداکثری، پتانسیل ایجاد دگردیسی در واقعیات اجتماعی را دارا است.

دستاورد مهم تحلیل چارچوب نظری تحقیقات، آن است که تحقیقات با چارچوب نظری همانند، به نتایج مشابهی نیز منتج می‌شده‌اند. تمامی تحقیقاتی که از چارچوب‌بندی نظری مکتب مطالعات فرهنگی از جمله خاص‌گرایی فرهنگی و جهانی‌محلی شدن استفاده کرده‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که میان رسانه‌های جدید و متغیر هویت همبستگی مثبت وجود دارد.

این نکته که هویت ملی و قومی در مجاورت یکدیگر وحدت و انسجام ملی را تقویت خواهند کرد از مواردی است که در اکثر تحقیقات انجام شده به آن اشاره و تصریح شده که ایجاد هویت مشترک ملی که تمام هویت‌های زیرین از جمله هویت‌های قومی و مذهبی را تحت پوشش قرار دهد و درصد حذف آن‌ها و یکسان‌سازی تمام مردم نباشد، از مؤلفه‌های اساسی امنیت پایدار است.

منابع

- اسمیت، آنتونی. (۱۳۷۷)، «منابع قومی ناسیونالیسم»، واحد ترجمه: **فصلنامه مطالعات راهبردی** شماره یک.
- انتظامی، حسین. (۱۳۹۲)، **افق فناوری اطلاعات و ارتباطات در نگاه امنیت ملی**، تهران: انتشارات دانشگاه دفاع ملی.
- بارکر، کریس. (۱۳۹۱)، **مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد**، ترجمه: مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- برتون، رولان. (۱۳۹۲)، **قومیت شناسی**، ترجمه: ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
- پاتر، جیمز. (۱۳۹۳)، **نظریه سواد رسانه‌ای رهیافتی شناختی**، ترجمه: محمد سلطانی فر و ناصر اسدی و شهناز هاشمی، تهران: انتشارات سیما شرق.
- پناهی، حسین؛ مهری، کریم. (۱۳۹۲)، «فرا تحلیل پژوهش‌های انجام شده در خصوص نقش عوامل مؤثر بر بسیج همگرایانه اقوام»، تهران: **همایش قومیت و فرهنگ ایران اسلامی**.
- جعفرزاده، فروزنده و پور حیدری، حسین. (۱۳۹۳)، «فرا تحلیل هویت ملی و هویت قومی در ایران»، **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره یازدهم.
- رابرتسون، رونالد. (۱۳۹۳)، **تئوری اجتماعی و فرهنگی جهانی شدن**، ترجمه: کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.
- روجک، کریس. (۱۳۹۰)، **مطالعات فرهنگی**، ترجمه: پرویز علوی، تهران: انتشارات ثانیه.

- روزنا، جیمز. (۱۳۹۰)، *انقلاب اطلاعات، امنیت و فناوری‌های جدید*، ترجمه: علیرضا طیب، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- قاضی طباطبائی، محمود؛ و دادهیر، ابوعلی. (۱۳۸۹)، *فرا تحلیل در پژوهش‌های اجتماعی و رفتاری*، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- لیندلف، تامس و تیلور، برایان. (۱۳۸۸)، *روش تحقیق کیفی در علوم ارتباطات*، ترجمه: عبدالله گیویان، تهران: انتشارات همشهری.
- سون، ویندال و سیگنایترز، بنو و اولسون، جیمز. (۱۳۸۷)، *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۷)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ* (جلد اول)، ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
- نای، جوزف. (۱۳۸۷)، *قدرت در عصر اطلاعات*، ترجمه: سعید میر ترابی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- هال، استوارت. (۱۳۸۳)، «هویت‌های قدیم و جدید قومیت‌های قدیم و جدید»، ترجمه: شهریار وقفی پور، *ارغوان* شماره ۲۴.

- Neuman, W.Lawrence. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn & Bacon.
- Sterling, Christopher. (2009). *Encyclopedia of Journalism*. London: SAGE Publication Inc.