

کاربرد تکنیک ردیابی فرآیند در مطالعات هویت ملی: ردیابی فرآیند تأثیرات جهانی شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی

محمدعلی مومبینی^۱، دکتر علی ربانی خوراسگانی^۲
دکتر وحید قاسمی^۳ و دکتر علیرضا زهیری^۴

تاریخ وصول: ۹۹/۶/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸

چکیده:

پژوهش حاضر در تلاش است ضمن معرفی تکنیک ردیابی فرآیند به بررسی تأثیرات جهانی شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه ایران بعد از انقلاب ۵۷ بپردازد. روش پژوهش حاضر «ردیابی فرآیند»، واحد تحلیل «جامعه ایران بعد از انقلاب ۵۷» منطق استنباطی و ابزارهای تحلیلی «منطق استنباط بیزی» و «آزمون‌های تجربی گاه در باد، حلقه، تفنگ دودی و قطعیت مضاعف»، مشاهدات تجربی و مدارک درون موردی «مشاهدات فرآیند علی» و «مدارک الگویی، توالی، ردیابی، گزارشی» منابع اطلاعاتی و ابزارهای جمع‌آوری آنها «اسناد، گزارشات آرشیوی، منابع رسانه‌ای، تحقیقات تاریخی و مصاحبه» می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بر مبنای رویکرد قیاسی فرآیند تأثیرات جهانی شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه ایران بعد از انقلاب ۵۷ از طریق «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه در گستره فشرده‌گی جهان» قابل مفهوم‌سازی، عملیاتی کردن و ارزیابی است.

مفاهیم کلیدی: استنباط درون موردی، ردیابی فرآیند، مکانیسم علی، جهانی شدن فرهنگی، مسأله‌مند شدن هویت ملی

^۱ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران mmombeini@yahoo.com
^۲ استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) a.rabbani@ltr.ui.ac.ir
^۳ استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir
^۴ استادیار گروه علوم سیاسی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران d_zahiri@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

در حوزه مطالعات هویت ملی، چیستی و چرایی هویت ملی در دو سطح خرد و کلان آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. چنانچه، در سطح خرد، هویت ملی غالباً در قالب سنت کمی با واحد تحلیل «فرد» و N بزرگ و در سطح کلان، هویت ملی در قالب سنت کیفی با واحد تحلیل «جامعه» و N کوچک یا $N=1$ واکاوی و تبیین شده است. پژوهشگران کیفی متأخر معتقد هستند در تحقیقاتی که تعداد بسیار اندکی از موردها، و به ویژه یک مورد منفرد، بررسی می‌شود، تبیین یا استنباط علی فقط از راه تجزیه و تحلیل فرآیندی که علت (ها) را به معلول (پيامد) پیوند می‌زند، امکان‌پذیر می‌باشد (5: Taleban, 2008). از دیدگاه پژوهشگران کیفی متأخر، تکنیک ردیابی فرآیند ایزاری برای بررسی مکانیسم علی در تحقیق تک موردی است و استنباط‌های درون موردی قوی درباره‌ی حضور/غیاب مکانیسم‌های علی در مطالعات تک‌موردی می‌سازد (2- Beach and Pedersen, 2016).

بررسی‌ها نشان می‌دهد مطالعه‌ی موردی یکی از روش‌های تحقیق کیفی است که از سوی پژوهشگران ایرانی برای بررسی پدیده‌های تک‌موردی سطح کلان همچون هویت ملی مورد استفاده قرار گرفته است. لیکن آشنایی اندک محققان با روش‌ها و تکنیک‌های نوین قابل استفاده در تحقیقات تک‌موردی، باعث شده است تا تبیین علی هویت ملی در تحقیقات کیفی به شیوه‌ی دقیق و مناسب صورت نگیرد. مرور نظام‌مند تحقیقات کیفی حوزه‌ی هویت ملی بیانگر آن است که آشنایی اندک محققان و پژوهشگران ایرانی با روش‌ها و تکنیک‌های نوین چون ردیابی فرآیند و سازوکارها و الزامات روش‌شناختی آن‌ها جهت دستیابی به استنباط علی در تحقیقات تک‌موردی، خلاءها و کاستی‌های عدیده‌ی روش‌شناختی و تحلیلی (چون الف) صورت‌بندی غیر فرآیندی و ساکن چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران و ب) غفلت از مکانیسم‌های علی پیوند دهنده‌ی علل و عوامل به چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران را در پی داشته است.

لذا اتخاذ دیدگاه جامعه‌شناسی تاریخی و استفاده از روش مطالعه‌ی موردی و تکنیک ردیابی فرآیند جهت بررسی و تحلیل چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ این امکان را ایجاد می‌نماید که نخست، با صورت‌بندی مفهوم «مسأله‌مند شدن هویت ملی»، شاخص‌ها و مؤلفه‌های چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در سیر زمانی و تاریخی‌شان مورد شناسایی و تحلیل قرار گیرند و فرآیند تراکمی آنها بررسی شوند. دوم،

سازوکارها و الزامات روش‌شناختی مناسبی برای شناسایی و تحلیل عوامل اثرگذار و مکانیسم‌های علی ایجادکننده‌ی مسأله‌مند شدن هویت ملی استفاده گردد. بر این اساس، تحقیق حاضر در تلاش است نخست، برای آشنایی و استفاده‌ی پژوهشگران و محققان کیفی از روش‌ها و تکنیک‌های نوین قابل کاربرد جهت تبیین پدیده‌های تک‌موردی سطح کلان همچون هویت ملی به معرفی روش و تکنیک ردیابی فرآیند با هدف دستیابی به استنباط درون‌موردی در تحقیقات تک‌موردی بپردازد و دوم، در یک مثال تجربی، تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ را با استفاده از تکنیک ردیابی فرآیند مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

بخش اول: تکنیک ردیابی فرآیند؛ مبانی، تعریف، انواع، اهداف، ابزارها و مراحل

۱- مبانی: استنباط درون‌موردی و منطق استنباط بیزی

تبیین یا استنباط علی در تحقیقات کیفی علوم اجتماعی با استفاده از منطق‌های استنباطی و تکنیک‌های تحلیلی مختلفی و بر مبنای دو شیوه «استنباط بین‌موردی»^۱ و «استنباط درون‌موردی»^۲ صورت می‌پذیرد. در تحقیقات علوم اجتماعی با تعداد موارد تحت بررسی $N > 1$ ، تبیین علی بر اساس مقایسه‌ی موردها به دست می‌آید که از آن به استنباط بین‌موردی یاد می‌کنند. اما در تحقیقات علوم اجتماعی با تعداد موارد تحت بررسی $N = 1$ ، تبیین علی بدون مقایسه‌ی موردها به دست می‌آید که از آن به استنباط درون‌موردی یاد می‌کنند (Taleban, 2019: 8-9). تکنیک ردیابی فرآیند یک ابزار تحلیلی برای ردیابی مکانیسم‌های علی متصل‌کننده X به Y در تحقیقات تک‌موردی است که محقق را قادر می‌سازد با استفاد از مدارک درون‌موردی به استنباط‌های علی قوی درباره مکانیسم‌های علی دست پیدا کند (Beach and Pedersen, 2016: 4).

در تحقیق ردیابی فرآیند معقولیت و اعتبار استنباط‌های درون‌موردی (درباره حضور/غیاب مکانیسم‌های علی) را منطق استنباط بیزی ممکن می‌سازد (Bennett and Checkel, 2015: 16). یک ایده‌ی اساسی در هسته‌ی مرکزی منطق استنباط بیزی وجود دارد و آن این است که علم یعنی استفاده مدارک جدید برای به روزرسانی اطمینان محقق درباره‌ی اعتبار فرضیه‌های علی (Beach, 2017: 1). به عبارت دیگر، منطق استنباط بیزی،

¹ cross-case inference

² within-case inference

مجموعه ابزارهای منطقی جهت ارزیابی مدارک درون‌موردی تأیید/عدم تأیید فرضیات مختلف درباره‌ی حضور/غیاب بخش‌های گوناگون مکانیسم‌علی است که محققان می‌توانند اطمینان‌شان را نسبت به اعتبار آن فرضیه‌ها به روزرسانی نمایند. منطق استنباط بیزی (برخلاف منطق استنباط فراوانی) به روزرسانی احتمال اولیه‌ی فرضیه‌ها یا نظریه‌ها در پرتو شواهد تجربی را بر اساس نظریه‌ی بیزگرایی احتمال انجام می‌دهد. مفهوم احتمال در نظریه‌ی بیزگرایی نه همچون وجهی عینی از رویدادهای عالم واقع بلکه از منظر «درجه‌ی باور محقق» نسبت به درستی یک حکم یا فرضیه تعریف می‌شود. لذا در رویکرد بیزی، هنگامی یک فرضیه‌ی علمی تأیید می‌شود که اطمینان قبلی محقق نسبت به اعتبار آن فرضیه بعد از مشاهده مدارک جدید افزایش یابد یا احتمال پسینی آن فرضیه (پس از جمع‌آوری مدارک) از احتمال پیشینی آن (قبل از جمع‌آوری مدارک) بیشتر شود (Taleban, 2019: 11-14).

ساده‌ترین نوع قضیه‌ی بیز^۱ عبارت است از باور پسین^۲ = احتمال درست‌نمایی^۳ × باور پیشین^۴. این قضیه بیان می‌کند که اطمینان محقق نسبت به اعتبار یک فرضیه بعد از جمع‌آوری مدارک (احتمال پسین)، مساوی است با احتمال مدارک مشروط بر این‌که فرضیه نسبت به دیگر فرضیه‌های رقیب صادق باشد (احتمال درست‌نمایی) و احتمال آن‌که یک فرضیه بر مبنای دانش قبلی صادق است (احتمال پیشین). در تحقیق تک‌موردی با استفاده از تکنیک ردیابی فرآیند، اگر باور پسینی درباره‌ی یک فرضیه (درباره‌ی وجود هر بخش از یک مکانیسم علی تئوری‌سازی شده) نسبت به باور پیشینی بزرگ‌تر باشد، محقق اطمینان خود را در خصوص آن افزایش می‌دهد و آن را تأیید می‌کند و اگر باور پسینی درباره‌ی یک فرضیه (درباره‌ی وجود هر بخش از یک مکانیسم علی تئوری‌سازی شده) نسبت به باور پیشینی کوچک‌تر باشد، محقق اطمینان خود را در خصوص آن کاهش می‌دهد و آن فرضیه را رد می‌کند (Bennett, 2015: 267-298. Beach and Pedersen, 2016: 83-88. Beach and Pedersen, 2019: 169-213).

^۱ Bayes's theorem

^۲ posterior

^۳ likelihood

^۴ prior

۲- تعریف و انواع ردیابی فرآیند

تکنیک ردیابی فرآیند ابزار بررسی مکانیسم علی در تحقیق تک‌موردی است. روش ردیابی فرآیند تلاش می‌کند تا فرآیندهای علی مداخله‌گر - زنجیره‌ی علی و مکانیسم علی - بین یک متغیر مستقل (یا متغیرها) و پیامد (متغیر وابسته) شناسایی شوند (Bennett and Checkel, 2015: 6). بررسی مکانیسم‌های علی در مطالعات تک‌موردی با استفاده از تکنیک ردیابی فرآیند موجب می‌گردد تا محقق استنباط‌های علی درون‌موردی قوی درباره‌ی چگونگی ایجاد پیامدها بسازد و سطح اطمینان خود را در مورد اعتبار مکانیسم‌های علی تئوری‌سازی شده به روزرسانی کند. سه نوع تحقیق ردیابی فرآیند را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد: «ردیابی فرآیند نظریه آزمایی^۱»، «ردیابی فرآیند نظریه‌سازی^۲» و «ردیابی فرآیند تبیین‌پیامد^۳» (Beach and Pedersen, 2011: 6-7).

۳- اهداف: کشف و آزمون مکانیسم علی

بررسی مکانیسم‌های علی در مطالعات تک‌موردی با استفاده از تکنیک ردیابی فرآیند موجب می‌گردد تا محقق استنباط‌های علی درون‌موردی قوی درباره چگونگی ایجاد پیامدها بسازد و سطح اطمینان خود را در مورد اعتبار مکانیسم‌های علی تئوری‌سازی شده به روزرسانی کند. لذا، در تحقیق ردیابی فرآیند، اصطلاح مکانیسم‌های علی کلیدی‌ترین مفهوم برای دستیابی به تبیین علی می‌باشد (Bennett and Checkel, 2015: 11-13). روش‌شناسان کیفی متأخر معتقد هستند درک مکانیسمی و جبرگرایانه از علیت و پیامدها و الزامات روش‌شناختی آن باعث شده است تا مفهوم مکانیسم‌های علی در کانون تکنیک ردیابی فرآیند در تحقیقات تک‌موردی قرار بگیرد.

در تبیین علی مبتنی بر مکانیسم علی، تمرکز تحلیلی از اتصال قانون‌مند و ثابت علت (X) و پیامد (Y) به فرآیندهای علی میان آن‌ها تغییر پیدا می‌کند بدین معنی که مکانیسم‌ها، علل نیستند بلکه فرآیندهای علی‌ای هستند که توسط علل به وجود می‌آیند و آن‌ها را در یک رابطه‌ی تولیدی به پیامدها متصل می‌کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد برداشت‌های مختلفی از مفهوم مکانیسم‌های علی در تحقیق ردیابی فرآیند وجود دارد: (۱) مکانیسم علی به‌عنوان متغیرهای مداخله‌گر میان X و Y؛ (۲) فهم کمینه‌گرا از مکانیسم

¹ theory-testing process-tracing

² theory-building process-tracing

³ explaining-outcome process-tracing

علی: مکانیسم علی به‌عنوان رویدادهای تجربی میان X و Y ؛ ۳) فهم سیستمی از مکانیسم علی: مکانیسم علی به‌عنوان یک سیستم متشکل از قطعات متصل به هم برای انتقال نیروی علی از X به Y (Beach, 2017: 2-7).

در فهم سیستمی از مکانیسم‌علی، هر بخش مکانیسم‌علی را می‌بایست ترکیبی از هستی‌های عهده‌دار فعالیت^۱، مفهوم‌سازی کرد. در فهم سیستمی از مکانیسم‌علی، هستی‌ها (افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها، طبقات، دولت‌ها یا پدیده‌های ساختاری) عوامل درگیر در فعالیت‌ها (کنش‌ها، رفتارها و اعمال) می‌باشند و این فعالیت‌ها تولیدکننده‌ی تغییر یا آن‌چیزی هستند که نیروهای علی را از طریق یک مکانیسم انتقال می‌دهند. در فهم سیستمی، فرآیند علی بین X و Y به صورت صریح باز می‌شود و هر کدام از اجزای سازنده مکانیسم علی به‌صورت تجربی ردیابی می‌گردند (Beach and Pedersen, 2019: 79-85). در این شرایط، با ردیابی تجربی هر بخش از مکانیسم‌علی به وسیله‌ی مدارک مکانیستی و به‌ویژه تجلیات قابل مشاهده مورد انتظار به جا مانده از فعالیت هستی‌ها، محقق می‌تواند استنباط‌های علی قوی درباره‌ی چگونگی فرآیندهای علی در دنیای واقعی بسازد.

۴- ابزارها: آزمون‌های تجربی، مشاهدات و مدارک مکانیستی

الف) آزمون‌های تجربی

منطق استنباط بیزی برای به روزرسانی اطمینان محقق درباره‌ی اعتبار فرضیه‌ها از مجموعه آزمون‌های تجربی جهت ارزیابی وزن استنباطی مدارک درون‌موردی استفاده می‌کند. لذا در منطق بیزی هدف آزمون‌های تجربی، به روزرسانی درجه‌ی اطمینان محقق به اعتبار یک فرضیه در پرتو مدارک تجربی است (Puntonm and Welle, 2015: 6). آزمون‌های تجربی، «تجلیات قابل مشاهده‌ی مورد انتظار^۳» برای هر بخش از مکانیسم علی را مشخص و فرمول‌بندی می‌کنند. تجلیات قابل مشاهده، مدارکی هستند که در صورت حضور هر بخش از مکانیسم علی باید پیدا شوند. در تحقیق ردیابی فرآیند محقق برای کشف تجلیات تجربی پیش‌بینی شده می‌بایست مدارک لازم برای حضور هر بخش از

¹ entities

² activities

³ the expected observable manifestations

مکانیسم علی را مشخص کند تا فرآیند انتقال نیروی علی از X به Y (بر مبنای مکانیسم علی تئوری سازی شده) تحلیل و آزمون شود.

در منطق استنباط بیزی به روزرسانی اطمینان محقق درباره‌ی اعتبار فرضیه‌ها تابعی از قطعیت و یکتایی مدارک است. بر این اساس، در طراحی آزمون‌های تجربی، پیش‌بینی‌های قوی شامل دو دسته «پیش‌بینی یکتا^۱» و «پیش‌بینی قطعی^۲» می‌شوند (Beach, 2017: 11-12). در تحقیق ردیابی فرآیند محقق با ارزیابی شدید می‌تواند قدرت آزمون را در جهت آزمون‌های تجربی با یکتایی بیشتر و قطعیت بیشتر، حداکثر نماید. وان او را^۳ انواع مختلف آزمون‌های تجربی را همراه با دو بعد یکتایی و قطعیت پیش‌بینی‌ها طبقه‌بندی می‌کند که منجر به چهار نوع آزمون تجربی شده است: کاه در باد^۴، حلقه^۵، تفنگ‌دودی^۶ و قطعیت‌مضاعف^۷ (Bennett, 2010: 207-211).

آزمون کاه در باد: در این آزمون پیش‌بینی‌ها، یکتایی و قطعیت اندکی دارند.

آزمون حلقه: در این آزمون پیش‌بینی‌ها، قطعیت بالا و یکتایی پایین دارند.

آزمون تفنگ‌دودی: آزمون تفنگ‌دودی یکتایی بالایی و قطعیت پایین دارند.

آزمون قطعیت‌مضاعف: در این آزمون پیش‌بینی‌ها، همزمان قطعیت و یکتایی بالایی دارد اما با توجه به دشواری پیدا کردن این نوع مدارک در دنیای واقعی، فرمول‌بندی پیش‌بینی‌ها در چنین مسیری غیر ممکن است (Collier, 2011: 3).

ب) مشاهدات و مدارک مکانیستی

درک مکانیستی و جبرگرایانه از علیت و پیامدها و الزمات روش‌شناختی آن و اتخاذ منطق استنباط بیزی در تحقیقات ردیابی فرآیند موجب شده است استنباط‌علی درباره‌ی مکانیسم‌های علی بر اساس نوع خاصی از مدارک ممکن گردد که از آن به «مدارک درون‌موردی» یاد می‌کنند. پس از طراحی آزمون‌های تجربی و پیش‌بینی تجلیات قابل مشاهده برای هر بخش از مکانیسم‌علی، محقق جست‌وجوی مدارک پیش‌بینی شده را آغاز می‌کند اما جمع‌آوری مواد تجربی لازم (از منابع اولیه و ثانویه چون مصاحبه‌ها، مواد

¹ unique prediction

² certain prediction

³ van evera, stephen

⁴ straw-in-the-wind test

⁵ hoop test

⁶ smoking gun test

⁷ doubly decisive test

آرشیوی، خاطره‌ها، سخنرانی‌های عمومی، و دیگر اشکال منابع اولیه، تحقیق تاریخی، منابع روزنامه) پس از ارزیابی محتوا، دقت و احتمال‌شان به مدارک تبدیل می‌شوند و برای دستیابی به استنباط‌علی در یک مورد منفرد استفاده می‌شوند لذا از مشاهدات مجموعه داده^۱ یا *DSOs* قابل مقایسه (برای تعداد زیادی از موارد) در روش‌های کمی متفاوت هستند. مواد تجربی لازم در تحقیق ردیابی فرآیند، «مشاهدات فرآیندعلی^۲» غیر قابل مقایسه‌ای می‌باشند که برای آزمون هر بخش از مکانیسم علی، شکل‌های مختلفی به خود می‌گیرند. به عبارت دیگر، در تحقیق ردیابی فرآیند مشاهدات فرآیند علی «تکه داده‌های غیر قابل مقایسه‌ای هستند که اطلاعاتی درباره‌ی زمینه، فرآیند و مکانیسم تأمین می‌کنند و به نفوذ متمایز در استنباط علی کمک می‌نمایند (Collier and et al, 2010: 24-28).

اما همچنان که مطرح شد استنباط علی در تحقیقات ردیابی فرآیند بر مبنای مدارک درون‌موردی - و نه مشاهدات درون‌موردی - صورت می‌پذیرد؛ لذا استفاده از مفهوم مشاهده‌ی فرآیندعلی، اصطلاح مشاهده را با اصطلاح مدرک خلط می‌کند. مشاهدات فرآیند علی «داده خام جمع‌آوری شده قبل از ارزیابی محتوای و دقت می‌باشند و بعد از ارزیابی محتوا و دقت مشاهدات توسط دانش زمینه‌ای به مدارک درون‌موردی تبدیل می‌شوند» (Beach and Pedersen, 2016: 73). از این روست که بیچ^۳ معتقد است باید از اصطلاح «مدارک مکانیستی» برای مواد تجربی لازم جهت استنباط علی درون‌موردی در تحقیق ردیابی فرآیند استفاده کرد. مدارک مکانیسی، هر گونه مواد تجربی بالقوه‌ای است که توسط مکانیسم‌های علی باقیمانده‌اند و باعث افزایش یا کاهش اطمینان محقق نسبت به وجود یک مکانیسم علی می‌شود (Beach, 2017: 14).

در تحقیق ردیابی فرآیند چهار نوع مدرک مکانیستی قابل تشخیص هستند: مدرک الگویی، مدرک توالی، مدرک ردیابی، مدرک گزارشی (Puntonm and Welle, 2015: 5). مدرک الگویی، الگوهای آماری در مواد تجربی را نشان می‌دهد. به عنوان مثال، برای آزمون یک مکانیسم تبعیض نژادی در مورد استخدام افراد، الگوی آماری استخدام برای آزمون بخش‌های مکانیسم مناسب است. (۲) مدرک توالی، ترتیب زمانی و مکانی رویدادهای پیش‌بینی شده در مکانیسم‌های علی را نشان می‌دهد. به عنوان مثال، آزمون یک فرضیه می‌تواند شامل ارزیابی پیش‌بینی‌هایی درباره‌ی زمان‌بندی وقوع رویدادها باشد. (۳) مدرک

¹ data-set observations

² causal process observations

³ Beach, Derek

ردیابی، وجود و حضور یک بخش از مکانیسم‌علی را نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال، وجود صورت‌جلسه‌ی اداری، می‌تواند اثبات کند که یک جلسه برگزار شده است. (۴) مدرک گزارشی، محتوای مواد تجربی را نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال، صورت‌جلسه اداری یا گزارش شفاهی شرکت‌کنندگان می‌تواند جزئیات مباحث یک جلسه را نشان دهد.

۵- مراحل: مراحل پنج‌گانه تحقیق

Punton and Welle (2015) و *Ricks and Liu (2018)* تلاش کرده‌اند تا طرح تحقیق ردیابی فرآیند و مراحل عملی آن را به صورت دقیق و روشن بیان کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد سه نوع تحقیق ردیابی فرآیند نظریه‌ی آزمایشی، نظریه‌سازی و تبیین پیامد به دلیل رویکردهای تحلیلی متفاوت (استقرایی و قیاسی) برای شناسایی، تحلیل و آزمون مکانیسم‌های علی نیازمند طرح‌های پژوهشی و مراحل عملی جداگانه‌ای می‌باشند اما اهداف تحلیلی و الزامات روش‌شناختی مشترک موجب می‌گردد تا مراحل عملی و اجرایی تحقیق ردیابی فرآیند به صورت کلی قابل شناسایی و طرح باشد هر چند تقدم و تأخر این مراحل بسته به شرایط و انواع تحقیق ردیابی فرآیند متفاوت است (*Puntonm and Welle, 2015; Ricks and Li, 2018*).

الف) مفهوم‌سازی مکانیسم‌علی

اولین گام در تحقیق ردیابی فرآیند، مفهوم‌سازی مکانیسم‌های علی میان X و Y است. در فهم سیستمی از مکانیسم‌علی، هر بخش مکانیسم‌علی را می‌بایست ترکیبی از هستی‌ها و فعالیت‌ها، مفهوم‌سازی کرد. مفهوم‌سازی مکانیسم‌علی با ترکیبی از هستی‌ها و فعالیت‌ها موجب می‌گردد فرآیند انتقال نیروی علی از X به Y به صورت دقیق و روشن، قابل شناسایی و آزمون باشد و استنباط‌های درون‌موردی قوی‌تری ایجاد شود. مرحله‌ی مفهوم‌سازی مکانیسم‌علی نه تنها در ردیابی فرآیند نظریه‌ی آزمایشی و تبیین پیامد (مبتنی بر رویکرد قیاسی) بلکه در ردیابی فرآیند نظریه‌سازی نیز (به دلیل که محقق معمولاً با ذهن خالی به پژوهش نمی‌پردازد) اولین مرحله‌ی تحقیق می‌باشد.

ب) طراحی آزمون‌های تجربی

دومین گام در تحقیق ردیابی فرآیند، طراحی آزمون‌های تجربی برای هر بخش از مکانیسم‌علی است. آزمون‌های تجربی در تحقیق ردیابی فرآیند تلاش می‌کند تا تجلیات

قابل مشاهده مورد انتظار برای هر بخش از مکانیسم علی مشخص کند. طراحی دقیق آزمون‌های تجربی می‌بایست تجلیات قابل مشاهده مورد انتظار و مدارک مکانیستی مورد انتظار برای تأیید فرضیه، فرضیه‌های جایگزین و رد فرضیه را مشخص نماید. مرحله‌ی عملیاتی کردن آزمون‌های تجربی در تحقیق ردیابی فرآیند می‌تواند همزمان با جمع‌آوری مشاهدات و مدارک تجربی مورد بازبینی قرار بگیرد.

ج) جمع‌آوری مشاهدات و تبدیل آن به مدارک

سومین گام در تحقیق ردیابی فرآیند، جمع‌آوری مشاهدات و تبدیل آنها به مدارک مکانیستی برای هر بخش از مکانیسم علی است. این مرحله، تعیین منابع و جمع‌آوری مشاهدات، و تبدیل مشاهدات تجربی به مدارک (بر اساس ارزیابی محتوا و ارزیابی دقت) را در بر می‌گیرد. لازم به ذکر است جمع‌آوری مشاهدات تصادفی نیست، بلکه باید توسط تئوری هدایت شوند. انتخاب منابع مشاهدات در ردیابی فرآیند به وسیله‌ی نمونه تصادفی حرکت نمی‌کند، بلکه منابع بر اساس نوع مدارکی که نیاز هست انتخاب می‌شوند.

د) ارزیابی وزن استنباطی مدارک

چهارمین گام در تحقیق ردیابی فرآیند، ارزیابی وزن استنباطی مدارک برای آزمون هر بخش از مکانیسم علی است. در این مرحله با استفاده از منطق استنباط بیزی، قدرت استنباطی مدارک مکانیستی برای هر بخش از مکانیسم علی ارزیابی می‌شوند تا اطمینان محقق نسبت به اعتبار فرضیه‌ها به روزرسانی گردد. ارزیابی وزن استنباطی مدارک مکانیستی با احتمال یافتن آن قبل از جمع‌آوری مشاهدات در ارتباط است. یعنی اگر احتمال پیدا کردن مدارک (قبل از گردآوری مشاهدات) کم باشد، پیدا کردن این مدارک می‌تواند اطمینان محقق به اعتبار فرضیه‌ها را بسیار افزایش دهد و به روزرسانی کند.

ه) نتیجه‌گیری درباره مکانیسم علی

هنگامی که فرآیند کامل می‌شود، محقق باید بتواند بر اساس مدارک جمع‌آوری شده و آزمون‌های کار گرفته شده درجه‌ای از اطمینان را درباره‌ی هر بخشی از مکانیسم علی تئوری‌سازی شده اثبات کند. چرا که تمام بخش‌های یک مکانیسم علی برای عمل کردن مکانیسم لازم هستند. اگر مکانیسم علی پذیرفته شود، بدان معنی است که مدارک کافی

برای محقق وجود دارد تا اطمینان داشته باشد که علت A از طریق مکانیسم علی تئوری‌سازی شده منجر به پیامد B می‌شود.

بخش دوم: ردیابی فرآیند تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی

از دیدگاه پژوهشگران یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷، «جهانی‌شدن فرهنگی» با گسترش نقش رسانه‌های بین‌المللی است لیکن آشنایی اندک محققان کیفی با روش‌ها و تکنیک‌های نوین قابل استفاده در تحقیقات تک‌موردی باعث شده است تا تبیین علی مناسبی از تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران صورت نگیرد و صرفاً «روایت‌های توصیفی» از تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی به‌عنوان تبیین علی این پدیده مطرح شود. لذا تحقیق حاضر جهت کاهش کاستی‌های روش‌شناختی و تحلیلی تحقیقات کیفی حوزه‌ی هویت ملی تلاش دارد با اتخاذ دیدگاه جامعه‌شناسی تاریخی و استفاده از روش مطالعه‌ی موردی و تکنیک ردیابی فرآیند، به «ردیابی فرآیند تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷» پردازد. لازم به ذکر است از میان سه نوع تحقیق ردیابی فرآیند، «ردیابی فرآیند تبیین پیامد» با اهداف و استراتژی‌های پژوهش حاضر همسو است. زیرا پیامد مورد بررسی یعنی مسأله‌مند شدن هویت ملی دارای «تجلیات قابل مشاهده»‌ای در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ می‌باشد اما عوامل و مکانیسم‌های علی ایجادکننده‌ی آن برای دستیابی به یک تبیین کافی تا حدود زیادی پنهان و نیازمند شناسایی و ردیابی هستند.

مبانی نظری تحقیق؛ جهانی‌شدن فرهنگی و چالش‌های هویت ملی *الف) جهانی‌شدن فرهنگی*

جهانی‌شدن عبارت است از فرایند فشردگی فزاینده زمان و فضا که به واسطه‌ی آن مردم دنیا کم و بیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه‌ی جهانی واحد ادغام می‌شوند (Golmohammadi, 2002: 20). جهانی‌شدن فرآیندی است که جهان را وابسته‌تر و کوچک‌تر کرده است. در واقع به واسطه‌ی جهانی‌شدن، جهان از طریق فشردگی زمان و مکان کوچک می‌شود و فاصله‌های مکانی و فضایی به دلیل تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات،

اهمیت خود را از دست می‌دهد (Poorahmadi, 2007: 129). یکی از ابعاد مهم جهانی‌شدن، جهانی‌شدن فرهنگی است. جهانی‌شدن فرهنگی، شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه‌ی جهانی می‌باشد که نوعی فرایند و تحول دیالکتیکی را سبب می‌شود. لذا با فروریزی فزاینده مرزهای سیاسی - فرهنگی و ادغام روزافزون جوامع در جامعه‌ای جهانی، بسترها و امکان‌های فراوانی برای همزیستی، تبادل و آمیزش فرهنگی و همچنین خاص‌گرایی‌های گوناگون فرهنگی ایجاد می‌کند (Golmohammadi, 2002: 121-122). برجسته‌ترین وجه جهانی‌شدن فرهنگ را می‌توان جهان‌گیر شدن ویژگی‌های محوری مدرنیته دانست (Giddens, 2003: 61).

ب) «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه» و چالش‌های هویت ملی

گسترش اقتصاد سرمایه‌داری و پدیده‌ی جهانی‌شدن از جمله تحولاتی می‌باشد که پدیده‌ی ناسیونالیسم، ملت و هویت ملی را به چالش کشیده است (Smith, 2015:406). به عبارت دیگر، از منظر مطالعات هویت، جهانی‌شدن فرهنگی (Y) یکی از مهم‌ترین عوامل چالش‌ها و مشکلات هویت‌های ملی (X) در دنیای کنونی است. در فرآیند جهانی‌شدن فرهنگی، رسانه‌های بین‌المللی نقش کلیدی دارند. رسانه‌های بین‌المللی با ایجاد بسترها و امکان‌های فراوان برای تبادل و آمیزش فرهنگ‌ها و هویت‌ها فرآیند هویت‌سازی را به پروژه‌های بازاندیشانه تبدیل کرده‌اند و به دلیل هژمونی ارزش‌های فرهنگی دنیای مدرن در فرآیند جهانی‌شدن فرهنگی، چالش‌ها و مشکلات عدیده‌ای برای تدوام، استمرار و بازتولید فرهنگ‌ها و هویت‌های ملی حاشیه‌ای به وجود آورده است. به طوری که، نظریه‌پردازانی چون هال^۱ از واکنش‌های مختلف هویت‌های حاشیه‌ای (جلوه‌ی تدافعی و جلوه‌ی فرامدرن جهانی) و کاستلز^۲ از شکل‌گیری هویت‌های مقاومت در برابر فرآیند جهانی‌شدن فرهنگی و کسانی چون گیدنز^۳ از لزوم انعطاف‌پذیری و رابرتسون^۴ از نسبیت فرهنگ‌ها و هویت‌ها در فرآیند جهانی‌شدن فرهنگی سخن می‌گویند (Hall, 2004; Castells, 2006; Giddens, 1998; Robertson, 2001).

بررسی عمیق دیدگاه‌ها و نظریات هال، گیدنز، رابرتسون و کاستلز نشان می‌دهد جهانی‌شدن فرهنگی از طریق «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه در گستره‌ی فشرده‌ی

¹ Hall

² Castells

³ Giddens

⁴ Robertson

جهان» فرآیند تداوم، استمرار و بازتولید هویت‌های ملی حاشیه‌ای را با چالش‌ها و مشکلات فراوانی مواجه کرده است. به عبارت دیگر، جهانی‌شدن فرهنگی (Y) از طریق «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه در گستره‌ی فشرده‌ی جهان» موجب می‌شود رسانه‌های بین‌المللی بسترها و امکانات فراوانی برای تبادل و آمیزش فرهنگ‌ها و هویت‌ها ایجاد کنند و با انتشار و انتقال وسیع ارزش‌های فرهنگی مدرن به جوامع دیگر فرآیند دلبستگی و احساس تعلق نسبت به این ارزش‌ها و به چالش کشیده شدن ارزش‌های فرهنگی بومی توسط مخاطبان و کاربران را تسهیل نمایند. استفاده مستمر و گسترش یافته از رسانه‌های بین‌المللی باعث می‌گردد ارزش‌های فرهنگی مدرن به‌عنوان یکی از منابع فرهنگی هویت‌بخش از سوی مخاطبان و کاربران جوامع مختلف بکار گرفته شود و آنها با ساخت‌زدایی از عناصر و اجزای هویت ملی پیشین خود، به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان پردازند.

۲- «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه» و مسأله‌مند شدن هویت ملی

الف) مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن «مکانیسم علی»

دیدگاه‌ها و نظریه‌های تحلیلی فراوان در خصوص رابطه‌ی جهانی‌شدن فرهنگی و چالش‌های هویت ملی موجب شده است تا تحقیق حاضر از رویکرد قیاسی برای شناسایی، مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن مکانیسم علی میان جهانی‌شدن فرهنگی (X) و مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (Y) استفاده نماید. لذا با اتخاذ رویکرد قیاسی تلاش می‌شود مکانیسم علی ایجادکننده پیامد مورد بررسی بر مبنای تعریف سیستمی از مکانیسم علی و در قالب ترکیبی از هستی‌ها و فعالیت‌ها مفهوم‌سازی شود و مکانیسم علی ایجادکننده پیامد مورد بررسی بر مبنای آزمون‌های تجربی حلقه و از طریق تعیین تجلیات قابل مشاهده مورد انتظار و مدارک مکانیستی مورد نیاز جهت سنجش آنها عملیاتی گردد. جدول ۱ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن «مکانیسم علی» میان جهانی‌شدن فرهنگی (X) و مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (Y) را نشان می‌دهد.

جدول ۱: مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن مکانیسم علی هویت‌سازی با‌اندیشانه در گستره‌ی فشرده‌ی جهان

Table 1: Conceptualizing and Operationalizing the Causal Mechanism of Rethinking Identity in the Compactness of the World

مدارک مکانیستی مورد استفاده برای سنجش تجلیات	تجلیات قابل مشاهده‌ی پیش‌بینی شده (آزمون‌های تجربی حلقه)	مفهوم‌سازی هر بخش از مکانیسم علی
<i>Mechanistic Evidence Used to Measure Manifestations</i>	<i>Predicted Visible Manifestations (Experimental Tests Hoop)</i>	<i>Conceptualizing Each Part of the Causal Mechanism</i>
.....	زمینه‌ی اجتماعی: جهانی شدن فرهنگی از طریق رسانه‌های بین‌المللی جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ را تحت تأثیر قرار می‌دهد
.....	جهانی شدن فرهنگی (X):
سنجش با مدارک ردیابی، توالی، الگویی و گزارشی مصاحبه با مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، پیمایش‌های ملی و منطقه‌ای درباره‌ی سنجش تغییرات ارزشی مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، تحقیقات تاریخی درباره‌ی تغییرات ارزشی مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷	انتظار می‌رود مدارکی درباره‌ی انتقال و انتشار ارزش‌های فرهنگی مدرن در جامعه‌ی ایران و افزایش دل‌بستگی و احساس تعلق به ارزش‌های فرهنگی مدرن و به چالش کشیدن ارزش‌های فرهنگی بومی مخاطبان و کاربران توسط رسانه‌های بین‌المللی پیدا شود	بخش ۱: رسانه‌های بین‌المللی، با انتقال و انتشار ارزش‌های فرهنگی مدرن در جامعه‌ی ایران، دل‌بستگی و احساس تعلق مخاطبان و کاربران ایرانی به ارزش‌های فرهنگی مدرن را افزایش می‌دهد و آنها ارزش‌های سنتی بومی خود را به چالش می‌کشند
سنجش با مدرک الگویی و گزارشی مصاحبه با مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، پیمایش‌های ملی و منطقه‌ای درباره‌ی سنجش تغییرات هویتی	انتظار می‌رود مدارکی درباره‌ی استفاده از ارزش‌های فرهنگی مدرن به‌عنوان یکی از منابع هویت-بخش و تقویت هویت مدرن توسط مخاطبان و کاربران ایرانی پیدا شود	بخش ۲: مخاطبان و کاربران ایرانی، ارزش‌های فرهنگی مدرن را به‌عنوان یکی از منابع فرهنگی هویت بخش خود مورد استفاده قرار می‌دهند و به تقویت هویت مدرن اقدام

مدارک مکانیستی مورد استفاده برای سنجش تجلیات	تجلیات قابل مشاهده‌ی پیش‌بینی شده (آزمون‌های تجربی حلقه)	مفهوم‌سازی هر بخش از مکانیسم علی
<i>Mechanistic Evidence Used to Measure Manifestations</i>	<i>Predicted Visible Manifestations (Experimental Tests Hoop)</i>	<i>Conceptualizing Each Part of the Causal Mechanism</i>
مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، تحقیقات تاریخی درباره‌ی تغییرات هویتی مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷		می‌نمایند
سنجش با مدرک الگویی و گزارشی مصاحبه با مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، پیمایش‌های ملی و منطقه‌ای درباره‌ی سنجش تغییرات هویتی مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷، تحقیقات تاریخی درباره‌ی تغییرات هویتی مخاطبان و کاربران رسانه‌های بین‌المللی دهه‌ی سوم و چهارم بعد از انقلاب ۵۷	انتظار می‌رود مدارکی پیدا شود که پیامد (Y) را منعکس می‌کند: مخاطبان و کاربران ایرانی، الف) هویت ملی پیشین خود و عناصر و اجزای آن را تضعیف می‌کنند، ب) هویت قومی خود را در سطح فروملی جامعه تقویت و برجسته می‌سازند، ج) به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان می‌پردازند	ایجاد پدیده‌ی مسأله‌مند شدن هویت ملی (Y): بخش ۳: مخاطبان و کاربران ایرانی، الف) هویت ملی پیشین خود و عناصر و اجزای آن را تضعیف می‌کنند ب) هویت قومی خود را در سطح فروملی جامعه تقویت و برجسته می‌سازند ج) به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان می‌پردازند

ب) مشاهدات تجربی، مدارک مکانیستی و آزمون «مکانیسم علی ...»

پس از مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن «مکانیسم علی ...» میان جهانی‌شدن فرهنگی (X) و مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (Y) محقق می‌بایست به جمع‌آوری مشاهدات تجربی و تبدیل مشاهدات تجربی جمع‌آوری شده به مدارک (بر اساس ارزیابی محتوا و ارزیابی دقت) و ارزیابی وزن استنباطی مدارک مکانیستی برای تجلیات قابل مشاهده پیش‌بینی شده‌ی هر بخش از مکانیسم علی بپردازد و سطح

اطمینان خود را نسبت به اعتبار فرضیه‌ها به روزرسانی کند. مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن «مکانیسم علی ...» نشان می‌دهد فرآیند انتقال نیروی علی از جهانی‌شدن فرهنگی (X) به مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (Y) بر اساس ۳ فرضیه‌ی تئوری‌پردازی شده است که برای اثبات وجود آن ضروری هستند.

فرضیه‌ی اول: انتقال ارزش‌های فرهنگی مدرن

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط ۸۰ به بعد نشان می‌دهد یکی از عوامل اجتماعی تاثیرگذار بر فضای اجتماعی - فرهنگی کنشگران و گروه‌های اجتماعی، گسترش جهانی‌شدن فرهنگی به واسطه‌ی افزایش حضور رسانه‌های بین‌المللی چون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. نتایج پژوهش‌های ملی در سال‌های ۸۲، ۹۴، و ۹۸ نشان می‌دهد: الف) استفاده از اینترنت در میان پاسخگویان به ترتیب از ۱۶/۸ درصد به ۴۷/۲ درصد و سپس به ۵۷/۷ درصد رسیده است؛ ب) استفاده از ماهواره در میان پاسخگویان به ترتیب از ۷ درصد در سال ۸۲ به ۲۲ درصد در سال ۹۸ رسیده است؛ ج) مصرف‌کنندگان رسانه‌های بین‌المللی غالباً نوجوانان و جوانان می‌باشند (*Findings of the survey in 28 provinces of the country, values and attitudes of Iranians (second wave), 2003. Findings of the survey in 28 provinces of the country, values and attitudes of Iranians (third wave), 2015. National Survey of Consumption of Cultural Goods, (Third Wave, 2019*). گسترش و ضریب نفوذ رسانه‌های بین‌المللی در میان کنشگران و گروه‌های اجتماعی و به‌ویژه نسل جوان موجب شده است پژوهشگران و محققان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های نسل جوان جامعه‌ی ایران (متولدین نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۶۰ تا امروز) را مصرف کالاهای فرهنگی و رسانه‌های بین‌المللی معرفی نمایند و فرآیند جامعه‌پذیری و هویت‌یابی نسل جوان جامعه‌ی ایران را تحت تأثیر شدید رسانه‌های بین‌المللی بدانند (*Montazer Ghaem and Shaghasemi, 2008: 15-16. Jafarzadehpour, 2017: 11-14*).

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط دهه‌ی ۸۰ به بعد بیانگر آن است که رسانه‌های بین‌المللی با فروریزی مرزهای سیاسی - فرهنگی ارزش‌های فرهنگی مدرن چون آزادی، فردگرایی، سکولاریسم، عقل‌محوری، لذت‌گرایی، آزادی و ... را در جامعه‌ی ایران انتشار و انتقال داده و آنها را در اختیار مخاطبان و کاربران ایرانی گذاشته‌اند و مخاطبان و کاربران ایرانی با استفاده مستمر از

رسانه‌های بین‌المللی دل‌بستگی و احساس تعلق بیشتری نسبت به ارزش‌های فرهنگی مدرن پیدا می‌کنند و ارزش‌های سنتی و بومی خود را به چالش می‌کشند. به طوری که، نتایج و دستاوردهای مطالعات و تحقیقات تجربی و فراتحلیل‌های کمی و کیفی متعددی نشان‌دهنده تأثیرات غالباً منفی رسانه‌های بین‌المللی بر ارزش‌های سنتی و بومی مخاطبان و کاربران ایرانی می‌باشد (*Bashir and Afrasiabi, 2012. Rasoulzadeh Aghdam and & et. al, 2015. Hassani and Zakai, 2017. Akbari and Teimouri, 2018. Janadleh and Rahnama, 2018. Erfan Manesh, 2019*). به‌عنوان مثال، نتایج (*Rasoulzadeh Aghdam and & et. al (2015)*) با نمونه‌ی ۲۱۰۰ نفر از کاربران جوان رسانه‌های اجتماعی در ۵ شهر اصفهان، تهران، تبریز، مشهد و ساری در جدول ۲ نشان می‌دهد بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در رسانه‌های اجتماعی و پایبندی جوانان به ارزش‌های خانوادگی، دینی، اجتماعی و فرهنگی رابطه‌ی معکوس وجود دارد.

جدول ۲: تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ارزش‌های خانوادگی، دینی، اجتماعی و فرهنگی

Table 2: The impact of Social Media on Family, Religious, Social and Cultural Values

متغیر وابسته	مدت زمان عضویت	میزان استفاده	واقعی تلقی کردن محتوا
<i>Dependent Variable</i>	<i>Membership Period</i>	<i>Rate of Use</i>	<i>To Be Considered Real the Content</i>
پایبندی به ارزش‌های خانوادگی	-۰/۲۹	-۰/۵۶	-۰/۰۸
پایبندی به ارزش‌های دینی	-۰/۱۴	-۰/۲۲	-۰/۱۰
پایبندی به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی	-۰/۳۲	-۰/۴۵	-۰/۰۱
پایبندی به ارزش‌ها	-۰/۳۲۱	-۰/۵۲۷	-۰/۰۲

همچنین نتایج تحقیق (*Akbari and Teimouri (2018)*) با نمونه‌ی ۶۰ پژوهش درباره‌ی موضوع تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ی فارسی زبان بر سبک زندگی افراد در بازه‌ی زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۶ در جدول ۳ نشان می‌دهد شبکه‌های ماهواره‌ی فارسی زبان بر مناسبات خانوادگی تأثیرات منفی و بر نحوه‌ی گذران اوقات فراغت، معیارهای مدرن پوشش، سبک زندگی مدرن، مصرف‌گرایی، مدیریت بدن تأثیرات مثبت دارد.

جدول ۳: تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان بر سبک زندگی

Table 3: The Effect of Persian Language Satellite Channels on Lifestyle

اثرات ترکیبی تصادفی	اثرات ترکیبی ثابت	متغیر وابسته
<i>Random Combination Effects</i>	<i>Constant Combination Effects</i>	<i>Dependent Variable</i>
-۰/۵۴۱	-۰/۴۹۸	مناسبات خانوادگی
۰/۴۰۷	۰/۴۰۷	نحوه‌ی گذران اوقات فراغت
۰/۳۹۷	۰/۳۶۸	معیارهای مدرن پوشش
۰/۳۵۰	۰/۳۶۵	سبک زندگی مدرن
۰/۲۹۴	۰/۳۱۰	مصرف گرایی
۰/۱۹۵	۰/۱۹۵	مدیریت بدن

فرضیه‌ی دوم: شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط ۸۰ به بعد نشان می‌دهد به واسطه افزایش ضریب نفوذ و استفاده از رسانه‌های بین‌المللی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (نه تنها فرآیند دل‌بستگی و احساس تعلق نسبت به ارزش‌های فرهنگی مدرن و به چالش کشیدن ارزش‌های سنتی و بومی و الگوهای رفتاری و سبک زندگی سنتی گسترش پیدا کرده است بلکه) مخاطبان و کاربران ایرانی ارزش‌های فرهنگی مدرن را به‌عنوان یکی از منابع هویت‌بخش خود مورد استفاده قرار می‌دهند و به تقویت هویت مدرن اقدام می‌نمایند. گسترش و ضریب نفوذ رسانه‌های بین‌المللی در میان کنشگران و گروه‌های اجتماعی و به‌ویژه نسل جوان و همچنین تقویت ارزش‌های فرهنگی مدرن در میان مخاطبان و کاربران ایرانی موجب شده است غالب پژوهشگران و محققان ایرانی تحلیل و بررسی فرآیند هویت‌سازی و چالش‌های هویتی در جامعه‌ی کنونی ایران را بدون در نظر گرفتن تحولات جهانی‌شدن فرهنگی و افزایش نقش رسانه‌های بین‌المللی غیر ممکن بدانند (Golmohammadi, 2002. Poorahmadi, 2007. (Fazeli, 2008. Azad Armaki, 2011 Mir Mohammadi, 2015.

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به‌ویژه از اواسط ۸۰ به بعد بیانگر آن است که مخاطبان و کاربران ایرانی در دهه‌ی ۸۰ و ۹۰ با نفوذ ارزش‌های فرهنگی مدرن چون آزادی، فردگرایی، سکولاریسم، عقل‌محوری، لذت‌گرایی، آزادی و ... در لایه‌های مختلف فرهنگی - هویتی‌شان بیش از افراد دیگر به سمت هویت مدرن کشیده می‌شوند. نتایج و دستاوردهای مطالعات و تحقیقات تجربی و فراتحلیل‌های کمی و کیفی متعددی اثبات می‌کند گسترش و تقویت ارزش‌های فرهنگی مدرن به

واسطه‌ی افزایش و نفوذ رسانه‌های بین‌المللی موجب گردیده است تا مخاطبان و کاربران ایرانی ارزش‌های فرهنگی مدرن را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع هویت‌بخش خود مورد استفاده قرار دهند و تمایل و گرایش آنها به هویت مدرن تشدید شود (Zakai and khatibi, 2006 a. Zakai and khatibi, 2006 b. Ahmadi, S., & et. al, 2009. Sarukhani and Mirzaei Malekian, 2011. Hajiani and Darvishi, 2013. Kianpour & et. al, 2014. Noghali Dokht Bahmani & et. al, 2014. Alavian and Deghanshad, 2015. Afshar, S., & et. al, 2016. Afsharnia, 2017. Rahbarghazi & et. al, 2018. Bahar and bijani, 2019. Amin and Babaie (Sarooyi, 2019. Faramarziani and Jafari, 2020).

به‌عنوان مثال، نتایج تحقیق (Zakai and Khatibi (2006 b) با نمونه ۳۰۵ نفر از مخاطبان و کاربران ایرانی در کل کشور (سه گروه غیر حرفه‌ای، نیمه حرفه‌ای، حرفه‌ای) نشان می‌دهد حضور در فضای مجازی باعث شکل‌گیری هویتی بالنسبه سیار، ناپایدار، بازاندیشانه و متکثر یا هویت مدرن در کاربران ایرانی می‌شود. در تحقیق ذکایی و خطیبی برخی گویه‌های مربوط به بعد بازتابندگی خود در فضای مجازی در جدول ۴ نشان‌دهنده‌ی نقش ارزش‌های فرهنگی مدرن بر شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن مخاطبان و کاربران ایرانی و تفاوت آنها در میان گروه غیر حرفه‌ای و حرفه‌ای می‌باشد و این موضوع در میان مخاطبان و کاربران حرفه‌ای فضای مجازی قوی‌تر می‌باشد.

جدول ۴: تأثیر ارزش‌های فرهنگی مدرن بر شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن

Table 4: The Impact of Modern Cultural Values on the Formation and Strengthening of Modern Identity

سطح معناداری	آزمون T	میانگین		گویه‌های بازتابندگی خود در فضای مجازی
		Mean		
		مصرف حرفه‌ای	مصرف سرگرمی	
Significance Level	T Test	Professional Consumption	Consumption of Entertainment	Your Reflection Items in Cyberspace
۰/۰۱۲	-۲/۵۴	۱۷/۱	۱۵/۹	حضورم در اینترنت و ارتباط با افراد مختلف و متفاوت باعث ایجاد تغییراتی فکری و ذهنی در من شده است
				دستیابی به اطلاعات گسترده در اینترنت تغییراتی را در طرز تفکرم ایجاد کرده است

سطح معناداری	آزمون <i>T</i>	میانگین		گویه‌های بازتابندگی خود در فضای مجازی
		<i>Mean</i>		
		مصرف حرفه‌ای	مصرف سرگرمی	
<i>Significance Level</i>	<i>T Test</i>	<i>Professional Consumption</i>	<i>Consumption of Entertainment</i>	<i>Your Reflection Items in Cyberspace</i>
				در اینترنت گاهی از معیارهایم در دنیای واقعی فاصله می‌گیرم
				حضور در اینترنت و استفاده از آن در کنار جریان‌های دنیای واقعی باعث ایجاد تغییراتی در برخی ارزش‌ها، باورها و تعصبات سنتی یا دینی ام شده است
				حضورم در اینترنت و ارتباط با افراد مختلف باعث شده خودم را بهتر و کامل‌تر بشناسم
				برخورد با اندیشه‌ها و زندگی‌های متفاوت و متنوع در اینترنت پذیرش آراء و عقاید مختلف را برای کاربران ایرانی آسان‌تر از پیش کرده است

همچنین *Hajiani and Darvishi (2013)* در تحقیقی با نمونه‌ی ۱۸۰۲ نفر در سیزده شهر (مرکز استان) معتقد است با توجه به اینکه «جهانی‌شدن، چه به‌عنوان یک نیروی خارجی که از جایی از جهان بر ما اثر می‌گذارد و چه به تعبیر گیدنز آن که وی آن را جهانی‌شدن زندگی روزمره نامیده که مردم طی فرآیند روزمره‌شان آن را تولید می‌کنند ... در هر حال، در هویت و زندگی ما ایرانیان دخالت و حضور و نفوذ داشته و دارد»؛ لذا نتایج تحقیق نشان می‌دهد مجموعه ابعاد هویت مدرن در شاکله‌ی هویت ایرانی حضور قوی و جدی دارد و گرایش‌های ایرانیان نسبت به ارزش‌های مدرنیته و جهانی‌شدن مطابق با جدول ۵ جدی و قابل ملاحظه است.

جدول ۵: گرایش به هویت مدرن به واسطه‌ی تأثیرات جهانی شدن

Table 5: Tendency to Modern Identity Due to the Effects of Globalization

میانگین	میزان در سطح کل جامعه‌ی آماری	دامنه تغییرات		ابعاد هویت مدرن
		Variation Range		
		حداکثر	حداقل	
Mean	Rate At The Level of the Whole Statistical Population	Maximum	Minimum	Dimensions of Modern Identity
پایین‌تر از میانگین	۱۳/۴	۲۴/۹۹	۴/۸۵	گرایش به مدرنیسم
کمی بالاتر از میانگین	۱۴/۳	۱۵/۰۲	۵/۶	هویت جهانی
نزدیک به میانگین	۱۴/۱	۲۲/۰۵	۴/۴۱	گرایش به ارزش‌های بنیادین مدرن

Amin and Babaie Sarooyi (2019) نیز در تحقیقی با نمونه‌ی ۱۰۳۷۸ نفر از

افراد ۱۸ تا ۶۵ سال بر مبنای داده‌های پیمایش سال ۱۳۹۵ به بررسی نسبت مصرف رسانه‌ای و هویت مدرن در میان ساکنان ۲۶ شهر مرزی ۹ استان کشور می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد نخست، (۱) گرایش از رسانه‌های مکتوب به سمت رسانه‌های دیداری و شنیداری است؛ (۲) گرایش به عضویت در شبکه‌های اجتماعی رو به افزایش می‌باشد؛ (۳) گرایش به استفاده از رسانه‌های غیر رسمی بیش از کل کشور است. دوم، گرایش به برخی گویه‌های هویت مدرن نظیر برابری خواهی، جهان‌وطنی، عقل‌محوری، آزاد اندیشی، علم‌باوری، جهان‌گرایی چنانکه در جدول ۶ مشخص می‌باشد رو به افزایش است و به عبارت دیگر، شتاب رشد مصرف رسانه‌های غیر رسمی در شهرهای مرزی، تأثیر مستقیمی بر سبک زندگی و به‌ویژه تکوین هویت مدرن دارد.

جدول ۶: گرایش به هویت مدرن به واسطه‌ی افزایش مصرف رسانه‌های نوین

Table 6: Tendency to Modern Identity Due to Increasing Consumption of New Media

میانگین	مخالفم	بی‌نظرم	موافقم	برخی گویه‌های هویت مدرن
Mean	I Disagree	Without Comment	I Agree	Some Items of Modern Identity
۳/۷۴	۲۶/۰	۵/۰	۶۹/۰	برابری خواهی
۳/۶۶	۳۲/۲	۴/۴	۶۳/۴	جهان‌وطنی
۳/۱۱	۵۸/۳	۷/۵	۳۴/۲	عقل‌محوری
۳/۸۱	۱۷/۶	۵/۲	۷۷/۲	آزاداندیشی
۳/۵۰	۳۱/۵	۸/۴	۶۰/۰	علم‌باوری
۳/۷۱	۲۱/۷	۶/۷	۷۱/۶	جهان‌گرایی

فرضیه‌ی سوم: ایجاد پدیده‌ی مسأله‌مند شدن هویت ملی

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ بیانگر آن است از اواسط دهه‌ی ۸۰ بعد جهانی‌شدن فرهنگی به واسطه‌ی افزایش حضور رسانه‌های بین‌المللی چون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با انتقال و انتشار ارزش‌های فرهنگی مدرن در جامعه‌ی ایران موجب شده است نه تنها مخاطبان و کاربران ایرانی با دلبستگی و احساس تعلق به ارزش‌های فرهنگی مدرن، ارزش‌های سنتی و بومی خود را به چالش بکشند و از ارزش‌های فرهنگی مدرن به‌عنوان یکی از منابع هویت‌بخش جهت شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن خود استفاده کنند بلکه پدیده‌ی مسأله‌مند شدن هویت ملی را ایجاد نمایند. چنانچه، زهیری معتقد است «در موج سوم هویت‌سازی ... یکی از این عوامل محیط خارجی است و جهانی‌شدن و گسترش ارتباطات از مصادیق مهم آن به شمار می‌آید» (Zuhairi, 2010: 184).

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به‌ویژه از اواسط دهه‌ی ۸۰ به بعد نشان می‌دهد نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی به دنبال نفوذ فزاینده‌ی ارزش‌های فرهنگی مدرن در لایه‌های مختلف فرهنگی - هویتی‌شان در سه بعد مشخص پدیده‌ی مسأله‌مند شدن هویت ملی را ایجاد می‌نمایند: نخست، هویت ملی پیشین خود و عناصر و اجزای آن را تضعیف می‌کنند؛ دوم، هویت قومی خود را در سطح فروملی جامعه تقویت و برجسته می‌سازند؛ سوم، به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان می‌پردازند.

کاهش هویت ملی در سطح مخاطبان و کاربران

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به‌ویژه از اواسط دهه‌ی ۸۰ به بعد نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی به دنبال نفوذ فزاینده‌ی ارزش‌های فرهنگی مدرن در لایه‌های مختلف فرهنگی - هویتی‌شان، هویت ملی پیشین خود و عناصر و اجزای آن را تضعیف می‌کنند. نتایج و دستاوردهای مطالعات و تحقیقات تجربی و فراتحلیل‌های کمی و کیفی متعدد مطالعات حوزه‌ی هویت ملی اثبات می‌کند با افزایش میزان استفاده‌ی مخاطبان و کاربران ایرانی از رسانه‌های بین‌المللی چون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در طول دهه‌ی ۸۰ و ۹۰، هویت ملی و عناصر و اجزای آن کاهش می‌یابد (*Noghali Dokht Bahmani & et. al, 2014. Danaei and Babaei Saroei, 2017. Niazi and Mansoorian Ravandi, 2017. Sharifzadeh & et. al, 2018. Ashayeri & et. al, 2019. Ahmadipour and Serajzadeh, 2019*).

به‌عنوان مثال، *Danaei and Babaei Saroei (2017)* در تحقیقی با نمونه‌ی ۱۵۰۴۰ نفر از افراد ۱۸ تا ۶۵ سال بر مبنای داده‌های پیمایش سال ۱۳۹۳ به بررسی تأثیرات رسانه‌های مجازی و هویت ملی در میان ساکنان ۳۱ استان کشور می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین میزان استفاده از رسانه‌های مجازی و گرایش به هویت ملی رابطه‌ی معنی‌دار و منفی (۰/۱۹۷-) وجود دارد. نتایج تحقیق *(Niazi and Mansoorian Ravandi)* با نمونه‌ی ۹ پژوهش درباره تأثیر جهانی‌شدن بر هویت ملی در دهه ۸۰ و دهه ۹۰ نشان می‌دهد میانگین اندازه اثر کوهن بر اساس مدل اثرات تصادفی به دست آمده برابر ۰/۴۴- و بالاتر از متوسط است و جهانی‌شدن موجب تضعیف هویت ملی در جامعه ایران می‌گردد. نتایج *(Ashayeri & et. al (2019)* با نمونه ۳ پژوهش درباره تأثیر میزان مصرف رسانه‌های خارجی بر هویت ملی در دهه ۸۰ و دهه ۹۰ نشان می‌دهد میانگین اندازه اثر کوهن بر اساس مدل ثابت ۰/۲۸۵- است و میزان استفاده از رسانه‌های خارجی موجب کاهش گرایش به هویت ملی می‌شود. نتایج *(Ahmadipour and Serajzadeh)* با نمونه‌ی ۵۱ پژوهش درباره‌ی هویت ملی نشان می‌دهد در تحقیقاتی که به بررسی رابطه‌ی رسانه‌های بین‌المللی و هویت ملی مورد بررسی قرار گرفته است رابطه‌ی اینترنت و فضای مجازی و هویت ملی ۷ بار و رابطه‌ی استفاده از ماهواره و هویت ملی ۳ بار منفی و معنادار گزارش شده است.

تقویت هویت قومی در سطح مخاطبان و کاربران

رديابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط دهه‌ی ۸۰ به بعد نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی به دنبال نفوذ فزاینده‌ی ارزش‌های فرهنگی مدرن در لایه‌های مختلف فرهنگی - هویتی‌شان - ضمن تضعیف هویت ملی پیشین خود و عناصر و اجزای آن و همچنین شکسته شدن ساختار و انسجام هویت ملی‌شان - فرآیند هویت‌خواهی و برجسته‌سازی هویت قومی را در سطح فرو ملی جامعه‌ی گسترش می‌دهند و هویت قومی خود را در دنیای واقعی و فضای مجازی تقویت و برجسته می‌سازند (*Moin al-Dini, 2007. Moeid far and Shahli far, 2007. Hassani and Zakai, 2017. Kabiri, 2010. Ahmadipour & et. al, 2010. Beheshti and Haghmoradi, 2017. Mousavi & et. al, 2019*). نتایج و دستاوردهای مطالعات و تحقیقات تجربی و فراتحلیل‌های کمی و کیفی متعدد مطالعات حوزه‌ی هویت قومی اثبات می‌کند با افزایش میزان استفاده مخاطبان و کاربران ایرانی از رسانه‌های بین‌المللی چون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در طول دهه‌ی ۸۰ و ۹۰، هویت قومی تقویت می‌گردد و مخاطبان و کاربران ایرانی هویت قومی خود را در دنیای واقعی و فضای مجازی برجسته می‌سازند (*Fakouhi, N., Ayari, 2009. Rashtiani and Bavandpour, 2013. Talebi and Evazi, 2013. Kianpour & et. al, 2013. Boroujerdi Alavi and Sadigh Yazdchi, 2017. Beheshti and Haghmoradi, 2017*).

به‌عنوان مثال، نتایج تحقیق *Fakouhi and Ayari (2009)* با تحلیل انسان‌شناسانه محتوای ۳۴۵ وبسایت، وبلاگ، مقاله و غیره در میان پنج گروه قومی عرب، بلوچ، کرد، ترکمن و آذری نشان می‌دهد «در گستره‌ی بی‌حد و مرز فضای مجازی مرزهای هویت قومی نه فقط از میان نرفته‌اند بلکه امکان تجلی بسیار بیشتری یافته‌اند ... دست کم از نظر سیاسی بیشترین تلاش‌ها برای نمایش، حفظ و استمرار بخشیدن به هویت قومی در سطوحی صورت می‌گیرد که نخست، درباره‌ی مفهوم هویت قومی خود از ذهنیتی ساختار یافته‌تر برخوردارند، امکان بیان آزادانه‌تری در این خصوص دارند و در عین حال تلاش در این راستا را به دلایل مختلف ضروری و موجه می‌دانند. البته این افراد لزوماً صاحب‌نظران و فعالان سیاسی نیستند هر چند از نظرات آنان متأثر گشته باشند ... در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که در حال حاضر علیرغم برخی مرزبندی‌ها و دسته‌بندی‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی موجود در درون گروه‌های قومی، مقوله‌ی هویت قومی بیشتر

در قالب انواع کوشش‌ها برای تقویت موجودیت گروه قومی و حفظ مرزبندی بیرونی گروه با دیگران نمودار می‌شود و چالش‌ها و مناقشات درونی کمتر قابل مشاهده‌اند».

نتایج و دستاوردهای تحقیقات (Rashtiani and Bavandpour (2013) در میان قوم کرد، (Talebi and Evazi (2013) و (Kianpour & et. al (2013) در میان قوم ترک نیز نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی در فضای مجازی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هویت قومی خود را تقویت و برجسته می‌سازند. همچنین نتایج تحقیق (Boroujerdi Alavi and Sadigh Yazdchi (2017) با نمونه‌ی ۱۲ پژوهش درباره‌ی تأثیر فضای مجازی بر هویت قومی در دهه‌ی ۸۰ و دهه‌ی ۹۰ نشان می‌دهد در ۸ مقاله تأثیر فضای مجازی بر هویت قومی مثبت گزارش شده است و نتایج تحقیق (2017) (Beheshti and Haghmoradi با نمونه‌ی ۵۰ پژوهش درباره‌ی رابطه‌ی هویت قومی و هویت ملی با تأکید بر نقش رسانه نشان می‌دهد در ۲۴ پژوهشی که به بررسی رابطه‌ی رسانه‌های بین‌المللی و هویت قومی پرداخته‌اند رابطه‌ی رسانه‌های بین‌المللی و هویت قومی مثبت گزارش شده است.

بازتولید بازاندیشانه هویت ملی در سطح مخاطبان و کاربران

ردیابی فرآیند تغییرات هویتی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط دهه‌ی ۸۰ به بعد نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی به دنبال نفوذ فزاینده‌ی ارزش‌های فرهنگی مدرن در لایه‌های مختلف فرهنگی - هویتی‌شان ضمن تضعیف هویت ملی پیشین و عناصر و اجزای آن نه تنها فرآیند هویت‌خواهی و برجسته‌سازی هویت قومی را در سطح فروملی جامعه گسترش می‌دهند بلکه تحت نفوذ ارزش‌های فرهنگی مدرن به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی با روایت‌های منعطف و سیال به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان می‌پردازند و مؤلفه‌ها و ویژگی‌های هویت ملی خود را با ویژگی‌های عام هویت جهانی مدرن پیوند می‌دهند (Golmohammadi, 2002. Poorahmadi, 2007. (Fazeli, 2008. Azad Armaki, 2011 Mir Mohammadi, 2015.

چنانچه، نتایج تحقیق (Zakai and khatibi (2006 a) نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی تحت نفوذ ارزش‌های فرهنگی مدرن به صورت بازاندیشانه و در مقیاس جهانی با روایت‌های منعطف و سیال به استمرار و بازتولید هویت ملی‌شان می‌پردازند و «آشنایی با سایر فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی موجود در جهان» موجب شده است تا آنها «طرز تفکر»، «معیارها»، «ارزش‌ها، باورها و تعصبات سنتی و دینی» خود را تغییر داده و

«پذیرش آراء و عقاید مختلف» را برایشان آسان تر کرده است و همچنین باعث شده تا آنها «دنیای کوچک اطرافشان را بخش محدودی از جهان پهناور» بدانند.

نتایج تحقیق (Hajiani and Darvishi, 2013) نیز بیانگر آن است که مخاطبان و کاربران ایرانی با گرایش به ارزش‌هایی چون عقل‌گرایی، انسان‌گرایی، برابری‌طلبی، آزادی‌خواهی، مادی‌گرایی، و حقوق بشر تمایلشان به هویت انسانی نسبت به هویت ایرانی و عضویت در جامعه جهانی نسبت به جامعه ایرانی افزایش پیدا کرده است؛ همچنین نتایج تحقیق (Amin and Babaie Sarooyi, 2019) نشان می‌دهد مخاطبان و کاربران ایرانی با گرایش به ارزش‌هایی چون برابری‌خواهی، جهان‌وطنی، عقل‌محوری، آزاداندیشی، علم‌باوری، جهان‌گرایی تمایل بیشتری دارند که «تمام جهان وطن من است» و ترجیح می‌دهند «در هر نقطه‌ای که رفاه، آرامش و آسایش داشته باشند زندگی کنند» و «افکار و عقاید دینی خود را آزادانه انتخاب» نمایند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد محققان و پژوهشگران در تحقیقات و مطالعات نظری و تئوریک متعددی به تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بازتولید بازانديشانه هویت ملی در مقیاس جهانی در میان مخاطبان و کاربران ایرانی در جامعه ایران بعد از انقلاب ۵۷ و به ویژه از اواسط دهه ۸۰ به بعد تأکید کرده‌اند و فرآیند کنونی را دارای آثار و پیامدهای عديده‌ای می‌دانند (Ahmadi, 2003 a. Ahmadi, 2003 b. Moin al-Dini, 2007. Ahmadipour & et. al, 2010. Moin al-Dini and Mazaheri, 2010. Kabiri, 2010. Ghanbari, 2010. Sidamami, 2011. Naderi and Arefi Gorvan, 2017. Hajiani and Irvani, 2018. Mousavi, S., & et. al, 2019). به طوری که، نتایج تحقیق (Hajiani and Irvani, 2017) با نمونه‌ی ۱۰ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران عرصه‌ی هویت ملی بیانگر آن است تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی و شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در میان کنشگران و گروه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از پیشران‌های اصلی در سه سناریو احتمالی آینده‌ی تغییرات هویت ملی ایران از جایگاه ویژه‌ی برخوردار است.

نتیجه‌گیری

چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه ایران بعد از انقلاب ۵۷ از جمله موضوعات پژوهشی است که محققان و پژوهشگران ایرانی به بررسی آن پرداخته‌اند. تحقیق حاضر به دلیل کاستی‌های موجود در تحقیقات گذشته - با اتخاذ دیدگاه جامعه‌شناسی تاریخی و استفاده از روش مطالعه‌ی موردی ($N=1$) و تکنیک ردیابی فرآیند - صورت‌بندی

مفهومی، تئوریک و روش‌شناختی جدیدی جهت دستیابی به استنباط علی درون موردی درباره‌ی چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ ارائه داد و تلاش نمود تا با بکارگیری تکنیک ردیابی فرآیند در یک مثال تجربی به بررسی و تحلیل تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ بپردازد.

فرآیند تحقیق حاضر نمایان ساخت که تکنیک ردیابی فرآیند و الزامات روش شناختی آن می‌تواند استنباط علی درون موردی چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ را ممکن و نظام‌مند کند. لذا ضروری بود جهت دستیابی به استنباط درون موردی درباره‌ی چالش‌ها و مشکلات هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷، ۵ مرحله‌ی «مفهوم‌سازی مکانیسم علی»، «طراحی آزمون‌های تجربی و عملیاتی کردن مکانیسم علی»، «جمع‌آوری مشاهدات و تبدیل آنها به مدارک»، «ارزیابی وزن استنباطی مدارک»، و «نتیجه‌گیری درباره‌ی مکانیسم علی» سازماندهی و اجرایی گردد.

اتخاذ روش مطالعه‌ی موردی و تکنیک ردیابی فرآیند جهت دستیابی به استنباط درون موردی درباره‌ی تأثیرات جهانی‌شدن فرهنگی بر مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ موجب گردید در مرحله‌ی اول و دوم، «مکانیسم علی هویت‌سازی بازاندیشانه در گستره‌ی فشرده‌ی جهان» میان جهانی‌شدن فرهنگی (X) و مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ (Y) بر مبنای تعریف سیستمی از مکانیسم علی (ترکیب هستی‌ها و فعالیت‌ها) مفهوم‌سازی و با طراحی آزمون‌های تجربی حلقه و تعیین تجلیات قابل مشاهده‌ی مورد انتظار، مدارک مکانیستی مورد نیاز و منابع جمع‌آوری مواد تجربی عملیاتی شوند. به‌طوری‌که، هر بخش از مکانیسم علی بر مبنای سه فرضیه طبق باور پیشینی (بر اساس دانش تخصصی و دیدگاه‌ها و نظریه‌های تحلیلی) در قالب ترکیبی از هستی‌ها و فعالیت‌ها مفهوم‌سازی و با استفاده از منطق استنباط بیزی و آزمون‌های تجربی حلقه تجلیات قابل مشاهده مورد انتظار و مدارک مکانیستی مورد نیاز (مدارک الگویی، توالی، ردیابی، گزارشی) و منابع قابل استفاده برای جمع‌آوری مدارک (تحقیقات تاریخی، مواد آرشیوی، منابع روزنامه‌ای، خاطره‌ها، سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها) علمي‌اتی شدند.

در مرحله‌ی سوم، چهارم و پنجم، نیز جمع‌آوری مواد تجربی و ارزیابی وزن استنباطی مدارک مکانیستی برای تجلیات قابل مشاهده پیش‌بینی شده هر بخش از «مکانیسم علی

...» ایجاد کننده مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ جهت به روزرسانی سطح اطمینان محقق نسبت به اعتبار فرضیه‌ها بر مبنای منطق استنباط بیزی صورت پذیرفت. به عبارت دیگر، جستجو و جمع‌آوری مواد تجربی و ارزیابی وزن استنباطی مدارک مکانیستی برای تجلیات قابل مشاهده پیش‌بینی شده هر بخش از «مکانیسم علی ...» ایجاد کننده مسأله‌مند شدن هویت ملی در جامعه‌ی ایران بعد از انقلاب ۵۷ در یک فرآیند رفت و برگشتی جهت به روزرسانی سطح اطمینان محقق نسبت به باور پیشینی درباره‌ی هر فرضیه یا هر بخش از مکانیسم علی در دستور کار قرار گرفت.

Reference:

Afshar, S., & et. al. (2016). "Facebook and the Modern Personal Identity of Girls and Women in Tehran", *Journal of Communication Researchs (Pazhooheh va Njesh)*, Vol 23, 3 (87), 137-157. (Persian).

Afsharnia, N. (2017). "Predict the Formation of Modern Identity in Girl Students Based on Amount of the Use of Social Networks", *Journal of Communication Researchs (Pazhooheh va Snjesh)*, Vol. 24, 1(89), 121-147. (Persian).

Ahmadi, H. (2003a). "Iranian National Identity: Foundations, Challenges and Essentials", *Journal of Cultural Research*, Volume 7, Number 6, 53-5. (Persian).

Ahmadi, H. (2003b). "National Identity of Iran in the Field of History", *Journal of National Studies*, Vol. 4, No. 15, 9-45. (Persian).

Ahmadi, S., & et. al. (2009). "The Impact of Using Mobile Phone on the Formation of Modern Personal Identity of Tehran dolescents and Youths", *Journal of Communication Researchs*, Vol 16, 60(4), 125-150. (Persian).

Ahmadipour, Kh., Serajzadeh, Sh. (2019). "National Identity in Iran A Systematic Review (1990-1995)", *Journal of National Studies*, Vol 20, 2(78), 3-24. (Persian).

Ahmadipour, Z., & et. al (2010). "Globalization and Iranian Identity, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, Volume 10, Number 12, Volume 15, 25-40. (Persian).

Akbari, H., Teimouri, M. (2018). "A Meta-Analysis of Lifestyle Researches with an Emphasis on the Effectiveness of Persian-Language Satellite Channels (2001-2017)", *Journal of Communication Researchs (Pazhooheh va Snjesh)*, Vol. 25, 2(94), 9-28. (Persian).

Alavian, R., Dehghanshad, H. (2015). "Animation, Virtual world and global identity Case study of Iranian female teenagers", *Journal of Global Media Journal-Persian Edition*, 10(1), 73-88. (Persian).

Amin, M., Babaie Sarooyi, A. (2019). "Assessing Iranian Collective Identity; Studying the Relation between Media Usage

and Modern Identity in Border Towns of Iran”, *Journal of National Studies*, Vol 20, 3(79), 33-52. (Persian).

Ashayeri, T., & et. al. (2019). “Sociological Explanation of Iranian National Identity“, *Journal of Intercultural Studies*, 13(37), 37-67. (Persian).

Azad Armaki, T. (2011). *Iranian Culture and Identity and Globalization*, Tehran: Publication of Iranian Civilization (affiliated with national institutions), Vol. 1, p.160. (Persian).

Bahar, M., Bijani. M. J. (2019). “Social media and global identity: a study of the Instagram platform”, *Journal of The Global Network of Communication Scholars*, Vol. 14, 2 (28), 53-76. (Persian).

Bashir, H., Afrasiabi, M. (2012). “Internet Social Networks and Youth Life Style: A Case Study of the Largest Iranians' Virtual Community”, *Journal of Iranian Cultural Research*, Vol. 5, No.1, 31-62. (Persian).

Beach, D. (2017). *Process-Tracing Methods in Social Science*, Oxford Research Encyclopedias of Politics: Qualitative Political Methodology, Oxford University Press.

Beach, D. & Pedersen, R.B. (2016). *Process-Tracing Methods: Foundations and Guidelines*, Ann Arbor MI: University of Michigan Press

Beach, D. & R. B. Pedersen (2011). *What is Process-Tracing Actually Tracing? The Three Variants of Process Tracing Methods and Their Uses and Limitations*, Paper prepared for presentation at The American Political Science Association annual meeting Seattle, Washington, USA September 1-4, 2011.

Beach, D. & R. Pedersen (2019). *Causal case studies: Foundations and Guidelines for Comparing, matching and tracing*. Ann Arbor: University of Michigan.

Beheshti, S., Haghmoradi, M. (2017). “Meta-analysis of the Studies about the Association between Ethnic Identity and National Identity in Iran Focusing on the Role of Media”, *Journal of Social Problems of Iran*, Vol8, Number2, 5-27. (Persian).

Bennett, A. (2015). “Disciplining Our Conjectures: Systematizing Process Tracing with Bayesian Analysis”, Pp. 276-98, in Bennett, A. & J. Checkel (2015), *Process Tracing: From*

Metaphor to Analytic Tool (Strategies for Social Inquiry), Publisher: Cambridge University Press.

Bennett, A. & J. Checkel (2015). Process Tracing: From Metaphor to Analytic Tool (Strategies for Social Inquiry), Publisher: Cambridge University Press.

Bennett, A. (2010). "Sources of Leverage in Causal Inference: Toward an Alternative View of Methodology", Pp. 207-19, in Brady, H. & D. Collier, eds. (2010), Rethinking social inquiry: diverse tools, shared standards, Lanham and New York: Rowman & Littlefield.

Boroujerdi Alavi, M., Sadigh Yazdchi, AS. (2017). "The effect of Virtual space on ethnic and national identity in Iran", Journal of New Media Studies, Vol. 3, No. 12, 88-110. (Persian).

Castells, M. (2006). Information Age, The Power of Identity, translated by Hassan Chavoshian, Tehran: New Design. First Edition, p. 528. (Persian).

Collier, D. (2011). Understanding Process Tracing, PS: Political Science and Politics, 44, No. 4, 823-30.

Collier, D. et al. (2010). "Process Tracing and Causal Inference", Pp. 161-99, in Brady, H. & D. Collier, eds. (2010), Rethinking social inquiry: diverse tools, shared standards, Lanham and New York: Rowman & Littlefield.

Danaei, A., Babaei Saroei, M. (2017). The Role of Virtual Media in the Tendency to National Identity, Journal of National Studies, Year 18, No. 71, 43-68. (Persian).

Erfan Manesh, I. (2019). Meta-analysis of social pathologies of virtual networks in Iran and presentation of exit strategies, Journal of Socio-Cultural Knowledge, Year 11, Issue 1 (41), 25-46. (Persian).

Fakouhi, N., Ayari, A., (2009). " Internet and Identity among five Tribal Groups in Iran", Journal of Global Media Journal-Persian Edition, 4(1), 1-26. (Persian).

Faramarziani, S., Jafari, A. (2020). The role of mobile social networks on modern personal identity among the youth of Ardabil, Journal of National Studies, Volume 21, Number 82, 88-69. (Persian).

Fazeli, N. (2008). *Modernization of Iranian Culture: An Anthropological Approach and Cultural Studies*, Tehran: Research Institute for Cultural and Social Studies, p. 384. (Persian).

Findings of the survey in 28 provinces of the country, values and attitudes of Iranians (second wave). (2003). Ministry of Culture and Islamic Guidance, National Survey of Values and Attitudes, p.408. (Persian).

Findings of the survey in 28 provinces of the country, values and attitudes of Iranians (third wave). (2015). Ministry of Culture and Islamic Guidance, National Survey of Values and Attitudes, p.698. (Persian).

Ghanbari, A. (2010). Globalization and its Impact on National Identity Discourses in Iran, *Journal of Research*, No. 67, 83-103. (Persian).

Giddens, A. (1998). *The Consequences of Modernity*, translated by Mohsen Thalasi, Tehran: Markaz Publications. (Persian).

Giddens, A. (2003). *Beyond Left and Right*, translated by Mohsen Thalasi, Tehran: Scientific Publications. (Persian).

Golmohammadi, A. (2002). *Globalization of Culture and Identity*, Tehran: Ney Publishing. (Persian).

Hajiani, E., Darvishi, M. (2013). "Study of Iranians' Tendency to Modern Identity", *Journal of Sociology of Social Issues in Iran*, Second Year, No. 4, 39-65. (Persian).

Hajiani, E., Irvani, Z. (2018). Future Studies of Iran's National Identity in the Horizon of 1407, *Journal of National Studies*, No. 4 in a row (76), 3-20. (Persian).

Hall, S. (2004). *Encryption and Decryption*, translated by Nima Malek Mohammadi, Tehran: Talkhoon Publications. (Persian).

Hassani, M. H., Zakai, M. S. (2017). Virtual Social Networks and Youth Lifestyle: A Meta-Analysis of Previous Research, *Journal of Socio-Cultural Strategy*, Vol. 6, No. 22, 7-25. (Persian).

Jafarzadehpour, F. (2017). "Media, a tool for classifying generations in Iran", *Journal of Cultural Sociology*, Year 8, Number 2, 1-17. (Persian).

Janadleh, A., Rahnama, M. (2018). "The Pathological Representation of New Media in Family Studies (a Meta-Analysis of Articles Regarding the Effect of New Media on Family)", *Journal of New Media Studies*, Vol. 4, No. 16, 1-40. (Persian).

Kabiri, A. (2010). A Study of the Historical Developments of National Identity in Iran, *Journal of Research*, No. 59, 139-186. (Persian).

Kianpour, M., & et. al. (2013). "A Sociological Explanation of the Impact of Facebook on the Ethnic Identity of Turk Users in Iran", *Journal of Applied Sociology*, 24(4), 67-84. (Persian).

Kianpour, M., & et. al. (2014). "Interaction on Facebook and its Impact on the Modern Identity of Isfahan Youth", *Journal of World Media*, Volume 9, Number 2, 267-284. (Persian).

Mir Mohammadi, D., (2015). *Cyberspace and Identity Developments in Iran*, Tehran: Publication of Iranian Civilization. (Persian).

Moeid Far, S., Shahli Far, A. (2007). Globalization and the Formation of Local Cultural Policy: Media Consumption of Iranian Baluchis and the Challenges of Ethnic Identity and National Identity, *Journal of Social Issues of Iran*, Fifteenth Year, 56-57, 208-183. (Persian).

Moin al-Dini, J. (2007). National Identity of Iranians and Developments in the Age of Globalization, *Journal of Intercultural Studies*, Second Year, No. 4, 1-34. (Persian).

Moin al-Dini, J., Mazaheri, H. (2010). Iranian culture and identity after postmodern, *Journal of Intercultural Studies*, Fifth Year, No. 12, 171-195. (Persian).

Montazer Ghaem, M., Shaghasemi, E. (2008). Internet and Social Change in Iran, *Journal of Sociology of Iran*, Vol. 9, No. 3 and 4, 142-120. (Persian).

Mousavi, S., & et. al. (2019). "Globalization and National Identity of Iran", *Journal of Research of International Relations*, 12(48), 155-186. (Persian).

Naderi, M., Arefi Gorvan, I. (2017). The Identity Challenges of the Discourse of Political Islam in Contemporary Iran, *Journal of Studies of the Islamic Revolution*, Vol. 14, No. 48, 27-48. (Persian).

National Survey of Consumption of Cultural Goods, Third Wave. (2019). Research Institute of Culture, Arts and Communications, Ministry of Culture and Islamic Guidance. <https://www.google.com>. (Persian).

Niazi, M., Mansoorian Ravandi, F. (2017). "A Meta-analysis of the Research Done on the Magnitude of the Effect of Globalization and National Identity in Iran", *Journal of Society Culture Media*, 6(25), 11-26. (Persian).

Noghali Dokht Bahmani, M., & et. al. (2014). Cyberspace and Identity, *Journal of Social Cultural Development*, First Year, No. 2, 5-22. (Persian).

Poorahmadi, H. (2007). The Islamic Revolution and the System of the Islamic Republic of Iran in Reflecting the Globalization Process of "Alignment, Confrontation or Interaction", Tehran: Institute for the Arrangement and Prose of Imam Khomeini, p. 480. (Persian).

Puntonm M. & K. Welle (2015), Applying Process Tracing in Five Steps, in CDI Practice Paper 10.

Rahbarghazi, M., & et. al. (2018). "The Relationship between Virtual Social Networks and the Transformation of Collective Identities", *Journal of Majlis & Rahbord*, Vol25, Number 95, 33-52. (Persian).

Rashtiani, A., Bavandpour, A. A. (2013). Globalization, Internet, Virtual Ethnic Identity, *Journal of Sociological Studies of Iran*, Volume 3, Number 10, 93-105. (Persian).

Rasoulzadeh Aghdam, S., & et. al. (2015). "Sociological Analysis of the Consequences of Social Media on the Values of Iranian Youth", *Journal of Socio-Cultural Strategy*, Volume 5, Number 17, 65-94. (Persian).

Ricks, J. & A. H. Liu (2018). Process-tracing research designs: A practical guide, *PS: Political Science and Politics*, 1-5.

Robertson, R. (2001). *Globalization*, translated by Kamal Pouladi, Tehran: Third Edition, p. 404. (Persian).

Sarukhani, B., Mirzaei Malekian, M. (2011). The relationship between leisure and modern identity of young people in Tehran, *Journal of Sociological Studies of Iran*, Vol. 1, No. 2, 1-28. (Persian).

Sharifzadeh, H. S., & et. al. (2018). Meta-analysis of the impact of cyberspace on religious and national identity, 9th Conference of the Iranian Philosophy of Education Association, Zahedan, <https://civilica.com/doc/877340>. (Persian).

Sidamami, K. (2011). Iranian Identity in Youth Speech, *Journal of Sociology of Iran*, Vol. 12, No. 1 and 2, 38-64. (Persian).

Smith, A. D. (2015). *Nationalism and Modernism*, translated by Kazem Firoozmand, Tehran: Third Edition. Second turn, p. 488. (Persian).

Taleban, M. R. (2019). "Bayesianism and historical research in the social sciences", *Journal of Historical Sociology*, Vol. 11 (2), 203-228. (Persian).

Taleban, M. (2008). "A Reflection on the Technique of Process Tracing in the Studies of Islamic Revolution", *Journal of Pajouheshnameh Matin*, 10(40), 91-117. (Persian).

Talebi, A., Evazi, Y. (2013). "Ethnic Identity-Seeking in Cyberspace", *Journal of Social Development & Welfare Planning*, 5(16), 135-172. (Persian).

Zakai, M., khatibi, K. (2006 b). "The Relationship Between Presence in Virtual Space and Modern Identity", *Journal of Social Sciences*, 13(33), 111-153. (Persian).

Zakai, S., khatibi, F. (2006 a). "The internet and identity changes: A study among professional young users", *Journal of Cultural Studies & Communication*, 2(7), 165-204. (Persian).

Zuhairi, A. R. (2010). *The Islamic Republic and the Issue of National Identity*, Qom: Institute of Islamic Sciences and Culture, p.304. (Persian).

Application of Technique of Process-Tracing in the National Identity Studies: Process-Tracing of the Effects of Cultural Globalization on the National Identity Becoming Problematic

Mohammadali mombeini¹, Ali Rabbani Khorasgani (Ph.D)²
Vahid Ghasemi (Ph.D)³, Alireza Zahiri (Ph.D)⁴

Doi: 10.22055/QJSD.2022.34915.2287

Abstract:

The present research is trying to introduce bayesian inference logic and technique of process-tracing in a single case research (n=1) to study the effects of cultural globalization on the national identity becoming problematic in Iranian society after the revolution of 57 using the process tracing technique. The method of present research is "process tracing", analysis unit of "iranian society after revolution 57", inferential logic and analytical tools " bayesian inference logic" and "empirical tests straw-in-the-wind, hoop, smoking gun and doubly decisive", empirical observations and within-case evidence "causal process observations" and "evidence pattern, sequence, trace, sequence and account" information sources and tools for collecting them "documents, archival reports, media sources, historical research, and interview". The result of research indicates that based on the deductive approach and existing analytical theories, process of the effects of cultural globalization on the national identity becoming problematic in Iranian society after the revolution of 57 can be conceptualized, operationalization and evaluated of through "causal mechanism of rethinking identification in the compactness of the world".

Key Concepts: *Within-Case Inference, Process-Tracing, Causal Mechanism, Cultural Globalization, National Identity Becoming Problematic*

¹ PhD student in Sociology, University of Isfahan, Isfahan, Iran, mmombeini@yahoo.com

² Professor, Department of Social Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding Author), a.rabbani@ltr.ui.ac.ir

³ Professor, Department of Social Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran, v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

⁴ Assistant Professor, Department of Political Science Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran, d_zahiri@yahoo.com

