



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

DOI: 10.22067/social.2022.71947.1066
مقاله پژوهشی - کاربردی

ارائه مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی (مطالعه کیفی مبتنی بر نظریه بر خاسته از داده‌ها)

نوراله رضائی کلواری (دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان،
ایران)

rn210@yahoo.com

سعید شریفی (استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران، نویسنده
مسئول)

saeid.Sharifi2003@gmail.com

فائزه تقی‌پور (استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران)

faezeh.taghipour@gmail.com

چکیده

هدف این پژوهش ارائه مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی است. برای دستیابی به این هدف از روش‌شناسی کیفی مبتنی بر نظریه بر خاسته از داده‌ها و با بهره‌گیری از رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین استفاده شد. در این راستا مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با استفاده از نمونه‌گیری نظری و در ادامه، تکنیک گلوله‌برفی با کارشناسان و صاحب‌نظران مرتبط با موضوع انجام گرفت. تعداد نمونه‌ها تا زمانی ادامه پیدا کرد که پاسخ‌ها به مرحله اشباع برسد (تعداد ۳۰ مصاحبه). پدیده اصلی تحقیق، «همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی» نام گرفت. شرایط علی ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارت‌اند از «سلامت اجتماعی، آموزش و خودآگاهی، ابتکار اجتماعی، عدالت قومی، اتحاد ملی، کثرت‌گرایی، همزیستی و قوم‌مداری». عوامل بستر یا زمینه‌ای شامل

«کنشگری قومی، نگرش‌های قومی، تشخیص قومی و ارزش‌های قومی» و عوامل مداخله‌گر شامل «آموزش فرهنگی، نمادسازی، مدیریت تفاوت‌های قومی و مداخلات میان‌فرهنگی»، از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش شناسایی شدند. راهبردها شامل «فرصت‌شمردن تنوع قومی، احیای حقوق اقوام، عدالت و توسعه، تولید محصول و محتوا، نمایش قومی، برندسازی، بهره‌گیری از تعالیم دینی و آموزش و تربیت» است. پیامدها شامل «پیامدهای مثبت حاوی ایجاد سلامت اجتماعی، مشارکت‌پذیری، شناخت اسطوره‌ها، احساس عدالت، انسجام ملی، ارتقای امنیت ملی و توسعه اقتصادی و همچنین پیامدهای منفی حاوی کاهش انسجام ملی، تهدید امنیت ملی و واگرایی ملی» به‌عنوان پیامدهای حاصل از همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی در قالب مدل پارادایمی نظریه داده‌بنیاد تبیین شد.

کلیدواژه‌ها: مدل همدلی، قومی-فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، انسجام ملی.

۱. مقدمه

ایران سرزمینی دربرگیرنده گروه‌های قومی، زبانی و دینی گوناگون است. هریک از این گروه‌ها، به‌ویژه گروه‌های، ترکمن و عرب، فرهنگ و زبان ویژه جامعه خود را دارند که جدا از فرهنگ و زبان (قومی غیرایرانی مهاجر ترک) ترک‌زبانان، آذربایجان قومی ایرانی کرد، بلوچ و مانند آن‌ها بوده است. فرهنگ‌های این اقوام ایرانی و غیر ایرانی با همه گونه‌گونی به‌دلیل همزیستی تاریخی-اجتماعی طولانی در سرزمین ایران در برخی وجوه قرابت‌ها و اشتراکاتی دارند که آن‌ها را به یکدیگر نزدیک می‌کند و میان مردم آن‌ها همبستگی فرهنگی و باور و آرمان جمعی پدید می‌آورد. این شبکه‌ها در هر اندازه‌ای به‌مثابه یک ساختار اجتماعی، افراد را در مجموعه‌ای از ارتباطات و تعاملات میان فردی درگیر می‌کنند. با توسعه جوامع و گسترش ارتباطات در اجتماعات و جوامع گوناگون، ساختارهای این جوامع و نتایج حاصل از این ساختارها نیز دگرگون شد و به‌سوی پیچیدگی سوق پیدا کرد (عاملی، ۱۳۸۸، ص. ۲۵).

قومیت و ملیت از انواع هویت‌های اجتماعی هستند که چگونگی رابطه و مناسبات آن‌ها با یکدیگر نقش مهم و مؤثری بر همبستگی و انسجام اجتماعی، وحدت و وفاق ملی و به تبع آن ثبات سیاسی و توسعه اقتصادی دارد (چلپی و یوسفی، ۱۳۸۰). در شرایطی که مردم جوامع مختلف به طور فزاینده‌ای خودشان را در قالب گروه‌ها و اجتماعاتی تعریف می‌کنند که هم فروملی و هم فراملی هستند (میلر، ۱۳۸۳: ۱۰۲)، تاریخ ایران نشانگر این مسئله است که ایرانیان از هر قوم و ملتی دغدغه حفظ وحدت ملی و تمامیت ارضی داشته‌اند و انسجام و وحدت همواره محور پیوستگی نژادی و تاریخی ایرانیان بوده است؛ این پیوستگی راز بقای ایران و نجات کشور در مقابل هجوم و اشغال بیگانگان است (صالحی امیری، ۱۳۸۸، ص. ۵۰). کشور ایران به دلیل داشتن اقوام زیاد در ترکیب جمعیتی خود، ناگزیر است سیاست‌هایی را در پیش بگیرد که در آن به قومیت‌ها توجه می‌شود؛ زیرا اکثر اقوام موجود در ایران روی نقشه جغرافیایی، هم‌مرز هم‌قومان خویش در کشورهای همسایه هستند و در صورت نبود نگاه علمی و کارشناسانه به موضوع و مسائل قومیت‌ها، باعث جذب آن‌ها از طرف کشورهای همسایه و در نتیجه واگرایی آن‌ها از مرکز می‌شود.

در عصر حاضر، ارتباطات عاملی بسیار قوی و محرکی برای پیشبرد اهداف سازمان‌ها، گروه‌ها، احزاب و جوامع است. یکی از ابزارهایی که می‌تواند این ارتباطات را به شکلی مؤثر توسعه دهد، شبکه‌های اجتماعی مجازی است (تقی پور، ۱۳۹۶، ص. ۳۲). امروزه توسعه روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به‌ویژه پدیده‌های جدید این فناوری از قبیل شبکه‌های اجتماعی، ماهواره، اینترنت و... تأثیر شگرفی بر زندگی مردم گذاشته است (خضری، ۱۳۹۱). در فضای سایبر همه بر هم مرتبط و تأثیر گذارند؛ آن‌ها نه در گستره‌ای محدود و مشخص، بلکه در دنیایی بی‌کران که هیچ حد و مرزی ندارد (جلالی فراهانی، ۱۳۸۷). موفقیت و محبوبیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی به دلیل داشتن یک رنگ و بوی اجتماعی است (آلوین، ۱۳۷۸، ص. ۶۵). از طرفی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر فرهنگ، زندگی اقوام مختلف کشورها بر کسی پوشیده نیست. یکی از عوامل مهم و اساسی

ایجاد همدلی قومی و فرهنگی در جوامع امروزی، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همدلی، شامل طیف گسترده‌ای از حالات عاطفی از جمله مراقبت از دیگران و داشتن تمایل کمک به آن‌هاست؛ به گونه‌ای که کمتر تفاوتی بین خود و دیگری تشخیص دادنی باشد (هودگز و کلین^۱، ۲۰۰۱) راجرز (۱۹۶۱) را به‌عنوان توانایی برای ورود به جهان دیگری که در درجه اول در سطح احساسی و در نهایت به درک او محقق می‌شود، معرفی می‌کند. همدلی مفهومی روان‌شناختی است؛ اما پژوهش‌هایی به ارتباط آن با فرهنگ و زمینه‌های فرهنگی دست یافته‌اند.

ابراهیم (۱۹۹۱) نشان داد تفاوت همدلی از لحاظ زمینه فرهنگی معنادار است؛ درحالی‌که سو، یائو و مائو^۲ (۱۹۹۵) تفاوت‌های فرهنگی افراد و نه زمینه فرهنگی متفاوت را در همدلی مؤثر دانستند. به‌رحال تاکنون همه مقیاس‌های اندازه‌گیری توانش همدلانه قومی-فرهنگی، دو متغیر همدلی فکری و احساسات همدلانه و ارتباط آن دو را مدنظر قرار داده‌اند (وانگ^۳ و همکاران (۲۰۰۳)). همانند همدلی، توانش همدلانه قومی-فرهنگی نیز براساس ویژگی‌های دموگرافیک و عوامل اجتماعی متفاوت است.

با توجه به این مشکلات و نبود احساس همدلی بین بعضی از اقوام، مطالعه و بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی می‌تواند در شناسایی امکانات و ابزارهای ایجادکننده همدلی میان اقوام ایرانی، به حفظ هویت و تقویت انسجام ملی منجر شود؛ از این رو انجام این پژوهش به دلیل پرداختن به نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی مجازی در همدلی قومی-فرهنگی و تعمیق همبستگی اقوام و تقویت انسجام ملی می‌تواند از ضرورت برخوردار باشد؛ چراکه با بررسی تحقیقات پیشین مشخص شد تاکنون تحقیقی جامع برای تدوین مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی در کشور انجام نگرفته است و اکثر پژوهش‌های انجام‌شده، بیشتر برای جامعه

1. Hodges & Klein

2. Sue, Yau & Mao

3. Wang

آماري خاص يا يك يا چند قوميت خاص به شيوه كمى بررسى شده است؛ بنابراین كمى تحقيقات و منابع علمى درباره اين مسئله و نقش انكارناپذير تأثيرات شبكه‌هاى اجتماعى مجازى بر قوميت‌گرایی در ايجاد بحران‌ها و تنش‌هاى ملي و منطقه‌اى در كشور، از دلايل مهم پرداختن به آن است.

با توجه به مطالب بيان‌شده، هدف اصلى پژوهش ارائه مدل همدلى قومى-فرهنگى در شبكه‌هاى اجتماعى مجازى با رويکرد انسجام ملي است و به دنبال آن اهداف فرعى پژوهش عبارت‌اند از:

- شناسايى شرايط على همدلى قومى-فرهنگى در شبكه‌هاى اجتماعى مجازى براى نيل به انسجام ملي؛

- شناسايى عوامل مداخله‌گر در شبكه‌هاى اجتماعى مجازى در ايجاد همدلى قومى-فرهنگى با رويکرد انسجام ملي؛

- شناسايى عوامل بسترساز يا زمينه‌اى همدلى قومى-فرهنگى در شبكه‌هاى اجتماعى مجازى با رويکرد انسجام ملي.

۲. مباني نظري تحقيق

۲.۱. همدلى

همدلى به معنای دیدن دنیا از زاویه دید دیگران، توانایی عاطفی برای تجربه هیجان‌های دیگران و توانایی شناختی برای فهم هیجان‌های اشخاص دیگر است؛ به بیانی دیگر، توانایی انسان برای شناسایی و پاسخ‌دهی به حالات ذهنی دیگران است (علی‌اکبری، ۱۳۹۲). همدلی مهارتی است که از طریق آن به شناخت بیشتری از دیگری می‌رسیم و این شناخت بیشتر باعث تفاهم میان طرفین می‌شود. ایجاد رابطه عمیق میان انسانها در ایجاد فضای آرامش‌بخش برای تعامل انسانی بسیار مؤثر است.

اساس همدلی، کنار نهادن نگرش‌های از پیش شکل گرفته توأم با تعصب است. همدلی، عالی‌ترین سطح صمیمیت و همگرایی است، ولی همگرایی الزاماً به معنای همدلی نیست؛

بلکه همدلی سطحی بالاتر از همگرایی است که در نتیجه عشق و علاقه همدیگر شدت می‌یابد و کدورت‌ها به حداقل می‌رسد و جامعه منسجم و یکپارچه می‌شود. عوامل همدلی بر ارزش‌های عاطفی و معنوی مبتنی‌اند و معنای آن احساس است (حیدریان، ۱۳۹۴).

همدلی شامل طیف گسترده‌ای از حالات عاطفی از جمله مراقبت از دیگران و داشتن تمایل کمک به آن‌هاست؛ به گونه‌ای که کمتر تفاوتی بین خود و دیگری قابل تشخیص باشد (هودگز و کلین،^۱ ۲۰۰۱) در زبان انگلیسی همدلی در اصل از واژه یونانی «امپاتی»^۲ به معنای دیدی است که نسبت به واکنش‌های یک نفر دیگر وجود دارد (اکلوند،^۳ ۲۰۱۱). این مفهوم ابهام زیادی دارد؛ به گونه‌ای که با شفقت^۴، ترحم^۵ و همدردی^۶ هم‌معناست و در پژوهش‌های مختلف ممکن است به یک معنا به کار گرفته شود. واژه همدلی، در روان‌شناسی توسعه‌ای^۷، روان‌شناسی اجتماعی (ایزنبرگ و میلر،^۸ ۱۹۸۷) و حتی در علوم عصبی^۹ (لام، باتسون، دسلی،^{۱۰} ۲۰۰۷) به مفاهیم مختلف به کار برده شده است. یکی از مهم‌ترین کارکردهای همدلی، رفتارهای حمایتی از جامعه و گروه‌های اجتماعی است (جولیت و فارینگتون،^{۱۱} ۲۰۰۶).

همدلی قومی-فرهنگی فراتر از همدلی عمومی است و شامل درک و پذیرش تفاوت‌های فرهنگ‌ها و اقوام دیگر است و نوعی پاسخ، حس و درک عمیق و دوسویه^{۱۲} ناشی از ارزش و انتظار همدلانه است که اغلب شامل تبادل فرهنگی می‌شود. اتحاد، وفاق، همراهی،

1. Hodges & Klein
2. Empatheia
3. Eklund
4. Compassion
5. Pity
6. Sympathy
7. Developmental Psychology
8. Eisenberg & Miller
9. Neuroscience
10. Lamm..Batson&Deseli
11. Jollille & Farrington
12. Mutuality

همفکری، یک‌رنگی و احساس یگانگی و پذیرش تفاوت‌های بین اقوام و فرهنگ‌های مختلف یک جامعه را همدلی قومی-فرهنگی می‌گویند (امانی، ۱۳۹۴، ص. ۳۷۸).

۲.۲. انسجام ملی

انسجام ملی به معنای هماهنگی و همبستگی میان اجزای تشکیل‌دهندهٔ یک نظام سیاسی و اجتماعی و یکی از مؤلفه‌های اقتدار و امنیت ملی است. افزایش ضریب وحدت و همبستگی ملی باعث کاهش تهدیدهای خارجی و داخلی می‌شود و زمینه‌های مناسبی را برای توسعه و پیشرفت کشور فراهم می‌کند (حیدری و حیدری، ۱۳۹۳، ص. ۶۵).

انسجام ملی موقعیتی است که در آن افراد جامعه از طریق تعهدات مشترک اجتماعی و فرهنگی به یکدیگر پیوند خورده‌اند (میشل، ۱۹۸۱، ص. ۱۸۰). دانکن میشل انسجام ملی را دارای سه بعد می‌داند: تعهد افراد جامعه به ارزش‌ها و هنجارهای مشترک، وابستگی متقابل افراد جامعه به یکدیگر که ناشی از منافع مشترک است؛ احساس هویت جمعی مشترک.

۳.۲. شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای از افراد یا سازمان‌هایی دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی، همکار بودن یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط شوند؛ بدین ترتیب، شبکه اجتماعی، الگویی ارتباطی است که مردم را به هم متصل می‌کند یا پیوندهای است که افراد را با گروه‌هایی از مردم مرتبط می‌کند (افتاده، ۱۳۸۸، ص. ۴). با ظهور فناوری‌های مدرن و به‌خصوص اینترنت و ورود شبکه‌های اجتماعی به زندگی افراد، نوع جدیدی از روابط بین‌فردی شکل گرفته است که از آن به ارتباطات مجازی تعبیر می‌شود. در واقع، این ارتباطات مجازی بین‌فردی در قالب شبکه‌سازی اجتماعی برپایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان‌فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرها از شناخته‌ترین کارکردهای این فضاهاست (ساروخانی و دربیکی، ۱۳۹۸، ص. ۳۳۱). شبکه‌های اجتماعی، الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل می‌کند (شارع‌پور، ۱۳۸۶، ص. ۱۷۰).

۲. ۴. تنوع فرهنگی در ایران

تنوع فرهنگی در کنار تنوع زیستی پخش از میراث مشترک بشری است و بر این اساس سازمان ملل متحد در اعلامیه زوهانسبورگ در سپتامبر سال ۲۰۰۲، درباره توسعه پایدار یونسکو در کنوانسیون مصوب در ۲۱ اکتبر سال ۲۰۰۵ از تنوع فرهنگی حمایت کرده است. یونسکو تنوع فرهنگی و بیان‌های فرهنگی را به معنای وجود الگوها، شیوه‌های عمل، بیان احساس، سبک‌های زندگی، نظام‌های ارزشی متنوع در میان گروه‌های اجتماعی در درون مرزهای جغرافیایی یک کشور دانسته است که به طور طبیعی با یکدیگر همزیستی و تعامل دارند (برتون، ۱۳۸۴، ص. ۱۰۲).

برای بررسی تنوع فرهنگی در ایران نباید آن را به تنوع قومی، مذهبی یا حتی زبانی محدود کرد؛ بلکه باید به مفهوم حوزه‌های فرهنگی توجه داشت. منظور از حوزه‌های فرهنگی مناطقی است که مجموعه‌های فرهنگی مشابه دارند (بتین و بلاگ، ۱۳۷۵، ص. ۷۹) و بنابراین سطح آن بسیار جزئی‌تر و خردتر از سطح قومیت است؛ برای مثال، باید به فرهنگ‌های محلی و منطقه‌ای توجه داشت که این خود مشتمل بر طیف وسیعی از فرهنگ‌های محلی می‌شود؛ برای مثال، در ایالات متحده ۱۲۵ گروه فرهنگی و حدود ۱۲۰۰ مذهب وجود دارد یا در میان افراد ایرانی حداقل چهار گروه زبانی اصلی به چشم می‌خورد (هوشمند، ۱۳۸۴). در اینجا می‌توان حتی به تفاوت‌های فرهنگی در میان دو روستای نزدیک به هم که به دو گویش سخن می‌گویند، توجه کرد؛ بر این مبنای برحسب برآوردی که رزم‌آرا در اداره جغرافیایی ارتش طی سال‌های ۱۳۳۳ تا ۱۳۳۷ ارائه کرده است، گروه‌های متنوع زبانی، قومی، دینی مثل ترکمن-کردی، فارس-کردی-لکی، عربی-فارسی، ترکی، تالشی و غیره که مشتمل بر ۸۰ منطقه فرهنگی می‌شود یا حدود ۳۰ منطقه ترکیبی مذهبی را شامل می‌شود، در ایران وجود دارد. (هوشمند، ۱۳۸۴).

ویل کیملیکا، فرهنگ را با قوم و ملت مترادف میدانند و منظور وی از تنوع فرهنگی ناشی از وجود اقلیت‌های قومی و ملی است؛ این در حالی است که ادوارد تایلور فرهنگ را کلیت در هم تافته‌ای می‌داند که باورها، هنر، اخلاقیات، قانون، آداب و رسوم و هرگونه توانایی انسان

را در بر می‌گیرد (نورس^۱، ۱۹۹۳). امان‌الهی نیز در بررسی تنوع فرهنگی در ایران، سه معیار تربیت، زبان و دین آن‌ها را مشتمل بر ۲۲ قوم، ۱۹ زبان و ۹ دین دانسته است که البته هر کدام دارای انشعابات متعدد هستند (امان‌الهی، ۱۳۸۰، ص. ۲۰).

بررسی پیشینه تحقیقات انجام شده نشان داد که تاکنون به‌طور جامع و کامل به مفهوم همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد انسجام ملی با جامعیت مدنظر در تحقیق حاضر، با استفاده از روش کیفی با رویکرد داده‌بنیاد پرداخته نشده است. بخش زیادی از تحقیقات موجود این مفهوم را با رویکردی جزئی و خرد مطالعه کرده‌اند؛ به‌طوری‌که اکثر این تحقیقات بر شناسایی برخی از عناصر تشکیل‌دهنده این فرایند تمرکز کرده‌اند؛ برای مثال به تحقیقات داخلی اشاره می‌شود. این پژوهشگران این مطالعات را انجام داده‌اند: خانیکی و زندیه (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی»، روشندل اربطانی و مولایی (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «ارائه مدل تقویت هویت ملی جوانان با استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی داخلی»، شریفی و خوشنویسان (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «تحلیلی بر توانایی همدلی قومی-فرهنگی در کلان‌شهر تهران»، ایمانی، شفیع‌ی و مرجانی (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «بررسی مهارت‌های همدلی قومی-فرهنگی کارکنان هتل‌ها با مشتریان»، رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی» با هدف شناخت و تبیین تأثیر فضای مجازی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه شیراز، کرمانی و ساعی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان «مطالعه تأثیر استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی بر هویت قومی دانشجویان دانشگاه‌های تهران» با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات اجتماعی و سیاسی، احمدی پور و آستا (۱۳۹۶) مقاله‌ای با عنوان «انسجام ملی و توسعه پایدار گردشگری در مناطق مرزی» و مهری (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان «نقش اقوام درهم‌بستگی ملی».

در بخش تحقیقات خارجی، وان دوسن (۲۰۱۹)، بنت و راجل^۱ (۲۰۱۹)، گلدمن، مراق و دادونا^۲ (۲۰۱۹)، باگ سی و کلبی^۳ (۲۰۱۸)، رود ری گاز و سولورا^۴ (۲۰۱۸) و راسول و اندرسون^۵ (۲۰۱۱) نیز تحقیقاتی در این حوزه انجام داده‌اند. فکوهی و عیاری (۱۳۸۸) در پژوهشی به مطالعه اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایرانی یعنی هویت‌های آذری، بلوچ، ترکمن، عرب خوزستانی و کرد پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که جهانی‌شدن موجب شکسته‌شدن مرزها و شکل‌گیری مجدد مرزبندی‌های جدید شده است. سیدامامی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان «قومیت از منظر سیاست‌های هویت» به این نتیجه رسیده است که تنوع قومی در ایران همچنان ماندگار خواهد بود و تفاوت‌های قومی می‌توانند در شرایط خاصی در خدمت بسیج احساسات گروهی و خلق هویت‌های واگرا قرار گیرند. احمدی‌پور، حیدری و موصولو (۱۳۸۹) پژوهشی با عنوان «تحلیل قومیت و هویت قومی در ایران جهت امنیت پایدار» انجام داده است. او به این نتیجه رسیده است که از مهم‌ترین عواملی که در صورت غفلت حکومت مرکزی می‌تواند از طرف اقوام مختلف باعث تهدید و آسیب‌پذیری امنیت ملی کشور مطرح شود، وجود اقوام هم‌آیین در کشورهای همسایه و رابطه آن‌ها با یکدیگر، دخالت عوامل بیگانه و موقعیت مرزی اقوام و غیره است.

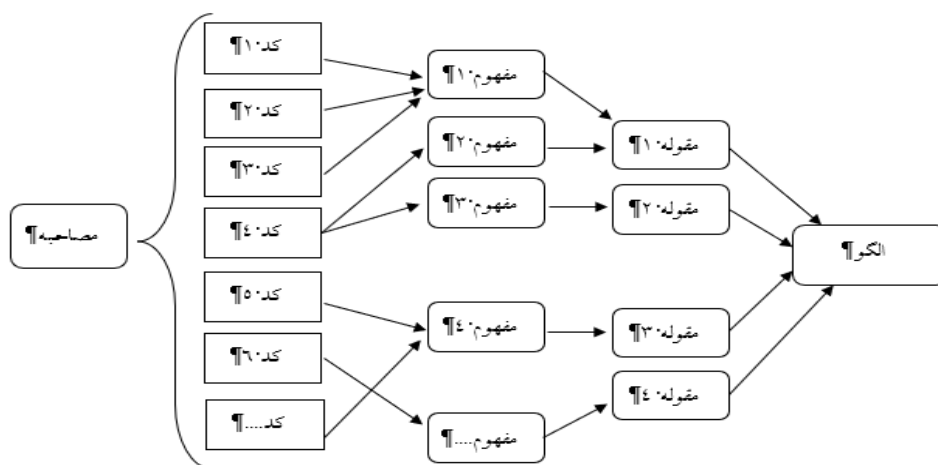
بنابراین در تحقیق حاضر به دنبال ارائه مدلی جامع و کامل برای همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد انسجام ملی هستیم که تمام ابعاد و جوانب این حوزه را پوشش دهد.

1. Bennett & Rochell
2. Goldma, Meddaugh, & Daddona,
3. Bagci & Çelebi
4. Rodríguez- Hidalgo & Solera
5. Rasals & Andersson

۳. روش تحقیق

این تحقیق با استفاده از روش تحقیق کیفی، نظریه زمینه‌ای (گراند تئوری) انجام شده است؛ زیرا تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ایجاد همدلی قومی-فرهنگی با رویکرد انسجام ملی مشخص نیست. تحقیق حاضر از حیث نتیجه، در زمره تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد؛ زیرا از طریق طراحی مدل به دنبال ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی است. به لحاظ هدف این تحقیق جزو تحقیقات اکتشافی است و بر این مبنا استراتژی تحقیق از نوع مصاحبه میدانی است. به سه دلیل ذیل ۱- این تحقیق از راهبرد داده‌بنیاد تبعیت کرده است، ۲- روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری نظری است. مشارکت‌کنندگان در تحقیق، اساتید و صاحب‌نظران در حوزه‌های ارتباطات، رسانه و فرهنگ و جامعه‌شناسی هستند و ۳- صاحب‌نظران از بین مدیران و کارشناسان خبره، اساتید دانشگاه در رشته‌های جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، مدیریت فرهنگی، مدیریت رسانه، علوم ارتباطات، فعالان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و متخصصان ارتباطات، IT و رسانه انتخاب شدند. معیارهای اصلی در انتخاب مشارکت‌کنندگان عبارت‌اند از: ۱- افراد انتخابی حتماً تجربه فعالیت علمی یا عملی درباره اقوام، به‌ویژه ارتباطات بین‌قومی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و انسجام ملی داشتند؛ ۲- افراد حداکثر تمایز، از نظر حوزه فعالیت، نوع فعالیت و حضور در حوزه‌ها، میزان پابندی به تقیدات دینی، سن و سطوح مختلف اجتماعی را داشتند؛ ۳- افراد با کمال میل حاضر به همکاری و بیان تجربیات خود بودند؛ ۴- تجربیات متفاوت و متنوعی از موضوع مدنظر داشتند. از میان ۳۰ نفر مصاحبه‌شونده، ۱۵ نفر از صاحب‌نظران اقوام کرد، لر، آذری، بلوچ، عرب، ترکمن و بقیه از فارس انتخاب شدند. از میان کارشناسان و مدیران کسانی انتخاب شدند که به‌نوعی با اقوام مرتبط بودند و مسئولیت سیاسی، امنیتی و اجرایی در سطح ملی و استانی داشتند و در رابطه با اقوام تصمیم‌گیرنده بودند. از مشارکت‌کنندگان مذکور، ۱۶ نفر متخصص در حوزه رسانه، فرهنگ و ارتباطات انتخاب شدند که در این زمینه فعالیت داشتند و صاحب‌نظر بودند. همچنین ۸ نفر از

جامعه‌شناسان و اساتید خبره دانشگاهی که تألیفات و تحقیقاتی در زمینه اقوام در سطح کشور داشتند و ۶ نفر از مدیران سیاسی، امنیتی، اجرایی و انتظامی که در مناطق قومی و مذهبی مسئولیت داشتند و از نزدیک ارتباط مستقیم با اقوام و مذاهب داشتند، انتخاب شدند. در تحقیق حاضر محقق تا پایان مصاحبه سی‌ام به اشباع نظری رسید و برای اطمینان، مصاحبه‌ها تا ۳۳ مصاحبه ادامه یافت که مقوله جدیدی از سه مصاحبه آخر به دست نیامد. به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. برای بررسی اعتبار و استحکام داده‌ها، مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی دوباره در اختیار خبرگان برای بازبینی قرار گرفت. به‌طورکلی، مراحل سه‌گانه تحلیل در این تحقیق در شکل منعکس شده است. در ادامه این رویه کدگذاری، انسجام لازم برای توسعه نظریه داده‌بنیاد، به‌منظور تبیین هم‌مدلی در شبکه‌های اجتماعی فراهم شد. در این مرحله، ماتریس شرطی پیشنهادشده توسط استراوس و کوربین (۱۹۹۸) نیز به‌عنوان یک ابزار کمکی-تحلیلی برای تسهیل بررسی و تجمیع سلسله شرایط مرتبط با فرایند ایجاد هم‌مدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی و مرتبط کردن آن‌ها با راهبردها/کنش/واکنش استفاده شد. در شکل ۱ مراحل کلی انجام تحقیق بیان شده است.



شکل ۱- مراحل سه‌گانه تحلیل

۴. یافته‌های تحقیق

در جدول ۱ خصوصیات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش بیان شده است. در این جدول اطلاعات مربوط به جنسیت، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، قومیت و سمت شغلی ذکر شده است.

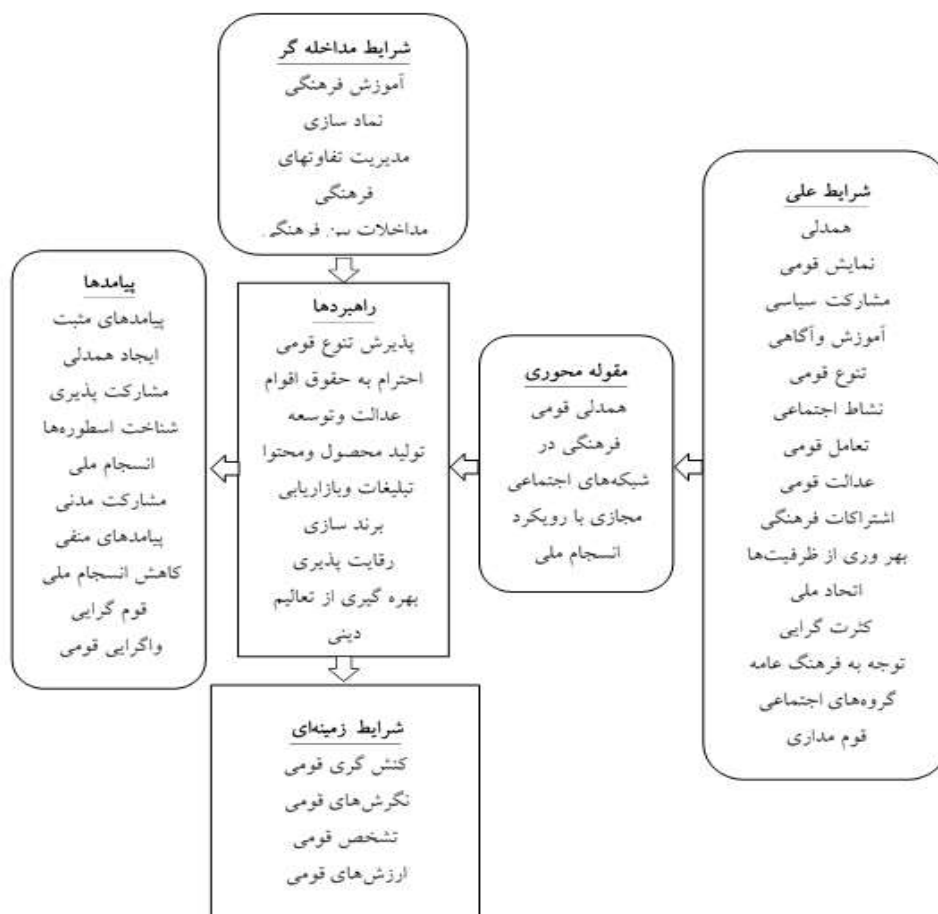
جدول ۱- خصوصیات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	جنس	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی	قومیت	شغل
۱	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۲	مرد	دکتری	مدیریت فرهنگی	لر	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه مباحث فرهنگی و انسجام ملی
۳	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی	فارس	رئیس دانشکده، عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه جامعه‌شناسی
۴	مرد	کارشناسی ارشد	فیزیک	فارس	استاندار استان‌های مرزی، قومی، مذهبی و انجام مطالعات قوم‌شناسی
۵	مرد	دکتری	علوم ارتباطات	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۶	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	آذری	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۷	زن	دکتری	علوم ارتباطات	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر و مؤلف چندین کتاب در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۸	مرد	دکتری	مدیریت فرهنگی	بختیاری	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه هم‌افزایی فرهنگی
۹	زن	دکتری	علوم سیاسی	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه قوم‌شناسی و انسجام ملی
۱۰	مرد	دکتری	مدیریت فرهنگی	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه همدلی اقوام
۱۱	مرد	دکتری	کتابداری	آذری	مدیر اطلاع‌رسانی و منابع علمی دانشگاه، عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه قوم‌آذری
۱۲	مرد	دکتری	علوم سیاسی	لک	معاون استاندار و فرماندار مناطق قومی-مذهبی و داشتن تألیفاتی در زمینه اقوام
۱۳	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی	عرب	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۱۴	زن	دکتری	پرستاری	کرد	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در مباحث اقوام

ردیف	جنس	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی	قومیت	شغل
۱۵	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی	بلوچ	رئیس سازمان صدا و سیما استان‌های قوم نشین
۱۶	مرد	دکتری	آمار	کرد واهل تسنن	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر مباحث قومی مذهبی
۱۷	مرد	کارشناسی ارشد	امنیت ملی	بختیاری	صاحب‌نظر در زمینه مباحث امنیت ملی
۱۸	زن	دکتری	مدیریت رسانه	لر	خبرنگار و محقق در زمینه مباحث فرهنگی اقوام ایرانی
۱۹	زن	دکتری	جامعه‌شناسی	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر سازمان صدا و سیما
۲۰	مرد	سطح ۴	تحصیلات حوزوی	فارس	مدرس حوزه و دانشگاه و پژوهشگر آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی
۲۱	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی	آذری	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۲۲	مرد	دکتری	جغرافیای سیاسی	فارس	مدرس دانشگاه و معاونت سیاسی-امنیتی استانداری استانهای قومی
۲۳	زن	دکتری	علوم ارتباطات	ترکمن	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر در زمینه شبکه‌های اجتماعی
۲۴	مرد	دکتری	امنیت ملی	فارس	عضو هیئت‌علمی و پژوهشگر امنیتی
۲۵	مرد	دکتری	جغرافیای سیاسی	فارس	استادیار جغرافیای سیاسی
۲۶	مرد	کارشناسی ارشد	علوم سیاسی	بلوچ	کارشناس مسائل امنیتی
۲۷	زن	دکتری	IT	کرد	استاد فناوری اطلاعات و صاحب‌نظر درباره شبکه‌های اجتماعی مجازی
۲۸	زن	دکتری	جغرافیای سیاسی	فارس	دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه، نویسنده و محقق
۲۹	مرد	دکتری	قوم‌شناسی	عرب	روزنامه‌نگار، نویسنده و پژوهشگر مسائل اعراب
۳۰	زن	کارشناسی ارشد	پرستاری	ترک	عضو هیئت‌علمی



شکل ۲- مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی



شکل ۳- مدل پارادایمی کدگذاری: فرایند همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی

در شکل ۲، مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی نشان داده شده است. در شکل ۳، مدل پارادایمی کدگذاری: فرایند همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی نمایش داده شده است. در شکل ۴، مدل پارادایمی کدگذاری: فرایند همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی

مجازی با رویکرد انسجام ملی نمایش داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، شرایط علی به ایجاد مقوله‌های محوری منجر شده است. شرایط مداخله‌گر و مقوله‌های محوری سبب ایجاد راهبردها شده و در نهایت از راهبردهای شکل گرفته شرایط زمینه‌ای و پیامدها استخراج شده است.



شکل ۴- مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی

براساس مدل‌های تولیدشده در این پژوهش در شکل‌های ۲، ۳، ۴، در ادامه به سؤال‌های مطرح‌شده در این تحقیق پاسخ داده شده است.

شرایط علی‌همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای نیل به انسجام ملی کدام‌اند؟

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که شرایط علی از ۸ درون‌مایه اصلی (سلامت اجتماعی، آموزش و خودآگاهی، ابتکار اجتماعی، عدالت قومی، اتحاد ملی، کثرت‌گرایی، همزیستی و قوم‌مداری) تشکیل شده است. در این پژوهش براساس دیدگاه مشارکت‌کنندگان در مرحله کدگذاری گزینشی، شرایط علی‌همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی برای نیل به انسجام ملی است.

عوامل مداخله‌گر در شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی با رویکرد انسجام ملی کدام‌اند؟

نتایج مطالعه حاضر نشان داد که عوامل مداخله‌گر از ۴ درون‌مایه اصلی (آموزش فرهنگی، نمادسازی، مدیریت تفاوت‌های فرهنگی و مداخلات بین‌فرهنگی) تشکیل شده است.

-آموزش فرهنگی: مقوله‌های آموزش رسمی و آموزش پنهان از جمله مواردی بود که از دیدگاه تعدادی از مشارکت‌کنندگان شامل آموزش فرهنگی می‌شود.

-نمادسازی: شامل مقوله‌های اسطوره‌سازی و بازخوانی تاریخی است.

-مدیریت تفاوت‌های فرهنگی: شامل تنش‌زدایی، حساسیت فرهنگی، مداخله سیاسی، یکسان‌سازی، تکثرپذیری، تنش‌زایی و تحریک‌پذیری است.

-مداخلات بین‌فرهنگی: شامل مقوله‌های چند فرهنگ‌گرایی و تفکر فرهنگ‌گرایی می‌شود.

عوامل بسترساز همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی کدام‌اند؟

-کنشگری قومی: شامل همزیستی قومی و گفت‌وگوی میان‌قومی است که از عوامل زمینه‌ای شناخته شد.

-نگرش‌های قومی: شامل حقوق قومی-فرهنگی، اشتراکات میان‌قومی و تنوع‌پذیری است که از دیگر عوامل زمینه‌ای شناخته شد.

-تشخص قومی: شامل مقوله‌های هویت قومی و سواد فرهنگی است.

-ارزش‌های قومی: شامل مقوله‌های عدالت قومی و رهبری قومی است.

استراتژی‌های (راهبردهای) شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی برای نیل به انسجام ملی کدام‌اند؟

راهبردها به‌عنوان مضمون در یافته‌ها، دارای ۸ درون‌مایه اصلی هستند که در زیر به‌همراه تعدادی از نمونه‌های متن مصاحبه با مشارکت‌کنندگان و صاحب‌نظران که در استخراج یافته‌های پژوهش استفاده شده، آمده است.

-فرصت دانستن تنوع قومی و فرهنگی: تنوع قومی و فرهنگی شامل پذیرش تنوع، تعدیل قومی، فرهنگی، نبود نگاه مجهول و معضل‌دار به اقوام و بهره‌گیری از شعائر و مناسک اقوام است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، جامعه ایرانی موزاییکی از همنشینی و همزیستی اقوام گوناگون در قالب ملتی واحد و کشوری یکپارچه است. توجه به اقوام و مسائل مربوط به قومیت‌ها به‌عنوان نقطه قوت و سرمایه ملی مهم است و هر تهدیدی دربارهٔ مسئله قومیت تهدیدی برای منافع و امنیت ملی به‌شمار می‌رود. مسئله قومیت در ایران همان‌گونه که مدنظر برنامه‌ریزان و مدیران کشور است، مورد علاقه و توجه دشمنان داخلی و خارجی نیز بوده و است؛ چراکه ضعف و تحلیل هر نقطه قوتی یک نقطه ضعف و تهدیدی است که متوجه کشور است؛ از این‌رو از دیرباز به‌ویژه در دهه‌های اخیر عوامل خارجی به‌منظور بهره‌جویی از علایق قومی برای ایجاد بحران و چالش‌های داخلی در ایران، برنامه‌ریزی و اقدامات مذبوحانه‌ای را انجام داده‌اند.

-احترام به حقوق اقوام: احترام به حقوق اقوام شامل رعایت حقوق شهروندی، اشتراکات میان قومی، استفاده از توانمندی اقوام و توجه به هویت قومی است. احترام به حقوق اقوام به معنی این است که تمامی اقوام را در یک ردیف قرار می‌دهد و حقوق همه یکسان تلقی می‌شود.

-عدالت و توسعه: عدالت و توسعه قومی به توزیع عادلانه قدرت، ثروت و عدالت رسانه‌ای، توسعه متوازن منطقه‌ای و پرهیز از تمرکز گرایی گفته می‌شود.

-تولید محصول و محتوا: عبارت است از تولید محتوا درباره توانمندی‌های اقوام و تولید محصول فرهنگی و اشتراکات قومی.

-تبلیغات و بازاریابی: تبلیغات و بازاریابی شامل نمایش قومی، برجسته‌سازی نقاط مشترک، معرفی میراث ملموس و ناملموس و جشنواره‌های قومیتی است.

-نمایش قومی: اولین اتفاقی که باید بیفتد، شناساندن ویژگی‌های اقوام به سایر مردم ایران است؛ یعنی با این ابزارها باید بشناسانیم که مثلاً قوم لر دست و دلباز و مهمان‌نواز است تا سایر اقوام آن‌ها را بشناسند. یا مطرح کردن چهره‌های ملی اقوام ستارخان، کریم‌خان زند و غیره.

-برندسازی: برندسازی شامل برجسته‌سازی، اسطوره‌شناسی، توسعه گردشگری قومی و ملی اقوام و رقابت‌پذیری است.

-عدالت و توسعه: عدالت و توسعه شامل عدالت رسانه‌ای و معرفی اقوام با برنامه مدون است.

-بهره‌گیری از تعالیم دینی: شامل تقویت اخوت و برادری بین اقوام براساس تعالیم دینی، دیدگاه‌های وحدت‌بخش بزرگان دینی و سوابق وحدت‌بخش دینی از نظر مشارکت‌کنندگان است.

-آموزش و تربیت: آموزش و تربیت شامل سواد رسانه‌ای و افزایش دانش و آگاهی است. فناوری سبب افزایش قدرت اختیار انسان می‌شود. دامنه این اختیار از صرف زمان

مازاد فرد در اثر استفاده از فناوری تا بازدید از محتوای خام گسترده است. در صورتی که کاربر نتواند امکانات ابزار نوین را درک کند، نمی‌تواند استفاده بهینه‌ای از آن ابزار کند. همچنین والدینی که نحوه استفاده از فناوری را نمی‌دانند، مسلم است که کنترل کمتری بر فرزندان خود دارند که این خود سبب استفاده نامناسب از محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

پیامدهای حاصل از به‌کارگیری راهبردهای مؤثر در ارائه مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد انسجام ملی کدام‌اند؟
پیامدها به‌عنوان مضمون ۸ درون‌مایه اصلی دارند.

-سلامت اجتماعی: سلامت اجتماعی عبارت است از نتیجه همدلی، ایجاد همبستگی و کارکردهای اجتماعی. از جمله پیامدهای مثبت به‌کارگیری راهبردها «سلامت اجتماعی» است که شامل مؤلفه‌های ایجاد همبستگی، ایجاد وفاق در ارزش‌ها، تفاهم و وحدت‌بخشی، اعتماد اجتماعی و ارتقای سرمایه اجتماعی است.

-مشارکت‌پذیری: مشارکت‌پذیری شامل ارتقای مشارکت مدنی، تحکیم پیوند اقوام و احساس هویت و تعلق می‌شود.

-شناخت اسطوره‌ها: شناخت قومی با تقویت نمادهای قومی و شناسایی چهره‌های ملی و دینی و آشنایی با توانمندی‌های اقوام معنا پیدا می‌کند.

-انسجام ملی: شامل میهن‌دوستی، تعهد و احساس مسئولیت، ارتقای هم‌افزایی، تقویت نشاط اجتماعی، مشارکت مدنی و جامعه‌پذیری و ایجاد هم‌سرنوشتی است.

-ارتقای امنیت ملی: شامل تفاهم و وحدت ملی، حفظ سرمایه اجتماعی، ارتقای اعتماد اجتماعی، کاهش مناقشات قومی و امنیت در مرزهای قومی است.

-توسعه اقتصادی: شامل ارتقای معیشت اقوام، رشد اقتصادی در مناطق قومی و مذهبی، افزایش کسب‌وکار در مناطق قومی و سرمایه‌گذاری در مناطق قومی، پیامدهای مثبت اقتصادی می‌شود.

توسعه اقتصادی و توسعه یافتگی از مفاهیمی هستند که مشارکت کنندگان بر تعریف و معانی آن اتفاق نظر دارند، رشد اقتصادی را شرط لازم توسعه یافتگی می دانند و رسیدن به توسعه بدون همبستگی و مشارکت فعال اقوام را غیرممکن می دانند. یکی از لوازم برنامه ریزی در دنیای جدید را توجه به مشارکت فعال و اثربخش همه افراد جامعه به ویژه اقوام در ابعاد مختلف توسعه اقتصادی را لازم دانسته اند.

- کاهش انسجام: انشقاق و جدایی، کاهش اعتماد اجتماعی و کاهش سرمایه اجتماعی، کاهش انسجام را معنا می بخشند.

- تهدید امنیت ملی: تجزیه طلبی، تهدید هویت ملی و تشدید اقدامات اپوزسیون، افزایش جنبش های قومی و ناامن شدن مرزهای قوم نشین، تهدیدات امنیت ملی و محرومیت نسبی را به همراه دارد.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

۵.۱. نتیجه گیری

به طور کلی بررسی ها در این پژوهش نشان می دهد که امروزه قومیت گرایی، چالشی است که بشریت و به ویژه کشورهای جهان سوم را همواره تهدید کرده است و به عنوان عاملی مؤثر برای نیل به اهداف سلطه جویانه، سوءاستفاده قدرتمندان و کشورهای سودجو قرار گرفته است. از نتایج این سوءاستفاده، ایجاد بحران ها و جنگ های خونین قومیتی در عصر حاضر در کشورهای جهان سوم است. از سوی دیگر با توجه به شرایط خاص کشور ایران از نظر داشتن تنوع قومی، فراهم شدن زمینه و بستر لازم برای تولید شکاف ها و منازعات قومی در کشور و همچنین نبود کارآمدی و کارایی مسئولان در حوزه های مختلف، دشمنان ایران که مترصد فرصت هستند، با ظرافت و به سرعت اوضاع داخلی را پیگیری می کنند و با به کارگیری ابزار مناسب فرایند تحریک و ترغیب حرکت های منازعه آمیز قومی و قبیله ای را جهت دهی می کنند. سپس آن ها با ایجاد موجی از احساسات و عواطف سرخورده قومی بر

گرده آن سوار می‌شوند و برنامه‌های مدون خود را اجرا می‌کنند؛ این در حالی است که می‌دانیم، قومیت‌ها برای ملت و هویت ملی یک کشور تهدید نیستند، ولی در صورت بی‌توجهی به حل مشکلات و پاسخگویی به مطالبات مشروع و قانونی قومیت‌ها، فرصت سوءاستفاده دشمن فراهم می‌شود و فرصت تنوع قومی که می‌تواند به تقویت هویت ملی منتهی شود، به تهدید و چالشی بس خطرناک تبدیل می‌شود.

برای ارائه مدلی در زمینه تقویت همدلی قومی-فرهنگی با استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، به بررسی شرایط علی و زمینه‌ای و ارائه راهبرد برای رسیدن به نتایج پرداختیم. در این پژوهش، مقوله محوری همدلی قومی-فرهنگی شامل ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزار تقویت انسجام ملی شناسایی بود. هدف این پژوهش، دستیابی به مدل همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی بود، اما با توجه به اینکه عوامل دیگری در کنار شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی نقش دارند، علاوه‌بر ابعاد و نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی، سایر عوامل از جمله عوامل حاکمیتی، مردمی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، مذهبی، قانونی، تاریخی، سیاسی و ملی در خصوص ایجاد همدلی قومی-فرهنگی نیز به دست آمد.

مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌های خود همگی به تعریف و ارائه ابعاد مختلف همدلی پرداختند و همدلی را به معنای درک شرایط دیگران، همدل‌بودن ذاتی ایرانیان و نقش همدلی در ایجاد همبستگی و انسجام دانستند و از شرایط علی ایجاد همدلی قومی-فرهنگی، بیان توانمندی‌های اقوام، مشارکت سیاسی و تقویت جامعه مدنی دانستند. همچنین آموزش و خودآگاهی را در ایجاد ارتباطات میان قومی و آموزش و تربیت از دیگر شرایط علی دانستند. آن‌ها ذاتی‌بودن تنوع قومی و ارتقای نشاط اجتماعی را از دیگر شرایط علی شناختند. آن‌ها عدالت قومی را رعایت انصاف و عدالت در برخورد با اقوام، توسعه متوازن، تسهیلات و تأمین معیشت اقوام، رعایت حقوق شهروندی، توجه به حقوق اقوام در قانون اساسی، پیوند

فرهنگی، توجه به منافع مشترک اقوام را از شرایط علی دانستند. پیوند اشتراکات فرهنگی شامل پیوند فرهنگی و توجه به منافع مشترک از جمله کدهایی بود که جزو شرایط علی محسوب شدند. اتحاد ملی از جمله شرایط علی است که شامل استفاده مطلوب از فضای مجازی، زبان فارسی به عنوان مادر زبان‌ها، آداب و رسوم مشترک، دفاع ملی، مام میهن، آثار سنتی ملموس و غیرملموس، ملیت و ملی‌گرایی، نمادهای مشترک دینی، آیینی و ملی، تقویت حس وطن‌دوستی، ارتقای هویت ملی و همگرایی و حفظ خرده‌فرهنگ‌ها می‌شود. کثرت‌گرایی از موارد مهم دیگر شرایط علی ذکر شد که کدهای به‌دست‌آمده از آن شامل هم‌افزایی، نسبییت فرهنگی، پذیرش دیدگاه‌های مثبت اقوام، حفظ سرمایه اجتماعی، تبادل فرهنگی، تقویت همگرایی قومی، آزادی و پذیرش اقوام می‌شود. همزیستی مورد دیگر مطرح شده بود که شامل زندگی جمعی، پذیرش اقوام و توجه به تنوع قومی اقوام بود. همچنین قوم‌مداری از دیگر شرایط علی همدلی قومی-فرهنگی بود که شامل قوم‌محوری، واگرایی قومی، نبود نگاه جنسیتی و نگاه ابزاری استعمار به اقوام بود.

شرایط بسترساز یا زمینه‌ای ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارت‌اند از: کنشگری قومی شامل همزیستی قومی و گفت‌وگوی میان‌قومی بود. مفهوم نگرش‌های قومی شامل حقوق قومی-فرهنگی، اشتراکات میان‌قومی و تنوع‌پذیری کدهایی بود که در طول مصاحبه‌ها به دست آمد. تشخیص قومی، هویت قومی و سواد فرهنگی، ارزش‌های قومی شامل عدالت قومی و رهبری قومی از جمله کدهای به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها بود که از عوامل بسترساز یا زمینه‌ای همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد انسجام ملی است.

شرایط مداخله‌گر در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی این‌گونه به دست آمد. آموزش فرهنگی شامل آموزش رسمی و آموزش پنهان، نمادسازی شامل اسطوره‌سازی و بازخوانی تاریخی، مدیریت تفاوت‌های فرهنگی شامل تنش‌زدایی و حساسیت فرهنگی، مداخله سیاسی، یکسان‌سازی، تکثیرپذیری و

تنش‌زایی از جمله کدهای به‌دست‌آمده در طول مصاحبه‌ها بود. همچنین مداخلات میان‌فرهنگی شامل چند فرهنگ‌گرایی و تفکر فرهنگ‌گرایی از مواردی بوده است که به‌عنوان عوامل مداخله‌گر در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی مؤثر بوده‌اند.

استراتژی‌های (راهبردها) برای ایجاد همدلی قومی-فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد انسجام ملی حاوی مفاهیم و پذیرش تنوع قومی شامل فرصت‌شمردن تنوع قومی، نبود نگاه مجهول و معضل‌دار به اقوام، توجه به تنوع زبانی و احترام به تفاوت‌های فرهنگی اقوام، توجه به توانمندی‌های اقوام، عدالت و توسعه شامل کدهای رعایت عدالت و انصاف، توزیع عادلانه ثروت و قدرت و توسعه متوازن منطقه‌ای بودند. همچنین تولید محصول و محتوا درباره توانمندی‌های اقوام، تفریح و تبلیغات، بازاریابی، برندسازی، رقابت‌پذیری درباره توانمندی‌ها و پتانسیل‌های اقوام و بهره‌گیری از تعالیم دینی به‌منظور تقویت اخوت و برادری بین تمامی اقوام از جمله کدهایی بوده‌اند که در طول مصاحبه‌ها به دست آمدند.

پیامدهای مثبت ناشی از به‌کارگیری راهبردها عبارت‌اند از: ایجاد همدلی شامل ایجاد سلامت اجتماعی و ایجاد همبستگی، مشارکت‌پذیری شامل ارتقای مشارکت، تحکیم پیوند اقوام و احساس هویت و تعلق، اسطوره‌پردازی شامل تقویت نمادهای قومی و شناسایی اسطوره‌ها، عدالت قومی با توسعه هم‌جانبه و متوازن، ایجاد انسجام ملی شامل ارتقای حس میهن‌دوستی و هم‌افزایی، مشارکت مدنی، ارتقای امنیت ملی شامل تفاهم، وحدت و وفاق، حفظ سرمایه اجتماعی، ارتقای اعتماد اجتماعی و افزایش نشاط اجتماعی، رونق اقتصادی شامل ارتقای وضعیت معیشتی مناطق قوم‌نشین، ارتقای فضای کسب‌وکار و رشد اقتصادی در مناطق قوم‌نشین.

پیامدهای منفی ناشی از اجرایی‌نشدن راهبردها در ابعاد مختلف عبارت‌اند از: کاهش انسجام شامل انشقاق و جدایی، افزایش چالش و مناقشات بین قومی، کاهش اعتماد

اجتماعی؛ قوم گرایی شامل افزایش عصبیت قومی، تهدید و کشمکش بین قومی؛ واگرایی قومی: شامل ایجاد واگرایی، افزایش خاصیت گریز از مرکز اقوام، احساس محرومیت نسبی؛ تهدید امنیت ملی شامل تجزیه طلبی، نبود امنیت در مرزهای قومی، افزایش جنبش های قومی، کاهش تعلق و هویت ملی، افزایش تعلق و هویت قومی.

در نهایت برای برخورد با چالش های عنوان شده و رفع کارکردهای منفی و استفاده از کارکردهای مثبت، در جهت تقویت همدمی قومی-فرهنگی از طریق بستر شبکه های اجتماعی راهبردها، پیشنهادهای زیر مشخص شد.

۲.۵. پیشنهادات کاربردی

۱.۲.۵. برنامه ریزی و سیاست های حاکمیت

- پذیرش سلیقه ها و نظرهای متفاوت و سازنده شبکه های اجتماعی مجازی و ارائه معیارها و ملاک های صحیح برای ایجاد وحدت و انسجام ملی در سطح جامعه؛
- تأکید بر اشتراکات اقوام به ویژه اشتراکات دینی بین شیعه و سنی و جلوگیری از نزاع بین شیعه و سنی با تأکید بر وحدت کلمه؛

تلاش و برنامه ریزی در جهت جلب اعتماد گروه های مختلف قومی از طریق عملکردهای بهینه مدیریتی و مشارکت دادن واقعی اقوام در تصمیم گیری ها، سیاست گذاری ها، برنامه ریزی ها و امور اجرایی از طریق تشکیل شوراهای و NGOها و تدوین ضوابط، مقررات، آیین نامه ها و قوانین مرتبط؛

- ایجاد فضای بهینه برای اظهار نظرهای قومی از طریق شبکه های اجتماعی مجازی و سایر رسانه های گروهی غیردولتی و نیز هدایت گروه های قومی به سوی شکل های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برای مشارکت در امور و فعالیت های اجتماعی و در راستای هدف های برنامه توسعه انسانی پایدار و موزون در سطح کشور؛

- تلاش برای گسترش حسن تفاهم فرهنگی و اجتماعی بین گروه های قومی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از طریق اعمال مدیریت فراگروهی و فراقومی.

-برنامه‌ریزی برای بیان خاطرات تاریخی، حافظه جمعی، پیوندهای مشترک تاریخی ایرانی به صورت برجسته در شبکه‌های اجتماعی مجازی نماد و نمود پیدا کند؛

-راه‌اندازی کارگروه‌های فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با موضوع قوم‌شناسی و معرفی ویژگی‌های اقوام؛

-ایجاد فضای بهینه برای اظهارنظرهای قومی از طریق گسترش نشریات تخصصی و عمومی و سایر رسانه‌های گروهی غیردولتی و نیز هدایت گروه‌های قومی به سوی تشکل‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برای مشارکت در امور و فعالیت‌های اجتماعی در راستای اهداف برنامه توسعه انسانی پایدار و موزون در سطح کشور؛

-احترام به حقوق فردی و اجتماعی اقوام در چهارچوب قانون اساسی و قوانین مصوب و تعهد به اجرای آن‌ها از سوی مدیریت جامعه؛

-از کارشناسان و صاحب‌نظران اقوام در جهت تولید محصول و محتوای غنی و مؤثر درباره اقوام کمک گرفته شود؛

-تولید محصول و محتوا با محوریت توانمندی‌های اقوام می‌تواند در دستور کار فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار گیرد؛

-استفاده از زبان‌های محلی و قومی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و سایر رسانه‌های جمعی و تدریس ادبیات آن‌ها در مدارس و دانشگاه‌ها در کنار زبان فارسی با توجه به اصل ۱۵ قانون اساسی؛

-با به‌کارگیری راهبردهای ارائه‌شده می‌توان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را به صورت کانالیزه و هدفمند مدیریت کرد و سبب همگرایی مؤلفه‌های متعارض در ایجاد همدلی قومی-فرهنگی شد؛

-ایجاد تمایز بین هویت واقعی و مجازی ناشی از فردی شدن هویت در فضای مجازی است؛ در نتیجه هویت ملی مجازی و واقعی نیز تفاوت‌های زیادی دارد که می‌باید رفع شود.

- حضور اندیشمندان و افراد تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی مجازی هنجارمحور مؤثر است؛ بدین صورت که با تعریف هنجارها توسط مراجع سیاست‌گذار و ترویج آن‌ها در سطح شبکه‌های اجتماعی توسط افراد تأثیرگذار^۱ می‌توان این امر را ارتقا بخشید.

- سیاست‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی مجازی باید به گونه‌ای باشد که تمام اقوام ایران در تمام نقاط کشورمان این احساس را داشته باشند که می‌توانند مانند دیگر اقوام از تمام امکانات کشور استفاده کنند.

- حقوق شهروندی برای تمام افراد به صورت مساوی در سطح جامعه به صورت مشهود و ملموس وجود داشته باشد؛

- از بسط محرومیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در تمامی نواحی کشور به صورت عینی و ملموس به ویژه در مناطق قومی نشین جلوگیری شود.

۵.۲.۲. ارتقای شفافیت

یکی از اهداف اصلی این راهبرد، از بین بردن دوگانگی در فضای مجازی و واقعی است. این دوگانگی به دلیل نبود شفافیت و شناخته‌نشدن فرد در فضای مجازی رخ می‌دهد که به دلیل ارائه اطلاعات کاربری خلاف واقع باعث ایجاد انشقاق بین اقوام می‌شود. با ارتقای شفافیت و شناسایی^۲ افراد از روش‌های مختلف مثل دریافت اطلاعات هویتی کاربر می‌توان در راستای از بین بردن انشقاق و ایجاد همدلی قومی-فرهنگی گام برداشت.

به منظور ارتقای اعتماد اقوام به یکدیگر و اعتماد به حاکمیت، شبکه ملی و شبکه‌های اجتماعی داخلی، برای تولید محصول و محتوای غنی اقوام اقدام شود و اطلاع‌رسانی قوی صورت پذیرد. همچنین برای شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی طوری برنامه‌ریزی شود تا همه اقوام به آن‌ها اعتماد داشته باشند و توانمندی‌های خود را در این شبکه‌ها ارائه کنند.

1. Influencers

2. Authentication

۳.۵. پیشنهادهای پژوهشی

پیشنهادهای پژوهشی به منظور انجام دادن پژوهش‌های آینده در راستای این مطالعه عبارت‌اند از:

- پیشنهاد می‌شود با استفاده از سایر رویکردهای داده‌بنیاد (روش گیلزر و چارمز) نیز پژوهش متناظر انجام شود و نتایج با پژوهش حاضر مقایسه شود؛
- پیشنهاد می‌شود راهبردهای این مدل در یکی از استان‌های قوم‌نشین عملیاتی شود و نتایج به‌طور عملی بررسی شود؛
- انجام دادن مطالعات کمی و بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ایجاد همدلی قومی-فرهنگی و مقایسه با نتایج این پژوهش سودمند است؛
- مطالعات ایران‌شناسی و قوم‌شناسی برای تدوین سیاست‌گذاری‌های دقیق و صحیح در جهت تحکیم هویت ملی ایرانی، با ویژگی خرده‌فرهنگ‌ها و قومیت‌ها گسترش پیدا کند.

کتاب‌نامه

۱. احمدی پور، ز. و آستا، ی. (۱۳۹۴). انسجام ملی و توسعه پایدارگردشگری در مناطق مرزی؛ نمونه موردی استان آذربایجان غربی، مقاله ارائه‌شده در هشتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران، همدلی اقوام ایرانی: انسجام و اقتدار ملی، دانشگاه کردستان، سنندج.
۲. آلوین، ل. (۱۳۷۸). *تغییری اجتماعی و توسعه* (م. مظاهری، مترجم). تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳. امان‌اللهی بهاروند، س. (۱۳۸۰). بررسی علل گونه‌گونی قومی در ایران از دیدگاه انسان‌شناسی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳(۹)، ۱۳-۳۴.
۴. امانی، م. (۱۳۹۴). نقش همدلی اقوام ایرانی در مشارکت سیاسی. مقاله ارائه‌شده در همایش همدلی اقوام ایرانی، انسجام و اقتدار ملی، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، تهران.

۵. ایمانی، م.، شفیعی، م.، و مرجانی، ت. (۱۳۹۷). بررسی مهارت‌های همدلی قومی-فرهنگی کارکنان هتل‌ها با مشتریان (مورد مطالعه: گروه هتل‌های پارسیان). *گردشگری و توسعه*، ۷(۱)، ۱۷۹-۱۹۴.
۶. برتون، ر. (۱۳۸۴). *قوم‌شناسی سیاسی* (ن، فکوهی، مترجم). تهران: نشر نی.
۷. تقی‌پور، ف. (۱۳۹۶). *واکاوی شبکه‌های اجتماعی مجازی* (چاپ اول). اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۸. جلالی‌فراهانی، ا.، و باقری اصل، ر. (۱۳۸۷). پیشگیری از جرائم و انحرافات سایبری. *مجلس و پژوهش*، ۱۴(۵۵)، ۱۲۱-۱۵۵.
۹. چلبی، م.، و یوسفی، ع. (۱۳۸۰). روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱، ۴۲-۱۱.
۱۰. حیدری، غ.، و حیدری بنی، ز. (۱۳۹۳). بررسی چالش‌های قدرت ملی در ایران با تأکید بر بحران هویت ملی. *ژئوپلیتیک*، ۱۰(۱)، ۶۰-۸۲.
۱۱. حیدریان، م. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مبادلات مرزی بر همدلی اقوام. مقاله ارائه‌شده در همایش *همدلی اقوام ایرانی، انسجام و اقتدار ملی*، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، تهران.
۱۲. خانیکی، ا. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی و امنیت ملی، تهدیدات و فرصت‌ها. مقاله ارائه‌شده در همایش تخصصی *بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی*، تهران.
۱۳. خانیکی، ه.، و زندیه، ز. (۱۳۹۸). طراحی الگوی کارکردهای متنوع شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطات میان فرهنگی قومی. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۶(۱)، ۹-۴۰.
۱۴. خضری، د. (۱۳۹۱). الزامات امنیت ملی در فضای سایبر. مقاله ارائه‌شده در پنجمین کنگره *انجمن ژئوپلیتیک ایران: قابلیت‌ها و ظرفیت‌های کاربردی جغرافیای سیاسی*، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت.
۱۵. رهبرقاسی، م.، و ایمانیان مفرد، ز. (۱۳۹۶). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی. *دوفصلنامه علمی پژوهشی مطالعات قدرت نرم*، ۷(۱۷)، ۷۷-۱۰۵.
۱۶. روشندل اربطانی، ط.، و مولایی، س. م. (۱۳۹۷). ارائه مدل تقویت هویت ملی جوانان با استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی داخلی. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، ۱۹(۴۲)، ۱۱۹-۱۴۳.

۱۷. ساروخانی، ب.، و دربیکی، ب (۱۳۹۰). مشارکت رسانه‌های جدید در قلمروی سیاست. *پژوهشنامه رسانه و مشارکت سیاسی*، ۵۰، ۱۴۵-۱۶۲.
۱۸. سیدامامی، ک. (۱۳۸۵). قومیت از منظر سیاست‌های هویت. *نشریه علمی-پژوهشی دانش سیاسی*، ۲(۱)، ۱۴۳-۱۶۶.
۱۹. شارع‌پور، م. (۱۳۸۶). نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری آموزشی. *مجله تعلیم تربیت*، ۹۱، ۱۶۵-۱۸۰.
۲۰. شریفی، س.، و خوشنویسان، ف. (۱۳۹۷). تحلیلی بر توانایی همدلی قومی-فرهنگی در کلان شهر تهران. *راهبرد فرهنگ*، ۱۱(۴۱)، ۱۹۹-۲۱۹.
۲۱. صالحی امیری، س. ر. (۱۳۸۸). *انسجام ملی و تنوع فرهنگی*. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۲۲. عاملی، س. (۱۳۸۸). *شبکه‌های اجتماعی مجازی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۲۳. علی‌اکبری، م.، کاکا جویباری، ع.، امیرآبادی، ف.، شقاقی، ف.، زارع، ن.، و خالقی، ف. (۱۳۹۲). بررسی نقش ثوری ذهن و کارکرد اجرایی در پیش بینی همدلی. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم شناختی*، ۲، ۱-۱۰.
۲۴. کیومرث، م. (۱۳۹۸). گردشگری پایدار، راهکاری برای توسعه مناطق مرزی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). *نشریه پژوهش گردشگری*، ۱(۲)، ۴۶-۶۳.
۲۵. مصر آبادی، ج.، و یارمحمدزاده، پ. (۱۳۹۲). بررسی مقایسه‌ای ابعاد هویت قومی، ملی و جهانی؛ دانشجویان قومیت‌های مختلف دانشگاه شهید مدنی آذربایجان. مقاله ارائه شده در همایش قومیت و فرهنگ ایران اسلامی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی تبریز.
۲۶. مهری، ک. (۱۳۹۶). نقش اقوام در همبستگی ملی. *فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۴(۱۶)، ۱۵۳-۱۷۴.
۲۷. میلر، د. (۱۳۸۳). *ملیت* (د. غرایق زندگی، مترجم). تهران: انتشارات تمدن ایرانی.

28. Bağcı, S. C., & Çelebi, E. (2018). Are your cross-ethnic friends ethnic and/or national group identifiers? The role of own and perceived cross-ethnic friend's identities on outgroup attitudes and multiculturalism. *European Journal of Social Psychology*, 48(1), O36-O50.

29. Bennett, E. E., & McWhorter, R. R. (2019). Social movement learning and social innovation: Empathy, agency, and the design of solutions to unmet social needs. *Advances in Developing Human Resources*, 21(2), 224-249.
30. Eisenberg, N., & Miller, P. A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological bulletin*, 101(1), 91.
31. Eklund, J. (2011). *Empathy as feeling, understanding and care*. Unpublished manuscript, School of Sustainable Development of Society and Technology, Mälardalen University.
32. Goldman, B. M., Chang, P. S., Meddaugh, J. R., & Daddona, M. F. (2019). Stimulating a response: Does exposure to the confederate flag impact people's attitudes regarding social dominance orientation, ethnocultural empathy, and their political beliefs? *The Journal of Public and Professional Sociology*, 11(1), 1-23.
33. Hodges, S. D., & Klein, K. J. (2001). Regulating the costs of empathy: The price of being human. *The Journal of Socio-Economics*, 30(5), 437-452.
34. Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006). Development and validation of the Basic Empathy Scale. *Journal of Adolescence*, 29(4), 589-611.
35. Lamm, C., Batson, C. D., & Decety, J. (2007). The neural substrate of human empathy: effects of perspective-taking and cognitive appraisal. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 19(1), 42-58.
36. Mitchell, G. D. (1981). *A new dictionary of sociology*. London: Routledge & Kegan paul.
37. Rasool, C., Jungert, T., Hau, S., & Andersson, G. (2011). Development of a Swedish version of the scale of ethnocultural empathy. *Psychology*, 2(6), 568-573.
38. Rodríguez-Hidalgo, A. J., Solera, E., & Calmaestra, J. (2018). Psychological predictors of cyberbullying according to ethnic-cultural origin in adolescents: a national study in Spain. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(10), 1506-1522.
39. Sue, H. T., Yau, Y., & J. Mao. (1995). *Micro skills in Multicultural Counseling*. Unpublished Manuscript.
40. VanDeusen, A. J. (2019). A cultural immersion field experience: Examining preservice music teachers' beliefs about cultural differences in the music classroom. *Journal of Music Teacher Education*, 28(3), 43-57.
41. VanDeusen, A. J. (2019). A cultural immersion field experience: Examining preservice music teachers' beliefs about cultural differences in the music classroom. *Journal of Music Teacher Education*, 28(3), 43-57.
42. Wang, Y. W., Davidson, M. M., Yakushko, O. F., Savory, H. B., Tan, J. A., & Bieier, J. K. (2003). The Scale of Ethnocultural Empathy: Development, validation, and reliability. *Journal of Consulting Psychology*, 50(2), 221-234.