

رسانه‌های اجتماعی و بازنمایی فساد: مطالعه باز نمود فساد توسط کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام

محمود شهابی^۱، مریم هاشم‌پور صادقیان^۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۶/۱۳، تاریخ تایید: ۹۷/۱۲/۲۲

Doi: 10.22034/jcsc.2020.93051.1704

چکیده

فساد یکی از پدیده‌های مهمی است که بسیاری از جوامع را در طول تاریخ، درگیر نموده است. یکی از عوامل تضعیف‌کننده فساد، شکل‌گیری و گسترش جامعه مدنی است و یکی از الزامات اساسی جامعه مدنی، گسترش و توسعه رسانه‌های اجتماعی هستند. مطالعه حاضر با هدف بررسی نحوه بازنمایی مسئله فساد توسط کاربران ایرانی در اینستاگرام انجام شد. روش پژوهش، تحلیل محتوای کیفی است که با رویکرد عرفی به انجام رسیده است؛ بدین صورت که ۱۶۰ پست اینستاگرام که دارای هشتگ فساد بودند، با استفاده از نمونه‌گیری نظری انتخاب و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که کاربران به ۱۱ نوع فساد اشاره نموده‌اند که ۷ نوع آن به‌طور مستقیم و ۴ نوع به‌طور غیر مستقیم به حوزه فساد اقتصادی مرتبط هستند. ۳ مقوله اصلی از تحلیل‌ها ظهور یافته که عبارت‌اند از درک وضعیت موجود فساد، مکانیسم‌های تبیین و مکانیسم‌های اعتراض علیه فساد. ۹ مقوله فرعی نیز ذیل مقوله‌های اصلی به‌دست آمده است. تحلیل‌ها حاکی از این است که کاربران در مواجهه با فساد، از این رسانه جهت توصیف و تبیین فساد و اعتراض علیه آن استفاده می‌نمایند.

واژگان کلیدی: ادراک فساد، فساد اقتصادی، فساد اداری، فساد سیاسی، فساد قضایی، رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام.

۱ دانشیار دانشکده اقتصاد مدیریت علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز؛ mshahabi88@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد مدیریت علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز (نویسنده مسئول)؛ s.mhashempour@rose.shirazu.ac.ir

مقدمه

فساد در جهان امروز یکی از رایج‌ترین و گسترده‌ترین آسیب‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را تشکیل می‌دهد که نه تنها هزینه‌های بسیار بالایی به‌طور مستقیم در بر دارد، بلکه همچنین به دلیل آنکه مانع اصلی رشد و توسعه مناسب در همه ابعاد جوامع انسانی به‌شمار می‌آید، آثار زیان‌بار درازمدت و ساختاری نیز بر جای می‌گذارد (فکوهی، ۱۳۸۶: ۲۹).

تعاریف متفاوتی از فساد ارائه شده است که وجه مشترک همه آنها را می‌توان در تعریف سازمان شفافیت بین‌الملل خلاصه کرد: «فساد عبارت است از سوء استفاده از قدرت اعطاء شده برای انتفاع شخصی» (حسینی هاشم‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۱). حسین العطاس در کتاب مسئله فساد، همه انواع فساد را دارای یک خصیصه مشترک می‌داند: «ارجحیت منافع خصوصی به منافع عمومی، شامل نقض هنجارهای وظیفه و رفاه که با اخفا، خیانت، فریب و نادیده‌گرفتن سنگدلانه هر نوع پیامد آن برای مردم همراه است» (العطاس، ۱۳۹۵: ۳۲). جامع‌ترین تعریف را می‌توان از منظر جامعه‌شناسی ارائه نمود: «فساد، تبدیل روابط اجتماعی به مبادله‌های سودمندانه تبعیض‌آمیز است که در طی آن اهداف عام جای خود را به اهداف خاص می‌دهد و خیری نامحدود (نظیر قانون‌گرایی، امانت‌داری، حلال‌خواری، شرافت‌کاری، رعایت موازین حرفه‌ای و تخصصی، وفاداری، تعهد، صداقت، فضیلت، حریت، علم، حق‌طلبی و از این قبیل) به‌خاطر خیری محدود (پول، مقام و منصب، مدرک، پرستیژ، نفوذ، اعتبار اجتماعی) قربانی می‌شود» (حسینی هاشم‌زاده، ۱۳۹۴: ۴۱).

از دهه ۱۹۵۰ مباحث نظری درباره فساد، شکل جدی به خود گرفت، ولی با این وجود از دهه ۱۹۷۰ اولین آثار نظری و بررسی‌های تجربی درباره فساد ارائه شدند (همایونی، ۱۳۸۸: ۱). بحث و بررسی پیرامون فساد در ایران تقریباً از سال ۱۳۷۳ و مقارن با انتشار خبر اختلاس چندمیلیاری در بانک صادرات آغاز شد. ۱۷ سال بعد در سال ۱۳۸۰ هم‌زمان با رسانه‌ای شدن خبر اختلاس گسترده شهرام جزایری، بحث مبارزه با مفاسد اقتصادی، مجدداً جدی شد، ولی در سال‌های اخیر، به دلیل انتشار اخبار پی‌درپی اختلاس، این موضوع به یکی از مباحث مهم در محافل علمی و دانشگاهی در ایران بدل شده است.

عوامل بسیاری در کاهش و افزایش فساد دخیل هستند که یکی از مهم‌ترین آنها رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها نقش نگهبان را در جامعه ایفا نموده (وفایی یگانه، ۱۳۹۲: ۸۵) و عامل نظارت

بر مسئولین هستند. بهتر است رسانه‌ها را به دو دسته رسانه‌های جمعی^۱ و رسانه‌های اجتماعی^۲ تقسیم نموده و نقش آنها را در کاهش فساد تحلیل نماییم. رسانه‌های جمعی، رسانه‌های پخش گسترده هستند که صرفاً امکان ارتباط یک طرفه را فراهم می‌کنند. توسعه رسانه‌های جمعی آزاد، با شیشه‌ای کردن فضای اقتصاد، سیاست و اطلاع‌رسانی، میزان پاسخ‌گویی افراد را افزایش می‌دهد و از این طریق به تقویت نظام حکمرانی و پیشگیری از فساد کمک شایانی می‌کند (دینی ترکمانی، ۱۳۹۲: ۷۶). رسانه‌های اجتماعی، در مقابل رسانه‌های جمعی، ابزارهایی هستند که ارتباطات تعاملی انسان‌ها را تسهیل می‌کنند. در سال‌های اخیر، نقش این رسانه‌ها در توانمند کردن افراد، افزایش مشارکت آنها در فرایند سیاسی، تسهیل ارتباطات و تغییرات مسائل اجتماعی و تقویت یک جامعه مدنی نوظهور، تا حد گسترده‌ای شناخته شده است؛ به طوری که برخی از این رسانه‌ها با عنوان "فناوری‌های آزادی‌بخش" یاد می‌کنند (Jha & Sarangi, 2017: 2). با این حال، تحقیق پیرامون نقش‌های چندگانه این رسانه‌های نوین در پدیده فساد، همچنان نیازمند کنکاش برای شناخت بیشتر است. این نوع تحقیقات، به ویژه در ایران ضرورت زیادی دارد؛ چراکه از سویی تحقیقات بسیار اندکی در این حوزه به انجام رسیده و از سوی دیگر، تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران به طور فزاینده‌ای در حال افزایش است (Internet world stats, 2019).

یکی از رسانه‌های اجتماعی محبوب در ایران، سرویس به اشتراک‌گذاری تصاویر اینستاگرام است. اینستاگرام، یک شکل نسبتاً جدید ارتباطات است که به کاربران امکان می‌دهد تا با گذاشتن عکس، به راحتی دیگران را در جریان وضعیت خود قرار دهند (Hu et al., 2014: 595). اینستاگرام در میان ۱۳ شبکه اجتماعی مشهور، با ۸۰۰ میلیون کاربر رتبه هفتم را در دنیا به خود اختصاص داده است (statista, 2018) و هم‌اکنون بیشتر از ۷/۵ میلیون نفر از جمعیت ۱۶ تا ۳۵ ساله مردم کشور ایران در شبکه اجتماعی اینستاگرام عضو هستند (اقتصاد آنلاین، ۱۳۹۶). ایرانی‌ها چندین میلیون دنبال‌کننده^۳ در صفحات اینستاگرام دارند و بسیاری از این صفحات ظرف ۲۴ ساعت بیش از دو تا سه هزار کامنت را به خود اختصاص می‌دهند و حتی شاهد آن هستیم که برخی اخبار در این شبکه بیش از ۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار لایک می‌خورد (مهرنیوز، ۱۳۹۵). از این رو، با اینکه اینستاگرام نمی‌تواند نماینده همه اقشار مردم ایران باشد،

1 Mass Media

2 Social Media

3 Follower

ولی تعداد بالای کاربران این شبکه و اثرگذاری آن در ایجاد جریانات اجتماعی ما را می‌دارد که بررسی نوع بازنمایی مسائل اجتماعی مختلف در آن پردازیم و با توجه به موضوع مورد بررسی مقاله حاضر؛ یعنی فساد، بررسی نحوه بازنمایی مسئله فساد در این شبکه امری ضروری و مهم به نظر می‌رسد. سؤالات اصلی پژوهش حاضر، عبارتند از:

کاربران اینستاگرام در ذیل ۴ نوع فساد اقتصادی، فساد اداری، فساد سیاسی، فساد قضایی، چه گونه‌هایی از فساد را برای بازنمایی انتخاب می‌کنند؟
برساخت معنایی کاربران اینستاگرام، به چه جنبه‌هایی از مسئله فساد می‌پردازد؟

پیشینه پژوهش

مرور مطالعات تجربی انجام شده کمک می‌کند تا تحقیق حاضر، به گفت‌وگوی جاری گسترده‌تر در ادبیات مطالعات حوزه فساد و رسانه‌ها مرتبط شود. این مطالعات را می‌توان به مطالعات داخلی و خارجی تقسیم نمود که در ادامه، به برخی از مهم‌ترین مطالعات موجود می‌پردازیم.

گیوریان (۱۳۹۱) مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های جمعی در کنترل فساد اداری انجام داده است. در این مطالعه رسانه‌های جمعی در سه مؤلفه شفافیت، سرعت و استقلال در ارائه اخبار و گزارش‌ها مورد توجه قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش مهمی در کنترل فساد اداری داشته باشند.

حبیب‌زاده و شریف شهری (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به تحلیل محتوای مطالب منتشر شده در خصوص جرایم اقتصادی در سه روزنامه پرداخته‌اند. نتایج، نشان‌دهنده این است که بین جهت‌گیری رسانه‌ها و نوع جهت‌گیری مطالب اقتصادی، تفاوت معناداری وجود دارد و بنابراین، می‌توان ادعا کرد که مطبوعات در نقش‌های خود، نوعی مقابله و مبارزه با جرایم اقتصادی را در نظر داشته‌اند.

نرگسیان و همکاران (۱۳۹۴) بر روی اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی به این نتیجه می‌رسند که رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی و سیاسی و همچنین این دو نوع مشارکت، بر شفافیت و اعتماد عمومی تأثیر دارند.

اندرسن^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای در آمریکا به بررسی این فرضیه پرداخته‌اند که اینترنت، فناوری سودمندی برای کنترل فساد است. نتایج نشان می‌دهد که ظهور اینترنت، به کاهش سطح فساد در آمریکا و سایر کشورها کمک کرده است.

کاماج^۲ (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط بین آزادی رسانه‌ها و فساد پرداخته است. نتایج حاکی از رابطه‌ای قوی بین آزادی رسانه‌ها و فساد است. این ارتباط در کشورهای پارلمانی، قوی‌تر از کشورهای دارای نهاد ریاست جمهوری است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که آزادی رسانه‌ها وقتی با نهادهای قدرتمند پاسخگویی افقی جمع شود، تأثیری غیر مستقیم بر فساد دارد.

کوسو^۳ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی مکانیسم‌های ارتباط استفاده از اینترنت و فناوری‌های ارتباطی با مبارزه با فساد پرداخته است. آنها نتیجه می‌گیرند که شهروندان روشنفکر می‌توانند با دسترسی به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، بر فساد تأثیر بگذارند، از جنبش‌های ضدفساد حمایت کنند و اطلاعاتی جمع‌آوری کنند تا بتوانند اقدامات خاص‌گرایانه را روشن کنند.

جا و سارانگی^۴ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه بین ابزارهای ارتباطی و فساد پرداخته‌اند. آنها با تحلیل ۱۵۰ کشور به این نتیجه رسیدند که بین ضریب نفوذ فیس‌بوک و فساد، ارتباطی منفی وجود دارد و ارتباط این دو متغیر در کشورهایی که آزادی کمتری دارند، قوی‌تر است. همچنین، رسانه‌های اجتماعی به دلیل ارتباطی که با فساد دارند، مکمل آزادی مطبوعات هستند و نهایتاً اینکه نتایج، حاکی از ارتباط منفی ضریب نفوذ اینترنت و فساد نیز بود.

انیکولوپو^۵ و همکاران (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با هدف بررسی اثر رسانه‌های جدید بر پاسخگویی دولت در کشورهای غیردموکراتیک انجام داده‌اند. آنها با تحلیل پست‌هایی که در وبلاگ‌های روسی گذاشته می‌شود به این نتیجه رسیدند که پست‌هایی که فساد دولت را نشان می‌دهند، تأثیر منفی بر بازده بازار دارند. همچنین، رسانه‌ها می‌توانند حتی در یک کشور دارای رقابت سیاسی محدود و رسانه‌های سانسور شده سنتی، به فساد نظم و سامان ببخشند (به از بین رفتن فساد و در نتیجه برقراری نظم کمک می‌کنند).

1 Barnebeck Andersen

2 Camaj

3 Kossow

4 Jha & Sarangi

5 Enikolopov

همچنان که ملاحظه شد تحقیقات داخلی که تاکنون انجام شده‌اند، به رابطه رسانه در فساد توجهی نداشته‌اند و در صورت توجه به این رابطه، به رسانه‌های جمعی توجه بیشتری مبذول داشته‌اند، اما در مطالعات خارجی، به‌طور خاص شاهد توجه به نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، در ارتباط با فساد هستیم. همچنین نکته دیگر این است که اکثر این مطالعات، ذیل پارادایم اثبات‌گرایی و با رویکرد کمی به انجام رسیده‌اند. نوآوری عمده تحقیق حاضر در مقایسه با سایر تحقیقات، در انتخاب رویکرد پژوهشی کیفی و نیز انتخاب رسانه اینستاگرام می‌باشد که تاکنون مطالعه‌ای روی آن صورت نگرفته است.

ادبیات نظری

در تحقیقاتی که مبتنی بر پارادایم اثبات‌گرایی صورت می‌گیرند، چارچوب نظری، هدایت و راهنمایی تمامی مراحل تحقیق را برعهده دارد و از این‌رو، نقش مهمی در تحقیق ایفا می‌کند، اما در تحقیقاتی که مبتنی بر پارادایم تفسیری انجام می‌شوند، به آن معنا نظریه‌ای وجود ندارد، بلکه تحقیق به این منظور انجام می‌شود که خود بتواند با ورود به دنیای معانی کنشگران، به مفهوم‌پردازی نظری دست یابد. در این تحقیقات، پیش از انجام تحقیق، صرفاً مروری بر مبانی مفهومی آن حوزه تحقیقاتی صورت می‌گیرد تا حساسیت نظری محقق بیشتر شود. چارچوب مفهومی مقاله حاضر به‌مرور مفهومی دو عنصر اصلی این تحقیق یعنی «رسانه‌های اجتماعی» و «فساد» و نیز ارتباط آنها با یکدیگر می‌پردازد.

فساد، پدیده‌ای پیچیده است و می‌توان گونه‌شناسی‌های متعددی از آن را ارائه نمود. فساد برحسب حوزه‌های مختلفی که در آنها رخ می‌دهد به فساد سیاسی (استفاده از قدرت سیاسی برای اهداف شخصی)، فساد اقتصادی (سوء رفتارهایی که موجب اختلال در عملکرد بهینه مراکز اقتصادی می‌شود)، فساد اداری (انحراف از هنجارها، معیارها و اقدامات بروکراسی مدرن)، فساد قضایی (هرگونه اثر نامطلوب بر روند بی‌طرفانه قضایی) تقسیم نمود. البته بسیاری از صورت‌های فساد، در عمل، با چند گونه از فساد مرتبط هستند (حسینی هاشم زاده، ۱۳۹۴: ۵۴ و ۵۳). در تحقیق حاضر نیز بر مبنای این تعریف منظور از فساد، فساد در همین چهار بعد می‌باشد.

رسانه‌های اجتماعی و فساد

رسانه‌های اجتماعی یکی از نوظهورترین فناوری‌های عصر حاضر هستند. میلر^۱ و همکاران (۲۰۱۶) رسانه‌های اجتماعی را «اجتماعی بودن مقیاس‌پذیر»^۲ تعریف می‌کنند. بدین معنا که ما با استفاده از این رسانه‌ها می‌توان تعاملاتی را هم در گروه‌های بسیار کوچک و هم در گروه‌های بسیار بزرگ برقرار نمود؛ همچنین این تعاملات می‌تواند در خصوصی‌ترین حالت یا در عمومی‌ترین حالت و با در جریان قرار دادن تعداد بسیار زیادی از عموم مردم شکل گیرد؛ لذا مقیاسی کاملاً منعطف دارد (Miller et al., 2016: 3).

این رسانه‌ها بر روی پایه‌های فناوری وب^۳، قرار دارند. لیستر^۴ و همکاران، فضای وب را به‌عنوان فضایی دیجیتال^۵، تعاملی^۶، فرامنتی^۷ و پراکنده^۸ تعریف می‌کنند (Lister, 2003: 14-30). ولمن و هوگان^۹ (۲۰۰۴) یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های وب را همه‌جا حاضر بودن^{۱۰} آن می‌دانند. فرازمانی و فرامکانی بودن اینترنت موجب می‌شود دسترسی به آن راحت باشد و اینترنت بتواند به بخشی از واقعیت زندگی روزانه تبدیل شود. لذا رسانه‌های اجتماعی نیز این ویژگی‌ها را دارند.

این ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، آنها را به عامل مهمی در شکل‌دادن به جامعه مدنی و حوزه عمومی، تبدیل می‌نماید؛ چراکه فضایی برای ارتباط دوطرفه، برقراری تعامل و ایجاد مفاهیم فراهم می‌کنند که به‌دلیل گمنامی افراد و قابل پیگیری نبودن اظهاراتشان، حاشیه امنیتی بالایی نیز دارد. اندرسن^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۱) بر این باور است که اینترنت به چند دلیل می‌تواند به‌عنوان عامل تضعیف فساد عمل کند. اول، اینترنت با کمک به رشد اقتصادی، به کاهش فساد کمک می‌کند. دوم، این رسانه‌ها به سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی کمک می‌کنند و می‌توانند منجر به سطوح پایین‌تری از فساد شوند. سوم، شبکه جهانی اینترنت، منبع گسترش اطلاعات است. انتشار اطلاعات اقدامات نادرست دولت، الزاما خطر ردیابی

1 Miller

2 Scalable sociality

3 Web 2.0

4 Lister

5 Digitality

6 Interactivity

7 Hypertext

8 Dispersal

9 Hogan

10 Immanent

11 Andersen

سیاستمداران و کارمندان دولت را افزایش داده و از این رو، جذابیت رفتار مفسدانه را کاهش می‌دهد. چهارم، اینترنت، وسیله عمده‌ای برای ایجاد دولت الکترونیک است (Andersen, 2011).² به هر حال، صاحب نظران زیادی از این ایده حمایت می‌کنند و البته مطالعات فراوانی نیز در تأیید آن صورت پذیرفته و ارائه شده است (Papacharissi, 2002; Rasmuccen, 2014; Graham, 2015).

روش پژوهش

تحقیق حاضر، مبتنی بر پارادایم تفسیری و رویکرد کیفی به انجام رسیده است. روش مورد استفاده جهت تحلیل، تحلیل محتوای کیفی می‌باشد. در این روش، هدف بررسی محتوای درون متنی است (محمدپور، ۱۳۸۸: ۱۴۸). براساس نظریه سیه^۱ و شانون^۲ می‌توان رهیافت‌های موجود در زمینه تحلیل محتوا را به سه دسته تقسیم کرد که عبارت‌اند از: ۱. تحلیل محتوای عرفی و قراردادی ۲. تحلیل محتوای جهت‌دار ۳. تحلیل محتوای تلخیصی یا تجمعی (Hsieh & Shannon, 2005: 1277).

تحلیل محتوای عرفی معمولاً در طراحی مطالعاتی به کار می‌رود که هدف آن شرح یک پدیده است. این نوع طرح، اغلب هنگامی مناسب است که نظریه‌های موجود یا ادبیات تحقیق درباره پدیده مورد مطالعه محدود باشد. در این حالت، محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برایشان حاصل شود. بنابراین از طریق استقراء، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند. این حالت را مایرینگ^۳ مقوله استقرایی نامیده است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۲). امتیاز بارز تحلیل محتوای کیفی براساس رویکرد عرفی، به دست آوردن اطلاعات مستقیم و آشکار از مطالعه، بدون تحمیل کردن مقوله یا نظریه‌های از پیش تعیین شده است (همان: ۲۳).

در تحقیق حاضر نیز از رویکرد عرفی استفاده شده است. پست‌های بارگذاری شده در اینستاگرام به عنوان واحد تحلیل در نظر گرفته شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. جستجو در اینستاگرام بر مبنای هشتگ "فساد" (# فساد) انجام شد؛ از آنجایی که هدف این پژوهش بررسی ادراک کاربران از فساد به کمک تحلیل بازنمودهای آن در اینستاگرام بوده است، انتخاب هشتگ‌های محدود شده‌تر مثل هشتگ فساد اقتصادی، فساد مالی، فساد دولتی یا مواردی از

1 Hsieh

2 Shannon

3 Mayring

این قبیل می‌توانست باعث ایجاد سوگیری در نتایج شود؛ از این رو، هشتگ "فساد" بدون هیچ پیشوند و پسوندی انتخاب شد تا از سویی همه انواع هشتگ‌های فساد را که می‌تواند به فساد اقتصادی، سیاسی، اداری و قضایی مرتبط باشد، دربرگیرد و از سوی دیگر نشان دهد که در چه نوع پست‌هایی و با چه محتوایی از این هشتگ استفاده شده و فرایند اکتشاف که مبنای تحقیقات تفسیری است، به خوبی صورت گیرد. بر همین مبنا وارد صفحات عمومی شدیم و جمع‌آوری داده‌ها انجام شد. از آنجا که رویکرد مورد نظر ما رویکرد کیفی است، تعداد نمونه مورد مطالعه از پیش تعیین نشد و نمونه‌گیری به صورت نظری تا جایی پیش رفت که مفاهیم و مقولات اصلی ظهور یافته، به اشباع برسند (البته بعد از رسیدن به اشباع نیز نمونه‌گیری قدری ادامه یافت تا از صحت مفاهیم یافته شده اطمینان حاصل شود). نهایتاً حدود ۱۶۰ پست اینستاگرامی (با حذف مواردی که به دلایلی که در ادامه می‌آید از بررسی حذف شدند) مورد تحلیل قرار گرفت. بدین صورت که با هشتگ فساد شروع به جستجو کردیم و هر پست مرتبط با آن فساد را باز نموده و تحلیل کردیم. جهت تحلیل محتوای هر صفحه هم کپشن‌ها و هم محتوای عکس‌ها یا فیلم‌ها بررسی شده و مجموع مفاهیم ظهور یافته گزارش شده است. برخی از پست‌ها صرفاً یک عکس و چند هشتگ را دربرمی‌گرفت برخی کپشن خاصی هم داشت که همه اینها تحلیل شد. تحلیل در سه مرحله و طی فرایند مقایسه مداوم انجام شد و از این رو، تحلیل و جمع‌آوری داده‌ها هم‌زمان صورت می‌گرفت. ابتدا پست‌ها دسته‌بندی شدند تا مفاهیم اصلی مرتبط با فساد استخراج شوند. در مرحله دوم مقوله‌های فرعی با سطح انتزاع بالاتر از مفاهیم اولیه استخراج شد که در این مرحله ۹ مقوله بیرون کشیده شد. در سومین گام مقوله‌های فرعی به مقوله‌های اصلی که در سطح انتزاع بالاتری قرار داشتند مرتبط شدند و سرانجام ۳ مقوله اصلی نمایان شد.

در این تحقیق تلاش شد تا اعتبار و پایایی حفظ شود. در این تحقیق به منظور حفظ اعتبار یافته‌های تحقیق، ملاحظات در جستجوها رعایت شد که در ادامه ذکر می‌شود. (۱) جستجو در اینستاگرام به گونه‌ای است که نتایجی را ارائه می‌دهد که متناسب با جستجوهای قبلی خود کاربر و نیز جستجوهای قبلی دنبال‌کنندگان^۱ باشند. از این رو، برای انجام تحقیق حاضر، از صفحه‌ای برای جستجو استفاده شد که سابقه جستجو در موضوعی خاص نداشته باشد و از سوی سایر کاربران، دنبال نشده باشد. (۲) گرچه از هشتگ "فساد" برای جستجوها استفاده شد، ولی در عین حال، پست هر صفحه باز شده نیز بررسی شد تا اطمینان حاصل شود که هشتگ

"فساد" به طور تصادفی به آن اضافه نشده است (البته در این مسیر، تنها مجبور به حذف تعداد اندکی از موارد شدیم). (۳) با توجه به اینکه هدف ما دستیابی به بازنمود ادراک مردم عادی از فساد بوده است، صفحات مسئولین و نهادهای دولتی از بررسی‌ها حذف شدند. (۴) نهایتاً اینکه با توجه به اینکه مبنای پارادایم تفسیری بر آن است که از بیرون به پدیده مورد مطالعه ننگرد و اقدام به قضاوت برمبنای یک نظریه معین نکند، در بررسی صفحات اینستاگرام، هیچ صفحه‌ای به دلیل مغایرت درک کاربران از حقیقت رویداد بازنمایی شده یا مواردی از این قبیل، حذف نشده است؛ چون باور ما بر این است که تمامی این موارد، نشان‌دهنده ادراک کاربران ایرانی از فساد هستند و باید به همان شکل ارائه شوند تا فهم ما را از این مسئله عمق ببخشند.

یافته‌ها

با مقایسه و دسته‌بندی مفاهیم به دست آمده، به ۹ مقوله فرعی رسیدیم و با دسته‌بندی آنها نهایتاً ۳ مقوله اصلی نمایان شد که عبارت‌اند از: ابعاد ادراک ذهنی کاربران از فساد، مکانیسم‌های مقابله با فساد و مکانیسم‌های تبیین فساد. البته در کنار این موارد، ابتدا یک گونه‌شناسی از فساد ادراک شده در اینستاگرام ارائه می‌شود. جداول زیر نمایانگر مفاهیم/گزاره‌ها، مقولات فرعی و مقولات اصلی می‌باشند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشیم این است که تمام موارد ارائه شده، مطابق با هدف اصلی تحقیق، نشان‌دهنده ادراک فساد هستند. در پست‌ها، تصاویر و ویدئوهای بارگذاری شده آنچه مهم می‌باشد این است که کاربر چگونه متن خود را تنظیم نموده، چه تصاویر یا عکس‌نوشته‌هایی را برای نمایش برگزیده یا حتی ساخته است و چه بخش‌هایی از ویدئوهای آماده را برگزیده و یا خود ساخته است تا بدین وسیله، در مجموع بتواند نشان دهد که کاربران چه ادراکی از فساد دارند.

جدول (۱) انواع فساد ادراک شده از منظر کاربران

گونه‌شناسی فساد از منظر کاربران اینستاگرام	مصادیق نقض هنجار عمومی
	اختلاس
	رشوه
	دزدی
	رانت
	زمین‌خواری
	همکاری مسئولان دولتی با مفسدین اقتصادی
	سوء استفاده از اموال دولتی برای منفعت شخصی
	باندبازی
	پارتی‌بازی

گونه‌شناسی فساد

منظور از گونه‌شناسی فساد در اینجا بیرون کشیدن انواع موارد نقش هنجار جامعه است که ذیل فساد اقتصادی، اداری، سیاسی و قضایی قرار می‌گیرد. مروری بر انواع فساد ذکر شده در صفحات اینستاگرام نشان می‌دهد که کاربران در مجموع به ۹ مورد از موارد نقض هنجارهای جامعه و فساد اشاره نموده‌اند. تعیین نوع دقیق فسادها کار دشواری است چون هریک از این موارد فساد می‌توانند به‌طور هم‌زمان به چند نوع فساد اشاره داشته باشند (مثلاً اقتصادی و سیاسی). همچنان‌که ملاحظه می‌شود، بیشتر موارد فساد، در حوزه اقتصاد جای دارند. در واقع، تحلیل‌ها نشان‌گر این هستند که کاربران ایرانی اینستاگرام، فساد را بیشتر با عنوان فساد اقتصادی می‌شناسند و شاید به تعبیری دیگر، فساد اقتصادی است که بیش از سایر انواع فساد، آنها را تحریک و ناراحت نموده و به واکنش مجازی واداشته است.

در وهله بعد از فساد اقتصادی، فساد اداری قرار دارد. بیش از هر نوع نقض هنجار اداری، این پارتی‌بازی و فامیل‌گرایی است که کاربران را تحریک نموده و وادار به واکنش منفی نموده است. همچنان که یکی از کاربران می‌گوید:

«این روزها نمونه ژن خوب یا ژن برتر توسط بعضی از قدرت‌طلبان در جامعه رواج پیدا کرده که مردم عادی به اسم پارتی یا رانت یا فامیل‌گرایی می‌شناسنش...».

پارتی‌بازی در نهادهای دولتی متفاوتی می‌تواند صورت گیرد. کاربران از سویی به پارتی‌بازی در مرحله استخدام در دستگاه‌ها و نهادها اشاره نموده‌اند و از سوی دیگر به پارتی‌بازی در مرحله رسیدگی به جرائم مفسدانه اشاره داشته‌اند.

جدول (۲) ابعاد تبیین وضعیت موجود فساد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گزاره/مفهوم
تبیین وضعیت موجود فساد	فراگیرشدن فساد	فساد کم‌کم مثل سرطان پخش می‌شود
		فساد در همه ابعاد سازمان یافته است
		نهادینه شدن فساد
		فساد اپیدمیک شده و جامعه را دربرگرفته و به درون زیست ما رسوخ کرده است
		فساد سیستماتیک شده است
		درگیرشدن همه کارمندان و ارباب‌رجوعان در فساد
	انزجار از فساد بین مسئولین	فساد از سوی مسئولین به پایین اعمال می‌شود
		آغاز فساد از خود دولت

ادامه جدول (۲) ابعاد تبیین وضعیت موجود فساد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گزاره/مفهوم
		مسئولین خودشان اختلاس کننده هستند
		دولت فاسد و دزد
		هر دو جناح سیاسی در فساد اقتصادی به یک اندازه مؤثر هستند
		فساد مسئولان و بستگانشان
	درماندگی مردم از فساد	خستگی مردم از فساد اقتصادی
		ستوه مردم از فساد اقتصادی
		فساد اداری طاقت را طاق کرده است
	علت یابی فساد	فقدان شفافیت
		رانت خواری
		دولتی بودن اقتصاد
		بانک‌ها، بستر تولید جرم
		رسانه‌های انحصاری و غیر آزاد
		فقدان نظارت مدنی
		تعارض منافع
		فقدان نظارت دولت بر دستگاه‌ها
		سیاست‌های فسادزای دولت
		عدم دسترسی آزاد به اطلاعات
		بازگشت مسئولان فاسد بعد از بازنشستگی
	تبیین نتایج فساد	فساد اقتصادی انقلاب را زمین می‌زند
		فساد عامل نابودی کشور ماست نه جنگ
		فساد اقتصادی خانمان برانداز است
		رشوه ساختار را به باد داده است.
		بهشت بر مسئولان مفسد حرام است
		عذاب سخت آخرت در انتظار مدیران فاسد

جدول (۴) مکانیسم‌های اعتراض علیه فساد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گزاره/مفهوم
مکانیسم‌های اعتراض علیه فساد	ارائه شیوه‌های مقابله با فساد	اعدام مفسدان
		اخراج مفسدان از دولت
		شفافیت
		رفع تعارض منافع

ادامه جدول (۴) مکانیسم‌های اعتراض علیه فساد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گزاره/مفهوم
		آموزش از کودکی
		تقویت ایمان
		مطالبه‌گری مردم
		نظارت و مسئولان نظارتی قوی و سالم
		انتخاب رئیس قوه مجریه باعرضه
	دعوت به اعتراض علیه فساد	افشاء مسئولان فاسد
		انعکاس تجمعات اعتراضی مالباختگان مؤسسات مالی
		اعتراض سلبریتی‌ها به مفاسد اقتصادی
	اعتراض به نحوه مقابله با فساد	برخورد با ریزه‌خوارها نه مفسدان
		پارتی‌بازی و عدم برخورد با بستگان مسئولان دولتی
		ترس نهادهای نظارتی از افشای نام مفسدان
		فرافکنی به‌جای حل فساد
		مبارزه با تخلفات کوچک نه مفاسد بزرگ افراد دارای قدرت
		عدم امنیت افشاءکنندگان فساد

همچنان‌که می‌بینیم یافته‌ها به ما نشان می‌دهند که ۹ مقوله فرعی ظهور نموده‌اند که عبارتند از: فراگیرشدن فساد، فساد نابودکننده ساختار، انزجار از دولت فاسد، درماندگی مردم از فساد، علت‌یابی فساد، نتیجه فساد، ارائه شیوه‌های مقابله با فساد، دعوت به اعتراض علیه فساد، اعتراض به نحوه مقابله با فساد. در ادامه، به بررسی مقولات اصلی و فرعی ظهور یافته می‌پردازیم.

تبیین وضعیت موجود فساد

یکی از مهم‌ترین وجوهی که به آن پرداخته شده، بازنمود تبیین وضعیت کنونی فساد توسط کاربران است. یکی از مقولات ظهور یافته در این زمینه، «فراگیرشدن فساد» است. تعبیر متفاوتی همچون «سیستماتیک شدن»، «سرطانی شدن»، «نهادینه شدن» و «سازمان یافته‌شدن فساد»، نشان از همین امر دارد. تعبیر یکی از کاربران این است: «فساد، اپیدمیک شده و جامعه را دربرگرفته و به درون زیست ما رسوخ کرده است».

این درک از فساد سبب شده که آنها احساس خشم و انزجار نسبت به دولت پیدا کنند. مقوله فرعی بعدی «انزجار از فساد بین مسئولین» است. پست‌هایی که اشاره به نفوذ فساد در مسئولین دولتی و وابستگان‌شان دارند، همگی نشان از این ناراحتی دارد و به نظر می‌رسد این امر، سطحی از بی‌اعتمادی نسبت به دولت ایجاد کرده و آن را با عباراتی مثل آنچه در ادامه می‌آید بروز می‌دهند.

«هر دو جناح سیاسی در فساد اقتصادی به یک اندازه مؤثر هستند».

مقوله دیگری که ارائه شده، «درماندگی مردم از فساد» و در واقع، خستگی و به ستوه آمدن آنها از فسادهایی است که پیش از این در قسمت گونه‌شناسی مورد بررسی قرار گرفته است. درماندگی از فساد، حالتی است که طی آن افراد جامعه، ساختار را درگیر فساد می‌بینند و خود نیز به دلیل احساس بی‌قدرتی نمی‌توانند اقدامی انجام دهند. یکی از کاربران بعد از اشاره به افزایش نرخ برخی کالاهای اساسی، این مقوله را با این تعبیر نشان می‌دهد:

«تنها راه باقی‌مونده تأسف خوردنه. نهایتش زدن طرحی جهت همدردی».

تبیین فساد از سوی کاربران به همین سطح ختم نمی‌شود. آنها در ادامه، به «علت‌یابی فساد» می‌پردازند. لذا کاربران صرفاً به بیان وضعیت موجود اکتفاء نمی‌کنند، بلکه درصدد تبیین علل بروز فساد در ایران نیز هستند. در این میان، این بسیار مهم است که چه نوع عللی بیشتر مورد پسند کاربران واقع شده و به همین دلیل به یک پست اینستاگرامی تبدیل می‌شود. به بیان کاربران، عللی همچون عدم دسترسی آزاد به اطلاعات، فقدان شفافیت، فقدان نظارت مدنی و فقدان نظارت دولت بر دستگاه‌ها و انحصاری بودن رسانه‌ها باعث می‌شوند تا نظارت بر دولت کم باشد و هزینه ارتکاب فساد زیاد نباشد. عللی همچون رانت‌خواری، تعاض منافع، دولتی بودن اقتصاد و سیاست‌های فسادزا نیز بستر ایجاد فساد را فراهم می‌کنند. فساد مسئولان و وابستگان‌شان نیز باعث بروز موارد فساد بیشتر می‌شود. لذا به نظر می‌رسد در مجموع علل گسترده‌ای برای فساد مطرح شده که البته بیشتر آنها در زمره عوامل سیاسی و اقتصادی بروز فساد هستند و تا حد بسیار زیادی نیز این علل در سطح کلان قرار دارند.

کاربران علاوه بر علت‌یابی فساد به برخی «نتایج فساد» هم اشاره می‌کنند. برخی از کاربران، فساد در ایران را تا اندازه‌ای مهم و ریشه‌دار می‌دانند که از آن به‌عنوان عامل نابودکننده ساختارها یاد می‌کنند و آن را خطری داخلی می‌دانند که بسیار خطرناک‌تر از خطرات خارجی

می‌باشد. برخی دیگر نیز به عواقب اخروی مفسدان اشاره می‌کنند و این امر را با عباراتی مثل عبارت زیر نشان می‌دهند:

«سوء مدیریت و فساد مدیران، عذاب آخرت را برایشان دربردارد».

مکانیسم‌های اعتراض علیه فساد

کاربران پس از تبیین وضعیت موجود فساد، از مکانیسم‌هایی برای اعتراض نسبت به آن در اینستاگرام استفاده می‌کنند. اولین مکانیسم، «ارائه شیوه‌های مقابله با فساد» است. لزوم شفافیت، مطالبه‌گری مردم، نظارت بر دستگاه‌ها، انتخاب درست رئیس قوه مجریه، نظارت و مسئولان نظارتی قوی و سالم و اعدام مفسدان از جمله شیوه‌های سیاسی هستند. به‌طور مثال کاربری در صفحه خود این پست را گذاشته است:

«پیشنهادی از جانب مردم به مسئولان شما حساب ما را چک کنید ما هم حساب شما را».

یا کاربر دیگری این پست را گذاشت است:

«وجود قضات سالم در جهت مقابله با فساد لازم و ضروری است. با دستگاه قضایی ناسالم،

مبارزه با فساد توهمی بیش نخواهد بود».

اخراج مفسدان از دولت و رفع تعارض منافع، از جمله شیوه‌های بروکراتیک می‌باشند و هر دو دسته در زمره مکانیسم‌های کلان مقابله با فساد هستند و منظور از کلان یعنی از سطوح بالای جامعه به سمت پایین انجام می‌شود، اما مواردی همچون آموزش از کودکی و تقویت ایمان، مکانیسم‌های خرد مقابله با فساد هستند و منظور از خرد یعنی شیوه‌هایی که از سطوح پایین به بالای جامعه انجام می‌شود.

رسانه‌های اجتماعی امکان کنش آزادانه کاربران را فراهم و به او عاملیت اعطاء می‌کنند. این کنش آزادانه خود را در تولید محتوا نشان می‌دهد. کاربری که وارد رسانه اجتماعی اینستاگرام می‌شود، در مواجهه با فساد موجود در جامعه، در یک مرحله به تبیین وضعیت فساد در سطوح مختلف از علت‌یابی تا عاقبت‌اندیشی می‌پردازد و نهایتاً در مرحله بعد با امکاناتی که در اختیار دارد، اقدام به اعتراض علیه آن می‌کند. مقوله اصلی «دعوت به اعتراض علیه فساد» به همین مرحله اشاره دارد. آنها از دیگران تقاضا می‌کنند که به افشاگری علیه فساد بپردازند و حتی تا جایی که می‌توانند در تجمعات اعتراضی شرکت کنند. به‌طور مثال کاربری درج کرده است:

«فساد مسئولان را هوار بکشید».

از سوی دیگر اخبار، عکس‌ها و فیلم‌های همین تجمعات اعتراضی توسط کاربران منتشر می‌شود. یکی از مکانیسم‌های اثرگذاری که از آن استفاده می‌شود نیز آن است که برای تحریک دیگران، اعتراضات سلبریتی‌ها به فساد را نیز منتشر نموده و تحسین می‌کنند. راهبرد فعالانه دیگر «اعتراض به نحوه مقابله با فساد» است. آنها شیوه‌های مقابله نهادی نظارتی با فساد، نظارت نموده و اعتراضات خود را در مورد نحوه برخورد، به اشکال مختلف ابراز می‌دارند. آنها اظهار می‌دارند که قدرت مفسدان تا حدی است که نهادهای نظارتی از افشای نام آنها و مبارزه و دستگیری آنها می‌ترسند؛ لذا تلاش می‌کنند صرفاً افرادی را که در موقعیت‌های قدرت نیستند مورد تعقیب قرار دهند. در این میان اگر کسی که منصوب به نهادهای نظارتی نیست بخواهد افشاگری کند، نه تنها از حمایتی برخوردار نمی‌شود، بلکه امنیت نیز نخواهد داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر با هدف پاسخگویی به این سؤال اصلی که «مسئله فساد چطور در اینستاگرام بازنمایی می‌شود؟» انجام شد. با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، پست‌ها، عکس‌ها و ویدئوهای ۱۶۰ پست اینستاگرام مورد تحلیل قرار گرفت و نهایتاً ۶۱ مفهوم، ۸ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی استخراج شد.

نتایج حاکی از این است که کاربران ذیل چهار بعد فساد (فساد اقتصادی، اداری، سیاسی و قضایی) به ۹ نوع فساد اشاره نموده‌اند؛ این موارد در سطوح خرد، میانه و کلان قرار دارند. علاوه بر این، نشان می‌دهند که حساسیت کاربران نسبت به فسادهای اقتصادی بیشتر از سایر انواع است. کاربران به سطوح متفاوت فساد اقتصادی (خرد - میانه - کلان) اشاره داشته‌اند، ولی با این حال، بیش از همه، فسادهای سطح کلان و فسادهای مرتبط با مسئولان دولتی آنها را به واکنش واداشته است. مشکلات معیشتی مردم باعث می‌شود که آنها به فسادهایی چون اختلاس حساس‌تر شوند و واکنش بیشتری نسبت به این دست موارد نشان دهند. آکرمن^۱ (۱۳۹۴) بر این باور است که فساد سطح کلان می‌تواند دولت را به مرز فروماندگی و تضعیف اقتصاد بکشاند. در این شرایط، مقامات ارشد و سیاست‌مداران محیط‌هایی نهادی ایجاد می‌کنند که سبب ثروت‌مند شدن نامشروع ایشان می‌شود (آکرمن، ۱۳۹۴: ۱۳۳).

واکنش کاربران نسبت به فساد را می‌توان به سه دسته تقسیم نمود. در دسته اول، کاربران به توصیف وضعیت موجود فساد می‌پردازند. مقولات فرعی این بخش یک نظم ترتیبی

دارند. یعنی کاربران ابتدا به فراگیر شدن فساد اشاره می‌کنند که این در راستای نتایج سایر مطالعات (رفیع‌پور، ۱۳۸۸) است، سپس اثرات تخریب‌کننده آن بر ساختار جامعه را اذعان می‌دارند، سپس نسبت به مسئولین فساد احساس خشم نموده و نهایتاً از وضعیت موجود درمانده می‌شوند.

پیش از این گفتیم که کاربران عموماً به فساد سطح کلان نقد وارد می‌کنند. باید گفت که این سطح از فساد به‌گونه‌ای است که در آن مردم در موقعیتی نیستند که مسئله را اصلاح کنند (آکرم، ۱۳۹۴: ۱۳۴) و از این رو، احساس درماندگی می‌کنند. این موارد سبب می‌شود که کاربران به علت‌یابی و عاقبت‌اندیشی در این باب بپردازند. تمامی مقوله‌هایی که ذیل مقوله اصلی تبیین وضعیت موجود فساد قرار می‌گیرند، در حقیقت بخشی از کارکرد شفافیت بخشی به فضای جامعه را ایفا می‌کنند. شفافیت عاملی است که خطرپذیری ارتکاب عمل مفسدانه را افزایش می‌دهد. اندرسن^۱ و همکاران (۲۰۱۱) فضای مجازی اینترنتی را عاملی برای کاهش جذابیت رفتار مفسدانه می‌دانند؛ بدین صورت که مردم اقدامات نادرست سیاستمداران و کارمندان را رصد نموده و در اینترنت منتشر می‌کنند.

مقوله اصلی بعدی شیوه‌های اعتراض علیه فساد است. کاربران سعی می‌کنند در این مرحله به یک عنصر آگاهی‌بخش برای جامعه و سایر کاربران تبدیل شوند و برای مردم ناراضی از فساد توضیح دهند که چرا فساد به این شکل رواج یافته است. این از جمله اولین مراحل است که کاربر احساس می‌کند خود باید در برابر فساد اقدام به کنش‌گری کند. کاربران از اعتراضاتی که علیه فساد صورت می‌گیرد حمایت می‌کنند و سعی می‌کنند اقدامات اعتراضی را سامان ببخشند و در این راه، حتی از نهادهای نظارتی نیز انتقاد می‌کنند که با نتیجه مطالعه کوسو و همکاران (۲۰۱۷) هم‌راستا است. این مقوله بیشتر نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در ایران به‌عنوان منبع مهمی در شکل‌گیری جامعه مدنی هستند. یکی از مهم‌ترین راهکارها در کاهش فساد، توسعه جامعه مدنی یا به تعبیر هابرماس، حوزه عمومی است. فعالیت کاربران در اینستاگرام به گسترش حوزه عمومی کمک می‌کند. رسانه‌های اجتماعی، به دلیل تعاملی بودن، از سویی فرصت کاربران برای تغییر و درمیان‌بودگی را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، به آنها توانایی مداخله و تغییر تصاویر و متون را می‌دهد (Lister, 2003: 19-21) و از این رو، بستر مناسبی برای شکل‌گیری کنش ارتباطی هابرماسی در حوزه فساد هستند و ادراک شهروندان از

1 Andersen

فساد را نشان می‌دهد. گسترش حوزه عمومی به معنای تقویت جامعه مدنی است. تقویت جامعه مدنی نیز مساوی کاهش فساد است (دینی ترکمانی، ۱۳۹۲: ۷۵). آنجایی که کاربران اقدام به اعتراض صریح نسبت به فساد می‌کنند، گرچه ممکن است حتی در برخی جاها زیاده‌روی کنند، اما با این حال، همین اعتراضات پاسخگویی اجتماعی ایجاد می‌کند. در مجموع آنچه از نتایج این مطالعه برمی‌آید این است که اثرگذاری اینترنت و فضای مجازی از کانال رسانه اجتماعی اینستاگرام بر کاهش فساد است. محققین بسیاری نیز در مطالعات خود این قضیه را تأیید می‌کنند (Papacharissi, 2002; Andersen et al., 2011; Rasmuccen, 2014; Graham, 2015; Hha & Sarangi, 2017; Kossow et al., 2017; Enikolopov, 2018).

به هر حال، امروزه رسانه‌های اجتماعی در جامعه ما گسترده شده‌اند. این رسانه‌ها به شکل گیری فضای عمومی برای بحث پیرامون فساد منجر می‌شوند و یکی از فضاهای مناسبی است که می‌توان واکنش‌های کاربران به فساد را در آن رصد نمود. باید به این نکته توجه داشت که ادراک مردم از فساد اهمیت زیادی دارد؛ چون مبنای عمل آنها، آمارهای رسمی ارائه شده از میزان فساد موجود در کشور نیست و مبنای عمل آنها را نحوه ادراکشان از این پدیده تعیین می‌کند. به هر حال، آنچه مشهود است این می‌باشد که این حوزه مطالعاتی نیازمند توجه و بررسی‌های بیشتر است. پیشنهاد می‌شود که مطالعات طولی آنلاین و آفلاین، به‌طور هم‌زمان انجام شوند و ادراک کاربران از فساد مورد سنجش قرار گیرد.

از آنجایی که نوع درک و احساس مردم نسبت به یک واقعیت اجتماعی مهم‌تر از خود آن واقعیت است، پیشنهاد می‌شود تا دستگاه‌های نظارتی با رجوع به یافته‌های این تحقیق تلاش کنند تا برخوردها با مفسدین اقتصادی به‌گونه‌ای در سطح گسترده رسانه‌ای شود که بازتاب آن در رسانه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام دیده شود. لذا صرف برخورد با مفسدین کفایت نمی‌کند و تغییر درک و احساس عمومی مردم نیز اهمیت دارد. گرچه کاربران اینستاگرام نماینده همه مردم جامعه نیستند، ولی همچنان که در مقدمه بیان شد، تعداد کاربران اینستاگرام زیاد هستند و اثرگذاری‌های اجتماعی دارند.

منابع

- آمار ایرانی‌ها در تلگرام و اینستاگرام/۱۰۰ هزار کانال ایرانی داریم (۱۳۹۵). <https://www.mehrnews.com/news> (دریافت شده ۱۱ اسفند، ۱۳۹۶).
- آمار کاربران ایرانی اینستاگرام اعلام شد (۱۳۹۶) سایت اقتصادآنلاین <http://www.eghtesadonline.com> (دریافت شده ۱۱ اسفند، ۱۳۹۶).
- آکرمن، سوزان رز (۱۳۹۴) «اقتصاد نهادی فساد»، چشم‌اندازهای نظری فساد، تهران، آگاه، صص ۱۵۱ - ۱۲۱.
- افتاده، جواد (۱۳۹۴) رسانه‌های اجتماعی، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- ایمان، محمدتقی، نوشادی، محمدرضا (۱۳۹۰) «تحلیل محتوای کیفی، پژوهش»، ۲(۲)، ۴۴ - ۱۵.
- حبیب زاده، اصحاف، و شریف شهری، میرکاظم (۱۳۹۴). نقش رسانه‌ها (مطبوعات) در مبارزه با جرایم اقتصادی. پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، ۱۰(۱) (مسلسل ۳۷)، ۵۵-۷۸.
- حسینی هاشم‌زاده، داود (۱۳۹۴) «مفهوم‌شناسی، تعاریف و گونه‌شناسی فساد»، تهران، آگاه، ۵۶ - ۲۵.
- دینی ترکمانی، علی (۱۳۹۲) «باید با مفسدان برخورد یکسان شود»، ماهنامه سیاسی، فرهنگی نسیم بیداری، ۳۵، ۷۶ - ۷۴.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۸) سرطان اجتماعی فساد، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- العطاس، حسین (۱۳۹۵) مسئله فساد، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۶) فساد و رسانه‌ها در عصر انقلاب اطلاعاتی: افشای فرایندهای فسادانگیز، اطلاعات حکمت و معرفت، ۱۶، ۳۵ - ۲۹.
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۹۲) «چرخه‌های فساد و استبداد»، ماهنامه سیاسی - فرهنگی نسیم بیداری، ۳۵، ۷۳ - ۷۱.
- گیوریان، حسن (۱۳۹۱) «نقش رسانه‌های جمعی در کنترل فساد اداری»، مطالعات رسانه‌ای، ۷، شماره ۲ (پیاپی ۱۷)، ۱۴۸ - ۱۴۱.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸). تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها. مجله انسان‌شناسی (نامه انسان‌شناسی)، ۲(۱۰)، ۱۲۷-۱۶۰.
- نرگسیان، عباس، هژبرافکن‌خلاری، حسن، معینی‌کریکندی، محمدرضا (۱۳۹۴) «مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)». مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)، ۲۳، ۷، ۶۵۶ - ۶۳۷.

- وفایی یگانه، رضا (۱۳۹۲) « راهکارهای قانونی مقابله با فساد»، ماهنامه سیاسی - فرهنگی نسیم بیداری، ۳۵، ۸۵-۸۴.
- همایونی، غلامحسین (۱۳۸۸) «روش‌های سنجش فساد»، دو هفته‌نامه علمی - تحلیلی گزارش پژوهشی، ۷، ۶۶ - ۱.
- هوبرتس، لئو دبلیو. جی. سی (۱۳۹۴) «رویکرد چندگانه به پژوهش‌های فساد: به‌سوی یک چارچوب چندسطحی جامع برای مطالعه و علت‌شناسی فساد، اقتصاد نهادی فساد»، چشم‌اندازهای نظری فساد، تهران، آگاه، صص ۳۳۳ - ۳۰۱.
- Andersen, Thomas Barnebeck, Bentzen, Jeanet, Dalgaard, Carl - Johan & Selaya, a. Pablo (2011) "Does the Internet Reduce Corruption? Evidence from U. S. States and across Countries". *The World Bank Economic Review*, 31 - 31.
- Camaj, L. (2013). The Media's Role in Fighting Corruption: Media Effects on Governmental Accountability. *The International Journal of Press/Politics*, 18(1), 21-42.
- Corruption perception index (2018) <https://www.transparency.org/country/IRN> (Retrieved February 28, 2018).
- Enikolopov, Ruben, Petrova, Maria, Sonin, Konstantin (2018) "Social Media and Corruption", *American Economic Journal: Applied Economics*, 10(1), 174 - 150.
- Graham, Todd (2015) Everyday political talk in the Internet - based public sphere, *Handbook of Digital Politics*, UK , pp. 247 - 263 .
- Hogan, B. W. a. B (2004) "The Immanent Internet. Netting Citizens: Exploring Citizenship in a Digital Age", Edinburgh: St. Andrew Press, pp. 54 - 80 .
- Hsieh, Hsiu - Fang, Shannon, Sarah E (2005) "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative health research*, 15, 1288 - 1277.
- Hu, Yuheng, Manikonda, Lydia, Kambhampati, Subbarao (2014) "What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types", Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, University of Michigan.
- Internet world stats (2018) "Top 20 Countries with the Highest Number of Internet Users", <http://www.internetworldstats.com/> (Retrieved October 20, 2015).
- Jha, Chandan Kumar, Sarangi, Sudipta (2017) "Does social media reduce corruption?", *Information Economics and Policy*, 39, 60 - 71.
- Kossow, Niklas , Martínez, Roberto, & Kukutschka, Barranco (2017) "Civil society and online connectivity: controlling corruption on the net?", *Crime, Law and Social Change*, 68(4), 476 - 459.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Lain, Kelly, Kieran (2003) *New Media: A Critical Introduction*, Canada, Routledge.

- Miller, Daniel, Costa, Elisabetta, Haynes, Nell, Nicolescu, McDonald, Tom Nicolescu, Razvan, Sinanan, Jolynna, Spyer, Juliano, Venkatraman, Shriram, Wang, Xinyuan (2016) *How the World Changed Social Media*, London, UCL press.
- Most famous social network sites worldwide as of January 2018, ranked by number of active users (in millions) (2018) <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (Retrieved February 28, 2018).
- Papacharissi, Zizi (2002) "The virtual sphere: The internet as a public sphere", *New Media & Society*, 4(1), 27 - 29.
- Rasmussen, Terje (2014) "Internet and the Political Public Sphere", *Sociology Compass*, 8(12), 1315 - 1329 .