

Urban Identity and the Fluidization Process of Identity in the New Cities: A Pathological Attitude

Aliashraf Nazari*

E-mail: aashraf@ut.ac.ir

Fatemezhahra Khoshakhlagh**

E-mail: fatemeh.khoshi99@gmail.com

Received: 2024/01/11

Revised: 2024/05/25

Accepted: 2024/05/29

Doi: 10.22034/RJNSQ.2024.435056.1564

Abstract:

In this sense, identity and the emergence of crisis have been one of the most important social and political concepts after modernity in sociological studies. This concept was considered as an element of social life after the industrial revolution and changes in the social life of modern humans. Cities, as the platform of social life, which have provided a distinct and new life for today's humans, have been influential in different aspects of the fluidization of identity. Therefore, the main question of the current research is: How does the fluidization of human identity occur in the context of the new city? The main hypothesis of the current research is: "The increase in the role of the new city in the identification of today's people has reduced the coherence and integrity of the identity, which leads to the fluidity of multiple identities". In this research, the ideas of the French thinker Henri Lefebvre about the city and space were chosen as a theoretical framework, and the data analysis method is the discourse analysis method of Laclau and Mouffe. The documentary method has also been used in the data collection method.

Keywords: Fluidity of Identity, New Cities, Discourse Analysis, Space.

* Associate Professor, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).

** Master's Student in Political Science, Political Thought, University of Tehran, Tehran, Iran.

هویت شهری و روند سیال‌شدگی هویت در شهرهای نوین؛ نگرشی آسیب‌شناختی

نوع مقاله: پژوهشی

علی‌اشرف نظری*

E-mail: aashraf@ut.ac.ir

فاطمه‌زهرا خوش‌اخلاق**

E-mail: fatemeh.khoshi99@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۳/۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۳/۹

چکیده^۱

هویت و بروز بحران در این مفهوم یکی از مهم‌ترین مفاهیم اجتماعی و سیاسی پس از مدرنیته در مطالعات جامعه‌شناسانه بوده است. این مفهوم به‌عنوان یک عنصر زندگی اجتماعی پس از انقلاب صنعتی و تحولات زندگی اجتماعی انسان مدرن مورد توجه قرار گرفت. شهرها به‌عنوان عرصه و بستر زندگی اجتماعی که حیاتی‌ترین و جدید برای انسان امروز فراهم آورده‌اند در ابعاد مختلف سیال‌شدگی هویت تأثیرگذار بوده‌اند؛ از این‌رو، پرسش اصلی پژوهش کنونی این است که چگونه سیال شدن هویت انسان امروز در بستر شهر جدید رخ می‌دهد؟ فرضیه اصلی پژوهش حاضر این است که «افزایش نقش شهر جدید در هویت‌یابی انسان امروز، موجب کاهش میزان انسجام و یکپارچگی هویتی شده است که این امر سیالیت هویت‌های متکثر را در پی دارد». در این پژوهش تلاش شده است از نظریات اندیشمند فرانسوی، هنری لوفور در باب شهر و فضا به‌عنوان چهارچوب نظری استفاده شود و بحث در زمینه روش تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل گفتمان لاکلاو و موفه تبیین گردد. در بخش روش جمع‌آوری اطلاعات نیز از روش اسنادی بهره گرفته شده است.

کلیدواژه‌ها: سیال‌شدگی هویت، شهرهای نوین، تحلیل گفتمان. فضا.

* دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، گرایش اندیشه سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

** مقاله حاضر، مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «هویت و روزمرگی، بررسی تحول نقش روزمرگی

در برساخته شدن هویت انسان امروز» در دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران (۱۴۰۲) است.



مقدمه و بیان مسئله

«از من به دور که در پی بازتعریف معنای انگاره هویت باشم. پرسش بنیادین فلسفی خودت را بشناس! از سقراط تا فروید، در میان خیل بی‌شمار فضلا و دانشوران موضوع هویت بوده است. امروز رویکرد به این موضوع و از نو پیش کشیدن حرف آن، صلاحیت و معلوماتی بیش از داشته‌های من و تهور و پروایی بس افزون‌تر را طلب می‌کند...» (معلوف، ۱۳۹۷: ۱۱).

هویت هر فرد از عناصری ساخته می‌شود که آشکارا به مشخصات ثبت‌شده در اسناد رسمی محدود نمی‌شود. البته برای بیشتر افراد این فاکتورها در تابعیت یک سنت دینی، تابعیت یک و گاه دو ملیت، تابعیت یک حرفه، نهاد یا محیط اجتماعی خاص خلاصه می‌شود؛ اما فهرست بلند و بالاتر از این حرف‌ها است و در واقع، نامحدود است. «البته همه این تابعیت‌ها به یک اندازه پررنگ و مایه نیستند، دست‌کم در هر لحظه ممکن؛ اما هیچ‌کدام هم کاملاً ناچیز و بی‌قدر نیستند... درحالی‌که هریک از این عناصر ممکن است جداگانه در افراد بسیاری پیدا شود، هیچ‌گاه ترکیب یکسانی از آن‌ها در مردم مختلف دیده نمی‌شود و همین امر به هر فرد غنا و ارزش می‌بخشد و هر انسانی را یگانه و بی‌عوض می‌سازد» (معلوف، ۱۳۹۷: ۱۹).

می‌توان هویت را پاسخی دانست که فرد به پرسش «من کیستم؟» ارائه می‌کند. آنچه در این پژوهش موردنظر است، بیان این نکته است که هویت امری پیچیده، یکپارچه، متمایز و درعین‌حال منعطف است؛ درحقیقت، باوجود اینکه از منابع گوناگونی تغذیه می‌شود نمی‌توان ابعاد مختلف هویت فردی را منقطع دانست و مرزبندی دقیقی در حوزه‌های متنوع هویت ارائه داد و ازسوی دیگر، هویت هر فرد خاص و بی‌بدیل است. مفهوم هویت در مراحل مختلف زندگی فرد شکل می‌گیرد و متحول می‌شود.

در مفهوم سیال‌شدگی هویت انسان امروز نیز که در متن مورد اشاره قرار گرفته، درحقیقت مقصود از سیال‌شدگی تحولات دائمی هویت فردی است که در آن تعریف فرد از خودش وابسته به مقولات متعدد و متنوعی می‌شود که در هر زمان بعدی با اهمیت‌تر و پررنگ‌تر شده است و کلیت تعریف فرد از خودش را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. برای مثال، پاسخ فرد در پرسش «کیستی؟» به مکانی وابسته می‌شود که در آن پرسش مطرح می‌شود؛ در محل کار و یا در محیط زندگی، فرد «من‌های» متفاوتی را به نمایش می‌گذارد و یا در روزهای مختلف، هویت‌های مختلفی از فرد بروز می‌کند. در این موقعیت‌های خاص، یک یا چند کانون هویتی فرد، تأثیر پررنگ‌تری می‌گذارند و خود هویت خاصی را برای او رقم می‌زند. سیال‌شدگی هویت به دلیل وجود کانون‌های متعدد

و متنوع هویت‌دهی که تا پیش از وضعیت پست‌مدرن محدودتر بوده‌اند، شکل می‌گیرد. وضعیت پست‌مدرن در دل شهرهای جدید شکل می‌گیرد و تغییر شکل می‌دهد؛ بنابراین، مسئله اصلی پژوهش کنونی بررسی این سیال‌شدگی در بافت شهر جدید است. در این پژوهش، متغیر مستقل شهر جدید و متغیر وابسته سیال‌شدگی هویت انسان امروز است. همچنین، تلاش می‌شود ضمن ارائه تعریف دقیق و جامع از شهرها با استفاده از نظریات هانری لوفور، گفتمان سیال‌شدگی هویت مورد بررسی قرار گیرد و عناصر اصلی آن شناسایی شوند تا در نهایت، بتوان ارتباط میان شهر جدید و گفتمان سیال‌شدگی هویت را با استفاده از مباحث مطرح‌شده شناسایی نمود و فرضیه پژوهش را رد و یا تأیید کرد.

پیشینه پژوهش

کتاب *رام کردن پلنگ* (جستاری در باب هویت) نوشته امین معلوف (۱۳۹۷)، در پنج فصل به همراه مقدمه گردآوری شده است. فصل‌های دوم و سوم این کتاب با عنوان «مدرنیته و دیگری» و «عصر تیره و طایفه‌های جهانی» بیشترین همپوشانی را با مطالب پژوهش حاضر دارد. امین معلوف در این بخش‌ها ابتدا به تأثیر تجدد در ایجاد یک دیگری در مقابل خود می‌پردازد و تبارگری را واکنشی بر این دیگرسازی می‌داند. نویسنده در نتیجه به تهدید جهانی شدن علیه هویت‌های گوناگون مناطق مختلف جهان اشاره می‌نماید. او در این کتاب سعی دارد به این نکته بپردازد که چگونه می‌توان بدون از دست دادن هویت، مدرن شد؟ کتاب *هویت به مثابه / ایدئولوژی* نوشته سنیشا مالشویچ (۱۳۹۶) است. این اثر در نه فصل گردآوری شده است که فصول اول و نهم بیشترین همخوانی را با متن پژوهش حاضر دارند. فصل اول کتاب با عنوان «هویت قومی و ملی: نقد مفهومی» در زمینه کاربردهای مختلف مفهوم هویت سخن می‌گوید و این مفهوم را ابداع عصر مدرن به شمار می‌آورد. نویسنده بر این باور است که مفاهیمی مانند هویت، فردیت و خود در جهان‌های اجتماعی مختلف معانی متفاوتی را حمل می‌کنند. در فصل نهم کتاب با عنوان «پاکسازی قومی، ملت‌سازی و مدرنیته» نویسنده به تأثیر هویت افراد بر در خطر قرار گرفتنشان در عصر مدرن می‌پردازد. همچنین، در تلاش برای آشکار کردن روابط میان برداشت از هویت در عصر مدرن و جنایات فراگیر است.

کتاب *آنری لوفور، مقدمه‌ای انتقادی* نوشته اندی مرفیلد (۱۴۰۰) و ترجمه امین علی محمدی، یکی از جدیدترین کتاب‌های ترجمه‌شده در نقد آثار هنری لوفور به فارسی است. در فصل نخست این کتاب که بیشترین نزدیکی را با موضوع مورد بررسی



پژوهش کنونی دارد به صورت مختصر و با دیدگاه انتقادی، به بررسی آرای این فیلسوف فرانسوی در باب شهر پرداخته شده است.

مقاله «بررسی نقش مصرف فرهنگی بر هویت دانش‌آموزان دبیرستان منطقه پنج تهران» نوشته عیسی خواجه‌وند احمدی (۱۴۰۲)، پس از بررسی مفهوم مصرف و ارائه دیدگاهی گسترده از این مفهوم به مصرف کالاهای فرهنگی در جهان جدید و تأثیرات این نوع مصرف‌گرایی بر هویت پرداخته و ارتباط این دو مؤلفه را در جامعه مورد مطالعه خود بررسی کرده است و همچنین، هویت را یکی از تأثیرپذیرترین مؤلفه‌ها از مصرف‌گرایی و هویت جهانی به‌شمار می‌آورد؛ بنابراین، از این منظر، ارتباطی نزدیک با دیدگاه پژوهش حاضر دارد.

مقاله «رویکرد جامع روش‌شناختی برای ارزیابی هویت شهری» نوشته حسن محمد منصور، فرناندو براندو آلوز و آنتونیو ریکاردو داکوستا (۲۰۲۳) در باب ارتباط شهرها و هویت به نگارش درآمده است. در فاز اول مقاله نویسندگان رویکردهای توصیفی و تحلیلی هویت شهری را شناسایی و بررسی کرده‌اند و در فاز دوم، یک روش برای ارزیابی هویت شهری براساس بینش‌های حاصل از تحلیل نظری ارائه داده‌اند.

در آثار بررسی‌شده توسط پژوهشگران به جنبه‌های مختلفی از مفاهیم مورد بررسی پژوهش پرداخته شده است؛ اما رابطه میان دو مؤلفه هویت به‌ویژه در شرایط سیال‌شدگی و شهر جدید مورد توجه قرار گرفته و این بحث نوآوری پژوهش کنونی به‌شمار می‌رود.

چهار چوب نظری

پژوهش حاضر را اندیشه‌های اندیشمند فرانسوی، هنری لوفور در باب مفهوم شهر شکل می‌دهد. لوفور بر این باور است که با اولین و اساسی‌ترین تقسیم کار، جدایی میان شهر و روستا نیز اتفاق افتاد. کارها براساس سن و جنس (تقسیم کار بیولوژیکی) تقسیم شده و ابزارآلات و مهارت‌ها سازمان کار را تعیین کردند (تقسیم کار تکنیکی). تقسیم کار اجتماعی میان شهر و روستا با جدایی میان کار فکری، کار یدی و متعاقباً جدایی میان کار طبیعی و کار معنوی همراه بود. کار فکری در حوزه وظایف شهر قرار گرفت؛ کارهایی مانند سازمان‌دهی و رهبری، فعالیت‌های سیاسی و نظامی، توسعه دانش نظری (فلسفه و علوم). روستا چه در شکل واقعی و چه در قالب بازنمایی، با طبیعت، هستی و ذاتی بودن معنا شد و شهر هم‌ردیف کار، اراده، سوژکتیویته و اندیشه قرار گرفت (لوفور، ۱۴۰۰: ۱۲۵).

براساس آرای لوفور، در تاریخ انسان سه دوره قابل تشخیص هستند؛ کشاورزی،

صنعتی و شهری. زمان زیادی از ورود به دوره شهری نمی‌گذرد. زیرا این دوره خود حاصل دوران صنعتی شدن است که در زمینه‌های بسیار متفاوتی رشد و توسعه یافته است؛ اما گذشته از این موضوع، انسان امروز در همه‌جا وارد این دوران شده است. بنابراین، مسائل شهری مسائلی در گستره جهانی هستند. شایان ذکر است که در دیدگاه لوفور، مفاهیم، معانی و عملکردهای انسان و همچنین، دوره‌ها به صورت عمیقی تغییر کرده و خواهد کرد. همان‌طور که در گذار از جامعه کشاورزی به صنعتی نوعی انطباق و دگرگونی گسترده اندیشه‌ها، بازنمایی‌ها و نمادها به چشم می‌خورد؛ اما در این بازنگری در گذار از جامعه صنعتی به شهری تأخیر مشاهده می‌شود. درحقیقت، اندیشه نسبت به وقایع روز تأخیر دارد و به آن نمی‌رسد؛ بنابراین، انسان امروز با مفاهیم دوره صنعتی در دوره شهری زندگی می‌کند؛ به‌ویژه در حوزه فضا و زمان در شهر. این شرایط زمانی حاد می‌شود که به ضرب‌آهنگ سریع زندگی شهری نیز توجه شود (فکوهی، ۱۴۰۰: ۱۵).

در باور لوفور، لوگوس شهر یونانی نمی‌تواند از لوگوس فلسفی جدا باشد. آفرینش ادبی و هنری درون شهر امتداد می‌یابد و خود را در کار فلاسفه آشکار می‌سازد؛ فیلسوفانی که ایده‌ها، انگاره‌ها و آثار هنری متنوع را گردهم می‌آورند؛ فیلسوفانی که هم‌زمان به این آثار و ایده‌ها می‌اندیشند و تفاوت‌ها را در قالب کلیت درمی‌آورند، مکان‌های شهر در کیهان، زمان‌ها و ضرب‌آهنگ‌های شهر و جهان (و برعکس جهان و شهر ضرب‌آهنگ‌ها)؛ بنابراین، تنها در تاریخ‌مندی سطحی است که فلسفه زندگی شهری و شهر را به زبان و در قالب مفهوم درمی‌آورد (لوفور، ۱۴۰۰: ۱۲۷). زندگی یکنواخت و تکرار ضرب‌آهنگ روزانه در شهر در بطن جریان خود، انسان‌ها را با مبانی هویت‌یابی متعددی مواجه می‌کند که تا پیش از وضعیت پست‌مدرن گسترده‌تری چندانی نداشتند؛ درعین حال، انسان امروز شبکه ارتباطی پیچیده‌ای را تجربه می‌کند؛ این ارتباطات نیز در فهم فرد از هویت خود تأثیرگذار است.



نمودار ۱. مدل تحلیلی پژوهش

روش پژوهش

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، روش گردآوری داده‌ها روش اسنادی است. در باب روش اسنادی باید گفت که استفاده از اسناد و مدارک زمانی صورت می‌گیرد که یا پژوهشی تاریخی در دست انجام باشد، یا آنکه پژوهش مربوط به پدیده‌های موجود باشد؛ اما پژوهشگر در صدد شناسایی پژوهش‌های پیشین در مورد آن موضوع برآمده باشد و یا پژوهش نیاز به استفاده از اسناد و مدارک را ایجاب نماید (ک. ین، ۱۳۷۶: ۱۲۴).

پژوهشگر در زمان استفاده از اسناد در پژوهش خود، باید توجه داشته باشد که چه کسی و برای چه منظوری این اسناد را تهیه کرده است (فلیک، ۱۳۸۸: ۲۷۷). روش اسنادی شامل شناسایی، تأیید و بررسی اسناد مرتبط با موضوع مورد بررسی است. استفاده از این روش در مشاهدات مربوط به فرایند تکامل افراد، گروه‌ها، مفاهیم، دانش‌ها، رفتارها، ذهنیت‌ها و عملکردها بسیار رایج است؛ بنابراین، جهت بررسی اسناد مربوط به مؤلفه‌های پژوهش کنونی مانند هویت، سیال‌شدگی هویت، گفتمان، شهر و غیره از این روش استفاده شده است. تلاش پژوهشگران بر آن است که اسناد معتبر و مرتبط با

موضوع پژوهش مورد بررسی قرار گیرد و از دستاوردهای پژوهش‌های معتبر در این حوزه بهره‌برداری شود.

در تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل گفتمان استفاده شده است. واژه گفتمان (Discourse) از واژه فرانسوی «Discourse» و واژه لاتین «Discursus»، به معنای گفت‌وگو، بحث، محاوره و گفتار گرفته شده است. همچنین، برخی زبان‌شناسان تاریخ این واژه را به قرن ۱۴ میلادی برمی‌گردانند. در مقابل معنای باستانی و غیرمستعمل گفتمان (توانایی فرد در ارائه فکری منسجم و منظم) که بعدها به معنای تبادل نظر از راه کلام به کار رفت، معنای جدید آن به بیان منظم و منسجم و مطول از یک فکر درمورد موضوعی خاص اشاره دارد (وبستر، بی تا: ۳۳۱).

تحلیل گفتمان چگونگی شکل‌گیری و ایجاد معنا و پیام‌ها را در واحدهای زبانی در ارتباط با عوامل درون‌زبانی (زمینه متن واحدهای زبانی، محیط بلافصل زبانی مربوطه و نیز کل نظام زبانی) و عوامل برون‌زبانی (زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) بررسی می‌کند (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۸).

با بررسی عناصر شکل‌دهنده گفتمان می‌توان به شناخت آن نیز نایل شد. در بررسی عناصر شکل‌دهنده یک گفتمان، ارنستو لاکلاو و شانتال موفه، سه عنصر اصلی را که سازنده هر نظام گفتمانی است بیان می‌دارند؛ مفصل‌بندی، نظام دال‌ها و هژمونی. در ادامه به بررسی این مفاهیم پرداخته می‌شود. مراد از مفصل‌بندی، هر عملی است که میان عناصر پراکنده در درون یک گفتمان، ارتباط برقرار می‌کند؛ به گونه‌ای که هویت این عناصر اصلاح یا تعدیل شود. از نگاه ارنستو لاکلاو و شانتال موفه، مفصل‌بندی و گفتمان به یکدیگر وابسته هستند؛ به گونه‌ای که هر عملی که منجر به برقراری رابطه‌ای میان عناصر شود که هویت این عناصر در نتیجه این عمل تعدیل و تعریف گردد، مفصل‌بندی نامیده می‌شود و کلیت ساختمان حاصل از عمل مفصل‌بندی، گفتمان را شکل می‌دهد (لاکلاو و موفه، ۱۹۸۵: ۱۰۵).

هر گفتمانی از یک دال مرکزی و دال یا دال‌های شناور تشکیل شده است. هسته مرکزی منظومه گفتمانی را دال مرکزی تشکیل می‌دهد. دال مرکزی نشانه‌ای است که دیگر نشانه‌ها حول آن نظم می‌گیرند. نیروی جاذبه این هسته، دیگر نشانه‌ها را به خود جذب می‌کند و سامان می‌بخشد. مفاهیمی که در یک گفتمان مفصل‌بندی می‌شوند پیرامون یک مفهوم یا دال مرکزی شکل می‌یابند؛ در واقع، دال مرکزی به حالتی اشاره دارد که در آن معنای نشانه به حالت انجماد درآمده است. دال اشخاص، مفاهیم،



عبارات و نمادهایی انتزاعی یا حقیقی هستند که در چهارچوب گفتمانی خاص بر معنایی خاص دلالت می‌کنند (لاکلاو و موفه، ۱۹۸۵: ۱۲۲)؛ اما دال شناور به حالتی دلالت دارد که نشانه در میدان مبارزه گفتمان‌های گوناگون برای تثبیت معنا، شناور و معلق است؛ به عبارت دیگر، دالی است که بسته به جایگاه خود در گفتمان، معنای (مدلول) شناور و قابل تغییر دارد. درحقیقت، گفتمان بسته به ماهیت خود سعی دارد مدلول متناسب با خود را بر دال شناور منطبق کند (منوچهری، ۱۳۹۳: ۱۰۸).

یکی از مهم‌ترین مفاهیم نظریه لاکلاو و موفه هژمونی است. هژمونی بر این امر دلالت دارد که در ساحت سیاست و اجتماع چه کسی برتر است. کدام نیروی سیاسی درباره شکل‌های مسلط رفتار در اجتماع تصمیم می‌گیرد؛ هژمونی مشخص‌کننده وجه تمایز یک دال از سایر دال‌ها و تبدیل آن به دال مرکزی است. اگر افکار عمومی یک دال را بپذیرند در آن صورت آن دال هژمونیک می‌شود (مارش و استوکر، ۱۳۷۸: ۲۰۹).

۱- هویت شهری

یکی از اصلی‌ترین مفاهیم مرتبط با روزمرگی مفهوم شهر و به‌ویژه شهر جدید است. لوفور با روزمره‌سازی و مشروعیت‌بخشی به ریتم زندگی روزمره، گذار از جامعه کلاسیک و فئودالی (که فضای تاریخی ویژگی آن است) به جامعه سرمایه‌داری (که فضای انتزاعی ویژگی آن است) را تحت تأثیر جایگاه فضای شهری می‌داند. به عقیده لوفور فضا بر بایدها و نبایدها دلالت دارد و قانون را تعیین می‌کند؛ زیرا به معنی نظامی مشخص و در نتیجه بی‌نظمی مشخص است و بر جسم‌ها حکمرانی می‌کند (لوفور: ۱۹۹۱: ۱۲۱).

شهر جدید تمرکززدایی شده و تفاوت‌زدایی شده است. جایگاه طبقه‌بندی ویژه که خصوصیت شهر صنعتی بود در شهر جدید کمرنگ شده و فعالیت‌های متمرکز در مناطق خاص پراکنده شده‌اند. رکود دهه ۱۹۸۰ در امریکای شمالی و اروپا موجب بیکاری و فرسایش فیزیکی شده بود. در پاسخ به این رویداد، سیاست‌های نئولیبرالی مانند ریسک‌پذیری، ابتکارگرایی و ضرورت‌های محرک تبلیغ و سود در کنار نگاهی کارآفرینانه توسط آژانس‌های دولتی پیگیری شدند و خصوصی‌سازی روند ارائه خدمات را افزایش دادند؛ در نتیجه، رقابت‌های فزاینده اقتصادی شکل گرفت. ازسوی دیگر، ابتکاراتی برای ترویج یک شهر خلاق به‌وجود آمد؛ اقداماتی از جمله پیشرفت‌های زیبایی‌شناختی که ظاهر شهرها را نیز دگرگون می‌ساخت. اهداف این تغییرات زنده‌تر نشان دادن شهرها و ایجاد رخدادها و جشنواره‌ها بود؛ همچنین، این شهرها بر اقتصاد خدماتی مصرف‌محور استوار هستند (جین، ۱۳۹۶: ۹۴).

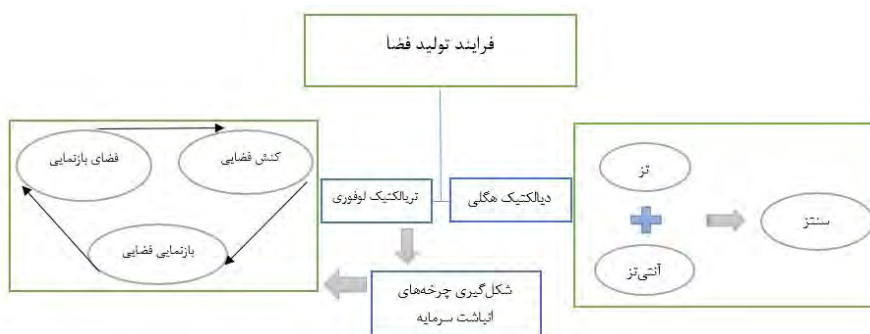
لوفور بر این باور است که تاکتیک‌ها و استراتژی‌ها در کنار نحوه شکل‌گیری خصلت‌های فریبنده مصرف‌گرایی در دل شهرهای جدید سبب می‌شود که اندیشه آزاد بودن در شکل‌دهی به استقلال فکری و خودمحموری به‌وجود آید؛ اما درحقیقت، محدودیت بسیار بیشتری در این حیات اجتماعی وجود دارد و انسان تنها در چهارچوب و زمینه ساختارهای سخت کنترل روابط اجتماعی در سطح معمول و روزمره آزاد است (گاردینر، ۲۰۰۰: ۱۶۸).

در کنار این مسئله، لوفور وجود خودبه‌خودی شهر و فضای شهری را نمی‌پذیرد و با تمایز قائل شدن میان سه شکل فضا بر تولید اجتماعی فضاهای مختلف و به‌ویژه فضای شهری تأکید دارد. در عنصر نخست با عنوان کنش‌های فضایی که شامل اقدامات هرروزه که روزمره انسان را تشکیل می‌دهد، جریان فیزیکی و مادی افراد، گروه‌ها و یا کالاها بررسی می‌شود و تأکید می‌شود که رفتار و زندگی اجتماعی در این مرحله تولید و بازتولید می‌شود. این کنش دربرگیرنده تغییرات ظاهری شهرها است که در روند این تغییرات، فضاهایی جهت ترویج مصرف‌گرایی و تسلط بر زندگی روزمره تولید می‌شود و در راستای قالب‌بخشی به تحرکات جدید شهری در زمینه اقتصاد سرمایه‌داری عمل می‌کند (زیلینس، ۲۰۰۷: ۶۰).

عنصر دوم با عنوان بازنمایی‌های فضا شامل دانش‌ها، تصاویر و گفتمان‌هایی است که به فضا نظم می‌بخشد. این فضا، فضای مسلط پنداشته‌شده در هر جامعه و یا شیوه تولید مسلط آن جامعه است. درک فضا بدون وجود یک تصور از پیش اندیشیده‌شده ناممکن به نظر می‌رسد. درهم‌تنیدگی و ترکیب اجزا با یکدیگر منجر به شکل‌گیری یک کل واحد می‌شود که درحقیقت، این کل همان فضایی است که با تولید افکار مرتبط می‌گردد (لوفور، ۱۹۹۱: ۳۹).

عنصر آخر فضای بازنمایی که به‌صورت مادی تولید می‌شود و بر فضای اجتماعی، زیسته و یا واقعیت روزمره (روزمرگی شهری) دلالت دارد در تقابل با کنترل و سلطه فضای ادراکی (عنصر دوم) قرار می‌گیرد. این فضا سرشار از مداخله، عقلانیت و خشم است. در این فضا که آمیخته با فضای دریافته و پنداشته است، شهروند به مصرف‌کننده منفعل تبدیل می‌شود؛ زیرا فضای فیزیکی و ذهنی توسط سرمایه تسخیر شده است (مدگرایی، استفاده و خرید لوازم لوکس و برند و غیره) (گونواردنا، ۲۰۰۸: ۴۱). نوآوری لوفور در بررسی فضای شهری را می‌توان در یک تریالکتیک دید که برخلاف روند دیالکتیکی (هگلی، مارکسی) هر سه قلمرو یادشده می‌توانند با یکدیگر هماهنگ و در

ارتباط باشند؛ در نتیجه، سوژه در یک خط سیر در دل فضاهاى یادشده منتقل مى شود و جریان بازتولید تریالکتیک شکل مى گیرد.



نمودار ۲: مقایسه دیالکتیک و تریالکتیک در فرایند تولید فضا (آقایی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۲).

در بررسی های متعدد هانری لوفور این مسئله مورد توجه قرار گرفت که چگونه دنیای زیسته انسانها شامل امیال حسی و جنسی شان تحت سلطه نیروهای سرمایه داری قرار گرفته است؟ همان گونه که به اختصار بیان شد، در آخرین آثار لوفور اشاره دقیقی به نحوه بازتولید و اشغال فضا توسط سرمایه داری شده است و چگونگی شکوفایی و ادامه حیات سرمایه داری را در گرو این نحوه بازتولید فضا دانسته است. نتیجه حاصل از این نکته این است که هر جامعه ای فضایی را ایجاد کرده و به تقویت آن می پردازد که برای جاودانه سازی خود به آن نیاز دارد (هوبارد، ۱۳۹۶: ۱۷۸)؛ در نتیجه، شهر و فضای شهری شکل گرفته توسط سرمایه داری، به عنوان فضایی که عناصر مختلف گفتمانی مفهوم روزمرگی در دل آن با یکدیگر ارتباط می یابند و تقویت می شوند حائز اهمیت است. در فضای شهر جدید و با ایجاد مؤلفه هایی مانند روزمرگی، مصرف زدگی، تبعیت از مد و سبک زندگی غربی است که هویت پست مدرن و سیال شکل گرفته و بازتولید می شود. در ادامه، تلاش می شود عناصر گفتمانی بر سازنده این نوع از هویت مورد بررسی قرار گیرد.

۲- گفتمان سیال شدگی هویت

جهت بررسی مفهوم هویت با اتکا به روش اسنادی، به تعریف کاستلز از هویت اتکا شده است. او هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته ای از ویژگی های فرهنگی می داند که بر مبنای منابع معنایی دیگر اولویت داده

می‌شود. در این وضعیت، هویت‌ها همواره در حال تعریف و بازتعریف شدن هستند؛ درحقیقت، هویت مفهومی نسبی و برآمده از توافقاتها است و همواره تحت‌تأثیر عوامل فرهنگی در حال شدن است (خنجرخانی، ۱۳۹۷: ۱۲۴).

۲-۱- فرهنگ

فرهنگ مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت است؛ درحقیقت، افراد و گروه‌ها با توسل به عناصر فرهنگی هویت می‌یابند؛ زیرا این اجزا توانایی ارائه مؤلفه‌هایی جهت متمایز بودن و به‌صورت هم‌زمان ادغام شدن در جمع را به افراد دارا هستند. درحقیقت، فرهنگ تفاوت‌آفرین و درعین‌حال، انسجام‌بخش است و ویژگی اصلی هویت را تأمین می‌کند. فرهنگ تفاوت‌مدار است و شیوه خاصی از زندگی را می‌سازد و این تفاوت‌سازی شکل‌گیری هویت را ممکن می‌کند. در جامعه سنتی، کارویژه فرهنگ در ساختن یک هویت منسجم و یکپارچه به‌خوبی صورت می‌گیرد، زیرا فرهنگ توانایی معنابخشی و تفاوت‌آفرینی بالایی دارد و مانند فضا با محل در پیوند است. در این شرایط، فرهنگ چیزی جز ساخت معنا در چهارچوبی خاص نیست. در نتیجه، در جامعه سنتی فرهنگ، زندگی اجتماعی و کنش رفتاری همگی مکاتمند هستند و با توجه به سیطره یک فرهنگ در یک منطقه خاص رقابت، دگرگونی فرهنگی و انفکاک فرد و جامعه به چشم نمی‌خورد؛ در نتیجه، تغییرات و سیالیت هویت نیز به‌وجود نمی‌آید (گل‌محمدی، ۱۳۸۰: ۳۰).

تغییر بافت فرهنگی در شهرهای جدید تحت‌تأثیر جهانی‌شدن فرهنگ، تغییرات در بافت هویت را نیز به دنبال داشته است. فرهنگ از لنگرگاه خود کنده شده و وارد سایر عرصه‌های جهان شده است. نمود بارز آن تولید غذای مکزیکی، کره‌ای، چینی، ایتالیایی و غیره است که با توجه به نوع کشت و آب‌وهوا این کشورها، در سالیان اخیر، از جا کنده شده و وارد عرصه جهانی شده است؛ بنابراین، یکی از نمودهای عینی این رویداد را می‌توان در منورستوران‌های تهران و سایر شهرهای بزرگ جدید دید. در سراسر جهان، این روند گسترده که از جاکنده شدن انواع نمادهای فرهنگی را دربر می‌گیرد زندگی روزمره افراد را تحت‌تأثیر فرایند جهانی شدن و به‌ویژه فرهنگ جهانی قرار داده است.

جهانی‌شدن فرهنگ از طریق گسترش ارتباطات و تکنولوژی و به دنبال مقررات خریدوفروش کالاهای تجاری در عرصه جهانی شکل می‌گیرد. فرهنگ که راه و روش زندگی است و با آداب‌ورسوم جامعه پیوند مستقیم دارد تحت‌تأثیر جهانی‌شدن دستخوش تحول شده است. تهیه و نوع غذا تبدیل به یک چالش فرهنگی شده است؛ همان‌گونه که زبان و ادبیات جوامع یکی از عناصر مهم فرهنگی در حال تحول هستند.

رابطه افراد با جامعه، طبیعت، ماورای طبیعت، هستی و نیستی در کنار جهان بینی‌ها، ارزش‌ها و دیدگاه‌های دینی و مذهبی همگی فرهنگ و راه زندگی افراد یک جامعه را شکل می‌دهند، هویت شکل گرفته در بستر فرهنگ نمایانگر عادات، رفتارها، امیال، ارزش‌ها و نوع نگرش به جهان و زندگی است (رحیم‌زاده، ۱۳۸۲: ۹).

جهانی شدن با فشردگی فضا و زمان و فضا مندی اجتماعی و با ارتباط گسترده میان شهرهای سراسر جهان ممکن شده است. زندگی اجتماعی شکل گرفته در فضای گسترده توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی را کاهش داده است؛ در نتیجه، کاهش اثربخشی عنصر مکان بر روابط اجتماعی از کارایی و استحکام انواع مرزبندی‌ها کاسته می‌شود. جریان‌های گوناگون فرهنگی در سراسر جهان با یکدیگر برخورد کرده و امنیت فرهنگ‌ها از بین می‌رود. در این شرایط، هر فرهنگ در فضایی قرار می‌گیرد که عرصه حضور فرهنگ‌های دیگر نیز است. تحت تأثیر برخورد فرهنگ‌ها، آداب، سنن و ارزش‌ها نیز دستخوش تحولات می‌شود؛ در نتیجه، خلوص فرهنگی کاهش یافته و نوسان و سیالیت فرهنگ و هویت به وجود می‌آید (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۳۲). فرهنگ جهانی به عنوان دال مرکزی گفتمان سیال‌شدگی هویت شناخته می‌شود.

۲-۲- ارتباطات

میخائیل باختین طرحی ساختاری از روان انسان ارائه می‌دهد که از سه مؤلفه اصلی تشکیل شده است: «من برای خودم»، «من برای دیگری» و «دیگری برای من». من برای خودم منبعی غیرقابل اعتماد برای هویت شخصی یا تشخیص است. باختین استدلال می‌کند که من برای دیگری است که از طریق آن، موجودات انسانی، فهمی از هویت شخصی را پرورش می‌دهند؛ چراکه من برای دیگری، به مثابه درآمیختگی از روشی که دیگران مرا قضاوت می‌کنند عمل می‌نماید. در مقابل، دیگری برای من، توصیفگر روشی است که از طریق آن، دیگران دریافت‌های مرا از خودشان در هویت شخصی‌شان جا می‌دهند. هویت، آن‌طور که باختین در اینجا شرح می‌دهد، فقط به فرد تعلق ندارد؛ بلکه مشترک بین همه است. از دیدگاه باختین، فرهنگ عامه رشد مکانی و زمانی انسان که در اندازه‌های واقعیت «اینجا و اکنون» (واقعیت مادی) تنظیم شده است، نه تنها به صورت رشد ظاهری و قدرت ظاهری بلکه در اشکال بسیار متنوع و پیچیده دیگر نیز پدیدار می‌شود (باختین، ۱۳۹۰: ۲۱۳). با توجه به دیدگاه باختین می‌توان گفت هویت شرط ضروری زندگی اجتماعی به شمار می‌رود و زندگی اجتماعی نیز در ساخت هویت تعیین‌کننده است.

در ادامه می‌توان به دیدگاه آنتونی گیدنز، جامعه‌شناس انگلیسی در زمینه هویت اشاره

نمود. گیندنز می‌اندیشد که روابط اجتماعی عصر حاضر از بستر محلی خود خارج شده و دیگر بار در گستره نامحدود زمان - فضا که نوعی بی‌مکانی را دلالت می‌کند برقرار شده است؛ در نتیجه چنین تحولی پیوندهای درون‌مکانی شکسته شده و دیگری‌های جدیدی در هویت‌یابی افراد اهمیت یافته‌اند. گیندنز این تحولات را با عنوان بی‌بستر شدن نهاد اجتماعی شرح می‌دهد و ریشه این رویداد را در گسترش ارتباطات از آغاز عصر مدرنیته و جایگزینی برداشت خطی از زمان به جای برداشت چرخشی از آن می‌داند (گیندنز، ۱۹۹۴: ۵). یکی از نمونه‌های عینی تحولات هویتی در شهرهای بزرگی مانند لندن یا نیویورک قابل مشاهده است. با حضور در خیابان‌های این شهرها فرد توسط طیف وسیعی از مناظر و صداها و احتمالاً بوها که می‌توانند توجه را به خود جلب کنند بمباران می‌شود. شهر جدید عرصه‌ای است که احتکارهای تبلیغاتی و ارتباطات گسترده فرد را دعوت می‌کند تا لذت یک عطر خاص یا آخرین فیلم را در نظر بیاورد. ویتترین‌های مغازه‌ها از انسان می‌خواهد که به مجموعه‌ای از لذت‌های موجود در فروشگاه نگاه کند. جریان دائمی از ترافیک با سروصدا راه خود را در خیابان‌ها طی می‌کند که از هر نوع وسیله نقلیه ممکن تشکیل شده است. در انبوه مردمی که در نواحی تجاری در رفت‌وآمد هستند، می‌توان افرادی را دید که لباس‌های مختلف به تن دارند؛ از تاجران هشیار گرفته تا اعضای خرده‌فرهنگ‌ها، با نگاه کردن به همه مردم، از هر طبقه و از هر شیوه زندگی، برخی از چهره‌ها ممکن است در میان جمعیت برجسته شوند و روند روزمره را با یک تعلیق مواجه سازند؛ اما به سرعت ریتم زندگی روزمره احیا خواهد شد. این سرعت بالای زندگی و احاطه شدن توسط انبوه نمادهای تبلیغاتی یکی از وجوه تمایز شهر جدید به شمار می‌رود (اینگلیس، ۲۰۰۵: ۵۳).

با توجه به آنچه در زمینه جایگاه «دیگری» در بازتعریف خود بیان شد، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که سادگی و محدودیت کانون‌های هویت‌یابی در وضعیت پیشامدرن موجب ایجاد دیگری با هویت منسجم می‌شود و همچنین، محدودیت ارتباطات افراد در این زمان در کنار شکل نگرفتن بعد فضا - زمان و تعیین‌کننده‌ی عنصر مکان در ارتباطات، پیچیدگی هویتی را برای من در ساختار من برای دیگری ایجاد نمی‌کند. در مقابل، در جوامع مدرن و گسترده‌ی ارتباطات، با وجود تعدد و تکثر کانون‌های هویت‌یابی، من با دیگری نامنسجم و سیال در ارتباط است و از سوی دیگر، در این ساختار با ایجاد راه‌های ارتباطی گسترده و گوناگون در بستر شهر و تکنولوژی، دیگری‌های بیشتر و متنوع‌تری در برداشت من از خود تعیین‌کننده هستند که هر یک از هویت سیال متمایزی برخوردارند و بر سیالیت هویت



یکدیگر دامن می‌زنند. در نتیجه، با توجه به نکات یادشده، ارتباطات گسترده دوران مدرن به‌عنوان مفصل‌بندی گفتمان سیال‌شدگی هویت، عنصر به هم پیوندزنده عناصر این گفتمان به‌شمار می‌رود.

۲-۳- اقتصاد

بسیاری از پژوهشگران ارائه تعریف دقیق و کامل از جهانی‌شدن اقتصاد را بسیار دشوار قلمداد می‌کنند، از آن‌رو که مشکلات بسیاری جهت ارائه چنین تعریفی از این مفهوم وجود دارد؛ از جمله گستردگی موضوع، حضور در مرحله انتقالی و تاریخی بودن جهانی‌شدن، وجود نداشتن چهارچوب نظری مدون برای تعریف چنین پدیده‌ای و بسیاری از موانع دیگر؛ اما در توضیحی اجمالی می‌توان شرایط جهانی‌شدن اقتصاد را این‌گونه توصیف کرد: «در جهانی‌شدن اقتصاد، تولید کالایی خاص دیگر محدود به مرزهای یک کشور نیست؛ ممکن است هر یک از بخش‌های یک محصول در کشوری تولید شود و محصول نهایی نیز در کشورهای مختلف دیگری بازاریابی شود و به فروش برسد. در فرایند جهانی‌شدن اقتصاد دولت - ملت‌ها از بین نمی‌روند بلکه مورد بازتعریف قرار گرفته و در بازار جهانی ادغام می‌شوند» (اثنی‌عشری و بابایی سمیرمی، ۱۳۸۸: ۲۱).

یکی از نمودهای عینی حضور اقتصاد در هویت‌یابی را می‌توان در تغییر مصرف‌نخبگانی به مصرف‌انبوه مشاهده نمود. این مسئله که ناشی از رونق اقتصادی انگلستان در قرن هجدهم و حوادث پس از انقلاب صنعتی است موجب شد کالاهای مد روز به روی همه به‌جز فقیرترین افراد باز شود و انقلاب صنعتی معروف در سمت عرضه با انقلاب مصرف‌کننده در سمت تقاضا همراه شد. برخی پژوهشگران در این حوزه استدلال می‌کنند که تلاش‌هایی برای شکل دادن به ذائقه عمومی در تبلیغات و بازاریابی اولیه انجام شده است که طبقات پایین از آن پیروی می‌کردند. درحقیقت، با مطالعه لندن پیش از انقلاب صنعتی و پس از آن، تغییرات هویتی در پی تغییرات اقتصادی و مصرف کاملاً مشهود است. کیستی افراد در یک دوره زمانی کوتاه دچار تحول شد؛ سیال شدن هویت افراد در شهرهایی همچون لندن آغاز شد و همگام با تغییرات اقتصادی و تبلیغات به سایر نقاط جهان تسری یافت.

درحقیقت، مراد پژوهشگران از بررسی‌های انجام‌شده در این بخش، آشکار کردن ارتباط مداوم در میان مؤلفه‌های یادشده است. جهانی‌شدن اقتصاد با اثرات گسترده و عمیق خود علاوه بر آسان ساختن تولید و مصرف در کنار رقابت‌پذیر کردن تولید با در دسترس قرار دادن هر چیزی در هر نقطه از جهان، جامعه مصرفی را ساخته و به

بازتولید دائمی آن می‌پردازد. در چنین جامعه‌ای، ارزش‌های جدیدی به‌وسیله مد و تبدیلات شکل گرفته که چرخه اقتصاد بین‌الملل را با مصرف هرچه بیشتر نابودشدنی‌ها ضمانت می‌کنند و کیستی فرد را به‌صورت فزاینده با چیستی مصرف کردن در دل این اقتصاد نوظهور پیوند می‌زنند. در این شرایط است که اقتصاد به‌نحوی عمیق، هویت افراد را متحول می‌سازد؛ بنابراین، «اقتصاد در صورت جهانی شده آن» دال شناور گفتمان سیال‌شدگی هویت در پژوهش حاضر شناخته شده است.

۲-۴- جهانی‌شدن

تعاملات انسان‌ها با یکدیگر در طول تاریخ دستخوش تحولات بسیاری شده است. گذار از ارتباطات محدود به محیط پیوسته به‌سوی ارتباطات در دل محیط گسترده فراملی، واقعیتی جدید در برابر انسان به‌وجود آورده است که آن را جهانی‌شدن می‌نامند. این ارتباطات گسترده منجر به تغییرات در ساختار حاکم بر جامعه شده است و فرایند شکل‌دهنده ساختارها را در مسیری نو هدایت می‌کند. گستردگی ارتباطات و تکنولوژی فواصل زمانی و مکانی را کاهش داده و در نوع خود به کوچک شدن جهان انجامیده است. همان‌گونه که اشاره شد، برخی اندیشمندان در زمینه از بین رفتن بعد مکان بر اثر این شرایط جدید سخن گفته‌اند که در این میان می‌توان سرشناس‌ترین آنان را آنتونی گیدنز دانست. گیدنز بر این باور است که تقویت مناسبات اجتماعی جهانی محل‌های دور از هم را چنان به هم مرتبط می‌سازد که هر واقعه، تحت تأثیر رویدادی که با آن فرسنگ‌ها فاصله دارد شکل می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۷۷).

آنتونی گیدنز از جمله اندیشمندانی است که جهانی‌شدن را نه برابر با مدرنیته، بلکه پیامد آن به‌شمار می‌آورد. برای او جهانی‌شدن نتیجه توسعه جوامع، صنعتی شدن شهرها و تراکم منابع مادی است. او جهان معاصر را مدرنیته در حد بالا می‌داند و بر این باور است که این نوع مدرنیته است که اکنون به‌سوی جهانی‌شدن در حال حرکت است؛ درحقیقت، اکنون جامعه «جهانی» شده است و فرد با نهادهایی مواجه می‌شود که در سطح جهانی فعالیت دارند. از نظر گاه گیدنز، کسی نمی‌تواند از تماس و درگیری با پدیده جهانی از رهگذر نمادها، تصورات، توصیف‌ها و بازاریابی محصولات به شیوه خاص قرن بیستم اجتناب ورزد (گدازگر، ۱۳۸۳: ۱۲۱).

در مطالعه موردی تأثیر رسانه‌های جهانی بر تغییرات هویتی می‌توان به بررسی‌هایی



که بر مجلاتی مانند جی.کیولودد^۱ صورت گرفته است اشاره کرد. این نشریه یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین مجلاتی است که در تعریف هویت انسان امروز نقش داشته است. این نشریه به‌عنوان مرجعی برای ترسیم مرز میان زنانگی و مردانگی در عصر مدرن مورد اشاره قرار می‌گیرد و به‌وضوح، به شکل‌دهی مرامنامه‌ای مردانه برای جوانان ۱۸-۳۰ ساله پرداخته است و از طریق بیان روزمرگی‌ها، سبک زندگی و حتی نحوه پوشش این گروه، هویت مردان را تعریف کرده است. جی.کیولودد مثال واضحی برای رابطه متقابل میان رسانه، هویت و زندگی روزمره در جامعه مدرن است (بنت، ۱۳۹۳: ۱۲۸).

مفهوم جهانی‌شدن از جمله مفاهیم و پدیده‌هایی است که نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. در این فرایند، اقتصاد شهرها و کشورها و مناطق مختلف جهان در اقتصاد جهانی ادغام شده و از نقش دولت‌های محلی در تولید، توزیع و مسائل مالی و پولی کاسته می‌شود. جهانی‌شدن فرایندی عام است که تمامی ابعاد زندگی فردی و جمعی معاصر را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (بیات، ۱۳۸۶: ۲۵۳) با توجه به تأثیر همه‌جانبه و مقتدرانه روند جهانی‌شدن بر ابعاد اقتصادی و فرهنگی زندگی انسان معاصر، جهانی‌شدن قدرت مسلط و هژمون گفتمان یادشده به‌شمار می‌رود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

عناصر موجود در شهر جدید هریک به‌نوبه‌خود عناصر گفتمانی سیال‌شدگی هویت را که در متن مورد بررسی قرار گرفت تقویت کرده است و متقابلاً، تحت‌تأثیر آن قرار می‌گیرند؛ در واقع، تا پیش از ورود به زندگی شهری، جهانی‌شدن اقتصاد و فرهنگ در این درجه از اهمیت و شدت قرار نداشت و به‌ویژه ارتباطات، رسانه، مد و روزمرگی در شرایط پیش از زندگی شهری کم‌رنگ‌تر بودند. در نتیجه سیال‌شدگی هویت نیز شرایطی دشوار برای حیات اجتماعی افراد رقم نمی‌زد؛ بنابراین، می‌توان گفت شهر جدید به‌عنوان متغیر مستقل، به‌نحو مشهودی بر متغیر وابسته پژوهش اثرگذار است و سیال‌شدگی هویت انسان امروز را بیش‌ازپیش شدت بخشیده است. درحقیقت، هیچ‌یک از عناصر گفتمانی یادشده یعنی فرهنگ، اقتصاد، ارتباطات و حتی جهانی‌شدن خارج از بستر گسترده شهر و روابط شهری با ویژگی‌های خاصش معنا نمی‌یابد و تمامی مفاهیم یادشده به‌نحوی، برآمده و حاصل زندگی در مدرنیته و پس از آن، وضعیت پست‌مدرن بوده‌اند.

در زمینه تحولات هویتی در محدوده جغرافیایی ایران و در ارتباط با مؤلفه‌های پژوهش کنونی نیز پژوهش‌هایی انجام شده است. از این میان می‌توان به نتایج پژوهش رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۶) اشاره کرد. در این پژوهش تفاوت معناداری میان دو گروه مورد مطالعه از نظر میزان تغییرات هویتی مشهود است. میان گروه‌های مورد مطالعه که در گروه نخست استفاده از وسایل ارتباط جمعی به شکل قابل ملاحظه‌ای بیشتر بوده است، به لحاظ هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و شخصی تفاوت معناداری وجود دارد. اشکال هویتی یادشده در گروه اول نسبت به افراد گروه دوم از قوت کمتری برخوردار بوده است. به نظر می‌رسد این موضوع از یک سو نشانگر کاهش تأثیر منابع هویت‌بخش سنتی در تقابل با فرایند جهانی شدن و اثرات آن بر فرهنگ جدید در فرایند هویت‌سازی و از سوی دیگر، بیانگر تحول کیفی مؤلفه‌های هویت‌یابی در عصر جدید در کشور ایران است. درحقیقت، بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد با افزایش میزان استفاده از وسایل ارتباطی نوین در دل جریان جهانی شدن، هویت افراد ایرانی در حوزه‌های مختلفی به سمت سیال‌شدگی حرکت کرده است (کلاتری، ۱۳۹۵: ۸۰).

همچنین، یافته‌ها نشان داده است که قرار داشتن در معرض وسایل ارتباطی نوین بر هویت ملی - مذهبی، هویت فردی و سلامت روان تأثیر منفی دارد. یعنی هرچه تجربه استفاده بیشتر باشد، سیال‌شدگی هویت بیشتر شده و از سلامت روان شخص کاسته می‌شود. با ورود انگاره‌های زندگی مدرن به وسیله ارتباطات نوین و گسترده، همچنین حاکم شدن این انگاره‌های جدید، سبک زندگی ایرانی که ریشه در فرهنگ ملی ایران دارد دچار تحول شده است. در این شرایط، حوزه‌های رفتاری متعددی تغییر شکل داده و همچنان در حال دگرگونی است. در نتیجه، روح هویت ایرانی تحت تأثیر جهانی شدن و ارتباطات دچار سیال‌شدگی شده است (آجیلی و کاظمی، ۱۳۹۵: ۲۱). *ماه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*

جغرافیا و فرهنگ گسترده ایران، هویت این سرزمین را نیز متنوع کرده است. هویت فرهنگی مردم ایران به نوعی دارای جنبه‌های عام و فراگیر فرهنگ و هویت است که در گذر زمان شکل یگانه یافته و ملتی کهن را سامان داده است. پدیده جهانی شدن ابعاد فرهنگی ایران را تحت تأثیر قرار داده است که در واقع، انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی مدرن، چالش‌هایی را برای فرهنگ، اقتصاد و سیاست ایرانی در زمینه آداب و سنن ملی، سبک زندگی و نیز اخلاق و هنر به دنبال داشته است. جهانی شدن امکان بروز و عرضه عناصر فرهنگی میان فرهنگ‌های مختلفی را به وجود می‌آورد. به واسطه گسترش ارتباطات و امکانات رسانه‌ای، فرصت تأکید بر وجوه متفاوت و متمایز فرهنگ‌های

قومی با فرهنگ ملی نیز فراهم شد. همچنین، ارزش‌های غربی به وسیله ارتباطات گسترده در تقابل با ارزش‌های بومی - ایرانی قرار گرفته است و موجد بحران هویت در داخل مرزهای جغرافیای سیاسی ایران می‌شوند؛ بنابراین، عناصر یادشده در پژوهش، در محیط جغرافیایی و فرهنگی ایران نیز تحولات هویتی اخیر را به سوی سیال شدن این مؤلفه سوق داده است.

منابع

- آجیلی، هادی؛ کاظمی، حجت (۱۳۹۵). «نظام سرمایه‌داری؛ برسازای هویت مطلوب و تأثیر آن بر جامعه ایرانی»، *نشریه جامعه‌شناسی تاریخی*. دوره ۸، شماره ۱.
- آقایی، پرویز؛ توکلی‌نیا، جمیله؛ کلاتری، محسن و فنی، زهره (۱۳۹۸). «تولید و بازتولید فضا در چرخه انباشت سرمایه نقدی بر زندگی روزمره در فضای زیسته»، *نشریه علمی باغ نظر*.
- اثنی‌عشری، قاسم؛ بابایی سمیرمی، محمدرضا (۱۳۸۸). «جهانی‌شدن در اقتصاد توسعه»، *نشریه بانک اقتصاد*. شماره ۱۰۰.
- باختین، میخائیل (۱۳۹۰). *تخیل مکالمه‌ای (جستاری درباره رمان)*. برگردان: رویا پورآذر. چاپ دوم. تهران: نی.
- بنت، اندی (۱۳۹۳). *فرهنگ و زندگی روزمره*. برگردان لیلیا جوافشانی و حسن چاوشیان. چاپ دوم. تهران: نشر اختران.
- بیات، عبدالرسول (۱۳۸۶). *فرهنگ واژه‌ها*. قم: اندیشه و فرهنگ اسلام.
- جین، مارک (۱۳۹۶). *شهرها و مصرف*. برگردان مرتضی قلیچ. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- خاجوند احمدی، عیسی (۱۴۰۲). «بررسی نقش مصرف فرهنگی بر هویت دانش‌آموزان دبیرستان منطقه پنج تهران». *فصلنامه مطالعات ملی*. سال بیست و چهارم. شماره ۴.
- خنجرخانی، مسعود (۱۳۹۷). «هویت‌یابی ممکن و مطلوب در عصر ارتباطات، براساس هرمنوتیک فلسفی گادامر»، *فصلنامه مطالعات ملی*. سال نوزدهم. شماره ۴.
- رحیم‌زاده، لعیا (۱۳۸۲). «جهانی‌شدن و انزوایی هویت». *زمانه*. شماره ۱۰.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل گفتمان انتقادی*. برگردان پیران و دیگران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- فکوهی، ناصر (۱۴۰۰). *مدرنیته شهری و آسیب‌هایش*. چاپ نخست. تهران: انتشارات همشهری.
- فلیک، اووه (۱۳۸۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. برگردان هادی جلیلی. چاپ دوم. ویراست سوم. تهران: نشر نی.
- ک. ین، رابرت (۱۳۷۶). *روش تحقیق موردی*. برگردان علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- کلاتری، مهدی (۱۳۹۵). «رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری در تبیین رابطه بین فناوری اطلاعات و ارتباطات در بین بحران هویت و دانشجویان»، *فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*. سال هفتم. شماره ۲۷.
- گدازگر، حسین (۱۳۸۳). «جهانی‌شدن و فرهنگ، رویکردی تئوریک». *نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز*: ۱۴۵-۱۱۸.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۰). «جهانی‌شدن و بحران هویت»، *فصلنامه مطالعات ملی*. سال سوم. شماره ۱۰: ۴۸-۱۳.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *پیامدهای مدرنیت*. برگردان: مجسن ثلاثی. چاپ نخست. تهران: انتشارات مرکز.
- لوفور، آنری (۱۴۰۰). *مکتوبانی در باب شهر*. برگردان: ایمان واقفی. چاپ نخست. تهران: انتشارات همشهری.
- مارش، دیوید؛ استوکر، جری (۱۳۷۸). *روش و نظریه در علوم سیاسی*. برگردان: امیرمحمدحاجی یوسفی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مالشویچ، سنیسا (۱۳۹۶). *هویت به مثابه ایدئولوژی*. برگردان: یعقوب احمدی. چاپ نخست. تهران: نشر کویر.
- مرفیلد، اندی (۱۴۰۰). *آنری لوفور، مقدمه‌های انتقادی*. برگردان: امین علی‌محمدی. چاپ اول. تهران: انتشارات همشهری.
- معلوف، امین (۱۳۹۷). *رام کردن پلنگ؛ جستاری در باب هویت*. برگردان: مهریار میرنیا. تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
- منوچهری، عباس (۱۳۹۳). *رهیافت و روش در علوم سیاسی*. چاپ ششم. تهران: سمت.
- هوبارد، فیل (۱۳۹۶). *شهر*. برگردان: افشین خاکباز. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- Gardiner, Michael (2000). *Critiques of Everyday Life*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony (1994). *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*. Cambridge: Polity.
- Goonewardena, Kanishka (2008). *Space, Difference, Everyday Life, Reading Henri Lefebvre*. London: Routledge.
- Inglis, David (2005). *Culture and Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Laclau, Ernesto and Mouffe, Chantal, (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lefebvre, Henri (1991). *Critique of Everyday Life I: Introduction*. London: verso.
- Mansour, Hasan Mahmoud and Brandão Alves, Fernando and Ricardo da Costa, António. (2023). "A Comprehensive Methodological Approach for the Assessment of Urban Identity", *Mdpi*. 1-26.
- Zieleniec, Andrzej Jan Leon (2007). *Space and Social Theory*. Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd.
- Webster Dictionary, Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/discourse> last access: 26/ Dec/ 2023.



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی