



Research Paper

The dual-spacization and representation of national identity on Instagram

Saeid Reza Ameli^{1*}, Sara Nazemi², Shaho Sabbar³

Received: Sep. 14, 2024; Accepted: Aug. 18, 2024

ABSTRACT

The communication and information revolution has created a new space of human existence that lies outside the old concept of time and space i.e. free of borders and is rapidly changing our world. The second space, that is, virtual is constantly developing and expanding, conceptualizing, producing and disseminating content, and intertwining itself with the natural world. This article combines the dual spacization and representation theories to identify how national identity, as the highest and most significant, is represented in the virtual space. By adopting the critical discourse analysis method alongside grounded theory, our examination of Instagram posts identifies a confrontation between Iranian and Islamic identities and a need for greater convergence and interaction between these two identities to achieve a moderate, balanced identity that fosters national cohesion and harmony. Targeted strategies and policies pursued by political and other relevant institutions, in particular micro and macro planning of the use of virtual space, will bring Iranian and Islamic identities closer together, offering an Iranian-Islamic identity that more effectively represents Iran's culture and civilization.

Keywords: national identity, dual spacization, representation, critical discourse analysis (CDA), Grounded Theory

1. Professor of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

✉ ssameli@ut.ac.ir

* Corresponding Author

2. PhD Candidate, Iranian Studies, Faculty of World Studies, University of Tehran, Iran

✉ Sara.nazemi@ut.ac.ir

3. Assistant Professor of Iranian Studies, Faculty of World Studies, University of Tehran, Iran

✉ shaho.sabbar@ut.ac.ir



INTRODUCTION

The effects of the information revolution and the expansion of technologies in the contemporary period have shaped a world that is rapidly and continuously producing and reproducing old and new concepts and content. Most concepts and meanings in the economic, political, cultural and societal spheres have changed. Following increasing advances in technology and information, we have witnessed the emergence of the Internet and virtual space; this new space, with vastly different characteristics from the space where we lived before, is known as virtual space or the “second space” (Ameli, 2015, 20). The second space enjoys the most powerful means of producing and publishing content, via virtual social networks. Virtual social networks allow people to interact, exchange views and seek whatever information they desire. This sharing of everyday life, experiences and ideas can produce new concepts, especially cultural and social ones.

One of these concepts is the concept of identity, the first and foremost question facing every individual, and each person must find sources of identity to answer it. Among various forms of individual and social identities, national identity has the highest level that humans acquire in the process of socialization and identification. National identity, by fostering a sense of shared culture, history, geography, politics, religion, language and perceptions, leads the people to feel that they are members of a group, and to develop loyalty to and willingness to sacrifice for that group (Fakhar, Dehshiri, Motallebi, & Kamalizadeh, 1400; Tavassoli, 2013). Through national identity, a person becomes committed to a collective “we” that is distinct from “others” (Hajiani, 1379, 197).

Considering the importance of the national identity concept and its role and function in human societies, it was decided to conduct research into how this concept is represented in the virtual space in the age of dual spacization. The study focuses on the virtual social network Instagram, a platform that has grown significantly in recent years and has millions of Iranian users.

PURPOSE

The present study is conducted with the aim of investigating how national identity is represented in the virtual space of Instagram. The sub-questions of the work are to identify the components of users’ national identity, and provide a model for the promotion and development of national identity.

METHODOLOGY

This research is based on a combination of two qualitative methods, critical discourse analysis and grounded theory. In order to investigate how users represent national identity in virtual space, 20 active public accounts with more than 10,000 followers and finally 50 posts were selected. Posts discussing the topic of Iran and

national identity through written, visual or audio content were selected and analyzed using Fairclough's method of critical discourse analysis. In order to respond to the two sub-questions of identifying the components of Iranian users' national identity and offering a model for the promotion of national identity, grounded theory methodology was employed. Data was collected via interview, and theoretical saturation was reached after 18 interviews.

FINDINGS

While not all posts necessarily showed Iran or Iranian identity directly, the first part of the analysis identified 53 Instagram posts that referred to these concepts using written, visual or audio content. By adopting Fairclough's method of critical discourse analysis, we were able to identify components of users' representations of national identity. From an examination of these components, two identity discourses were identified in the selected posts: Iranian national identity and Islamic national identity. Other identity discourses, such as Iranian-Islamic and global were not seen.

In the next part of the research, interview data were gathered, and 64 relevant concepts of relevance of national identity were identified through a process of open coding. In the process of axial coding according to shared concepts, these concepts were categorized into 17 groups. In selecting codes, we considered the causal, context and intervening structural conditions, the actions and interactional strategies used to manage them, and the consequences of these actions and interactions. Context causes and conditions are the reasons and foundations upon which national identity is formed, and intervening structural conditions can either facilitate or limit the promotion and development of national identity. Interviewees pointed to the strategic policies of the political system, both as legislator and executive, and the use of the facilities and power of small and large institutions in advancing national identity. The appropriate and optimal use of technological capacities and virtual space, given their significant influence on contemporary life, will be among the most effective measures.

CONCLUSION

Two discourses of Islamic and Iranian identity were identified from the representations and concepts of national identity on the selected Instagram posts. In order to strengthen its revolutionary and Islamic identity, Iran has tried to bolster religious and revolutionary concepts in the political, social, cultural and economic spheres. As a result, a large group of people in society – and in turn, in virtual spaces – have adopted the religious and revolutionary discourse that is officially disseminated via media, promotions and public education. According to this discourse, which belongs to the revolutionary stream of the country and is consistent with the views of the Islamic system, national identity is derived from the



Iranian Cultural Research

Abstract



teachings of Islam, in particular Shiism. Considering the three types of identities proposed by Castells, this discourse can be understood both as a resistance identity and as a kind of legitimizing identity that reinforces the ruling norms of society. Another group of users promote a Iranian national identity discourse that does not include religious elements. This approach can also be classified as a resistance identity, and its proponents emphasize components such as ancient Iran in seeking to present their identity as the only Iranian national identity.

Despite the expansion of virtual spaces to the point that they now envelop the real world; neither global identity nor Iranian-Islamic one were seen in the Instagram posts. Instead, we witness a confrontation between the two identities. However, many interviewees considered their national identity to be Iranian-Islamic, and the common national identity discourse among people at the societal level was the same Iranian-Islamic. This discourse was not reflected in the selected Instagram posts. Since virtual spaces now overshadow contemporary life, a balanced and moderate discourse in virtual space is needed in order to lessen the one-dimensional confrontation between the two discourses of Islamic and Iranian identity. National unity, social cohesion and the integration of different layers of society will take place when all sources of identity are strengthened and effective. In fact, the two discourses of Iranian and Islamic are not necessarily in conflict with each other, as each emphasizes a part of Iran's history, and each focuses on Iran's social and civilization resources. Efforts to combine Iranian and Islamic identity as much as possible in the virtual space will facilitate the presentation of Iranian-Islamic culture and civilization.

NOVELTY

The objectives of this research are consistent with its combination of qualitative methods. This research sought to evaluate the impact of dual spacization on the representation of national identity using selected Instagram posts. The findings of this research can be used to study the effects of virtual space on any of the components of national identity. Further, the scope of the research could be widened and applied to shape strategic planning to strengthen cultural, social and even political components of national identity.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

BIBLIOGRAPHY

- Abbasi Ghadi, M., & Khalil Kashani, M. (2013). *Ta'sir-e internet bar hoviya-t-e melli* [The impact of the Internet on national identity], Tehran, Iran: Statagic Studies Quarterly. (Original work published 2010)
- Abbaszadeh Marzbali, M. (2020). *tasir-e farāyand-e jahāni šodan va fazā-ye majāzi bar hoviya-t-e melli va elzāmāt-e pišeruye dowlathā* [The Impact of Globalization and Cyberspace on National Identity and the Obligation of Governments]. *Knowledge of political interpretation*, 2(5), 21-52
- Aghagolzadeh, F., & Ghiasian, M. S. (2007). *Ruykardhā-ye ghāleb dar tahlil goftmān-e enteqādi* [Main approaches to critical discourse analysis]. *Language and Linguistics*, 3(5), 39-54.
- Ameli, S. R. (2003). *Dojahāni šodan-hā va jāme'e-ye jahāni-ye ezterāb* [Dual globalization and global risk society]. *Journal of Social Sciences Letter*, 21, 143-174
- Ameli, S. R. (2016). *Motāle'āte jahani šodan: do fazāei šodan-hā va do jahāni šodan-hā* [Globalization studies: dual spacization & dual globalization], Tehran, Iran: Samt. (Original work published 2011)
- Ameli, S. R. (2017). *Dual Spacization of Cultures: Problematization of Cyberspace and Cultural Matters*. *Journal of Cyberspace Studies*, 1, 1-18. doi: 10.22059/jpolicy.2017.59867
- Ameli, S. R., & Karimi, T. (2017). *Nahve-ye baznamāyi-ye šaxsiyathā-ye seryāl-e Setāyeš mabtani bar goftmān-e towhidī* [Manner of Representing Characters in Setayesh TV serial Based on Monotheistic Discourse]. *Religion & Communication*, 1(51), 105-143. doi: 10.30497/RC.2017.2005
- Arsalani, A., Sakhaei, S., & Zamani, M. (2022). *ICT for children: The continuous need for media literacy*. *Socio-Spatial Studies*, 6(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2022.211944
- Ashraf, A. (2008). *Hoviyat-e Irani be se revāyat* [Iranian identity in three narratives]. *Bukhara Mag*, 66, 109-127
- Ashraf, A. (2016). *Hoviyat-e Irani: az dowran-e bāstān ta pāyān-e Pahlavi va do maqāle az Gerardo Gnoli va Shapour Shahbazi* [Iranian identity: from ancient times to the end of Pahlavi and two essays by Gerardo Gnoli and Shapour Shahbazi] (H. Ahmadi Trans., 5th Ed). Tehran. Iran: Našr-e Ney. (Original work published 2010)
- Baibordi, E., & Karimian, A. (2015). *Jahani šodan-e farhang va ta'sir-e ān bar hoviya-t-e melli-ye Iran* [The Globalization of Culture and Its Effect on Iranian National Identity]. *International Relation Studies*, 7(28), 77-102
- Berger, A. A. (2020). *Ravešhā-ye pzuheš dar resanehā va erdebātāt* [Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches] (E. Shahghasemi, & M.R. Nirou, Trans., 5th Ed). Tehran, Iran: Jahād-e Dānešgāhi. (Original work published 2002)



Iranian Cultural Research

Abstract



- Castells, M. (1997). *Asr-e ettelā'āt: qodrat-e hoviat* [The Power of Identity, the Information Age: Economy, Society and Culture vol. II] (H. Chavoshian Trans.; 2nd Ed). Tehran, Iran: Tarh-e no.
- Castells, M. (1997). *the Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. II. Oxford, Uk: Blackwell.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London, Uk: Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2000). *Tahlil-e enteqādi-ye goftemān* [Critical Discourse Analysis] (F. Shayesteh Piran, & others Trans.). Tehran, Iran: Markaz-e Motālē'āt va Tahqiqāt-e Resāne-hā (Original work published 1995)
- Fakhar, J., Dehshiri, M., Motallebi, M., & Kamalizadeh, M. (2021). Jahāni šodan va tasir-e ān bar hoviat-e melli dar Jomhuri-ye Eslāmi-ye Irān: barresi-ye peymāyeši az manzar-e dānešjouyān-e goruh-e olum-e ensāni va fanni va mohandesi-ye dānešgāh-e āzād-e Eslāmi vāhed-e Tehrān Jonoub [Globalization and its impact on national identity in the Islamic Republic of Iran, a survey from the perspective of students of the Department of Humanities, Technical and Engineering Sciences, Islamic Azad University, Tehran South Branch]. *Quarterly of New Attitudes in Human Geography*, 3(13), 548-568.
- Golzari, Z. (2022). *Raveš-e nazariy-e dāde bonyād; rāhnamā-ye amali-ye pažouheš* [Grounded Theory; A practical guide to research]. Shahre-e Kord, Iran: Jahād-e Dānešgāhi.
- Hajiani, I. (2000). Tahlil-e jāme'ešenāxti-ye hoviyat-e melli dar Irān va tarh-e čand farziyeh [Issues regarding the National Identity: The semantics of national identity]. *National Studies Journal*, 2(5), 193-228.
- Hall, S (2017). *Mā'nā, farhang va zendegi-ye ejtemā'i* [Representation Cultural Representations and Signifying Practices] (A. Golmohammadi, Trans.; 2nd ed.). Tehran, Iran: Ney. (Original work published 1997)
- Hall, S. (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. California, USA: Sage in association with the Open University.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity* (3rd ed), London: Routledge. (Original work published 1996)
- Jenkins, R. (2018). *Hoviyat-e ejtemā'i* [Social Identity] (A. Ahmadi, Trans.; 3rd Ed). Tehran, Iran: Našr-e elm. (Original work published 1996)
- Kalantari, S., Abbaszadeh, M., Saadati, M., Pourmohammad, R., & Mohammadpour, N. (2009). Tahlil-e goftemān bā ta'kid bar goftemān-e enteqadi be onvān-e raveš-e tahqiq-e keyfi [Discourse analysis: with the emphasis on critical discourse as a method of qualitative research]. *The Journal of Sociology Studies*, 1(4), 7-28

- Mahdizadeh, M. (2007). *Rasāne-hā va bāznamāyi* [Media and representation], Tehran, Iran: Daftar-e Motāle'āt va Rasānehā.
- Memar, S., Adlipour, S., & Khaksar, F. (2012). Šabakehā-ye ejtemā'i-ye majāzi va bohrān-e hoviāt (ba takid bar bohrān-e hoviati-ye Irān) [Virtual Social Networks and Identity Crisis (with Emphasis on Identity Crisis in Iran)]. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 1(4), 155-176. doi: 10.22059/JISR.2013.36574
- Mohseni, M. J. (2012). Jostāri dar nazariy-e va raveš tahlil-e goftemān-e Fairclough [Discourse analysis with emphasis on critical discourse as a qualitative research method]. *Ma'rifat-i Farhangi Ejtemaii*, 3(3), 63-86
- Mostafavi, M. (2011). Jahāni šodan va farhang bā negāhi be asarāt-e ān bar javānān-e Irān-e Eslāmi [Globalization and culture with a look at its effects on the youth of Islamic Iran]. *Cultrual Revolution*, 53 & 54, 27-43
- Nosraty, N., Tomraee, S., & Zamani, M. (2020). Beauty business in Iran: Does beauty make you healthy?. *Socio-Spatial Studies*, 4(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2020.211920
- Rabbani, A., Rabbani, R., & Hasani, M. R. (2009). Rasānehā-ye jam'i va hoviāt-e mellī: Motāle'e moredi-ye dānešjuuyan dānešgāh-e Isfahan [Mass media and national identity: a case study of Isfahan University students]. *Communication Research*, 2(58), 65-93
- Sakhaei, S., Arsalani, A., & Nosraty, N. (2023). Media Literacy for Children: A Systematic Review. *Journal of Cyberspace Studies*, 7(2), In Press.
- Shahghasemi, E., Prosser, M. (2019). The Middle East: Social Media Revolution in Public and Private Communication. *International Conference on Future of Social Sciences and Humanities*, Warsaw. doi:10.33422/fshconf.2019.06.345
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1998). *Mabani-ye pažouheš keyfi: fonoun va marāhel-e towlid-e nazariye-ye zamine'i* [Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques] (E. Afshar Trans.; 2nd Ed). Tehran, Iran: Našr-e Ney. (Original work published 1990)
- Strinati, D. (1995). *Moqadame'i bar nazarihhā-ye farhang-e 'āme* [An introduction to theories of popular culture] (S. Pak Nazar, Trans.; 2nd Ed). Tehran, Iran: Farvardin Library. (Original work published 1995)
- Tavana, M. A., Hashemi Asl, A. (2015). Tasir-e fazā-ye majāzi bar sargaštegī (bohrān) hoviati va farhangī [The Impact of Cyberspace on Cultural and Identity Crisis]. *Political Research*, 9, 8-30
- Tavassoli, Gh., & Ghasemi, Y. (2004). Hoviathā-ye jam'i va jahāni šodan. [Collective identities and globalization]. *Journal of Social Sciences Letter*, 24, 1-26



Iranian Cultural Research

Abstract



مقاله پژوهشی

دوفضایی‌شدن و بازنمایی هویت ملی در اینستاگرام

سعیدرضا عاملی^{۱*}، سارا ناظمی^۲، شاهر صبار^۳

دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۴؛ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰

چکیده

انقلاب ارتباطات و اطلاعات در عصر حاضر فضای جدیدی را در حیات انسانی رقم زده است. فضایی بی‌زمان، بی‌مکان و فاقد مرز که با سرعت بسیار جهان ما را تغییر می‌دهد. فضای دوم یا فضای مجازی با رشد و گسترش بی‌وقفه به‌طور مداوم در حال مفهوم‌سازی، تولید محتوا و انتشار آن و احاطه جهان طبیعی است. این مقاله تحت پارادایم «دوجاهانی‌شدن و دوفضایی‌شدن» و نظریه «بازنمایی» می‌کوشد تا دریابد هویت ملی به‌عنوان عالی‌ترین و مهم‌ترین سطح هویتی در فضای مجازی چگونه بازنمایی می‌شود. با اتخاذ روش «تحلیل گفتمان انتقادی» و روش «داده‌بنیاد» دریافته‌ایم که در مطالعه صفحاتی از اینستاگرام تقابل دو هویت ایرانی و اسلامی دیده می‌شود و برای رسیدن به وفاق و انسجام ملی هر چه بیشتر، نیاز به هم‌گرایی و تعامل این دو هویت و در پیش گرفتن هویتی متعادل و میانه‌رو احساس می‌شود. استفاده از راهبردها و سیاست‌های متناسب از سوی نظام سیاسی و نهادهای ذی‌ربط و برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان در استفاده از فضای مجازی خواهد توانست دو هویت ایرانی و اسلامی را به هم نزدیک کند و هویت ایرانی-اسلامی پاسخگوی مناسب‌تری برای معرفی فرهنگ و تمدن ایران خواهد بود.

کلیدواژه‌ها: هویت ملی، دوفضایی‌شدن، بازنمایی، روش تحلیل گفتمان انتقادی، روش داده‌بنیاد

۱. استاد ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

ssameli@ut.ac.ir ✉

* نویسنده مسئول

۲. دانشجوی دکتری ایران‌شناسی، مطالعات ایران، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران

sara.nazemi@ut.ac.ir ✉

۳. استادیار مطالعات ایران، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران

shaho.sabbar@ut.ac.ir ✉

۱. مقدمه و بیان مسئله

جهان امروز متأثر از انقلاب اطلاعاتی و رشد گسترده فناوری‌ها است و دنیایی را رقم زده که با سرعت و به‌طور مداوم در کار تولید و بازتولید مفاهیم و محتواهای تولیدشده از گذشته تا کنون است. در مواجهه با این جریان، تقریباً هیچ گوشه‌ای از جهان را نمی‌توان یافت که به‌گونه‌ای تحت تأثیر قرار نگرفته و بیشتر مفاهیم و معناها در ابعاد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعات انسانی دگرگون نشده باشد. به‌دنبال پیشرفت‌های فزاینده فناوری و اطلاعات، اینترنت وب ۲ و فضای مجازی به وجود آمد که از دهه ۱۹۹۰ با سرعت بسیاری گسترش یافت و تأثیرات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی زیادی به‌دنبال داشت که در ابتدای ظهور اینترنت قابل پیش‌بینی نبود. فضایی جدید با ویژگی‌هایی متفاوت از فضایی که تاکنون در آن زیست کرده‌ایم با عنوان «فضای دوم یا فضای مجازی» ایجاد شد (عاملی، ۱۳۹۵، ۲۰؛ شاه‌قاسمی و پروسر، ۲۰۱۹، ۶۸).

در این فضا مفاهیم و معانی بسیاری تولید، بازتولید و منتشر می‌شود. فضای مجازی، در بستر «شبکه‌های اجتماعی مجازی» قدرتمندترین ابزار تولید و نشر محتوا را در اختیار دارد. در این شبکه‌ها افراد با هم تعامل و تبادل اطلاعات دارند، از اندیشه‌های دیگران آگاه می‌شوند و هر آنچه را که دوست دارند و یا در جست‌وجوی آن هستند را می‌یابند. از آن‌جا که امکان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی برای همگان میسر است فرصت‌های برابر و یکسان برای مشارکت در این فضا وجود دارد و به واسطه آن افراد و اجتماعات منزوی و به‌حاشیه رانده‌شده نیز امکان ابراز وجود دارند و می‌توانند خود را به دیگران بشناسانند و با دیگران ارتباط بگیرند (شاه‌قاسمی و پروسر، ۲۰۱۹، ۶۸). این اشتراک‌گذاری اندیشه و روزمره‌گی‌ها، می‌تواند مفاهیم جدیدی را تولید نماید. از سویی بخشی از تفکرات و باورهای افراد و نظام‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در شبکه اجتماعی مجازی به نمایش گذاشته شده و بازنمایی می‌شود.

مفاهیم فرهنگی و اجتماعی از جمله مواردی هستند که کاربران فضای مجازی به آن‌ها می‌پردازند. یکی از این مفاهیم، مفهوم «هویت» است؛ اولین و مهم‌ترین پرسشی که هر



فرد از خود می‌پرسد و با بهره‌گیری از منابع هویت‌ساز، به آن پاسخ می‌دهد. در میان انواع هویت‌های فردی و اجتماعی، هویت ملی عالی‌ترین سطح هویتی است که انسان در فرایند «جامعه‌پذیری» و «هویت‌یابی» خود به دست می‌آورد و در قالب حس تعلق به یک فرهنگ، تاریخ، جغرافیا، سیاست، دین، زبان و تصور ذهنی مشترک، به افراد احساس وفاداری، فداکاری و عضوی از گروه بودن را می‌دهد (فخار، دهشیری، مطلبی و کمالی‌زاده، ۱۴۰۰؛ توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳). فرد از طریق هویت ملی به گروهی منتسب و به یک «ما»ی جمعی احساس تعهد و تعلق دارد و از «دیگران» متمایز و متفاوت می‌شود (حاجیان، ۱۳۷۹، ۱۹۷). «ما» بودن اعضای یک جامعه با خصوصیات مشترک عامل انسجام اجتماعی، همبستگی و وحدت و در مقیاس ملی معرف و متمایزکننده هر ملت و کشور از سایر ملل و کشورها است.

با توجه به اهمیت مفهوم «هویت ملی» و نقش و کارکرد آن در اجتماعات بشری این ضرورت احساس شد که پژوهشی باید انجام شود تا نشان دهد که در عصر دوفضایی شدن این مفهوم در فضای مجازی چگونه بازنمایی می‌شود. به همین دلیل اینستاگرام به‌عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی انتخاب شد که در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و کاربران ایرانی زیادی دارد. این مطالعه این پرسش اصلی را دنبال می‌کند که در جریان دوفضایی شدن و ظهور فضای مجازی مفهوم هویت ملی در اینستاگرام چگونه بازنمایی می‌شود و از دیگر سو تلاش می‌کند تا دریابد ایرانیان هویت ملی خود را با چه مؤلفه‌هایی می‌شناسند؟ و یک الگوی مناسب جهت ارتقا و تقویت هویت ملی چیست؟

اهمیت مطالعه بازنمایی هویت ملی در بستر دوفضایی شدن ازین روست که هر چه زمان می‌گذرد جهان واقعی بیش از پیش توسط جهان مجازی احاطه می‌شود و اینترنت وب و شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش دنیای حقیقی را متأثر می‌کنند. این اثرگذاری اگر توسط نظام سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به درستی هدایت و سامان شود مسلماً نتایج بهتری نسبت به رهاشدگی امور در جهان مجازی خواهد داشت. هویت ملی به‌عنوان یک عنصر وحدت‌بخش میان آحاد مردم نیاز به ارتقا و تقویت برای حفظ وفاق اجتماعی دارد؛ به همین دلیل نیازمند شناخت مفهوم و مؤلفه‌های هویت ملی و درک چگونگی بازنمایی آن در



جهان مجازی هستیم تا با ارائه راهکارهای مناسب و متناسب با فضای مجازی، در جهت تقویت و پیشرفت آن بکوشیم.

۲. چارچوب نظری

چارچوب نظری در این پژوهش بر پارادایم «دوج جهانی شدن و دوفضایی شدن» برای مطالعه جریان دوفضایی شدن و نظریه «بازنمایی» استوارت هال در بررسی چگونگی بازنمایی هویت ملی در اینستاگرام استوار است:

۲-۱. پارادایم دوفضایی شدن

تا پیش از انقلاب اطلاعات و ارتباطات، جایی که در آن می‌زیستیم جهانی با شکل و ابعاد فیزیکی واضح و قابل رویت بود؛ دنیایی با «یک جغرافیای محدود و برخوردار از نظام سیاسی دولت-ملت، طبیعی، محسوس و با بدن و جهانی صنعتی با سابقه‌ای تاریخی تا تاریخ قدیم» (عاملی، ۱۳۹۵، ۳؛ عاملی، ۲۰۱۷، ۲). با رشد فناوری‌ها، تغییرات فراوان اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی معاصر پدید آمد. در دهه‌های پایانی قرن بیستم با ظهور اینترنت سرعت تحولات در عرصه ارتباطات شدت گرفت. دوفضایی شدن، ارتباط تنگاتنگی با تحولات ارتباطات و ظهور اینترنت و وب ۲ دارد.

بی‌مکانی و بی‌زمانی حاصل از دوفضایی شدن، فرد را از محدوده جغرافیا و محدودیت زمانی جدا می‌کند و با ارائه ظرفیت‌ها و امکانات جدید سبب می‌شود که اطلاعات به راحتی، بی‌وقفه و با کمترین هزینه در اختیار همگان قرار بگیرد. به همان سادگی که فرد اطلاعات را کسب می‌کند به همان سهولت اطلاعات را منتشر می‌کند و این چرخه به تولید، بازتولید و بازسازی مفاهیم می‌انجامد. در جهان دوفضایی شده تغییرات فراوانی رخ داده است که از مهم‌ترین آن‌ها، تغییر روابط انسانی، فرهنگ و فضای زندگی، روش زیستن و تولید و بازتولید بسیاری از مفاهیمی است که پیش از آن در جهان طبیعی به‌گونه‌ای دیگر معنی داشت (عاملی، ۱۳۹۵، ۹۹؛ عاملی، ۲۰۱۷، ۱).

برای مطالعه ارتباط «دوفضایی شدن و بازنمایی هویت ملی در اینستاگرام»، نیازمند نظریه‌ای هستیم که بتواند چرایی و چگونگی دوفضایی شدن و پیامدهای آن را توضیح دهد.



نظریه‌های موجود، مبحث «دوفضایی شدن» و «دوج جهانی شدن» عصر حاضر و تحولاتی که در جریان است را به‌طور کامل توضیح نمی‌دهد، پس دیدگاه کلی‌تر و کامل‌تری را می‌طلبد. بنیان اصلی نظری این پژوهش مبتنی بر پارادایم «دوفضایی شدن‌ها و دوج جهانی شدن‌ها» است که نخستین بار در سال ۱۳۸۲ توسط سعیدرضا عاملی در مقاله‌ای تحت عنوان «دوج جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب» منتشر گردید. این پارادایم به دو واقعیت موازی یعنی واقعیت فیزیکی و واقعیت مجازی به‌عنوان ظرف فرهنگی شدن و اجتماعی شدن جامعه اشاره دارد (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۴۵).

عاملی (۱۳۹۵) در توضیح پارادایم «دوج جهانی شدن و دوفضایی شدن» آورده است که در عصر جهانی شدن ارتباطات، شاهد جهانی شدن‌های متعدد در جهان اول طبیعی و پدیدار شدن جهان دوم مجازی در پی ظهور اینترنت و وب ۲ هستیم. وجود جهان طبیعی و جهان مجازی سبب دوفضایی شدن جهان شده و با جهانی شدن‌های جدید، جهان‌ها و فضاهای جدیدی نیز به صورت مجازی و موازی پدید آمده است (عاملی، ۱۳۹۵، ۱۴۰). دوفضایی شدن با تولیدات دائمی مفاهیم جدید را تولید و گاه مفاهیم قبلی را تغییر داده و یا از بین می‌برد و به‌طور مداوم در کار تولید و فناست. از آن‌جا که انسان امروزی هم در فضای واقعی و هم در فضای مجازی زیست می‌کند، این دوفضا در تعامل بسیار نزدیک با هم هستند و حیات و استمرارشان به هم وابسته بوده و از هم تأثیر می‌پذیرند. به دلیل اینکه امروزه تولید مفاهیم در هر دو جهان طبیعی و مجازی صورت می‌گیرد فهم جهان طبیعی در گرو فهم جهان مجازی و درک جهان مجازی با شناخت جهان اول شدنی است (عاملی، ۱۳۹۵، ۱۴۴).

با توجه به پارادایم گفته‌شده، فضای مجازی با امکانات و ظرفیت‌هایش قابلیت تولید، بازتولید و انتشار مفاهیم در جهان طبیعی و مجازی را دارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از بازوهای قدرتمند این فضا، هزاران اطلاعات و داده را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند. این محتواهای جدید با توجه به قدرت انتشار سریع، همه‌گیری و فارغ از زمان و مکانی بودنش می‌تواند به گفتمان غالب تبدیل شود و تعاریف جدیدی را وارد جهان طبیعی نماید (عاملی، ۱۳۹۵، ۱۴۰).



۲-۲. نظریه بازنمایی

نظریه «بازنمایی»^۱ با نام استوارت هال^۲ شناخته می‌شود. او «بازنمایی» را یکی از راه‌های تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی می‌داند و به سه رویکرد «بازتابی یا تقلیدی»^۳، «نیت‌گرا (تعمدی)»^۴ و «سازه‌انگار»^۵ اشاره دارد. رویکرد «سازه‌انگار» یا «سازه‌باور» مدنظر این پژوهش توضیح می‌دهد که مسئله مهم در فهم معانی ماهیت اجتماعی و عمومی زبان است (هال، ۱۳۹۶، ۵۱-۴۳؛ مهدی‌زاده، ۱۳۸۶، ۲۴). این رویکرد بر عدم ثبات و تغییرپذیری معنی و معلول شرایط بودن در فهم معانی استوار است و زبان را مهم‌ترین عامل در برقراری پیوند میان چیزها با ذهن آدمی می‌داند (هال، ۱۳۹۶، ۴۸-۴۴). به زعم هال، چیزها معنا ندارند و ما هستیم که با استفاده از نظام‌های بازنمایی که شامل مفاهیم و نشانه‌هاست، معنا را می‌سازیم؛ و کنشگران اجتماعی نظام‌های مفهومی فرهنگ خود و نظام‌های زبانی و دیگر نظام‌های بازنمایی را به کار می‌برند تا با ساختن معنا جهان را معنادار کنند و با دیگران ارتباط معنادار برقرار کنند (هال، ۱۹۹۷، ۲۵).

پژوهش «دوفضایی شدن و بازنمایی هویت ملی در اینستاگرام» با توجه به رویکرد «سازه‌انگار» هال، با استفاده از نمادها و نظام زبانی و نظام بیان مفاهیم و آن‌گونه که سوسور توضیح می‌دهد صداها، تصاویر، واژه‌های نوشتاری، عکس، فیلم و ... به‌عنوان نشانه‌های درون‌زبانی (استریناتی^۶، ۱۳۹۲، ۱۵۴) به‌دنبال بررسی چگونگی بازنمایی هویت ملی ایرانی در اینستاگرام است. این رویکرد نشان می‌دهد که معانی ثابت نیستند و هر مفهوم در نظام مفهومی منحصر به خود به‌گونه‌ای خاص معنا می‌شود و کنشگران در اینستاگرام از طریق تولید مفاهیم و به‌اشتراک گذاشتن آن، معنای خود از «هویت ملی» را بازنمایی می‌کنند.



1. representation
2. Staurat Hall
3. the reflective
4. the intentional
5. the constructive
6. Dominic Strinati

هویت ملی عالی‌ترین سطح هویتی است که انسان در فرایند جامعه‌پذیری و هویت‌یابی خود به آن دست می‌یابد؛ هویتی اجتماعی که فرد از طریق آن به گروه و اجتماعی منسوب است و به یک «ما»ی مشترک احساس تعهد و تعلق دارد و از «دیگران» متمایز و متفاوت می‌شود. هویت ملی پاسخی به پرسش‌های افراد درباره کیستی و چیستی خود، تاریخ و گذشته، تعلقات ملی، ارزش‌ها و باورهای پیشین و کنونی، کیفیت زندگی فردی و اجتماعی، اشتراکات فرهنگی و تمدنی و درک جایگاهشان در حوزه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است (حاجیانی، ۱۳۷۹، ۱۹۷). هویت ملی را می‌توان از موثرترین عوامل انسجام اجتماعی و وحدت میان اعضای جامعه دانست که به آن‌ها احساس وفاداری و تعهد می‌دهد (فخار و دیگران، ۱۴۰۰؛ توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳).

جنکینز^۱ هویت را فرایندی از «بودن»ها و «شدن»ها می‌داند. در رویکرد برساختی جنکینز «هویت اجتماعی»^۲ روشی است که افراد خود را به وسیله آن از سایر اجتماعات متمایز و شباهت‌ها و تفاوت‌ها را درک می‌کنند (جنکینز، ۱۹۹۶، ۸). برور^۳ (۱۹۹۱) هویت ملی را سرمنشاء احساس تعهد، پیوندهای عاطفی، احساسات میهن‌پرستانه و میهن‌دوستی و حس فداکاری و ایثار و زیرمجموعه هویت اجتماعی می‌داند (ربانی، ربانی و حسنی، ۱۳۸۸، ۶۹) و به‌زعم آنتونی اسمیت^۴ «بازتولید و بازتفسیر ارزش‌ها، نمادها، اسطوره‌ها، خاطرات و سنت‌های مشترکی است که سبب تمایز ملت‌ها از هم می‌شود و افراد هویت خود را از آن عناصر می‌گیرند» (بایوردی، ۱۳۹۳، ۸۵).

احمد اشرف (۱۳۸۷) در کتاب هویت ایرانی، هویت ملی را فرایند و سازوکار تاریخی می‌خواند که در سیر حوادث و وقایع تاریخی شکل گرفته و عوامل مختلف همچون نژاد، سرزمین، دولت و تابعیت، زبان و سنن مشترک فرهنگی و ریشه‌های تاریخی، دین و ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و روابط تولید در شکل‌گیری آن نقش دارند (اشرف،

1. Richard Jenkins
2. identity
3. Marilyn B. Brewer
4. Anthony D. Smith



۱۳۸۷، ۱۲۲). وی همچنین اشاره دارد که هویت ملی، همان هویت قومی است که از پیش از تاریخ وجود داشته و احساس تعلق و همبستگی با طایفه و قبیله است و در طول زمان با تداوم این حس، هویت قومی تبدیل به هویت ملی در عصر جدید شده است (اشرف، ۱۳۸۷، ۱۵).

۳. پیشینه پژوهش

تحقیقاتی که در زمینه ارتباط میان فضای مجازی و هویت ملی انجام شده است را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود. دسته اول تحقیقاتی هستند که با رویکرد بدینانه و پیش فرض اثرات منفی، بحران‌زا و مخرب فضای مجازی بر هویت ملی انجام گرفته‌اند. دسته دوم اثرات فضای مجازی بر هویت ملی را با رویکردی مثبت، خوش‌بینانه اما آسیب‌شناسانه بررسی و مطالعه نموده‌اند. آنچه که اثر حاضر در جست‌وجوی آن است نگاهی فارغ از رویکردهای مثبت و منفی رابطه فضای مجازی و هویت ملی داشته و به جست‌وجوی عناصر و مؤلفه‌های هویت ملی است که در فضای مجازی بازنمایی می‌شود.

توانا و هاشمی اصل (۱۳۹۳) در مقاله «تأثیر فضای مجازی بر سرگستگی (بحران هویتی و فرهنگی) زوال هویت ملی و تقویت هویت‌های فراملی و فروملی را یکی از نتایج فضای مجازی می‌دانند. فضای مجازی امکان تعامل افراد را از طریق شبکه‌های مجازی فراهم می‌کند و فرد در آن فضا خود را از قید و بندهای اخلاقی و ارزشی حاکم بر جامعه رهاتر می‌بیند و با ساختن هویت‌های جعلی نقش‌های متفاوتی را بازی می‌کند. با چندفرهنگی شدن جهان در پی سیطره فضای مجازی، جهان از طرفی به سوی وحدت و تبدیل شدن به دهکده جهانی و ساختارهای واحد جهانی می‌رود و از دیگر سو با از میان برداشتن مرزهای جغرافیایی زوال هویت ملی و ظهور و تقویت هویت‌های فراملی و فروملی را شاهدیم.

پژوهش نصرتی و همکاران (۲۰۲۰)، با عنوان «کسب‌وکار زیبایی در ایران: آیا زیبایی موجب سلامتی شما می‌شود؟» نشان می‌دهند که چطور شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تصور افراد نسبت به خود و به بیان دیگر هویت فردی‌شان را تحت تأثیر قرار دهد.



رسانه‌های اجتماعی ایرانی و فرهنگ سلبریتی باعث شده استانداردهای بالایی برای زیبایی به‌وجود بیاید و افراد برای رسیدن به این استانداردها تحت فشار قرار بگیرند. از این‌رو، انتظارات اجتماعی در مقابل هویت فردی قرار گرفته، و باعث ایجاد چالش‌های روحی و روانی شده است.

عباس‌زاده مرزبالی (۱۳۹۹) در مقاله «تأثیر فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی بر هویت ملی و الزام پیش روی دولت‌ها» به این نتیجه رسیده‌گرچه گسترش فضای مجازی موجب شکل‌گیری و تقویت هویت‌های فراملی و فروملی، ایجاد شکاف و تعارض هویتی و تضعیف و بحران هویت ملی در برخی جوامع شده اما این تأثیر وجه دیگری نیز داشته است. فضای مجازی ظرفیت‌ها و امکاناتی را در اختیار جوامع قرار می‌دهد که در صورت استفاده منطقی و صحیح از آن، می‌توان از هویت ملی پاسداری نمود و از چالش‌های هویتی رهایی یافت.

کوثری (۱۳۸۶) در مقاله «جهانی‌شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی» نگاه تقریباً مشابهی دارد و بر این عقیده است که در دو دهه اخیر گرچه رویکرد سنتی وضعیت هویت را بحرانی می‌بیند اما واقعاً دچار بحران هویت نیستیم یا حداقل در شرایط مزمنی قرار نداریم.

معمار، عدلی‌پور و خاکسار (۱۳۹۱) در مقاله «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)» با بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت در ایران، نسل سوم را که بیشترین کاربران فضای مجازی هستند، بیش از سایر نسل‌ها در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌دانند. به دلیل تغییر منابع هویت‌ساز و عرضه منابع جدید در فضای مجازی بحران هویتی میان جوانان به وجود آمده که تعادل اجتماعی را دستخوش تغییر کرده است. این بحران هویت معمولاً از هویت‌های ساختگی ناشی می‌شود زیرا افراد در این فضا امکان انتخاب هویت خاص‌تر یا ایدئال‌تر را دارند.

ارسلانی و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله خود با عنوان «فناوری اطلاعات و ارتباطات برای کودکان: نیاز مستمر به سواد رسانه‌ای» بر اهمیت فضای مجازی بر شکل‌گیری هویت کودکان و نوجوانان تأکید می‌کنند. به عقیده آنان، تعامل کودکان و نوجوانان با رسانه‌ها بر اساس مراحل رشدشان شکل می‌گیرد، و از آن‌جا که به‌دنبال کشف هویت خود هستند، تأثیرپذیری بیشتری از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی دارند.



سخایی و همکاران (۲۰۲۳) نیز در مقاله «سواد رسانه‌ای برای کودکان: یک مرور نظام‌مند» بر اهمیت شکل‌گیری هویت کودکان و نوجوان تحت تأثیر فضای مجازی تأکید می‌کنند. آن‌ها معتقدند که از جمله منابع شکل‌گیری هویت فردی کودکان، محتوای شبکه‌های اجتماعی، اخبار و تبلیغات است. به عقیده این پژوهشگران، امروز بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای بازی‌های دیجیتال از جمله مکان‌هایی است که کودکان و نوجوانان هویت خود را در درون آن‌ها جست‌وجو می‌کنند.

عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی (۱۳۹۲) در مقاله «تأثیر اینترنت بر هویت ملی» با مطالعه آثار اینترنت بر هویت ملی پی برده‌اند که میزان و مدت مواجهه افراد با اینترنت، تأثیر زیادی بر هویت ملی آن‌ها می‌گذارد؛ هر چه میزان و مدت مواجهه افراد با اینترنت افزایش یابد احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر می‌شود (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۲، ۸۳). زهیری (۱۳۸۴)، ربیعی (۱۳۸۵)، حافظ‌نیا و دیگران (۱۳۸۵)، تاجیک (۱۳۸۷)، حاجی‌ملا میرزایی (۱۳۸۸)، ظروفی (۱۳۸۸)، نوابخش و دیگران (۱۳۸۹)، یزدانی و مروتی (۱۳۹۰)، نیازی و شفانی مقدم (۱۳۹۱)، میرمحمدی و ساروخانی (۱۳۹۱) و عباس‌زاده مرزبالی (۱۳۹۶) نیز به رابطه معنادار، منفی و معکوس میان استفاده از شبکه‌های مجازی و گرایش به هویت ملی اشاره کرده و آن را عاملی موثر بر تغییر هویت فردی و جمعی برشمرده‌اند.

مصطفوی (۱۳۹۰) در مقاله «جهانی‌شدن و فرهنگ با نگاهی به اثرات آن بر جوانان ایران اسلامی» با تحلیل پژوهش‌های پیشین، به اثرات جهانی‌شدن بر هویت فرهنگی و ملی نسل جوان پرداخته است. از دیدگاه پژوهشگر، زندگی غربی با استفاده از رسانه و شبکه‌های اجتماعی مجازی سبک زندگی راحت‌تری را به جوانان مسلمان نشان می‌دهد و تغییر سبک زندگی از جمله راه‌هایی است که جوانان را دچار بحران هویت می‌نماید. به‌زعم نویسنده بدین سبب که هویت ملی ایرانیان ترکیبی از گرایش‌های دینی اسلامی، روح انقلابی، ایرانیت و عضویت در جامعه جهانی است هرگاه وجهی ازین وجوه نادیده گرفته شده و یا بخشی دیگر بیش از حد مورد توجه بوده است، بی‌ثباتی جامعه و بحران هویت را در پی داشته است. ملی‌گرایی افراطی، باستان‌گرایی شبه‌مدرنیسم و بی‌توجهی به ارزش‌های دینی



در دوره پهلوی از یک سو و کم‌توجهی به وجوه ملی و مدرن پس از انقلاب و افول سرمایه اجتماعی در میان ایرانیان از سوی دیگر بحران و چالش‌های هویتی به ویژه در میان نوجوانان و جوانان را سبب شده است.

آنچه در مطالعه پیشینه پژوهش پیرامون موضوع «هویت ملی و فضای مجازی» دیده می‌شود عموماً نگاه بدبینانه و انتقادی به فضای مجازی است که به صورت پیش‌فرض، فضای مجازی را مولد بحران هویت و کاهش هویت ملی می‌داند. عدم انتخاب چارچوب نظری مناسب یا فقدان آن، تقلیل‌گرایی نظری و روشی، عدم تبیین موضوع و توصیفی بودن از جمله ایراداتی است که می‌توان به بخشی از این تحقیقات وارد نمود. در بخشی از این پژوهش‌ها ملاک سنجش هویت ملی و مؤلفه‌های مدنظر پژوهشگر در بخش روش مطرح نشده و در نهایت چگونگی دستیابی به نتایج و یافته‌ها ابهام دارد.

مطالعه حاضر بر آن است با استفاده از پارادایم «دوجهانی‌شدن و دوفضایی‌شدن» و نظریه «بازنمایی» و اتخاذ «روش تحلیل گفتمان انتقادی» و روش «داده‌بنیاد» با بررسی شبکه مجازی اینستاگرام و مصاحبه دریابد هویت ملی توسط کاربران چگونه بازنمایی می‌شود و ایرانیان هویت ملی خود را با چه مؤلفه‌هایی بیان می‌کنند و در نهایت تلاش نماید تا یک الگوی مناسب و راهبردی جهت ارتقا و پیشرفت هویت ملی ارائه دهد.

۴. روش پژوهش

پژوهش بر روش ترکیبی کیفی-کیفی استوار و از دور روش تحلیل گفتمان انتقادی^۱ و روش داده‌بنیاد^۲ بهره می‌برد. برای مطالعه چگونگی بازنمایی هویت ملی کاربران در فضای مجازی، صفحات اینستاگرام با روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف مطالعه و توصیف، تفسیر و تبیین شده‌اند. برای یافتن پاسخ به این پرسش که ایرانیان با چه مؤلفه‌هایی هویت ملی خود را بیان می‌کنند و ارائه یک الگو برای پیشرفت و توسعه هویت ملی از روش داده‌بنیاد استفاده شده است.



۴-۱. تحلیل گفتمان انتقادی

از اوایل دهه ۱۹۹۰ رویکرد مطالعاتی جدیدی در تحلیل گفتمان پدیدار شد که برگرفته از زبان‌شناسی اجتماعی و زبان‌شناسی انتقادی بود و تحت تأثیر آرای اندیشمندانی چون فوکو، دریدا، پشو^۳ و مکتب انتقادی فرانکفورت به حوزه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی راه پیدا کرد و ظاهری انتقادی یافت (فرکلاف^۴، ۱۳۷۹، ۱۰). تا پیش از ظهور گونه انتقادی این روش، تحلیل گفتمان در سطح توصیف بود و سپس با داشتن نگاه انتقادی به متن، به مرحله تفسیر و تبیین رسید. در تحلیل گفتمان انتقادی، وجه ایدئولوژیکی گفتمان اهمیت دارد (آسابرگر^۵، ۱۳۹۸، ۳۸۸). این رویکرد سازه‌گرای اجتماعی مبتنی بر «انتقاد اجتماعی» و استفاده از مفاهیم تحلیلی زبان‌شناسی بوده و عناصر بافت‌های کلان یعنی تاریخ، ایدئولوژی، جامعه، فرهنگ و قدرت را بررسی می‌کند. به لایه‌های معنایی متن توجه دارد و علاوه بر معنا و مفهوم ظاهری متن، معانی پنهانی و کمتر دیده شده را کشف و آشکار می‌سازد (فرکلاف، ۱۳۷۹، ۱۰؛ عاملی، ۱۳۹۵، ۱۴۲).

تحلیل‌گران گفتمان انتقادی در پی آشکار ساختن روابط پنهان قدرت و ایدئولوژی‌ای هستند که در متن وجود دارد و مؤلف متن و صاحب قدرت برای مشروعیت‌بخشی و تثبیت قدرت آن را به کار می‌بندد (آفاگل‌زاده و غیاثیان، ۱۳۸۶، ۵۰-۵۲). تحلیل گفتمان انتقادی از نظریه‌های آلتوسر^۶ و گرامشی^۷ درباره ایدئولوژی و قدرت و آرای فوکو و هابرماس^۸ در ساخت روابط قدرت تأثیر پذیرفته است (محسنی، ۱۳۹۱، ۶۴). آنچنان که فرکلاف از نام‌آورترین اندیشمندان انتقادی متأثر از نظرات این اندیشمندان «معنا را در خدمت قدرت می‌داند» (محسنی، ۱۳۹۱، ۶۵ به نقل از: فرکلاف، ۱۹۹۵، ۱۴).



1. Paul Michel Foucault
2. Jacques Derrida
3. Michel Pecheux
4. Norman Fairclough
5. Arthur Asa Berger
6. Louis Pierre Althusser
7. Antonio Gramsci
8. Jürgen Habermas

رویکردهای مختلفی در تحلیل گفتمان انتقادی وجود دارد: رویکرد «اجتماعی شناختی» تون ون دایک، رویکرد «جامعه- زبان شناسی» روث وداک، رویکرد «نشانه شناسی اجتماعی» گانترگرس و ون لیوون، رویکرد «روان شناسی گفتمانی» لاکلاو و موفه و رویکرد فرکلاف که «تلفیقی از تحلیل متن و فرایندهای تولید و توزیع و مصرف متن و تحلیل اجتماعی- فرهنگی رخداد گفتمانی» (محسنی، ۱۳۹۱، ۶۵-۶۶). وی به زبان و گفتمان به مثابه کردار اجتماعی می نگرد و معتقد است زبان هم پدیدآورنده و هم محصول هویت های اجتماعی، نظام های دانش و باورهاست (آقاگل زاده و غیاثیان، ۱۳۸۶؛ کلاتری و دیگران، ۱۳۸۸).

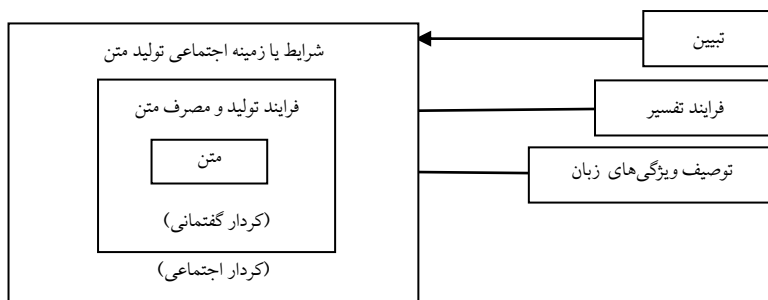
فرکلاف برای گفتمان سه سطح قائل است:

۱. توصیف: تحلیل متن با توجه به آواشناسی، واج شناسی، نحو و صرف، انسجام کلمه، ساختار متن و معنی شناسی. در این سطح ویژگی های زبانی مدنظر است و به مسائل مربوط به ارزش های تجربی، رابطه ای و بیانی متن و ارتباط متن با ساخت های گسترده تر پاسخ می دهد؛

۲. تفسیر: رابطه متن و ساختارهای اجتماعی و تأثیرشان بر ساختارهای جامعه را به صورت مستقیم نمی توان درک کرد. این مرحله به مطالعه و تفسیر متن و توجه به بافت موقعیتی و عوامل بینامتنی و این امر که شرایط و عوامل بیرونی چه بوده و چه تأثیری بر پدید آمدن و ساخته شدن متن دارد، توجه دارد؛ سوالاتی که در مرحله تفسیر پاسخ داده می شود، چیستی مسئله، اشخاص یا اشیای درگیر با مسئله و روابط بین آنها و تعیین نقش زبان در آن است؛

۳. تبیین: هدف این سطح که عالی ترین سطح مطالعه گفتمان است، توصیف گفتمان به عنوان یک فرایند و کنش اجتماعی و توضیح چرایی تولید متن با توجه به مسائل زبانی و عوامل جامعه شناختی، تاریخی، گفتمان، ایدئولوژی، قدرت و قراردادهاست. در مرحله تبیین، گفتمان، ساختار اجتماعی قدرت و جزئی از تعاملات اجتماعی در مناسبات قدرت است (فرکلاف، ۱۳۷۹؛ عاملی و کریمی، ۱۳۹۶، ۱۱۳-۱۱۵). سطح سوم فرکلاف، همان تحلیل گفتمان انتقادی است که تغییرات فرهنگی و اجتماعی را بررسی می کند.

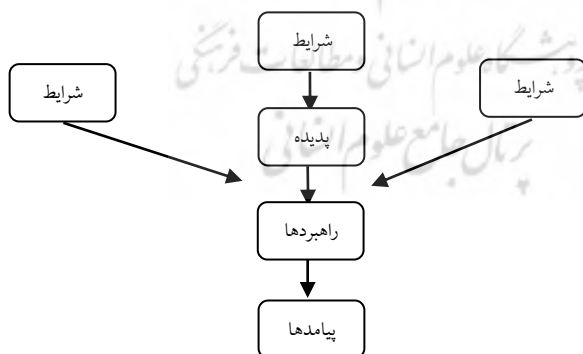




شکل ۱. مدل سه بعدی فرکلاف (محسنی، ۱۳۹۱، ۷۵)

۲-۴. روش داده‌بنیاد

روش داده‌بنیاد در سال ۱۹۶۷ توسط بارنی گلیزر^۱ و انسلم استراوس^۲ ابداع گردید. این روش در دوران برتری تفکر انتقادی و حاصل سنت‌های فکری علوم اجتماعی دانشگاه شیکاگو و دانشگاه کلمبیا بود که بیشتر به دنبال پژوهش درباره موضوعات اجتماعی و زندگی مردم عادی بودند. فلسفه علمی روش داده‌بنیاد بر مبنای کنش متقابل نمادین و از نوع استقرایی (جز به کل) و اکتشافی و به دنبال جست‌وجوی داده‌هایی است که درباره آن اطلاعات کمی وجود دارد و یا پژوهش خاصی در مورد آن موضوع صورت نگرفته است (استراوس و کوربین^۳، ۱۳۹۳، ۲۰). عموماً در این روش زندگی واقعی مطالعه می‌شود و داده‌های آن در زندگی واقعی جریان دارد (شکل شماره ۲).



شکل ۲. مدل پارادایمی استراوس و کوربین به نقل از کراسول (گلزاری، ۱۴۰۱، ۳۳)

1. Barney Glaser
2. Anselm Strauss
3. Juliet M. Corbin

معمول‌ترین ابزار گردآوری داده‌ها در روش داده‌بنیاد، مصاحبه است که تا زمان اشباع مدل ادامه دارد. سه فرایند کدگذاری باز^۱، محوری^۲ و گزینشی یا انتخابی^۳ فرایند انجام این روش است. در فرایند کدگذاری باز، مفاهیم کشف و استخراج و در کدگذاری محوری دسته‌بندی مقوله‌ها بر مبنای اشتراک مفاهیم صورت می‌پذیرد. در مرحله کدگذاری گزینشی یا انتخابی، گزاره‌ها شکل می‌گیرند و از طریق تحلیل و تفسیر مقوله‌ها علل^۴، زمینه، شرایط زمینه‌ای^۵ و مداخله‌گر^۶، راهبرد^۷ و پیامدها^۸ مشخص می‌گردند (گلزاری، ۱۴۰۱، ۶۳-۵۴).

روش داده‌بنیاد شامل چندین رویکرد است: رویکرد تجویزی^۹ یا هنجاری^{۱۰}، رویکرد توصیفی^{۱۱}، رویکرد مفهومی^{۱۲} و رویکرد راهبری (استراوس و کوربین، ۱۳۹۳، ۱۳۹؛ گلزاری، ۱۴۰۱، ۲۳). رویکرد این پژوهش توصیفی و بر مبنای شیوه نظام‌مند (سیستماتیک) استراوس و کوربین می‌باشد. در این اثر از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته استفاده شده و انتخاب مصاحبه‌شوندگان از طریق نمونه‌گیری نظری بوده است و تلاش شده تنوع جنسیت، قومیت، تحصیلات و سن لحاظ گردد. در خلال پژوهش ۱۸ مصاحبه صورت گرفت که اطلاعات جمعیتی آنان ازین قرار است: ۱۰ نفر زن و ۸ نفر مرد، میانگین سنی مصاحبه‌شوندگان ۳۶/۵ سال؛ ۱ نفر دانش‌آموز پایه دوازدهم، ۸ نفر کارشناسی، ۷ نفر کارشناسی ارشد، ۱ نفر دکتری، ۱ نفر معادل دکتری حوزه، ۳ نفر خانه دار، ۲ نفر دانش‌آموز و دانشجو، ۲ نفر شغل آزاد و ۱۱ نفر کارمند، ۱۰ نفر متأهل و ۸ نفر مجرد، ۹ نفر فارس، ۱ نفر کرد، ۵ نفر لر و ۳ نفر ترک.

1. open coding
2. axial coding
3. selective coding
4. casual condition
5. context
6. itervening conditions
7. strategies
8. consequences
9. prescriptive
10. normative
11. descriptive
12. conceptual



۵. یافته‌ها

برای یافتن پاسخ پرسش «هویت ملی در جریان دوفضایی شدن در اینستاگرام چگونه بازنمایی می‌شود؟» ۲۰ صفحه عمومی با تنوع موضوعی دینی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، تاریخی و ... در بازه زمانی نیمه اول سال ۱۴۰۱ در اینستاگرام بررسی شد. شرط انتخاب این صفحات اشتراک‌گذاری بیش از ۵۰ پست و تعداد دنبال‌کنندگان بیش از ۱۰۰۰۰ نفر است. دلیل این انتخاب پرمخاطب بودن و فعال بودن صفحات است. پست‌هایی که با اشتراک متون نوشتاری، تصاویر دیداری و شنیداری به‌گونه‌ای به موضوع ایران و هویت ملی پرداخته بودند انتخاب و با روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف تحلیل و تبیین شد.

یافته‌های پژوهش در صفحات مورد مطالعه نشان می‌دهد کاربران برای بیان هویت ملی خود از متون، تصاویر و فیلم‌های مربوط به طبیعت، سرزمین و مرز، پرچم، آثار باستانی، تاریخ و تمدن، زبان و ادبیات فارسی، فرهنگ و آداب و رسوم، پوشش اقوام، موسیقی ایرانی، مراسم دینی و مذهبی، فناوری و دانش ایرانی، جنگ و دفاع مقدس، رویدادهای پساانقلابی، غذا و انواع هنرها استفاده می‌کنند. #ایران# و #ایران من# در بخشی از این پست‌ها، اشاره مستقیم کاربر به ایران و هویت ملی است (جدول شماره ۱).



جدول ۱. یافته‌ها و تحلیل بر مبنای مدل تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف

نام صفحه	تعداد پست	مؤلفه‌ها
تاریخ ایران باستان	۲	دین، سرزمین و مرز، زبان و ادبیات فارسی، تاریخ و تمدن
ایران‌شناسی	۶	آداب و رسوم و فرهنگ، نژاد، زبان، تنوع اقوام، پوشش اقوام، سرزمین
تاریخ ایران و جهان	۳	دین، تاریخ و تمدن، فرهنگ و آداب و رسوم، زبان و ادبیات فارسی
بنیاد فردوسی خراسان	۶	فرهنگ و آداب و رسوم، زبان و ادبیات فارسی
فرنگ‌نما	۱	سرزمین و مرز
فرهنگ عامه و ادبیات شفاهی ایران	۳	تنوع اقوام، پوشش اقوام، موسیقی، فرهنگ و آداب و رسوم



نام صفحه	تعداد پست	مؤلفه‌ها
انسان‌شناسی و فرهنگ	۴	فرهنگ و آداب و رسوم، دین و مذهب، معماری ایرانی-اسلامی، تنوع اقوام، پوشش اقوام
معماری ایران	۲	دین و مذهب، تاریخ و تمدن، مرز و سرزمین
گردشگری ایران	۳	معماری ایرانی، هنر ایرانی، سرزمین و مرز
دکتر کزازی	۲	زبان و ادبیات فارسی
گردشگری	۳	فرهنگ و آداب و رسوم، تاریخ و تمدن
مهدی شورگشتی	۱	سرزمین و مرز
مجمع جهانی شیعه	۳	دین و مذهب
حسینیه اهل بیت	۴	دین و مذهب
غذاهای محلی و سنتی ایرانی	۲	غذای ایرانی، تنوع اقوام، پوشش اقوام
موسیقی اصیل	۱	موسیقی ایرانی
حوزه هنری انقلاب اسلامی	۳	طبیعت، سرزمین و مرز، فرهنگ و آداب و رسوم، موسیقی ایرانی، دین و مذهب، زبان و ادبیات فارسی
موزه انقلاب اسلامی و دفاع مقدس	۲	مذهب، جنگ و دفاع از سرزمین، پرچم، موسیقی ایرانی
گنج جنگ	۲	سرزمین و مرز، جنگ و دفاع از سرزمین

در بررسی پست‌های صفحات پرمخاطب اینستاگرام به نظر می‌رسد شاهد بازنمایی دو گفتمان هویتی اسلامی و ایرانی به صورت جداگانه هستیم؛ تعدادی از صفحات با اشتراک‌گذاری مراسم و آیین‌های مذهبی، تصاویری از بارگاه امامان و امام‌زادگان، تصاویری از جنگ نحمیلی و دفاع مقدس، استفاده از عباراتی چون «عیدغدیر بزرگ‌ترین عید ایرانیان» و «همسویی انقلاب اسلامی و مفاهیم ارزشی و دینی» هویت ملی ایرانیان را با مفاهیم دینی و مذهبی نمایش می‌دهند. بخش دیگری از صفحات به دنبال نمایش هویت ملی ایرانی با عناصر تاریخ، فرهنگ و زبان و به‌طور کلی فارغ از رنگ و بوی مذهبی هستند و هویت ملی ایرانیان را هویت ایرانی می‌دانند و شاید بتوان هر دو گفتمان هویتی را نوعی هویت مقاومت در برابر هم دانست.



در مطالعه بازنمایی هویت ملی به نظر می‌رسد کاربران با اشتراک گذاشتن مؤلفه‌های خاصی از هویت ملی به دنبال برجسته کردن یک گفتمان هویتی و نادیده گرفتن گفتمان‌های دیگر هستند. با توجه به دسته‌بندی سه‌گانه هویتی کاستلز - «هویت مشروعیت‌بخش»^۱، «هویت مقاومت»^۲ و «هویت برنامه‌دار»^۳ - (کاستلز، ۱۹۹۷، ۸؛ کاستلز، ۱۳۸۰، ج ۲، ۲۵) می‌توان هویت اسلامی را هویت مقاومت مشروعیت‌یافته توسط نظام سیاسی و هویت ایرانی را به هویت مقاومت تعبیر نمود. با توجه به این امر که فرکلاف «معنا را در خدمت قدرت می‌داند» (محسنی به نقل از: فرکلاف، ۱۹۹۵، ۱۴) می‌توان گفت کاربران با به کارگیری آگاهانه برخی مؤلفه‌ها و بی‌توجهی به برخی دیگر به دنبال بازنمایی هویت ملی خود با وجهه اسلامی یا ایرانی هستند.

در بخش دیگری از پژوهش برای پاسخ به پرسش‌های «ایرانیان هویت ملی خود را با چه مؤلفه‌هایی بیان می‌کنند؟» و «برای پیشرفت هویت ملی چه الگویی می‌توان ارائه داد؟» از روش داده‌بنیاد استفاده گردید. در پاسخ به پرسش «ایرانیان هویت ملی خود را با چه مؤلفه‌هایی بیان می‌کنند؟» مصاحبه‌شوندگان به ۶۴ مفهوم انتزاعی و عینی برای بیان هویت ملی خود اشاره نموده‌اند (جدول شماره ۲).

جدول ۲. مفاهیم هویت ملی

زبان فارسی	معماری	حفظ حریم دیگران	ویژگی‌های ظاهری	تنوع قومیتی
افسانه و داستان	انواع هنر	احترام به دیگران	نژاد	تنوع گویش
مفاخر و مشاهیر	نقاشی	مهمان‌نواز	آداب و رسوم	طبیعت
شعرا و ادبا	فرش	همدلی و همبستگی	تنوع فرهنگی	دماوند
شاهنامه	صنایع دستی	ایثار	پیشرفت فرهنگی	جغرافیا
اسطوره	فیلم	انفاق	سوگواری	سرزمین (مرز)
ادبیات و شعر	موسیقی	انعطاف‌پذیری	آیین و مراسم	پرچم
آثار تاریخی	آلات موسیقی	اعتقادات	فرهنگ	پوشش محلی
تاریخ	سرود ملی	وطن‌دوستی و تعلق	جشن‌های ایرانی	حکمرانی و سیاست

1. Legitimising Identity
2. Resistance Identity
3. Project Identity

تاریخ شفاهی	خانواده دوستی	اخلاق مداری	دین و مذهب تشیع	نیروی نظامی
آثار باستانی	سنت گرایی	غذا	جدایی از اهل سنت	جنگ و دفاع مقدس
رقص	خدایپرستی	محل تولد	دانشمندان	انقلاب
رنگ	ارزش های انسانی	والدین ایرانی	پیشرفت علمی	

در بخش بعدی مقاله در پاسخ به پرسش «برای پیشرفت هویت ملی چه الگویی می توان ارائه داد؟» در فرایند کدگذاری باز داده های مصاحبه، ۱۲۵ مفهوم استخراج گردید و در کدگذاری محوری با توجه به اشتراک مفاهیم، به ۱۷ مقوله دست یافتیم (جدول شماره ۳). در نهایت با کدگذاری گزینشی به دنبال کشف علل، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله ای، راهبردها و پیامدها بوده ایم (جدول شماره ۴)

جدول ۳. کدگذاری محوری و استخراج مقوله ها

زبان و ادبیات فارسی	تاریخ و تمدن ایران	هنر ایرانی و هنر ایرانی - اسلامی	مبانی اخلاقی و ارزش ها
فرهنگ غذایی	پوشش	مشخصات شناسنامه ای و ظاهری	فرهنگ و آداب و رسوم
دین و مذهب	فناوری	اقوام و گویش ها	جغرافیا
حاکمیت و نظام سیاسی ایرانی اسلامی	انقلاب اسلامی و هویت ملی	جنگ (دفاع مقدس) و هویت ملی	فضای مجازی
تفاوت های نسل جدید و قدیم در هویت ملی			

جدول ۴. کدگذاری گزینشی و الگوی ارتقای هویت ملی

علل	زبان و ادبیات فارسی، هنر ایرانی و هنر ایرانی-اسلامی، فرهنگ غذایی، پوشش، اقوام و گویش ها
شرایط زمینه ای	تاریخ و تمدن ایران، مبانی اخلاقی و ارزش ها، نژاد و محل تولد، فرهنگ و آداب و رسوم، دین و مذهب، جغرافیا
شرایط مداخله گر	انقلاب و هویت ملی، جنگ (دفاع مقدس) و هویت ملی، تفاوت های نسل جدید و قدیم در هویت ملی
راهبرد	فناوری، نظام سیاسی، فضای مجازی
پیامد	توسعه و ارتقای هویت ملی ایرانی-اسلامی و ایجاد وحدت و همبستگی بیشتر میان آحاد مردم



بخشی از مؤلفه‌هایی که توسط مصاحبه‌شوندگان هویت ملی آنان را بیان می‌کرد در مقوله‌های زبان و ادبیات فارسی، هنر ایرانی و هنر ایرانی-اسلامی، فرهنگ غذایی، پوشش، نژاد و محل تولد، اقوام و گویش‌ها قرار دارند. این مقوله‌ها را می‌توان در دسته علل و منابع هویت‌ساز هویت ملی جای داد. تاریخ و تمدن ایران، مبانی اخلاقی و ارزش‌ها، نژاد و محل تولد، فرهنگ و آداب و رسوم، دین و مذهب، جغرافیا را می‌توان محیط و بستری دید که به واسطه آن‌ها هویت ملی شکل گرفته‌است.

انقلاب اسلامی و تغییر نظام سیاسی در تغییرات هویتی نقش بسزایی داشته‌است. اتخاذ برخی سیاست‌ها به ویژه در دو دهه آغازین انقلاب تا حدی سبب کم‌رنگ شدن هویت ملی ایرانی و توجه به هویت اسلامی گردید. تغییر مفاهیم، بی‌توجهی به تاریخ باستان، تبلیغات گسترده و همه‌جانبه در تمامی رسانه‌ها در جهت ارتقای مفاهیم دینی و مذهبی و افراط‌گرایی برخی افراد و بی‌اعتنایی به مفهوم هویت ایرانی در برابر هویت اسلامی سبب تضعیف موقت اندیشه ملی‌گرایی شد.

از سوی دیگر انقلاب اسلامی غرور ملی، خودباوری، بیداری اسلامی، استقلال و عدم وابستگی را به‌دنبال داشت. با گذشت زمان و با اتکا به ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های انقلابی رفته رفته با تغییر سیاست‌ها شاهد پیشرفت رویکرد هویت ایرانی-اسلامی و مفهوم ایرانی مسلمان هستیم به‌گونه‌ای که دولت‌ها در برنامه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و دینی خود به‌دنبال ارتقای هویت ایرانی-اسلامی هستند و در این راه از رسانه‌ها، فضایی مجازی، تبلیغات، شبکه‌های اجتماعی، مدارس و دانشگاه‌ها بهره می‌برند.

جنگ تحمیلی علیرغم تخریب و لطمات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی شدیدی که به کشور وارد نمود توانست یک مؤلفه مهم در تقویت حس وطن‌دوستی، تعلق، همبستگی و ارتقای هویت ملی در زمان خود باشد. مصاحبه‌شوندگان اذعان داشتند به دلیل مجاهدت قهرمانان و سربازان دوران دفاع مقدس بود که سرزمین ایران توانست تمامیت ارضی خود را حفظ نماید. شرایط ویژه این دوران همبستگی، اتحاد و وفاق ملی را میان ایرانیان افزایش داد و اقوام، ادیان و مذاهب را در راستای هدف مشترک حفظ میهن بهم نزدیک کرد.



یکی از مهم‌ترین مشکلات بر سر راه توسعه و پیشرفت هویت ملی ایرانیان، تفاوت میان نسلی است. در پاسخ به پرسش تفاوت‌های هویتی افراد زمان حاضر، مصاحبه‌شوندگان به تفاوت میان نسل‌ها اشاره داشتند. اگر متولدین دهه ۷۰ به قبل را نسل قدیم و متولدین دهه ۷۰ به بعد را نسل جدید در نظر بگیریم از نظر هویتی نسل قدیم به منابع هویت‌ساز بیشتر اعتقاد دارند و بخشی از نسل جدید هویت جهانی و مدرن را به جای هویت ملی ایرانی و ایرانی-اسلامی برای خود متصور هستند.

مهم‌ترین عامل برای ارتقا و توسعه هویت ملی، نظام سیاسی ایرانی اسلامی، فضای مجازی و فناوری‌های جدید هستند. نظام سیاسی پساانقلاب اسلامی به‌عنوان بزرگ‌ترین مرجع تصمیم‌گیری در کشور که قدرت قانون‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرا را دارد با استفاده از قدرت سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خود و در اختیار داشتن رسانه و بخشی از فضای مجازی و تبلیغ اهداف هویت ملی از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی، می‌تواند در پیشرفت هویت ملی بزرگ‌ترین و تأثیرگذارترین عامل باشد. به نظر می‌رسد با ایجاد کارگروه‌های مختلف با عنوان این مفاهیم بتوان در راستای اعتلا و تقویت هویت ملی کوشید و با استفاده از ظرفیت‌ها و ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای بخش‌هایی از مفاهیم معرف را مورد مذاقه قرار داد که کمتر موردتوجه قرار گرفته و با اتخاذ سیاست‌های راهبردی و کاربردی موانع هویتی را کم‌رنگ نمود. برنامه‌ریزی صحیح، استفاده از فرصت‌ها و آموزش ابزار راهبردی مناسبی برای بهبود و ارتقای هویت ملی در کشور باشد و نتیجه این بهبود، وحدت و انسجام ملی خواهد بود.

۶. نتیجه‌گیری

در عصر جهانی شدن و دوفضایی شدن جهان، اندیشمندان و پژوهشگران بسیاری به مطالعه رابطه فضایی مجازی و عنصر مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی پرداخته‌اند. در بحث رابطه هویت ملی و فضای مجازی برخی همچون استوارت هال، بحران هویت، ظهور هویت‌های فراملی و فروملی و ضعف هویت ملی را از نتایج فضای مجازی دانسته و گروهی همچون کاستلز و گیدنز بر این باورند ظهور فضای مجازی عرصه نزدیک‌تر شدن



هویت‌ها و شناخت منابع هویت‌ساز جدید است. آنچه در این بین میان صاحب‌نظران اشتراک دارد اثرگذاری فضای مجازی بر جهان طبیعی و جهانی‌شده معاصر فارغ از آثار مثبت و منفی آن است. بی‌زمانی، بی‌مکانی، بدون مرز بودن، سرعت بالای تولید و انتشار داده‌ها و اطلاعات سبب گردیده دنیای معاصر در احاطه فضای مجازی و متأثر از آن باشد. بازنمایی مفهوم هویت ملی در فضای مجازی پرسشی است که از این تأثیرات ناشی شده است.

در بازنمایی مفاهیم هویت ملی در اینستاگرام در صفحات بررسی شده دو گفتمان هویتی اسلامی و ایرانی دیده می‌شود. جمهوری اسلامی ایران با رویکرد تقویت هویت انقلابی و اسلامی کوشیده است مفاهیم دینی و انقلابی را در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تقویت نماید و گروه بزرگی از مردم جامعه و به تبع آن بخشی از کاربران فضای مجازی، تحت تأثیر رسانه‌ها، تبلیغات و آموزش رسمی گفتمان دینی و انقلابی که متعلق به جریان انقلابی کشور و در امتداد نگاه نظام اسلامی است هویت ملی خود را برگرفته از تعالیم دین اسلام و مذهب تشیع می‌دانند. به نظر می‌رسد با نگاهی به هویت‌های سه‌گانه کاستلز می‌توان این دسته را در گروه هویت مقاومت و به نوعی هویت‌های مشروعیت یافته که هنجار حاکم بر جامعه را می‌پذیرد قرار داد. گروه دیگری از کاربران معتقد به عناصری فارغ از رنگ و بوی دینی و مذهبی هستند و بر هویت ملی ایرانی تأکید دارند و شاید بتوان آن‌ها را در طبقه‌بندی هویت مقاومت قرار داد که با توجه به برخی مؤلفه‌های ملی همچون باستان‌گرایی تلاش می‌کنند هویت خود را تنها هویت ملی ایرانی معرفی نمایند.

آن‌گونه که فرکلاف در بحث گفتمان انتقادی خود طرح نموده کاربران فضای مجازی از مصادیق و ظرفیت‌های گفتاری، نوشتاری و دیداری استفاده می‌کنند تا با استفاده از متون، تصاویر، موسیقی و ... هویت ملی خود را بازنمایی کنند. بخشی از این بازنمایی متأثر از گفتمان انقلابی و مذهبی است که مفاهیم و محتوایی را تولید می‌کند که در طی چند دهه اخیر بر فضای سیاسی و انقلابی حاکم بوده و متأثر از مفاهیم انقلاب، اسلام، دفاع مقدس و ارزش‌های اخلاقی و ایدئولوژیکی است و بخش دیگر گفتمان‌های ناشی از ایران‌گرایی و اندیشه ایرانشهری را بازنمایی می‌کند.



به‌رغم گسترش فضای مجازی و احاطه جهان حقیقی توسط فضای مجازی در صفحات ارزیابی شده گفتمان هویت مدرن و جهانی و هویت ایرانی- اسلامی میان کاربران ایرانی دیده نمی‌شود و تقابل میان دو هویت اسلامی و ایرانی را شاهد هستیم. از سویی طی مصاحبه با مصاحبه‌شوندگان دریافتیم که بیشتر این افراد هویت خود را ایرانی- اسلامی می‌دانند و گفتمان رایج در سطح جامعه و میان مردم گفتمان ایرانی- اسلامی است؛ اما این گفتمان در صفحه‌های مطالعه‌شده در اینستاگرام به چشم نمی‌خورد. از آن‌جا که فضای مجازی زندگی امروزی را تحت الشعاع قرار داده ما به یک گفتمان متعادل و میانه‌رو در فضای مجازی نیازمندیم تا از تقابل تک‌بعدی دو گفتمان هویتی اسلامی و ایرانی کاسته شود. انسجام و وحدت هر چه بیشتر میان اقشار مختلف جامعه و نظم اجتماعی زمانی صورت می‌پذیرد که تمامی منابع هویت‌ساز کارآیی مناسب خود را داشته و تقویت شوند.

تفاوت میان نسل‌ها از جمله شرایط مداخله‌گر در پیشبرد و ارتقای هویت ملی از سوی مصاحبه‌شوندگان است که فضای مجازی را از علل تشدید این شکاف نسلی دانسته‌اند. این شکاف در سطح هویتی خود را نشان می‌دهد و عاملی برای واگرایی و جدایی نسل پیر و جوان ارزیابی شده است. فضای مجازی در این شرایط هم ضربه‌زننده و هم ترمیم‌کننده است. اگر نتوان راه‌حلی برای استفاده صحیح از فضای مجازی یافت واگرایی هویتی میان نسل‌ها تشدید می‌شود. این احتمال وجود دارد که شناساندن منابع هویت‌ساز در فضای مجازی از سوی ساختارهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و به ویژه نهاد آموزشی کشور شرایط مساعدتری به جهت نزدیکی میان نسل‌ها در بحث هویت ملی را فراهم نماید.

رسیدن به وفاق و انسجام ملی و نظم اجتماعی مطلوب از مهم‌ترین مسائل جامعه به شمار می‌رود و برای دستیابی به آن رسیدن به یک سطح از تعادل و هم‌گرایی لازم است و بری دستیابی به این مهم می‌توان با سیاست‌های عمومی و برنامه‌های راهبردی بین هویت اسلامی و هویت ایرانی هم‌گرایی ایجاد کرد. در واقع این دو هویت لزوماً در تعارض با یکدیگر نیستند و هر کدام به بخشی از ظرفیت‌های تاریخی ایران تأکید می‌کنند و وجه مشترک آن توجه به منابع اجتماعی و تمدنی ایران است. تلفیق هر چه بیشتر هویت ایرانی و هویت اسلامی در فضای مجازی خواهد توانست به خوبی فرهنگ و تمدن ایرانی- اسلامی را به نمایش بگذارد.



منابع

- استراوس، انسلم؛ و کوربین، جولیت (۱۳۹۲). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای (مترجم: ابراهیم افشار). تهران: نشر نی. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۰)
- استریناتی، دومینیک (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه (مترجم: ثریا پاک‌نظر). تهران: کتابخانه فروردین. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۵)
- اشرف، احمد (۱۳۸۷). هویت ایرانی به سه روایت. دو ماهنامه بخارا، ۶۶، ۱۰۹-۱۲۷.
- اشرف، احمد (۱۳۹۵). هویت ایرانی: از دوران باستان تا پایان پهلوی و دو مقاله از گراردو نیولی و شاپور شهبازی (مترجم: حمید احمدی). تهران: نشر نی. (تاریخ اصل اثر ۲۰۱۰)
- آسابرگر، آرتور (۱۳۹۸). روش‌های پژوهش در رسانه‌ها و ارتباطات (مترجم: احسان شاه‌قاسمی و محمدرضا نیرو). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی. (تاریخ اصل اثر ۲۰۰۲)
- آقاگل‌زاده، فردوس؛ و غیاثیان، مریم‌سادات (۱۳۸۶). رویکردهای غالب در تحلیل گفتمان انتقادی. دوفصلنامه علمی-پژوهشی زبان و زبان‌شناسی، ۳(۵)، ۳۹-۵۴.
- بایوردی، اسماعیل؛ کریمیان، علیرضا (۱۳۹۳). جهانی شدن فرهنگ و تأثیر آن بر هویت ملی ایران. مطالعات روابط بین‌الملل، ۷(۲۸)، ۷۷-۱۰۱.
- توانا، محمدعلی؛ هاشمی اصل، سیدعبدالله (۱۳۹۳). تأثیر فضای مجازی بر سرگشتگی (بحران) هویتی و فرهنگی. فصلنامه پژوهش‌های سیاسی، ۹، ۸-۳۰.
- توسلی، غلامعباس؛ و قاسمی، یارمحمد (۱۳۸۳). هویت‌های جمعی و جهانی شدن. نامه علوم اجتماعی، ۲۴، ۱-۲۶.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۹۷). هویت اجتماعی (مترجم: اکبر احمدی). تهران: نشر علم. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۶)
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. فصلنامه مطالعات ملی، ۲(۵)، ۱۹۳-۲۲۸.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول؛ و حسنی، محمدرضا (۱۳۸۸). رسانه‌های جمعی و هویت ملی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲(۵۸)، ۶۵-۹۳.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۲). دوجوانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب. نامه علوم اجتماعی، ۲۱، ۱۴۳-۱۷۴.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵). مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها. تهران: سمت. (تاریخ اصل اثر ۱۳۹۰)



عاملی، سعیدرضا؛ و کریمی، طوبی (۱۳۹۶). نحوه بازنمایی شخصیت‌های سریال ستایش مبتنی بر گفت‌وگوهای توحیدی. فصلنامه دین و ارتباطات، ۲۴، ۱(۵۱)، ۱۰۵-۱۴۳.

عباس‌زاده مرزبالی، مجید (۱۳۹۹). تاثیر فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی بر هویت ملی و الزام پیش روی دولت‌ها. فصلنامه دانش تفسیر سیاسی، ۲(۵)، ۲۱-۵۲.

عباسی‌قادی، مجتبی؛ خلیلی‌کاشانی، مرتضی (۱۳۹۲). تاثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی. (تاریخ اصل اثر ۱۳۸۹)

فخار، جلیل؛ دهشیری، محمدرضا؛ مطلبی، مسعود؛ و کمالی‌زاده، محمد (۱۴۰۰). جهانی‌شدن و تأثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران بررسی پیمایشی از منظر دانشجویان گروه علوم انسانی و فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب. فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۳(۱۳)، ۵۶۸-۵۴۸.

فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان (مترجم: فاطمه شایسته پیران و دیگران). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۵)

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: قدرت هویت ج ۲ (مترجم: حسن چاوشیان). تهران: طرح نو. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۷)

کلانتری، صمد؛ عباس‌زاده، محمد؛ سعادت، موسی؛ پورمحمد، رعنا؛ و محمدپور، نیر (۱۳۸۸). تحلیل گفتمان با تأکید بر گفتمان انتقادی به‌عنوان روش تحقیق کیفی. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، ۱(۴)، ۲۸-۷.

گلزاری، زینب (۱۴۰۱). روش نظریه داده‌بنیاد: راهنمای عملی پژوهش. شهرکرد: جهاد دانشگاهی.

محسنی، محمدحواد (۱۳۹۱). جستاری در نظریه و روش تحلیل گفتمان فرکلاف. فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، ۳(۳)، ۶۳-۸۶.

مصطفوی، سیدمحمدحسن (۱۳۹۰). جهانی‌شدن و فرهنگ با نگاهی به اثرات آن بر جوانان ایران اسلامی. فصلنامه مهندسی فرهنگی، ۳(۵۳ و ۵۴)، ۲۷-۴۳.

معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد؛ خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱(۴)، ۱۵۵-۱۷۶.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۶). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و رسانه‌ها.

هال، استوارت (۱۳۹۶). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی (مترجم: احمد گل‌محمدی). تهران: نشر نی. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۷)



- Ameli, S. R. (2017). Dual Spacization of Cultures: Problematization of Cyberspace and Cultural Matters. *Journal of Cyberspace Studies*, 1, 1-18. doi: 10.22059/jpolicy.2017.59867
- Arsalani, A., Sakhaei, S., & Zamani, M. (2022). ICT for children: The continuous need for media literacy. *Socio-Spatial Studies*, 6(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2022.211944
- Castells, M. (1997). *the Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. II. Oxford, Uk: Blackwell.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London, Uk: Edward Arnold.
- Hall, S. (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. California, USA: Sage in association with the Open University.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity* (3rd ed), London: Routledge. (Original work published 1996)
- Nosraty, N., Tomraee, S., & Zamani, M. (2020). Beauty business in Iran: Does beauty make you healthy?. *Socio-Spatial Studies*, 4(1), 1-11. doi: 10.22034/soc.2020.211920
- Sakhaei, S., Arsalani, A., & Nosraty, N. (2023). Media Literacy for Children: A Systematic Review. *Journal of Cyberspace Studies*, 7(2), In Press.
- Shahghasemi, E., Prosser, M. (2019). The Middle East: Social Media Revolution in Public and Private Communication. *International Conference on Future of Social Sciences and Humanities*, Warsaw. doi:10.33422/fshconf.2019.06.345



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۳۰

دوره ۱۷، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۳
پیاپی ۶۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی