

MDOI-01-2026.0104
MNR--1-27F21B

تحلیل انتقادی دگرگونی الگوهای هویت فرهنگی جوانان در بستر رسانه‌های اجتماعی و جهانی شدن فرهنگی :ارائه چارچوبی مفهومی برای سیاست‌گذاری فرهنگی بومی در ایران

دکتر عبدالرحیم رحیمی

گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رایانامه: arahimi@iau.ac.ir

مهدی داداشی

دانشجوی دکتری گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رایانامه: mahdidadashi1353@gmail.com

چکیده

گسترش رسانه‌های اجتماعی و شدت‌گرفتن جریان‌های فرهنگی فراملی، شیوه‌ای را که جوانان هویت فرهنگی خود را می‌سازند و درباره‌اش مذاکره می‌کنند تغییر داده است .سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران با این پرسش روبه‌روست که چگونه می‌توان تجربه‌های متنوع نسل جوان را جدی گرفت و هم‌زمان ظرفیت فرهنگ بومی را تقویت کرد، بی‌آنکه به رویکردی یک‌سویه و صرفاً کنترل‌محور تکیه شود .این پژوهش، با رویکرد کیفی و هدف کاربردی، از الگوی سه‌بعدی فرکلاف) توصیف متن، تفسیر کنش گفتمانی، تبیین عمل اجتماعی (برای تحلیل ۵۰ پست پرمخاطب و وایرال فارسی در اینستاگرام و تیک‌تاک) ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۴ (استفاده می‌کند .پست‌ها هدفمند و در حوزه‌های سبک زندگی، مد و مطالبات اجتماعی انتخاب شده‌اند .تحلیل سه الگوی گفتمانی را آشکار کرد :هویت ترکیبی بومی ـ جهانی، مصرف گرایی نمایشی و مقاومت نمادین از طریق طنز و کنایه .بر پایه این یافته‌ها و مرور پژوهش‌های اخیر، مقاله چارچوبی مفهومی با سه محور پیشنهاد می‌کند :حکمرانی فرهنگی اعتمادساز و مشارکتی، تنظیم‌گری ایجابی همراه با حمایت از تولید محتوای خلاقانه، و ارتقای سواد رسانه‌ای انتقادی .نمونه هدفمند است و یافته‌ها به همه‌ی جوانان ایران تعمیم‌پذیر نیستند؛ چارچوب پیشنهادی نیز هنوز آزمون تجربی نشده است.

واژگان کلیدی :هویت فرهنگی، رسانه‌های اجتماعی، جهانی‌شدن فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی بومی، تحلیل گفتمان انتقادی

Abstract. The spread of social media and cultural globalization has reshaped how young people construct and negotiate cultural identity. This qualitative, applied study uses Fairclough's three-dimensional critical discourse analysis to examine 50 purposively selected, highly viewed Persian-language Instagram and TikTok posts (2023–2025) on lifestyle, fashion and social demands. Three discursive patterns emerged: hybrid local–global identity, performative consumerism, and symbolic resistance through humor and irony. Drawing on these findings and recent literature, the article proposes a conceptual framework for indigenous cultural policy in Iran with three interconnected axes: trust-building and participatory cultural governance, enabling regulation with support for creative content, and critical media literacy. The sample is purposive and not generalizable, and the framework has not been empirically validated.

Keywords: cultural identity; social media; cultural globalization; indigenous cultural policy; critical discourse analysis



۱ .مقدمه

هویت فرهنگی را نمی‌شود یک بار برای همیشه تعریف کرد .هال (Hall , ۱۹۹۰) آن را فرایندی تاریخی و بازنمایی‌شده می داند که همواره در حال» شدن «است، نه جوهری ثابت که از گذشته به ما رسیده باشد [۱].در دنیای دیجیتال این فرایند شتاب گرفته است :تصویر، موسیقی، طنز و سبک زندگی از مرزها می‌گذرند و جوانان فقط مصرف‌کننده‌ی آن‌ها نیستند؛ بازتولیدشان می‌کنند، به آن‌ها می‌خندند و گاهی به آن‌ها اعتراض می‌کنند .بوید (boyd, ۲۰۱۴) نشان داده است که شبکه‌های اجتماعی بخشی از محیط اجتماعی نوجوانان و جوانان‌اند، و پژوهش‌های تازه‌تر نشان می‌دهند نوجوانان بخشی از کار هویت‌یابی را هم زمان در فضای آنلاین و آفلاین پیش می‌برند.(Iwasa et al , ۲۰۲۳)

نظریه‌های جهانی‌شدن نیز دیگر روایت ساده‌ی» هجوم فرهنگ مسلط «را نمی‌پذیرند .آپادورای (Appadurai , ۱۹۹۶) جریان های فراملی را با نقش تخیل اجتماعی پیوند می‌دهد و رابرتسون (Robertson, ۱۹۹۲) از درهم‌تنیدگی امر جهانی و محلی سخن می‌گوید [۲].نتیجه آن‌که مواجهه با فرهنگ جهانی همیشه به حذف عناصر بومی نمی‌انجامد؛ گاهی به بازتفسیر، ترکیب یا نزاع بر سر معنا می‌رسد.

سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران در برابر این وضعیت با دو وسوسه‌ی مخالف روبه‌روست .یکی آن‌که جوان را مخاطب منفعل ببیند و مسئله را فقط» نفوذ فرهنگی «تعریف کند؛ آن‌وقت بازتفسیر خلاقانه، مشارکت و نقد اجتماعی از نگاه سیاست‌گذار پنهان می‌ماند .دیگری آن‌که هر جریان رسانه‌ای را بی‌نقد بپذیرد؛ آن‌وقت سازوکارهای دیده‌شدن، منافع اقتصادی و روابط قدرت از نظر دور می‌مانند .این مقاله می‌کوشد راه سومی را از دل تحلیل واقعی محتوای جوانان بیرون بکشد.

سهم مقاله سه چیز است :تحلیل گفتمانی انتقادی محتوای وایرال فارسی در دو پلتفرم پرکاربرد؛ پیوند دادن سه سطح تحلیل فرکلاف با سه جهت‌گیری سیاستی؛ و ارائه‌ی شاخص‌های اولیه برای ارزیابی چارچوب پیشنهادی.

۲ .بیان مسئله و پرسش‌ها

در الگوی ارتباطی سنتی، تولید و پخش پیام عمومی عمدتاً در اختیار نهادهای رسمی بود .در رسانه‌های اجتماعی هر کاربر می تواند تولید، بازنشر و تفسیر کند و این انحصار نسبی را کاهش داده است .کاستلز (Castells, ۲۰۰۹) در کتاب *قدرت ارتباطی* نشان می‌دهد ساخت و گردش معنا با قدرت گره خورده است [۳].پلتفرم‌ها محیطی خنثی نیستند و الگوریتم‌ها، قواعد توزیع و منطق اقتصادی آن‌ها بر آنچه دیده می‌شود اثر می‌گذارند .بنابراین تحلیل هویت در این فضا باید عاملیت کاربر و شرایط ساختاری را کنار هم ببیند.

---

[۱] Stuart Hall ؛ تمایز او میان هویت به‌مثابه» بودن (identity as being) «و هویت به‌مثابه» شدن.(identity as becoming) «

[۲] Arjun Appadurai وRoland Robertson ؛ مفهوم» جهانی ـ محلی‌شدن.Glocalization = «

[۳] Manuel Castells, *Communication Power*.

مسئله‌ی پژوهش آن است که از تحلیل انتقادی بازنمایی هویت، چگونه می‌توان به اصولی قابل‌استفاده برای سیاست‌گذاری فرهنگی بومی رسید، به‌گونه‌ای که پیچیدگی هویت‌یابی جوانان شناخته شود و مشارکت، سواد رسانه‌ای و تولید محتوای خلاقانه تقویت گردد.

پرسش اصلی :الگوهای بازنمایی هویت فرهنگی جوانان در رسانه‌های اجتماعی چگونه قابل تحلیل‌اند و بر مبنای آن، چه چارچوب مفهومی‌ای برای سیاست‌گذاری فرهنگی بومی در ایران می‌توان پیشنهاد کرد؟

پرسش‌های فرعی:

۱ .چه الگوهای گفتمانی در بازنمایی هویت فرهنگی در پست‌های بررسی‌شده دیده می‌شود؟

۲ .این الگوها چه نسبتی با جهانی‌شدن فرهنگی و بازتفسیر عناصر بومی دارند؟

۳ .این الگوها چه چالشی برای رویکردهای یک‌سویه و کنترل‌محور پدید می‌آورند؟

۴ .چه اصولی برای سیاست‌گذاری مشارکتی، بومی و ارزیابی‌پذیر می‌توان پیشنهاد کرد؟

۳ .مبانی نظری

هویت به‌مثابه فرایند

هال (Hall , ۱۹۹۰) میان هویت به‌عنوان جوهر ثابت و هویت به‌عنوان فرایند بازنمایی فرق می‌گذارد .نتیجه‌ی عملی برای تحلیل ما این است که حضور یک نماد در یک پست برای تعیین هویت صاحب آن کافی نیست؛ معنا از ترکیب نشانه‌ها و بافت کاربرد می‌آید.

امر جهانی و محلی

در این مقاله» هویت ترکیبی بومی ـ جهانی [۴]«صرفاً مفهومی تحلیلی است :اشاره به بازنمایی هم‌زمان عناصر با منشأهای متفاوت در محتوای بررسی‌شده، نه ادعای وجود هویتی یکسان میان همه‌ی جوانان.

عاملیت و ساختار

جنکینز و همکاران (Jenkins et al , ۲۰۰۹) بر فرهنگ مشارکتی [۵]و نقش فعال کاربران تأکید می‌کنند؛ کاستلز (Castells, ۲۰۰۹)یادآور می‌شود این مشارکت درون ساختارهای قدرت و توزیع معنا جریان دارد .دسترسی، مهارت، منابع اقتصادی و قواعد پلتفرم، فرصت‌ها را نابرابر می‌کنند .پس نه جوان را منفعل می‌دانیم و نه فرض می‌کنیم همه برابر شنیده می شوند.

---

[۴] Hybrid local–global identity.

[۵] Participatory culture ؛Henry Jenkins et al.



تحلیل گفتمان انتقادی[۶]

الگوی فرکلاف (Fairclough, ۲۰۱۳) سه سطح دارد :توصیف ویژگی‌های متنی و بصری، تفسیر رابطه‌ی متن با فرایندهای تولید و دریافت گفتمان، و تبیین رابطه‌ی گفتمان با عمل اجتماعی و ساختارهای نهادی .تحلیل متن، انگیزه‌ی تولیدکننده یا واکنش مخاطب را مستقیم نشان نمی‌دهد و برای آن‌ها مصاحبه یا داده‌ی تعاملی لازم است .این حد را در سراسر مقاله حفظ می‌کنیم.

۴ .پیشینه پژوهش

۴ـ۱ .پژوهش‌های بین‌المللی

مطالعات اخیر درباره‌ی رسانه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی جوانان به‌طور مکرر به نتیجه‌ای نزدیک رسیده‌اند :هویت در این فضا سیال و ترکیبی است .حسین (Hussien, ۲۰۲۵) با روش ترکیبی، شامل مصاحبه، مردم‌نگاری دیجیتال و تحلیل محتوای بیش از هشت هزار پست، نشان می‌دهد هویت جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله از گفت‌وگوی پویا میان روندهای جهانی و لنگرهای فرهنگی محلی شکل می‌گیرد، اما قیدهای الگوریتمی و اقتصادی دیده‌شدن را محدود می‌کنند و طبقه، جنسیت و دین بر شکل بیان اثر می‌گذارند .رحمدانی و همکاران (Rahmadani et al , ۲۰۲۶) در مطالعه‌ای کیفی بر جوانان اندونزیایی به تم‌هایی چون دورگه‌گی نمادین و پایداری فرهنگی از راه سازگاری خلاقانه می‌رسند .ونریل (Vanriel , ۲۰۲۶) جوانان را کنشگرانی می‌یابد که عناصر محلی و جهانی را در تولید و مصرف درهم می‌آمیزند و فضای دیجیتال را عرصه‌ی تبادل سرمایه‌ی فرهنگی و ساخت منزلت می‌بینند .آدان و همکاران (Addan et al , ۲۰۲۶) درباره‌ی جوانان سومالیایی از »سازگاری گزینشی «و» مرزبندی «سخن می‌گویند[۷].مرورهای سیستماتیک همین تصویر دوگانه را تأیید می‌کنند :هم تقویت تاب‌آوری فرهنگی و هم سردرگمی هویتی و مقایسه‌ی اجتماعی(Handayani et al , ۲۰۲۶) ؛ .(Samsidar , ۲۰۲۴) آتالاه (Atallah, ۲۰۲۶)با مرور ۴۲ مطالعه، رسانه‌های اجتماعی را» فضای سوم «یادگیری و هویت‌سازی می‌داند، [۸]به شرط آن‌که شرایط ساختاری مانند حکمرانی پلتفرم و دیده‌شدن الگوریتمی نادیده گرفته نشود .بایراک (Bayrak, ۲۰۲۶) نیز درباره‌ی نسل Z ترکیه فرصت‌ها و خطرها) اعتیاد، نابرابری الگوریتمی، حریم خصوصی (را کنار هم می‌بینند.

۴ـ۲ .پژوهش‌های مرتبط با ایران

پارتین (Partain, ۲۰۲۰) با تحلیل نشانه‌شناختی صفحه‌ی» بچه‌پولدارهای تهران «نشان می‌دهد کنش‌های روزمره می‌تواند در بافت ایران به مقاومتی نمادین تبدیل شود .جانگ (Jong, ۲۰۲۴) هویت‌سازی جوانان تهرانی در فضاهای مصرفی را با مفهوم سیالیت و عدم‌قطعیت تحلیل می‌کند .باقری (Bagheri , ۲۰۱۸) در رساله‌ای استدلال می‌کند که در نسل هزاره‌ی ایران، آرزوهای اقتصادی ـ طبقاتی بر قصد مقاومت می‌چربد .ویچیشاک و همکاران (Wójcieszak et al , ۲۰۱۴) در پیمایش ۲۸۰۰ جوان نشان می‌دهند موضوعات شخصی و علمی بیش از سیاست در رسانه‌های نو گفت‌وگو می‌شد .وولف و

---

[۶] Critical Discourse Analysis (CDA)؛ Norman Fairclough ؛ سه سطحDescription.، Interpretation.، Explanation.

[۷] Selective adaptation؛ Cultural filtering.، Boundary-making.

[۸] Third space (؛ مفهوم برگرفته از.Homi Bhabha فضای سوم

همکاران (Wulf et al., ۲۰۲۲) نشان می‌دهند جوانان شهری ایران به‌دلیل محدودیت‌ها و فیلترینگ، از کودکی با فنون دور زدن آن) مانند (VPN آشنا می‌شوند و آن را برای اهداف خصوصی و گاهی بیان نارضایتی به کار می‌برند؛ آن‌ها این رفتار را »بازاستفاده‌ی مقابل «می‌نامند[۹].آتارزاده و همکاران (Attarzadeh et al., ۲۰۲۲) با تحلیل محتوای اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی نشان می‌دهند هویت ملی ایرانی در این اسناد جایگاه حاشیه‌ای دارد و سیاست فرهنگی بر چارچوبی فراملی تکیه دارد .طاهری‌فرد (Taherifard, ۲۰۲۲) نیز نشان می‌دهد نهادهای رسمی خود تولیدکننده‌ی فرهنگ بصری آنلاین اند.

۳ـ۴ .شکاف

در جست‌وجوی ما در Consensus ، Sci Space و PubMed ، بیشتر مطالعات یادشده بر مصاحبه، پیمایش، تحلیل اسناد یا مرور متکی بودند و کمتر مطالعه‌ای را یافتیم که محتوای وایرال فارسی را با تحلیل گفتمان انتقادی بررسی کند و نتیجه را مستقیم به چارچوب سیاست‌گذاری فرهنگی بومی پیوند دهد .این جست‌وجو جامع نبود و ادعای» نخستین‌بودن «نداریم؛ ادعا فقط این است که این پیوند در ایران کمتر صورت‌بندی شده است.

۵ .روش پژوهش

۵ـ۱ .رویکرد

پژوهش کیفی و کاربردی است و تحلیل گفتمان انتقادی با الگوی سه‌بعدی فرکلاف به کار رفته، چون هدف فقط توصیف محتوا نیست، بلکه ربط بازنمایی با ساختار معنایی و سیاست‌گذاری است.

۵ـ۲ .داده و نمونه

داده‌ها ۵۰ پست پرمخاطب و وایرال فارسی از صفحات فعال اینستاگرام و تیک‌تاک در بازه‌ی ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۴ در حوزه‌های سبک زندگی، مد و مطالبات اجتماعی است .انتخاب به‌صورت هدفمند[۱۰] بوده و نمونه برای تعمیم آماری طراحی نشده است . پرمخاطب‌بودن فقط معیار انتخاب است و نشانه‌ی پذیرش گسترده یا نماینده‌بودن نیست، زیرا الگوریتم پلتفرم‌ها بر دیده‌شدن اثر می‌گذارد.

۵ـ۳ .مراحل تحلیل

در سطح توصیف، واژگان، تصاویر، نمادها، ارجاعات بومی و جهانی، نشانه‌های مصرف و کاربرد طنز ثبت شد .در سطح تفسیر، شیوه‌ی ترکیب نشانه‌ها و معانی ممکن آن‌ها در بافت پست بررسی شد؛ مثلاً حضور هم‌زمان نماد جهانی و ارجاع بومی می‌تواند نشانه‌ی ترکیب باشد، اما به انگیزه‌ی قطعی صاحب پست نسبت داده نمی‌شود .در سطح تبیین، الگوها با زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و نهادی و با مفاهیم نظری مرتبط شدند.

---

[۹] Counter-appropriation؛ برگرفته از.(Wulf et al. (۲۰۲۲

[۱۰] Purposive sampling؛ نمونه‌گیری غیراحتمالی.

۵ـ۴ .اعتبار و شفافیت

برای اعتبار از بازبینی همکاران [۱۱]و تطبیق تفسیرها با داده استفاده شد .از ارائه‌ی ضریب توافق خودداری می‌کنیم، چون کدگذاری مستقل با محاسبه‌ی توافق انجام نشده است .گزارش‌دهی بر پایه‌ی معیارهای کیفیت پژوهش کیفی (Tracy, ۲۰۱۰)و شفافیت تصمیم‌های تحلیلی است.

۵ـ۵ .اخلاق

عمومی‌بودن پست به معنای بی‌نیازی از ملاحظات اخلاقی نیست .هویت صاحبان پست‌ها آشکار نمی‌شود، از بازنشر تصویر و نقل مستقیم قابل‌ردیابی پرهیز شده و فقط توصیف تحلیلی ارائه می‌گردد) نک[۱۲].(Franzke et al , ۲۰۲۰ .

۶ .یافته‌ها

تحلیل سه الگوی گفتمانی را در مجموعه‌ی پست‌های بررسی‌شده نشان داد .این‌ها مقوله‌های تفسیری‌اند و توزیع آماری نگرش جوانان ایران را گزارش نمی‌کنند .خلاصه‌ی سطوح تحلیل و دلالت‌های سیاستی هر سطح در جدول ۱ آمده است.

۶ـ۱ .هویت ترکیبی بومی ـ جهانی

در این الگو نشانه‌هایی با منشأهای متفاوت کنار هم می‌نشینند .نمونه‌ی روشن آن ترکیب نمادهای مدرن پوشش با ارجاع به هنجارهای خانوادگی و فرهنگی ایرانی است .در سطح متن، قرارگرفتن این نشانه‌ها در یک قاب دیده می‌شود .در سطح تفسیر می‌توان آن را بازترکیب آگاهانه خواند، نه گزینش یکی به‌جای دیگری .در سطح تبیین، این الگو با نگاه فرایندی هال (Hall , ۱۹۹۰)و مفهوم جهانی ـ محلی‌شدن رابرتسون (Robertson, ۱۹۹۲) هم‌خوان است .تحفظ لازم :دیدن ترکیب نشانه‌ها نگرش پایدار یا انگیزه‌ی فرد را اثبات نمی‌کند .*دلالت سیاستی* :سیاست‌گذار باید از تقلیل تجربه‌ی جوانان به» پذیرش کامل یا رد کامل «فرهنگ جهانی دست بردارد و بپرسد جوانان چگونه معنا را بازتفسیر می‌کنند.

۶ـ۲ .مصرف‌گرایی نمایشی[۱۳]

در این الگو هویت از راه کالا، برند و سبک زندگی لوکس بازنمایی می‌شود و اشیای مصرفی به ابزار نمایش تمایز و منزلت بدل می‌شوند .این الگو را نباید فقط نتیجه‌ی» نفوذ فرهنگ جهانی «دانست :ساختار بازار، تبلیغات، ارزش نمادین کالا و قواعد دیده شدن محتوا هم در برجسته‌شدنش نقش دارند .علت یگانه‌ای برای آن نمی‌توان نام برد و حضور یک برند در پست ثابت نمی‌کند تولیدکننده هویتش را صرفاً بر مصرف بنا کرده است .*دلالت سیاستی* :توصیه‌ی اخلاقی کافی نیست؛ آموزش تحلیل تبلیغات و فهم رابطه‌ی مصرف، منزلت و خودبازنمایی کارآمدتر است.

---

[۱۱] Peer debriefing.

[۱۲] Association of Internet Researchers (AoIR)؛ رهنمودهای اخلاق پژوهش اینترنتی.

[۱۳] Performative / conspicuous consumerism.

۶ـ۳ .مقاومت نمادین از طریق طنز و کنایه[۱۴]

در این الگو، طنز، کنایه و قالب‌های کوتاه نمادین شیوه‌هایی برای بیان نقد اجتماعی یا فاصله‌گرفتن از برخی روایت‌های رسمی خوانده شده‌اند و راهی غیرمستقیم برای طرح موضوعات حساس فراهم می‌کنند .اما هر طنزی مقاومت نیست؛ ممکن است سرگرمی، تعامل اجتماعی یا بیان تجربه‌ی شخصی باشد» .مقاومت «فقط وقتی موجه است که نشانه‌های متنی و بافتی پشتیبانش باشد .*دلالت سیاستی* :نادیده‌گرفتن زبان طنزآمیز بخشی از معنای اجتماعی محتوا را از چشم سیاست‌گذار پنهان می‌کند؛ شنیدن تحلیلی آن می‌تواند ارتباط بهتری بسازد.

جدول ۱ .سطوح تحلیل گفتمان و دلالت‌های سیاستی

سطح فرکلاف	محور بررسی	الگوهای قابل تفسیر	دلالت برای سیاست‌گذاری
توصیف متن	واژگان، تصویر، نماد، سبک ارائه	ترکیب عناصر بومی و جهانی، نشانه‌های مصرف، طنز	شناخت زبان نمادین و شیوه‌های خودبازنمایی
تفسیر کنش گفتمانی	تولید، گردش و تفسیر محتوا	بازترکیب نشانه‌ها، نمایش سبک زندگی، نقد غیرمستقیم	توجه به عاملیت کاربران و زمینه‌ی گردش معنا
تبیین عمل اجتماعی	پیوند بازنمایی با زمینه‌ی اجتماعی و نهادی	نزاع بر معنا، منزلت اجتماعی، رابطه با روایت‌های رسمی	سیاست‌های مشارکتی، زمینه‌مند و ارزیابی‌پذیر

۶ـ۴ .جمع‌بندی

سه الگو نشان می‌دهند بازنمایی هویت در رسانه‌های اجتماعی مسیر واحدی ندارد .ترکیب فرهنگی، نمایش مصرف و طنز بسته به بافت کارکردهای متفاوتی دارند .ارزش یافته‌ها در شناسایی امکان‌های بازنمایی و پرسش‌های دقیق‌تر است، نه در اثبات این که همه‌ی جوانان چنین‌اند.

۷ .بحث

۷ـ۱ .فراتر از دوگانه

الگوی هویت ترکیبی با مطالعات تجربی تازه از بافت‌های دیگر همسوست :جوانان اندونزیایی عناصر محلی و جهانی را در تولید و مصرف درهم می‌آمیزند(Vanri el , ۲۰۲۶) ؛ (Rahmadani et al , ۲۰۲۶ و جوانان سومالیایی با» سازگاری گزینشی « میان جذابیت و تنش حرکت می‌کنند .(Addan et al , ۲۰۲۶) این هم‌سویی اثبات نظریه نیست؛ نشان می‌دهد تفسیر ما در ادبیات بین‌المللی بی‌سابقه نیست و برای ایران هم قابل‌دفاع است.

[۱۴] Symbolic resistance through humor and irony.



۲ـ۷ .مصرف و طبقه

تحلیل باقری (Bagheri , ۲۰۱۸) که جهت‌گیری‌های طبقاتی را مهم‌تر از قصد مقاومت می‌داند و نگاه ونریل , Vanriel) (۲۰۲۶به فضای دیجیتال به‌عنوان عرصه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی، [۱۵]تفسیر چندعلتی ما از مصرف‌گرایی نمایشی را تقویت می‌کند : این الگو هم به منزلت و طبقه مربوط است و هم به نظام دیده‌شدن.

۳ـ۷ .طنز و مقاومت

پارتین (Partain, ۲۰۲۰) نشان می‌دهد کنش‌های روزمره در بافت ایران می‌تواند معنای سیاسی بگیرد، اما ویچیشاک و همکاران (Wojcieszak et al , ۲۰۱۴) یادآور می‌شوند جوانان ایرانی در رسانه‌های نو بیش از سیاست درباره‌ی موضوعات شخصی و علمی گفت‌وگو می‌کردند .این دو با هم ما را به احتیاط در تفسیر طنز به‌عنوان مقاومت وامی‌دارند.

۴ـ۷ .سیاست رسمی و تجربه‌ی جوانان

آتارزاده و همکاران (Attarzadeh et al , ۲۰۲۲) نشان می‌دهند در اسناد بالادستی سیاست فرهنگی، هویت ملی جایگاهی حاشیه‌ای دارد و چارچوب اصلی فراملی است؛ وولف و همکاران (Wulf et al , ۲۰۲۲) نیز نشان می‌دهند جوانان شهری در برابر محدودیت‌ها راه‌های دور زدن می‌آموزند .تحلیل ما این دو را آزمون نکرده است و رابطه‌ی علّی بینشان نمی سازد .اما در کنار هم نشان می‌دهند میان چارچوب رسمی و زندگی روزمره‌ی دیجیتال جوانان فاصله‌ای ممکن است وجود داشته باشد، و این همان فاصله‌ای است که سه محور چارچوب پیشنهادی مقاله) مشارکت، تنظیم‌گری ایجابی، سواد رسانه‌ای (می‌کوشد کم کند.

۵ـ۷ .ساختار و الگوریتم

آتالاه (Atallah, ۲۰۲۶) و حسین (Hussien, ۲۰۲۵) تأکید می‌کنند هویت‌سازی آنلاین درون قیدهای پلتفرمی و اقتصادی رخ می‌دهد .این نکته با محدودیت ما) پرمخاطب‌بودن به معنای نماینده‌بودن نیست (و با اصرارمان بر دیدن ساختار در کنار عاملیت یکی است.

۸ .چارچوب مفهومی پیشنهادی

سه محور زیر پاسخ‌های سیاستی به مسئله‌هایی‌اند که یافته‌ها نشان دادند .آن‌ها نتیجه‌ی منطقی تحلیل و مرور ادبیات‌اند، نه مدلی با اثر ثابت‌شده.

۱ـ۸ .محور نخست :حکمرانی فرهنگی اعتمادساز و مشارکتی

جوان در این محور نه فقط مخاطب برنامه، که ذی‌نفع در شناخت مسئله، طراحی و ارزیابی است .اما مشارکت صرفاً» دعوت از جوانان «نیست .مرور سیستماتیک مک‌گاورن و همکاران (McGovern et al , ۲۰۲۵) نشان می‌دهد هم‌طراحی [۱۶]با جوانان

---

[۱۵] Cultural capital؛ مفهوم.Pierre Bourdieu

[۱۶] Co-design.

اغلب با اصطلاحات ناهمگون انجام می‌شود و ملاحظه‌ی روابط قدرت در آن ضعیف است .لیپتون و همکاران (Li pt on et al , ۲۰۲۵) تأمین مالی پایدار، کارکنان اختصاصی، روش‌های انعطاف‌پذیر و زمان کافی را از عوامل تسهیل‌گر برمی‌شمارند و بوسو و همکاران (Bussu et al , ۲۰۲۴) نشان می‌دهند پلتفرم دیجیتال وقتی برای مشارکت جوانان مفید است که با مشارکت حضوری و نظارت جمعی همراه شود .تجربه‌ی» فرامشارکت «جوانان در مجمع حکمرانی اینترنت نیز نشان می‌دهد جوانان در صورت ناکافی‌بودن فضا، خودشان فضای مشارکت می‌سازند .(Tj ahj a et al , ۲۰۲۴) برای سنجش سطح واقعی مشارکت می‌توان از نردبان مشارکت بهره برد(Ar nst ei n, ۱۹۶۹ ؛ Har t , ۱۹۹۲).[۱۷]

اقدام‌های پیشنهادی :۱ (گفت‌وگوی منظم میان جوانان، پژوهشگران، تولیدکنندگان محتوا و نهادهای فرهنگی؛ ۲ (پیمایش و مطالعه‌ی کیفی برای شناخت تفاوت‌های فرهنگی و نسلی؛ ۳ (انتشار شفاف اهداف و معیارهای ارزیابی؛ ۴ (مسیر روشن برای بازخورد و اعتراض؛ ۵ (توجه به تفاوت‌های منطقه‌ای و اقتصادی .هدف، حذف نقش نهاد سیاست‌گذار نیست؛ بهبود تصمیم از راه شناخت و گفت‌وگوست.

۸ـ۲ .محور دوم :تنظیم‌گری ایجابی و حمایت از تولید محتوای خلاقانه[۱۸]

تنظیم‌گری فقط ممنوعیت نیست؛ می‌تواند فراهم‌کردن شرایط تولید محتوای باکیفیت و متناسب با تجربه‌ی مخاطب هم باشد . طاهری‌فرد (Taher i f ar d, ۲۰۲۲) نشان می‌دهد نهادهای رسمی نیز خود محتوای بصری آنلاین تولید می‌کنند؛ پس پرسش درست» تولید یا نه «نیست،» با چه کیفیت، شفافیت و نسبتی با مشارکت جوانان «است.

اقدام‌های پیشنهادی :۱ (حمایت شفاف و ارزیابی‌پذیر از تولیدکنندگان مستقل و گروه‌های خلاق جوان؛ ۲ (همکاری هنرمندان، متخصصان رسانه، مراکز فرهنگی و دانشگاه؛ ۳ (قالب‌های متنوع متناسب با هر رسانه؛ ۴ (توجه به کیفیت روایت، دقت اطلاعاتی و تناسب فرهنگی؛ ۵ (ارزیابی بر پایه‌ی شاخص، نه حجم تولید .استفاده از هوش مصنوعی در تولید محتوا باید با توجه به حقوق کاربران، شفافیت و مسئولیت‌پذیری همراه باشد .این محور جایگزین ابزارهای قانونی نیست و در کنار آن‌ها طراحی می‌شود.

۸ـ۳ .محور سوم :ارتقای سواد رسانه‌ای انتقادی[۱۹]

شواهد این محور همه به یک سو اشاره ندارند .مرور سیستماتیک و فراتحلیلی از ۴۶ مطالعه) ۱۸ مطالعه در فراتحلیل (گزارش می‌کند مداخله‌های آموزشی سواد رسانه‌ای توانایی نوجوانان را در شناسایی اطلاعات نادرست بهبود می‌دهند و قصد بازنشر آن را کم می‌کنند، به‌ویژه وقتی بر بررسی سریع، راستی‌آزمایی منبع و» واکسیناسیون شناختی «تکیه کنند و در برنامه‌ی درسی تداوم یابند .(Rodr í guez Cast i l l o et al , ۲۰۲۶) برنامه‌ی BeNet Wise در هنگ‌کنگ با ۱۹۶ دانش‌آموز، مصرف انتقادی و تولید انتقادی را بهتر کرد .(Cheng et al , ۲۰۱۷) در مقابل، آزمایشی با ۱۲۰۱ جوان آمریکایی نشان داد یک اینفوگرافیک کوتاه فقط باورپذیری یکی از شش ادعای نادرست را کاهش داد(Aust i n et al , ۲۰۲۵) ، و مطالعه‌ی

---

[۱۷] Ladder of participation ؛ Sherry Arnstein و Roger Hart.

[۱۸] Enabling regulation / Positive regulation.

[۱۹] Critical media literacy ؛» واکسیناسیون شناختی.Cognitive inoculation = «

همبستگی نرانتزاکی و ملادیانوس (Ner ant zaki and Mel adi anos, ۲۰۲۶) نشان می‌دهد سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با تشخیص بهتر خبر جعلی همراه است، اما این رابطه علیت نیست .نتیجه :آموزش سواد رسانه‌ای امیدوارکننده است، ولی مداخله‌ی کوتاه و شعاری کافی نیست و برنامه‌ی پایدار و مشارکتی لازم است .مرورهای حوزه‌ی سلامت نیز نشان می‌دهند اعتماد نوجوانان به محتوا بخشی از کار هویتی آن‌هاست (Fr eeman et al , ۲۰۲۲) و استفاده‌ی مسئله‌دار از تیک‌تاک با نشانه‌های اضطراب و افسردگی همراه گزارش شده است(Jai n et al , ۲۰۲۵) ؛ این‌ها از جمعیت‌های غیرایرانی‌اند و مستقیم قابل‌انتقال نیستند.

اقدام‌های پیشنهادی :۱ (آموزش تفکیک واقعیت، نظر، تبلیغ و محتوای گمراه‌کننده؛ ۲ (تحلیل تصویر، نماد و روایت رسانه‌ای؛ ۳ (فهم تبلیغات و پیوند مصرف با نمایش منزلت؛ ۴ (تولید و انتشار مسئولانه؛ ۵ (مشارکت جوانان در طراحی برنامه‌ها.

۸ـ۴ .ارتباط محورها و چرخه‌ی یادگیری

سه محور مستقل نیستند .مشارکت، شناخت مسئله را تقویت می‌کند؛ تنظیم‌گری ایجابی پاسخ خلاقانه می‌سازد؛ سواد رسانه‌ای توان تحلیل می‌دهد؛ و ارزیابی نتایج به بازنگری در شناخت اولیه می‌انجامد .چرخه :شناخت تجربه‌ی جوانان← طراحی مشارکتی← حمایت از تولید و آموزش← ارزیابی و بازخورد← اصلاح← آغاز دوباره .این چرخه پیشنهادی است و آزمون تجربی نشده است.

۸ـ۵ .شاخص‌های پیشنهادی ارزیابی

شاخص‌های جدول ۲ فقط پیشنهادند و وضع موجود را گزارش نمی‌کنند.

جدول ۲ .شاخص‌ها و روش‌های پیشنهادی ارزیابی محورهای چارچوب

محور	اقدام نمونه	شاخص پیشنهادی	روش ارزیابی
حکمرانی مشارکتی	نشست‌های گفت‌وگو با جوانان	سطح مشارکت) بر پایه‌ی نردبان مشارکت (و سهم پیشنهادهای بررسی‌شده	بررسی اسناد، مصاحبه، ثبت بازخورد
تنظیم‌گری ایجابی	حمایت از تولید محتوای خلاقانه	تنوع تولیدکنندگان، کیفیت محتوا، دسترسی مخاطب هدف	تحلیل محتوا، ارزیابی برنامه
سواد رسانه‌ای	دوره‌های آموزشی پایدار	تغییر در توان تحلیل و ارزیابی محتوا و در قصد بازنشر	سنجش پیش و پس، با گروه مقایسه در صورت امکان
یادگیری سیاستی	بازنگری دوره‌ای	میزان استفاده از نتایج ارزیابی در اصلاح	تحلیل اسناد تصمیم‌گیری و مصاحبه
پاسخ‌گویی نهادی	انتشار اهداف و گزارش عملکرد	شفافیت معیارها و دسترس‌پذیری گزارش‌ها	بررسی اسناد، ارزیابی ذی‌نفعان



۹ .نتیجه‌گیری

این پژوهش بازنمایی هویت فرهنگی جوانان در رسانه‌های اجتماعی را با تحلیل گفتمان انتقادی بررسی کرد و سه الگوی هویت ترکیبی بومی ـ جهانی، مصرف‌گرایی نمایشی و مقاومت نمادین را شناسایی کرد .نتیجه‌ی اصلی این است که هویت‌یابی جوانان در این فضا را نمی‌توان به پذیرش یا رد فرهنگ جهانی خلاصه کرد و سیاست‌گذاری فرهنگی، اگر بخواهد کارآمد باشد، باید هم عاملیت جوانان و هم قیدهای ساختاری محیط رسانه‌ای را ببیند .بر این پایه، چارچوب سه‌محوری پیشنهاد شد :حکمرانی فرهنگی اعتمادساز و مشارکتی، تنظیم‌گری ایجابی و حمایت از تولید محتوای خلاقانه، و ارتقای سواد رسانه‌ای انتقادی، در قالب چرخه‌ای از شناخت، طراحی، اجرا، ارزیابی و بازنگری .ارزش چارچوب در آن است که سیاست‌گذاری را از مجموعه‌ای اقدام‌های پراکنده به فرایندی یادگیرنده و پاسخ‌گو نزدیک می‌کند .چنین رویکردی نه پذیرش بی‌قیدوشرط هر جریان فرهنگی است و نه نادیده‌گرفتن تجربه‌ی نسل جوان.

۱۰ .پیشنهادهای کاربردی

۱ .**مشارکت جوانان** :نشست‌ها و سازوکارهای مشورتی منظم با جوانان، تولیدکنندگان محتوا و پژوهشگران، و استفاده‌ی مستند از نتایج در اصلاح برنامه‌ها.

۲ .**سواد رسانه‌ای پایدار** :برنامه‌هایی فراتر از توصیه‌ی عمومی، شامل تحلیل تبلیغات، بازنمایی هویت و تشخیص محتوای گمراه‌کننده، با ارزیابی پیش و پس.

۳ .**حمایت ارزیابی‌پذیر از تولید محتوا** :معیارهای شفاف، تنوع تولیدکنندگان و بازنگری دوره‌ای.

۴ .**توجه به تنوع زمینه‌ها** :پرهیز از تعمیم یک الگو به همه‌ی گروه‌های جوان در مناطق و طبقات مختلف.

۵ .**پژوهش‌های کاربردی** :آزمون چارچوب با روش‌های ترکیبی، اجرای آزمایشی برنامه‌ها و سنجش پیامدها.

۶ .**نظام ارزیابی و بازنگری** :تعیین اهداف، شاخص‌ها و مسئولیت‌ها از ابتدا.

۱۱ .محدودیت‌ها و پیشنهاد برای مطالعات آینده

نخست، نمونه ۵۰ پست هدفمند از دو پلتفرم است و برای تعمیم آماری مناسب نیست .دوم، پرمخاطب‌بودن نشانه‌ی نماینده بودن نیست و الگوریتم‌ها در دیده‌شدن نقش دارند .سوم، تحلیل محتوا بدون مصاحبه یا داده‌ی تکمیلی نمی‌تواند انگیزه‌ی تولیدکنندگان یا برداشت مخاطبان را قطعی کند .چهارم، کدگذاری مستقل با محاسبه‌ی توافق انجام نشده و پژوهش‌های بعدی باید کدنامه و معیارهای انتخاب داده را شفاف گزارش کنند .پنجم، چارچوب پیشنهادی هنوز اعتبارسنجی مستقل نشده و شاهد مستقلی برای اثربخشی آن ارائه نمی‌شود .پژوهش‌های بعدی می‌توانند با روش ترکیبی، مصاحبه با تولیدکنندگان محتوا، گسترش پلتفرم‌ها و مشارکت متخصصان سیاست‌گذاری و گروه‌های جوان، تناسب چارچوب را بسنجند .مطالعه‌ی موردی در شهرهایی مانند بوشهر نیز در صورت توجیه نظری و انتخاب روش مناسب می‌تواند نقش زمینه‌های محلی را روشن کند.



منابع

Addan, O. A., et al. (2026). Digital media and cultural identity among Somali youth: Negotiating tradition and modernity in the social media era. *Cogent Arts & Humanities*.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners, 35*(4), 216–224.

Atallah, F. (2026). Social media as a formative educational and cultural environment: An integrative conceptual framework for identity development among transnational youth. *Frontiers in Sociology*.

Attarzadeh, B., et al. (2022). National identity, transnational ideology, and cultural policy in Iran. *International Journal of Cultural Policy*.

Austin, E. W., Domgaard, S., & Sutherland, A. D. (2025). Skeptical of social sophistry: An experiment testing a media literacy infographic on substance-use misinformation. *Substance Use & Misuse*. https://doi.org/10.1080/10826084.2025.2538732

Bagheri, G. (2018). *Millenial Iran: Political disenchantment, post-network society and commodity culture* [Doctoral dissertation].

Bayrak, T. (2026). The hybrid culture of Generation Z: Digital identity and community construction through TikTok, Discord, and Twitch. *İçtimaiyat*.

boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Bussu, S., et al. (2024). Make (digital) space for and with the young: Arts-inspired co-design of civic tech for youth mental health policies. *Convergence*.

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.

Cheng, K. P. C., Leung, C. K., & Mok, J. C. Y. (2017). The effects of BeNetWise program on youth media literacy: A mixed methods research. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. https://doi.org/10.1002/PRA2.2017.14505401053

Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.

Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C., & the Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers.

Freeman, J. L., Caldwell, P. H. Y., & Scott, K. M. (2022). How adolescents trust health information on social media: A systematic review. *Academic Pediatrics, 23*(4), 703–719. https://doi.org/10.1016/j.acap.2022.12.011

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 222–237). Lawrence & Wishart.

Handayani, B., et al. (2026). Social media impact on youth cultural identity: A systematic literature review. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*.

Hart, R. A. (1992). *Children's participation: From tokenism to citizenship*. UNICEF Innocenti Research Centre.

Hussien, N. A. (2025). Cultural hybridization in the digital age: The global-local tension in youth identity. *AUIQ Humanities and Social Sciences*.

Iwasa, Y., Hihara, S., Ishizaki, K., Yasui, G., Hiro, M., & Sugimura, K. (2023). Identity development and online and offline prosocial behaviors among early and middle adolescents. *Frontiers in Psychology, 14*, 1148347. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1148347



Jain, L., et al. (2025). Exploring problematic TikTok use and mental health issues: A systematic review of empirical studies. *Journal of Primary Care & Community Health, 16*. https://doi.org/10.1177/21501319251327303

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.

Jong, A. (2024). Social theory and navigating indeterminacy: A configurational analysis of Iranian youth's identity construction in contemporary Iran. *Societies*.

Lipton, B., et al. (2025). Collaborating with young people: Identifying the barriers and facilitators in co-designed research. *Health Expectations*.

McGovern, Ó., et al. (2025). The use of co-design with young people for digital mental health support development: A systematic review. *Internet Interventions*.

Nerantzaki, K., & Meladianos, P. (2026). The role of critical thinking and media literacy in enhancing fake news detection among students. *Media Practice and Education*. https://doi.org/10.1080/25741136.2026.2699573

Partain, L. P. B. (2020). Best of both worlds or refusal to comply? The rich kids of Tehran on Instagram. *Journal of International and Intercultural Communication*.

Rahmadani, D., et al. (2026). Identity negotiation and cultural sustainability in the social media era through a qualitative analysis based on cultural hybridity. *Qriset Indonesia Journal of Cultural Science*.

Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. SAGE.

Rodríguez Castillo, N. E., Mendoza Carrera, J., & Andrade-Vásquez, M. (2026). Media literacy education and misinformation in social media among adolescents: A systematic review and meta-analysis. *Journalism and Media, 7*(2). https://doi.org/10.3390/journalmedia7020071

Samsidar, S. (2024). Cultural representation on social media and its impact on the identity construction of the young generation. *Kamara Journal*.

Taherifard, A. (2022). Shia clerics, holy sites, and the online visual culture of the revolutionary youth in Iran. *Religions*.

Tjahja, N., et al. (2024). An agent of change: Youth meta-participation at the internet governance forum. *Telecommunications Policy*.

Tracy, S. J. (2010). Qualitative quality: Eight «big-tent» criteria for excellent qualitative research. *Qualitative Inquiry, 16*(10), 837–851.

Vanriel, M. (2026). Crafting glocal identities: Youth digital practices in negotiating local and global cultures. *Indonesian Journal of Digital Society*.

Wojcieszak, M., et al. (2014). Will politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011. *New Media & Society*.

Wulf, V., et al. (2022). The personal is the political: Internet filtering and counter appropriation in the Islamic Republic of Iran. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*.