

فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله پژوهشی
سال نوزدهم، شماره سوم (پیاپی ۴۵)، پاییز ۱۴۰۵، صص. ۲۴۲-۲۱۳

بازنمایی رسانه‌ای هویت ملی با مدیریت رویدادهای فرهنگی (مورد مطالعه: رویداد شب ایران)

نادر جعفری هفتخوانی *

مجتبی فرجی **

سید محمد عطاری ***

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷

مقاله برای اصلاح به مدت ۵ روز نزد نویسنده(گان) بوده است.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین چگونگی بازنمایی هویت ملی در پایگاه‌های خبری فارسی‌زبان، رویداد «شب ایران» را به‌عنوان یک رخداد نمادین مورد مطالعه قرار داده است. مسأله اصلی این پژوهش آن است که خبرگزاری‌ها این رویداد را چگونه روایت کردند و از خلال چه سازوکارهای معنایی، تصویری خاص از ایران و خود ایرانی را صورت‌بندی نمودند. چارچوب نظری پژوهش بر نظریه بازنمایی، نظریه اجتماع خیالی و نظریه هویت اجتماعی استوار است تا بتوان رابطه میان متن خبری، تولید معنا و مرزبندی‌های هویتی را تبیین کرد. روش تحقیق، تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار بوده و متن خبرها به‌عنوان واحد تحلیل، در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی بررسی شد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که رویداد مورد مطالعه در سپهر رسانه‌ای به معنایی یگانه بروز و ظهور نیافته، بلکه به میدان رقابت روایت‌ها بدل شده است. برخی رسانه‌ها با برجسته‌سازی پیوند گذشته و حال، روایت اقتدار و تداوم تاریخی را تقویت کردند؛ برخی دیگر بر مرزبندی هویتی و تقابل نمادین با دیگری تأکید ورزیدند؛ و گروهی نیز با رویکردی تحلیلی‌تر، بر اصالت بازنمایی و امکان قرائت‌های متکثر از میراث ملی تمرکز کردند. در سطحی فراتر، روایت‌هایی نیز شکل گرفته است که ایران را در افق تمدنی و فراملی بازنمایی می‌کند. بر این اساس، نتایج پژوهش نشان داد که رسانه‌ها نه صرفاً بازتاب‌دهنده هویت ملی، بلکه کنش‌گرانی فعال در تولید، تثبیت و بازتعریف آن در فضای عمومی معاصر ایران هستند.

واژگان کلیدی

بازنمایی رسانه‌ای؛ رویداد شب ایران؛ هویت ملی؛ مدیریت رویداد؛ تحلیل محتوای کیفی.

* دانشیار گروه بازرگانی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران.

jafari@isu.ac.ir

0000-0002-8386-4589

** دانشجوی دکتری، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران

m.faraji@isu.ac.ir

0009-0001-3226-0873

*** دانشجوی دکتری، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

sm.attari@isu.ac.ir

0009-0001-8891-0724

مقدمه

تحولات ارتباطی دهه‌های اخیر، جایگاه رسانه‌ها را از ابزار انتقال اطلاعات به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های شکل‌گیری معنا در زندگی اجتماعی ارتقاء داده است. در جامعه‌ای که تجربه‌های جمعی عمدتاً از مسیر روایت‌های رسانه‌ای صورت‌بندی می‌شوند، فهم رویدادهای اجتماعی بدون توجه به نحوه بازنمایی آنها در رسانه‌ها امکان‌پذیر نیست. رسانه‌ها با انتخاب تیتراژها، تصاویر، زاویه دید و چارچوب‌های تفسیری، نه تنها درباره یک رویداد اطلاع‌رسانی می‌کنند، بلکه به آن معنا می‌بخشند و آن را در منظومه‌ای از ارزش‌ها و داوری‌های اجتماعی جای می‌دهند. از همین رو، تحلیل محتوای رسانه‌ای می‌تواند ابزاری مؤثر برای فهم سازوکارهای تولید معنا در سپهر عمومی باشد (مؤمنی‌راد، علی‌آبادی، فردانش و مزینی، ۱۳۹۲، ص. ۱۸۸).

در چنین بستری، رویدادهای نمادین و آیینی اهمیتی مضاعف می‌یابند. این دسته از رویدادها به دلیل پیوند با حافظه تاریخی، نمادهای فرهنگی و روایت‌های ملی، ظرفیت آن را دارند که به میدان بازتعریف معناها و جمعی تبدیل شوند. آنچه این رویدادها را واجد اهمیت پژوهشی می‌کند، نه صرفاً وقوع آنها، بلکه چگونگی بازتاب و صورت‌بندی آنها در فضای رسانه‌ای است. زیرا همین بازنمایی‌هاست که تعیین می‌کند یک رخداد فرهنگی، به‌عنوان نمایش اقتدار، یادمان تاریخی، مناقشه سیاسی یا چالش هویتی درک شود.

مطالعات انجام‌شده در حوزه رسانه و هویت در ایران نیز نشان داده‌اند که روایت‌پردازی رسانه‌ای می‌تواند در بازتولید یا تغییر درک عمومی از هویت ملی نقش فعال ایفا کند؛ به‌ویژه زمانی که پای تاریخ، نمادهای ملی یا تقابل‌های ارزشی در میان باشد. برای نمونه، پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه بازنمایی تاریخی در رسانه ملی نشان می‌دهد که روایت رسانه‌ای از گذشته و تاریخ می‌تواند به بازساخت معنایی هویت ملی در نسبت با شرایط معاصر بیانجامد (نوری، حسن‌پور و محمدی، ۱۳۹۴، ص. ۶). همچنین تحلیل‌های گفتمانی رسانه‌ها نشان داده‌اند که آنها در مواجهه با یک رویداد واحد، با برجسته‌سازی عناصر خاص، روایت‌هایی متمایز و گاه متعارض تولید می‌کنند که هر یک حامل دلالت‌های هویتی خاصی است (بشیر و حاتمی، ۱۳۹۲، ص. ۸۴). این یافته‌ها

بیانگر آن است که رسانه‌ها صرفاً بازتاب‌دهنده هویت ملی نیستند، بلکه در شکل‌دهی و صورت‌بندی آن نیز مشارکت دارند.

در این چارچوب، رویداد «شب ایران» که در تاریخ ۱۶ آبان ۱۴۰۴ با حضور جمعی از مسئولان رسمی سیاسی و چهره‌های مذهبی در میدان انقلاب تهران برگزار شد، واجد ویژگی‌هایی است که آن را به موضوعی مناسب برای تحلیل بازنمایی رسانه‌ای تبدیل می‌کند. محوریت این برنامه، بازنمایی یکی از وقایع تاریخی دوران باستان در قالب یک اثر حجمی بود. این اثر با الهام از نقش‌برجسته‌های تاریخی، صحنه پیروزی شاپور اول ساسانی بر والرین، امپراتور روم، را به تصویر کشیده است که در آن، پادشاه مغلوب در برابر پادشاه ایران زانو زده است.

رونمایی از این سازه در فضای شهری با شعار «مقابل ایران دوباره زانو خواهید زد» همراه بود که هدف از آن، ایجاد پیوند میان حافظه تاریخی و مناسبات سیاسی معاصر عنوان شده است. این اقدام در چارچوب استفاده از نمادگرایی تاریخی برای انتقال پیام‌های راهبردی در سطح عمومی تحلیل می‌شود و تلاش دارد با استناد به پیشینه روابط ایران و قدرت‌های جهانی، قرائتی خاص از جایگاه فعلی کشور در جغرافیای سیاسی منطقه ارائه دهد. این رویداد، به واسطه ارجاعات تاریخی و نمادین خود، ظرفیت آن را دارد که در روایت‌های رسانه‌ای، معانی متفاوتی درباره هویت ملی برانگیزاند. از آنجا که پایگاه‌های خبری فارسی‌زبان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های گردش روایت در فضای عمومی امروز ایران به‌شمار می‌آیند، بررسی نحوه بازنمایی این رویداد در آنها می‌تواند تصویری روشن از سازوکارهای معنابخشی رسانه‌ای به هویت ملی در شرایط معاصر ارائه دهد.

۱. بیان مسأله

هویت ملی در جوامع معاصر نه پدیده‌ای ایستا و ازپیش‌تعریف‌شده، بلکه فرآیندی پویا و در حال بازتعریف است که در بستر تعاملات اجتماعی و رسانه‌ای شکل می‌گیرد. در این میان، رسانه‌ها به واسطه نقش خود در انتخاب، برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی رویدادها، در بازتولید یا تغییر معناها، مرتبط با ملت، تاریخ و ارزش‌های جمعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. آنچه یک رویداد فرهنگی یا تاریخی را به مسأله‌ای هویتی تبدیل

می‌کند، نحوه روایت آن در فضای عمومی جامعه است؛ روایتی که می‌تواند انسجام‌بخش، مناقشه‌برانگیز یا حتی دوگانه‌ساز باشد.

پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه رسانه و هویت در ایران نشان می‌دهند که روایت رسانه‌ای از تاریخ و نمادهای ملی، می‌تواند به بازسازی معنایی هویت ملی در نسبت با شرایط سیاسی و اجتماعی روز منجر شود. همچنین تحلیل‌های گفتمانی مطبوعات نشان داده‌اند که رسانه‌ها در مواجهه با یک رخداد واحد، از طریق برجسته‌سازی دال‌ها و حذف عناصر دیگر، روایت‌هایی متفاوت و گاه متعارض تولید می‌کنند که هر یک دلالت‌های هویتی خاصی را تثبیت می‌نماید. افزون بر این، مطالعات مرتبط با مصرف رسانه‌ای و هویت نشان داده‌اند که نحوه مواجهه شهروندان با محتوای رسانه‌ای می‌تواند بر احساس تعلق و ادراک آنان از هویت ملی اثرگذار باشد (دانایی و بابایی‌ساروئی، ۱۳۹۶، ص. ۶۵).

با وجود این، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود یا بر رسانه‌های خاصی همچون تلویزیون تمرکز داشته‌اند، یا به سنجش نگرش‌های مخاطبان پرداخته‌اند. در مقابل، تحلیل نظام‌مند بازنمایی یک رویداد نمادین مشخص در پایگاه‌های خبری برخط که امروزه یکی از مهم‌ترین عرصه‌های تولید و گردش معنا در میان عموم جامعه هستند، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. درحالی‌که این پایگاه‌ها، به دلیل سرعت انتشار، گستره دسترسی و قابلیت بازنشر در شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند به کانون اصلی شکل‌گیری روایت‌های اولیه درباره یک رویداد تبدیل شوند و چارچوب‌های معنایی مسلط را تثبیت یا به چالش بکشند. در چنین زمینه‌ای، رویداد «شب ایران» به‌عنوان رخدادی دارای معانی تاریخی و نمادین، نمونه‌ای قابل تأمل برای بررسی سازوکارهای بازنمایی رسانه‌ای است. این رویداد، به‌واسطه ارجاعات تاریخی و نشانه‌های به‌کاررفته در آن، ظرفیت آن را داشته که در روایت‌های خبری به معانی متفاوتی درباره اقتدار ملی، حافظه تاریخی، تقابل با دیگری یا حتی نقد مدیریت نمادهای ملی بدل شود. پرسش اساسی آن است که پایگاه‌های خبری مختلف، این رویداد را چگونه روایت کرده‌اند و چه مؤلفه‌هایی از هویت ملی را در چارچوب خبری خود برجسته ساخته‌اند؟

ازاین‌رو، مسأله اصلی پژوهش حاضر آن است که بازنمایی رسانه‌ای رویداد «شب ایران» در ۱۵ خبر منتشرشده از ۱۵ پایگاه خبری فارسی و انگلیسی‌زبان داخلی چگونه

صورت‌بندی شده و این بازنمایی‌ها چه دلالت‌هایی برای فهم و بازتولید هویت ملی دارند. این پژوهش در پی آن است که با تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار این اخبار، الگوهای معنایی مسلط و تفاوت‌های روایی میان جریان‌های خبری را شناسایی کرده و نشان دهد که چگونه یک رویداد نمادین می‌تواند به عرصه‌ای برای بازتعریف یا مناقشه پیرامون هویت ملی در فضای رسانه‌ای معاصر ایران تبدیل شود.

بر مبنای مسأله طرح‌شده، این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش بنیادین است که بازنمایی رسانه‌ای رویداد «شب ایران» در این پایگاه‌های خبری چگونه صورت‌بندی شده و این بازنمایی‌ها چه دلالت‌هایی برای فهم هویت ملی دارند. این پرسش ناظر بر آن است که رسانه‌ها در روایت این رویداد، چه معناهایی را تثبیت کرده‌اند، چه عناصر و نشانه‌هایی را برجسته ساخته‌اند، و چگونه از طریق چارچوب‌بندی خبری، تصویری خاص از ملت، تاریخ و نسبت آن با «دیگری» ارائه داده‌اند.

به منظور پاسخ به این پرسش اصلی، چند پرسش فرعی نیز دنبال می‌شود: نخست آنکه چه مؤلفه‌هایی از هویت ملی در پوشش خبری این رویداد برجسته شده‌اند و کدام ابعاد کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. دوم آنکه بازنمایی «ما» و «دیگری» در روایت‌های رسانه‌ای چگونه شکل گرفته و چه نوع مرزبندی‌های نمادینی در متن اخبار قابل شناسایی است. و سوم آنکه میان پایگاه‌های خبری مختلف چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی در شیوه روایت، انتخاب واژگان، برجسته‌سازی نشانه‌ها و چارچوب‌بندی رویداد مشاهده می‌شود. این پژوهش می‌کوشد با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، مؤلفه‌های هویتی برجسته‌شده در متن اخبار را استخراج کرده و نشان دهد که چگونه رسانه‌ها از طریق انتخاب‌های روایی و معنایی خود، در بازتولید، تقویت یا بازتعریف هویت ملی نقش ایفا می‌کنند. افزون بر این، هدف دیگر پژوهش آن است که تفاوت‌های موجود میان جریان‌های خبری را در نحوه صورت‌بندی این هویت آشکار سازد و از خلال این مقایسه، تصویری روشن‌تر از وضعیت کنونی بازنمایی هویت ملی در فضای رسانه‌ای معاصر ایران ارائه دهد.

در نهایت، این پژوهش در پی آن است که نتایج حاصل از تحلیل را در سطحی فراتر از توصیف صرف قرار داده و دلالت‌های فرهنگی آن را برای فهم تحولات هویتی و نیز

برای حوزه سیاستگذاری فرهنگی (در سازمان‌ها و نهادهای مرتبط از جمله شهرداری تهران) تبیین نماید؛ به گونه‌ای که بتوان از رهگذر شناخت الگوهای بازنمایی، به درکی عمیق‌تر از نحوه مدیریت نمادهای ملی و روایت‌های تاریخی در سپهر رسانه‌ای دست یافت و زمینه روایت‌های مؤثرتر از معانی قابل ادراک از رویدادها را فراهم نمود.

۲. پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهشی مرتبط می‌تواند تصویری روشن‌تر از نحوه مواجهه مطالعات انجام‌شده با مسأله «رسانه و هویت ملی» ارائه دهد. مرور پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی این امکان را فراهم می‌آورد که مشخص شود تاکنون چه ابعادی از رابطه میان رسانه و هویت ملی مورد توجه قرار گرفته، چه رویکردهای نظری و روش‌شناختی به کار گرفته شده‌اند، و چه خلأهایی همچنان باقی مانده است. از این رهگذر، جایگاه پژوهش حاضر در نسبت با مطالعات پیشین روشن‌تر شده و تمایز و ضرورت آن در تحلیل بازنمایی یک رویداد نمادین مشخص در پایگاه‌های خبری برخط تبیین می‌شود.

ضیایی^۱ (۲۰۲۵) در پژوهش رساله دکتری خویش با عنوان «روایت‌هایی درباره ایران: بازنمایی یک ملت در پوشش رسانه‌ای ورزشهای خاص» با رویکرد ساخت‌گرایی اجتماعی و نظریه بازنمایی، به بررسی نحوه بازنمایی ایران و هویت ملی ایرانی در رسانه‌های داخلی و غربی در بستر رویدادهای ورزشی بین‌المللی می‌پردازد. پژوهش وی نشان می‌دهد رسانه‌های داخلی ایران در رویدادهای ورزشی به تقویت انسجام ملی و بازسازی تصویری مثبت از «ایران» می‌پردازند، درحالی‌که برخی رسانه‌های غربی بازنمایی‌هایی مبتنی بر «دیگر - سازی» و چارچوب‌های شرق‌شناسانه ارائه می‌کنند. این مطالعه نشان می‌دهد که رویدادهای عمومی (مانند مسابقات ورزشی) بستری برای بازتولید روایت‌های هویت ملی هستند و رسانه‌ها از طریق چارچوب‌بندی، انتخاب واژگان و تأکید بر عناصر خاص، به شکل‌دهی ادراک جمعی از «ایران» می‌پردازند.

عشایری و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش «نقش رسانه و شبکه‌های اجتماعی در تغییرات هویت فرهنگی ایرانیان: مرور تاریخی - تجربی داده‌های ثانویه» که یک فراتحلیل جامع و مرور نظام‌مند است، به واکاوی رابطه میان شبکه‌های اجتماعی، رسانه و هویت فرهنگی در بازه زمانی ۱۳۷۹ تا ۱۴۰۳ می‌پردازند. پژوهشگران با بررسی ۵۲ مقاله منتخب،

به دنبال سنجش میزان اثرگذاری مصرف رسانه‌ای بر تغییرات هویتی ایرانیان در دهه‌های اخیر بوده‌اند. یافته‌های این فراتحلیل نشان می‌دهد که مصرف رسانه‌های مختلف از جمله اینستاگرام، ماهواره و اینترنت، کاربران را به سمت معیارهای نوین و جهانی سوق داده است. این تغییرات در ابعاد مختلفی همچون ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی، سبک پوشش، باورهای دینی و تعلق به هنجارهای ملی و قومی مشاهده می‌شود که نشان‌دهنده همسویی نتایج بسیاری از پژوهش‌های داخلی در زمینه تغییر هویت فرهنگی تحت‌تأثیر فضای مجازی است.

دوزنده و همکاران^۲ (۲۰۲۴) در مقاله «شناسایی بازتولید هویت ملی: تحلیل گفتمان انتقادی بازنمایی ایران از وبسایت رسمی گردشگری ایران» با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف، به بررسی چگونگی بازنمایی هویت ملی ایران در این وبسایت رسمی می‌پردازند. آنها با تمرکز بر متن‌های زبانی این وبسایت نشان می‌دهند که گفتمان رسمی گردشگری ایران در پی بازتولید تصویری «اصیل، فرهنگی و صلح‌طلب» از ایران است؛ تصویری در تقابل با بازنمایی‌های منفی رسانه‌های غربی. نویسندگان نشان می‌دهند که بازنمایی هویت ملی در این فضا، نه صرفاً اطلاع‌رسانی گردشگری، بلکه تلاشی گفتمانی برای مقابله با «دیگر - سازی غربی» و بازتعریف ایران در سطح بین‌المللی است. یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهند که بازنمایی هویت ملی در این متن‌ها مبتنی بر برجسته‌سازی عناصر تاریخی، تمدنی و فرهنگی و حذف یا کم‌رنگ‌سازی مؤلفه‌های سیاسی تنش‌آفرین است. این مقاله از آن جهت برای پژوهش حاضر اهمیت دارد که نشان می‌دهد بازنمایی رسانه‌ای هویت ملی، یک کنش آگاهانه گفتمانی است که در بستر تقابل‌های بین‌المللی معنا می‌یابد؛ نکته‌ای که در تحلیل «رویداد شب ایران» نیز می‌تواند نقش کلیدی داشته باشد.

ابراهیمی‌کیایی و لاریجانی (۱۴۰۲) در پژوهش «رسانه ملی، مناسک انقلاب و صدور انقلاب اسلامی: فرصت‌ها و چالش‌ها» به واکاوی ظرفیت‌ها و چالش‌های رسانه ملی در فرآیند صدور انقلاب اسلامی و ارزش‌های جهانی آن پرداخته‌اند. نویسندگان با نگاهی تحلیلی - توصیفی، مناسک و شعارهای انقلاب را به‌عنوان ابزارهای ارتباطی در نظر می‌گیرند که رسانه، وظیفه انتقال آنها به مخاطبان فرامرزی را بر عهده دارد. پژوهش بر

این نکته تأکید دارد که ماهیت جهان‌شمول انقلاب اسلامی ایجاب می‌کند رسانه ملی از حالت انفعالی خارج شده و به بازنمایی هویت انقلابی در سطح جهانی بپردازد، با این حال، به موانع ساختاری و فرهنگی موجود نیز اشاره دارد که می‌تواند بر کارآمدی رسانه در انتقال مفاهیم هویتی و ارزشی به سایر جوامع تأثیر بگذارد.

جعفری و فرج‌زاده (۱۴۰۳) در پژوهش «نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناختی» با بهره‌گیری از نظریه دگرگونی ارزشی اینگلهارت، به بررسی شکاف نسلی و نقش رسانه‌های نوین در بازساخت هویت اجتماعی پرداخته و معتقدند که برخلاف فرآیندهای طولانی و ناپیوسته انتشار فرهنگی در گذشته، امروزه رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی با سرعتی چابک، ارزش‌ها و ایده‌های جدید را وارد مبانی هویتی جامعه کرده و موجب گسست در هویت ملی نسل جوان شده‌اند. یافته‌های این مطالعه تأکید می‌کند که رسانه‌ها نقشی اساسی در صورت‌بندی هویت اجتماعی ایفا کرده و تصاویری که توسط آنها خلق می‌شود، بخش مهمی از واقعیت پیرامونی کاربران را تشکیل می‌دهد که در نهایت منجر به تضعیف تعلقات سنتی آنها می‌شود.

مجیدی‌فرد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش «بازنمایی انگاره هویت ایرانی و بازشناسی مؤلفه‌های آن در شبکه اجتماعی توییتر» با هدف بازشناسی مؤلفه‌های هویت ایرانی در این شبکه اجتماعی، به تحلیل مضامین توییتهای کاربران پرداخته و با بررسی هشتگ‌های مرتبط با هویت ایرانی، الگوهای معنایی پربسامد را استخراج کرده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کاربران در فضای توییتر غالباً تصویری انتقادی از هویت خود ارائه می‌دهند که مضامینی همچون «قربانی‌انگاری»، «خودتحقیری» و «تعمیم رفتارهای منفی روزمره» در آن برجسته است. این مطالعه نشان می‌دهد که چگونه فضای مجازی می‌تواند بستری برای بازنمایی‌های منفی از هویت ملی و ترویج حس ناامیدی نسبت به خلیقات اجتماعی باشد.

دانایی و بابایی‌سارویی (۱۳۹۶) در پژوهش «نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی» به بررسی رابطه میان میزان و نوع استفاده از رسانه‌های مجازی (اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) با گرایش شهروندان به هویت ملی پرداخته‌اند. پژوهش با تکیه بر

داده‌های پیمایشی وسیع، نشان می‌دهد که فضای مجازی به‌عنوان یک ابزار ارتباطی نوین، تغییرات بنیادینی در ادراک افراد از تعلقات ملی و ابعاد سیاسی و اجتماعی هویت ایجاد کرده است. تحلیل داده‌های این مطالعه نشان‌دهنده یک رابطه معنادار و معکوس میان مصرف رسانه‌های مجازی و قدرت هویت ملی است؛ به‌طوری‌که با افزایش دسترسی و مدت زمان استفاده از اینترنت، برخی مؤلفه‌های سنتی هویت ملی تضعیف می‌شوند. نویسندگان بر این باورند که رسانه‌های مجازی با ارائه روایت‌های فراملی، مرزهای هویتی را جابه‌جا کرده و چالش‌های جدیدی برای همبستگی ملی ایجاد می‌کنند.

نوری و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «بازنمایی هویت ملی به‌عنوان امر سیاسی در مجموعه‌های تاریخی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران» با استفاده از روش تحلیل محتوا، به بررسی نحوه بازنمایی هویت ملی و ابعاد سیاسی آن در سریال‌هایی مانند «کیف انگلیسی» پرداخته‌اند. چارچوب نظری این پژوهش بر نظریه بازنمایی رسانه‌ای استوار است. حال و نظریه همزونی گرامشی استوار است و نویسندگان نتیجه می‌گیرند که این سریال‌ها بر اساس گفتمان سیاسی حاکم، به بساخت ایدئولوژیک هویت ملی مبادرت می‌ورزند. در این فرآیند، روایت‌های تاریخی به گونه‌ای تنظیم می‌شوند که ضمن تخریب وجهه نمادهای سیاسی دوره‌های گذشته (مانند قاجار و پهلوی)، به تثبیت و مشروعیت‌بخشی نظام معنایی و هویتی حال حاضر کمک کنند.

بشیر و حاتمی (۱۳۹۲) در مقاله «تحلیل گفتمان سرمقاله‌های کیهان، اطلاعات و جمهوری اسلامی درباره حوادث پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران»، با استفاده از «الگوی عملیاتی تحلیل گفتمان»^۳ به بررسی گفتمان سه روزنامه شاخص ایران درباره رویدادهای پس از انتخابات ۱۳۸۸ می‌پردازند. مطالعه نشان می‌دهد هر رسانه با برجسته‌سازی «دال‌های مرکزی» خاص، روایت متفاوتی از یک رویداد واحد ارائه می‌دهد و از طریق مفصل‌بندی عناصر گفتمانی، به بازتعریف وضعیت سیاسی و هویتی کشور می‌پردازد. مطابق یافته‌های پژوهش، بازنمایی رویداد سیاسی در رسانه‌ها نه خنثی، که وابسته به جهت‌گیری ایدئولوژیک و جایگاه نهادی آن رسانه است. اهمیت این مقاله برای پژوهش حاضر در آن است که نشان می‌دهد رسانه‌ها در مواجهه با یک «رویداد»، با انتخاب و برجسته‌سازی عناصر خاص، به بازتعریف هویت جمعی و مرزهای «ما» /

دیگری» می‌پردازند. این چارچوب تحلیلی می‌تواند در بررسی بازنمایی رسانه‌ای «رویداد شب ایران» به کار گرفته شود. جدول شماره (۱) خلاصه‌ای از این پیشنهاد را می‌نماید.

جدول (۱): خلاصه پیشنهاد پژوهش

شماره	عنوان	نویسنده	سال اثر	خلاصه
۱	Narratives on Iran: Representing a Nation Through Media Portrayals of Elite Sports	Ziaee	۲۰۲۵	رسانه‌های داخلی و غربی روایت‌های متفاوتی از ایران در رویدادهای ورزشی ارائه می‌دهند. بازنمایی رسانه‌ای در شکل‌دهی مرزهای ما / دیگری مؤثر است.
۲	مطالعه نقش رسانه و شبکه‌های اجتماعی در تغییرات هویت فرهنگی ایرانیان: مرور تاریخی - تجربی داده‌های ثانویه	عشایری‌منتی، جهان‌پرور و آقازاده	۱۴۰۳	فرا تحلیل داده‌های ثانویه پیرامون اثرات شبکه‌های اجتماعی بر سوق دادن ایرانیان به سمت معیارهای هویت جهانی.
۳	Exploring National Identity (Re)production: A Critical Discourse Analysis of Iran's Representation on its Official Tourism Website	Douzandeh et al.	۲۰۲۴	تحلیل گفتمان وب‌سایت گردشگری ایران نشان می‌دهد هویت ملی در تقابل با بازنمایی غربی بازتولید می‌شود. رسانه رسمی با برجسته‌سازی عناصر فرهنگی، تصویر مثبتی از ایران می‌سازد.
۴	رسانه ملی، مناسک انقلاب و صدور انقلاب اسلامی: فرصت‌ها و چالش‌ها	ابراهیمی‌کیایی و لاریجانی	۱۴۰۲	واکاوی ظرفیت‌های رسانه ملی برای انتقال ارزش‌های انقلاب به سطح جهانی و تحلیل موانع ساختاری در این مسیر.
۵	نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت	جعفری و فرج‌زاده	۱۴۰۳	تحلیل سرعت انتقال فرهنگ در رسانه‌های نوین و نقش

شماره	عنوان	نویسنده	سال اثر	خلاصه
	ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناختی			آنها در ایجاد گسست هویتی و شکاف نسلی در نوجوانان.
۶	بازنمایی انگاره هویت ایرانی و بازشناسی مؤلفه‌های آن در شبکه اجتماعی توییتر	مجیدی فرد و کامیابی گل	۱۳۹۹	شناسایی مضامین هویتی کاربران ایرانی شامل قربانی‌انگاری، خودتحقیری و تعمیم رفتارهای منفی روزمره در فضای مجازی.
۷	نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی	دانایی و بابایی سارویی	۱۳۹۶	بررسی رابطه معنادار و معکوس بین میزان استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با قدرت ابعاد هویت ملی شهروندان.
۸	بازنمایی هویت ملی به عنوان امر سیاسی در مجموعه‌های تاریخی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران	نوری، حسن‌پور و محمدی	۱۳۹۴	تحلیل محتوای ایدئولوژیک سریال‌های تاریخی و نحوه بر ساخت هویت ملی از طریق تخریب وجهه نمادهای سیاسی گذشته.
۹	تحلیل گفتمان سرمقاله‌های کیهان، اطلاعات و جمهوری اسلامی، درباره حوادث پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران	بشیر و حاتمی	۱۳۹۲	هر رسانه با دال‌های مرکزی متفاوت، رویداد سیاسی واحدی را بازنمایی می‌کند. رسانه‌ها در بازتعریف هویت جمعی نقش فعال گفتمانی دارند.

منبع: نویسندگان

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام‌شده یا بر بازنمایی هویت ملی در رسانه‌های رسمی و محصولات فرهنگی متمرکز بوده‌اند، یا رابطه مصرف رسانه‌ای و تغییرات هویتی را در سطح نگرشی و پیمایشی بررسی کرده‌اند، و یا به تحلیل گفتمان بازنمایی ایران در عرصه بین‌المللی پرداخته‌اند. با وجود این، تحلیل مقایسه‌ای بازنمایی

یک رویداد نمادین مشخص در پایگاه‌های خبری برخط به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های تولید روایت، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش حاضر از این حیث متمایز است که نه به سنجش نگرش مخاطبان می‌پردازد و نه به تحلیل محصولات رسانه‌ای نمایشی، بلکه با تمرکز بر متن خبر به‌عنوان واحد تحلیل، سازوکارهای معنابخشی رسانه‌ای را در سطح روایت خبری واکاوی می‌کند. افزون بر این، بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، امکان آن را فراهم می‌آورد که مفاهیم نظری مرتبط با هویت ملی به‌صورت نظام‌مند در فرایند کدگذاری به‌کار گرفته شده و الگوهای بازنمایی در جریان‌های مختلف خبری به‌طور مقایسه‌ای تحلیل شوند. از این‌رو، مزیت پژوهش حاضر در ترکیب سه سطح «رویداد نمادین»، «تحلیل روایت خبری» و «مفصل‌بندی نظری هویت ملی» نهفته است؛ ترکیبی که می‌تواند درک دقیق‌تری از چگونگی بازتولید هویت ملی در فضای رسانه‌ای معاصر ایران ارائه دهد.

۳. چارچوب نظری

با توجه به آنکه مسأله این پژوهش، ناظر بر چگونگی صورت‌بندی معنایی یک رویداد نمادین در روایت‌های خبری است، تحلیل داده‌ها نیازمند چارچوبی نظری است که بتواند رابطه میان متن رسانه‌ای، فرایند تولید معنا و شکل‌گیری مرزهای هویتی را تبیین کند. بازنمایی رسانه‌ای صرفاً بازتاب واقعیت بیرونی نیست، بلکه کنشی معناساز است که از طریق آن، رویدادها در قالب نظامی از نشانه‌ها، مفاهیم و تقابل‌های هویتی سازمان می‌یابند. از این‌رو، برای فهم نحوه برجسته‌سازی مؤلفه‌های هویت ملی، چگونگی ترسیم «ما» و «دیگری» و نیز تحلیل تفاوت روایت‌های خبری، بهره‌گیری از چارچوبی نظری که بتواند سازوکارهای معنابخشی و مرزبندی اجتماعی را توضیح دهد، ضروری است. در این پژوهش، بر مبنای چنین ضرورتی، مجموعه‌ای از رویکردهای نظری مرتبط با بازنمایی، بر ساخت اجتماعی ملت، و فرایندهای هویت‌یابی اجتماعی، مبنای تحلیل قرار می‌گیرند تا داده‌های حاصل از تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار در پرتو آن‌ها تبیین شود.

۳-۱. نظریه بازنمایی^۴

استوارت هال^۵ بازنمایی را فرآیندی بنیادی در زندگی فرهنگی می‌داند؛ فرآیندی که طی آن اعضای یک فرهنگ از طریق زبان، معنا تولید می‌کنند و جهان پیرامون خود را قابل

فهم می‌سازند. از منظر او، بازنمایی صرفاً انعکاس منفعل واقعیت نیست، بلکه کنشی فعال در تولید معناست. «آنچه ما واقعیت می‌نامیم، در سطح اجتماعی از خلال نظام‌های نشانه‌ای شکل می‌گیرد؛ نظام‌هایی که به واسطه آنها مفاهیم ذهنی به صورت نشانه‌های قابل انتقال سازماندهی می‌شوند» (Hall, 1997, pp. 15-19). وی برای توضیح چگونگی این فرآیند سه رویکرد متمایز را طرح می‌کند. انعکاسی، قصدمند، و سازه‌گرا. در رویکرد نخست، معنا پیشاپیش در اشیا و رویدادها وجود دارد و زبان همچون آینه‌ای تنها وظیفه انتقال و بازتاب معنای موجود در جهان خارج را بر عهده دارد. رویکرد دوم، بر نقش فاعل انسانی در تحمیل معنا تأکید می‌کند و معنای یک متن یا پیام را همانی می‌داند که گوینده یا نویسنده قصد کرده است. اما هال بر رویکرد سوم تأکید می‌ورزد: رویکردی که بر اساس آن، معنا نه در خود اشیا مستقر است و نه صرفاً حاصل نیت فرستنده؛ بلکه در بستر زبان و از طریق تعامل اجتماعی ساخته می‌شود. در این چارچوب، مفاهیم ذهنی ما در قالب نظام‌های نشانه‌ای سامان می‌یابند تا جهان برای ما معنادار شود (Hall, 1997, pp. 24-28).

هال بازنمایی را متشکل از دو نظام به هم پیوسته می‌داند: نخست «نقشه‌های مفهومی» که بازنمایی‌های ذهنی ما از اشیا، افراد و رویدادها را شکل می‌دهند؛ و دوم «زبان» که این نقشه‌های ذهنی را به نشانه‌هایی قابل انتقال تبدیل می‌کند. بدون این دو نظام، معنا قابل اشتراک‌گذاری نخواهد بود. از این منظر، بازنمایی نه بازتاب، بلکه تولید معناست؛ به این معنا که یک رویداد تا زمانی که در قالب نشانه‌ها و گفتمان‌ها بازنمایی نشود، به واقع در سپهر اجتماعی وجود نمی‌یابد. افزون بر این، هال بازنمایی را به قدرت و ایدئولوژی پیوند می‌زند. زیرا تثبیت معنا در جامعه همواره با تلاش برای طبیعی جلوه دادن یک تفسیر خاص همراه است؛ تفسیری که جایگزین‌های دیگر را به حاشیه می‌راند و خود را بدیهی می‌سازد (Hall, 2005, pp. 1123-1128).

در پرتو این نظریه، بازنمایی رسانه‌ای «رویداد شب ایران» صرفاً گزارشی از یک رخداد فرهنگی تلقی نمی‌شود، بلکه فرایندی معناساز است که طی آن، از طریق انتخاب واژگان، تصاویر، تیتراژها و چارچوب‌های تفسیری، معنایی خاص از هویت ملی ساخته و تثبیت

می‌شود. بنابراین، تحلیل متن‌های خبری این رویداد مستلزم توجه به سازوکارهای تولید معنا و رابطه آنها با ساختارهای قدرت و ایدئولوژی است.

۲-۳. اجتماع خیالی^۷

بندیکت اندرسون^۸ در اثر کلاسیک خود، ملت را «اجتماعی سیاسی و خیالی» تعریف می‌کند که هم‌زمان «محدود» و «حاکم» تصور می‌شود (Anderson, 1991, p. 173). از نظر او، ملت‌ها پدیده‌هایی طبیعی یا باستانی نیستند که صرفاً بر پایه خون، نژاد یا زبان مشترک شکل گرفته باشند، بلکه برساخته‌هایی مدرن هستند که در بستر تحولات تاریخی، رسانه‌ای و سیاسی پدید آمده‌اند. وصف «خیالی» در نظریه اندرسون به معنای موهوم بودن ملت نیست، بلکه اشاره به این واقعیت دارد که اعضای یک ملت، هرگز اکثریت هم‌وطنان خود را نمی‌شناسند و با آنها تعامل مستقیم ندارند؛ با این حال، در ذهن هر یک تصویری از همبستگی و تعلق مشترک وجود دارد. ملت از این جهت «محدود» است که مرزهای مشخصی دارد و خود را با کلّ بشریت یکی نمی‌داند. از سوی دیگر «حاکم» است زیرا در بستر افول مشروعیات‌های سلطنتی و الهی، به‌عنوان مبنای جدید حاکمیت سیاسی و استقلال شکل گرفت. همچنین ملت به‌عنوان یک «اجتماع» تصور می‌شود؛ اجتماعی مبتنی بر نوعی رفاقت افقی که با وجود نابرابری‌های موجود، اعضا را به جان‌فشانی برای یکدیگر وامی‌دارد (Flohr, 2023, p. 11).

اندرسون شکل‌گیری این تخیل جمعی را به ظهور «سرمایه‌داری چاپ» پیوند می‌زند. تعامل سرمایه‌داری و فناوری چاپ سبب تولید انبوه کتاب‌ها و روزنامه‌ها به زبان‌های بومی شد و بدین ترتیب، افراد پراکنده در جغرافیاهای مختلف توانستند هم‌زمان متونی مشابه بخوانند و خود را بخشی از یک تجربه تاریخی مشترک تصور کنند. افزون بر این، ابزارهای اداری مدرن مانند سرشماری، نقشه و موزه نیز در تثبیت این گرامر ملی نقش داشتند و به دولت‌ها امکان دادند قلمرو و مردم خود را به شکل یک کلّ منسجم بازنمایی کنند (Anderson, 1991, pp. 590-643).

در چارچوب پژوهش حاضر، نظریه اجتماع خیالی، امکان این بررسی را فراهم می‌آورد که چگونه رسانه‌های خبری با بازنمایی یک رویداد نمادین، حس تعلق به ملت ایران را در مخاطبان خود بازتولید می‌کنند. استفاده از زبان مشترک، ارجاع به تاریخ،

نمادهای ملی و تقابل با «دیگری»، می‌تواند به تقویت یا بازتعریف این تخیل جمعی بیانجامد. از این رو، تحلیل متن‌های خبری «شب ایران» به منزله مطالعه‌ای درباره چگونگی بازسازی این اجتماع خیالی در فضای رسانه‌ای قابل فهم است.

۳-۳. نظریه هویت اجتماعی

نظریه هویت اجتماعی که از سوی تاجفل و ترنر توسعه یافته، چارچوبی برای تبیین رفتار میان‌گروهی و تأثیر عضویت در گروه‌های اجتماعی بر خودانگاره افراد فراهم می‌کند. بر اساس این نظریه، هویت اجتماعی آن بخشی از مفهوم «خود» است که از آگاهی فرد نسبت به عضویت در گروه‌های اجتماعی، همراه با ارزش و اهمیت عاطفی متصل به آن عضویت، ناشی می‌شود. یکی از مفاهیم بنیادین این نظریه «دسته‌بندی اجتماعی»^۱ است؛ فرآیندی شناختی که از طریق آن افراد، محیط اجتماعی را طبقه‌بندی و جایگاه خود را در میان‌گروه‌ها تعریف می‌کنند. این دسته‌بندی‌ها زمینه‌ساز «مقایسه اجتماعی»^۲ می‌شوند؛ فرآیندی که طی آن افراد ارزش گروه خود را در قیاس با گروه‌های دیگر ارزیابی می‌کنند. نتیجه این مقایسه، تلاش برای دستیابی به «تمایز مثبت»^۳ است؛ یعنی گرایش به آنکه گروه درون‌گروهی در ابعادی معنادار، برتر از برون‌گروه‌ها دیده شود (Tajfel & Turner, 1979, p. 69).

در چارچوب این پژوهش، نظریه هویت اجتماعی، ابزاری تحلیلی برای فهم چگونگی ترسیم مرز میان «ما» و «دیگری» در بازنمایی‌های خبری فراهم می‌کند. هنگامی که رسانه‌ها در روایت «رویداد شب ایران» بر شکوه تاریخی، اقتدار ملی یا تقابل با دشمنان تاریخی تأکید می‌کنند، می‌توان این امر را به کمک راهبردهای تمایز مثبت و مقایسه اجتماعی تحلیل کرد. به این ترتیب، بازنمایی رسانه‌ای نه صرفاً بازگویی یک رخداد، بلکه کنشی است که در آن هویت اجتماعی ایرانیان در نسبت با دیگران تعریف و تقویت می‌شود.

۴. چارچوب روشی

با توجه به آنکه مسأله این پژوهش ناظر بر چگونگی صورت‌بندی معنایی یک رویداد نمادین در متن‌های خبری است، انتخاب روشی که بتواند سازوکارهای تولید معنا در سطح زبان و روایت را آشکار سازد، ضرورتی اساسی دارد. از آنجاکه بازنمایی رسانه‌ای در قالب متن خبر متجلی می‌شود و معنا از خلال واژگان، ساختار روایی، برجسته‌سازی عناصر و حذف برخی مؤلفه‌ها شکل می‌گیرد، مطالعه محتوای اخبار منتشرشده در پایگاه‌های خبری، امکان دسترسی مستقیم به فرایندهای معنابخشی را فراهم می‌آورد. بر این اساس، تحلیل محتوای کیفی به‌عنوان روشی که به کشف الگوهای آشکار و پنهان در متن‌های ارتباطی می‌پردازد، چارچوب روشی مناسب برای تحقق اهداف پژوهش حاضر به‌شمار می‌رود.

پژوهش حاضر با تمرکز بر متن خبر به‌عنوان واحد تحلیل و با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، در پی آن است که مفاهیم نظری مرتبط با بازنمایی و هویت ملی را در فرایند کدگذاری به‌کار گیرد و الگوهای معنایی مسلط و تفاوت‌های روایی میان جریان‌های خبری را شناسایی کند. این رویکرد امکان آن را فراهم می‌آورد که ضمن حفظ انسجام نظری، تحلیل‌داده‌ها صرفاً توصیفی نباشد، بلکه در پرتو چارچوب مفهومی پژوهش تبیین شود. در ادامه، منطق انتخاب این روش، نحوه نمونه‌گیری، تعیین واحد تحلیل، فرایند کدگذاری و شیوه تحلیل‌داده‌ها به تفصیل تشریح خواهد شد.

تحلیل محتوا امکان آن را فراهم می‌آورد تا حجم گسترده‌ای از داده‌های متنی به‌صورت منظم بررسی شده و از خلال آن، الگوهای معنایی آشکار و پنهان بازنمایی استخراج شوند. در حوزه روش‌شناسی، تحلیل محتوا روشی است که می‌توان آن را بر انواع گوناگون ارتباطات و متون اعمال کرد؛ از کتاب و روزنامه تا سخنرانی، نامه، قوانین و سایر اسناد، و همین انعطاف‌پذیری سبب شده این روش برای مطالعه پیام‌های رسانه‌ای در بسترهای مختلف مناسب باشد (مؤمنی‌راد، علی‌آبادی، فردانش و مزینی، ۱۳۹۲، ص. ۱۸۸). از منظر پژوهش حاضر نیز، متن خبر نه صرفاً انتقال‌دهنده اطلاعات، بلکه عرصه‌ای برای برساخت معنا و چارچوب‌بندی ادراک عمومی است؛ بنابراین انتخاب تحلیل محتوا با ماهیت مسأله پژوهش هم‌راستا است.

از نظر مفهومی، محتوا به هر امر واجد اطلاعات و ساختار مشخص اطلاق می‌شود و در قالب‌های متنوعی همچون صوت، ویدئو، متن و تصویر قابل تحقق است. در تحلیل محتوا، مقصود از محتوا هر سند یا داده‌ای است که دلالت بر ارتباطات انسانی داشته باشد و از این رو، متن خبر به مثابه یکی از رایج‌ترین صورت‌های ارتباطی در فضای رسانه‌ای، واجد شرایط لازم برای ورود به تحلیل است. همچنین تحلیل محتوا در معنای علمی آن، صرفاً هر نوع برداشت از متن نیست؛ بلکه گونه‌ای از تحلیل است که با اتکا به رویه‌ها و قواعد مشخص می‌کوشد یافته‌هایی قابل اتکا از متن استخراج کند (مؤذن، ۱۳۹۲، ص. ۱۱۶). بر همین مبنا، پژوهش حاضر تلاش می‌کند با طراحی فرآیند کدگذاری و مقوله‌بندی منضبط، به استنتاج‌هایی معتبر درخصوص سازوکارهای بازنمایی و دلالت‌های هویتی در روایت‌های خبری دست یابد.

در تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار، نظریه‌ها یا پژوهش‌های پیشین به عنوان پشتوانه‌ای برای طراحی اولیه مقولات به کار گرفته می‌شوند و هدف، معتبرسازی یا بسط مفهومی چارچوب نظری از خلال تحلیل متن است (Potter & Levine, 2009, pp. 258-284). این رویکرد به پژوهشگر اجازه می‌دهد کدگذاری را به شیوه قیاسی آغاز کند؛ به این معنا که ابتدا مفاهیم اصلی نظری شناسایی می‌شوند و سپس به عنوان مقوله‌ها یا طبقات اولیه در نظر گرفته می‌شوند. در ادامه، متن‌ها بر اساس این مقولات علامت‌گذاری و کدگذاری می‌شوند و اگر بخش‌هایی از داده‌ها در مقولات از پیش تعیین شده نگنجند، امکان تعریف مقوله‌های جدید نیز وجود دارد (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ص. ۲۵). به این ترتیب، هم انسجام نظری حفظ می‌شود و هم داده‌ها می‌توانند ظرفیت‌های تازه‌ای برای تکمیل یا اصلاح چارچوب مفهومی نشان دهند.

در اجرای پژوهش حاضر، جامعه پژوهش مجموعه‌ای از پیام‌های خبری پیرامون رویداد «شب ایران» است. بر اساس منطق روش، ابتدا نمونه پژوهش انتخاب و سپس واحد تحلیل تعیین شد. در تحلیل محتوا، جامعه پژوهش، مجموعه پیام‌هایی است که پژوهشگر می‌کوشد از آنها به نتیجه‌ای کلی برسد (Neuendorf, 2002, p. 74) با توجه به تمرکز پژوهش بر بازنمایی رسانه‌ای در پایگاه‌های خبری، نمونه پژوهش شامل ۱۵ گزارش خبری از ۱۵ خبرگزاری مختلف است و هر خبر به عنوان واحد تحلیل در نظر

گرفته شده است. جدول شماره (۲) این خبرگزاری‌ها را به همراه پیوند دسترسی به خبر مربوط به رویداد شب ایران در هریک نشان می‌دهد:

جدول (۲): فهرست خبرگزاری‌ها

شماره	عنوان خبرگزاری	پیوند خبر
۱	ایرنا	پیوند ۱
۲	ایسنا	پیوند ۲
۳	فارس	پیوند ۳
۴	کیهان	پیوند ۴
۵	مشرق نیوز	پیوند ۵
۶	مهر	پیوند ۶
۷	وطن امروز	پیوند ۷
۸	شرق	پیوند ۸
۹	دنیای اقتصاد	پیوند ۹
۱۰	اعتماد	پیوند ۱۰
۱۱	همشهری	پیوند ۱۱
۱۲	آرمان امروز	پیوند ۱۲
۱۳	تهران تایمز	پیوند ۱۳
۱۴	ایران	پیوند ۱۴
۱۵	جوان	پیوند ۱۵

منبع: نویسندگان

۶. بحث و تحلیل

در این بخش، یافته‌های پژوهش بر اساس فرایند تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار تفسیر می‌شود. هر خبر به عنوان واحد تحلیل مورد کدگذاری باز، محوری و انتخابی قرار گرفت و سپس با مقایسه مستمر کدها، الگوهای معنایی تکرارشونده استخراج شد. دسته‌بندی رسانه‌ها بر اساس شباهت در شیوه بازنمایی رویداد و نوع صورت‌بندی هویت ملی در متن خبرها انجام گرفته است. بر اساس داده‌های به دست آمده، چهار الگوی مسلط در

بازنمایی «شب ایران» قابل تشخیص است. این چهار الگو نشان می‌دهند که «شب ایران» در سپهر رسانه‌ای به «یک معنای واحد» تقلیل نیافته، بلکه به میدان تولید معانی متکثر درباره اقتدار، میراث و هویت بدل شده است. در ادامه، جدول‌های کدگذاری تفصیلی هر خوشه ارائه می‌شود و سپس این یافته‌ها در پرتو سه چارچوب نظری پژوهش تفسیر خواهد شد تا روشن شود چگونه تفاوت در انتخاب نشانه‌ها و پیوندهای تاریخی، به تفاوت در صورت‌بندی هویت ایرانی انجامیده است.

الف. الگوهای بازنمایی «رویداد شب ایران» در رسانه‌ها

بر اساس تحلیل مقایسه‌ای کدهای استخراج‌شده از پانزده گزارش خبری، چهار الگوی مسلط در نحوه صورت‌بندی رویداد «شب ایران» شناسایی شد. این الگوها حاصل هم‌پوشانی مفاهیم تکرارشونده در متن‌ها هستند و نه طبقه‌بندی نهادی رسانه‌ها. در ادامه، جدول‌های کدگذاری هر الگو به صورت نمونه ارائه می‌شود. شکل شماره (۱) این الگوی چهارگانه را نشان می‌دهد.

شکل (۱): الگوی بازنمایی رسانه‌ای «رویداد شب ایران»



منبع: نویسندگان

۱-۶. الگوی «تداوم تاریخی و اقتدار ملی»

این الگو در رسانه‌هایی دنبال شده است که رویداد را در قالب پیوند میان شکوه باستانی و اقتدار معاصر بازنمایی کرده‌اند. در این روایت، گذشته تاریخی نه صرفاً به عنوان یک میراث فرهنگی، بلکه به مثابه پشتوانه معنایی و مشروعیت بخش اکنون صورت‌بندی می‌شود. استمرار تاریخی، برجسته‌سازی نمادهای قدرت و تقویت تمایز هویتی، عناصر محوری این خوشه‌اند. جدول شماره (۳) معرف این الگو است.

جدول (۳): الگوی «تداوم تاریخی و اقتدار ملی»

مفاهیم اولیه	مقولات نظری	مضامین نهایی
رونمایی از مجسمه شاپور اول؛ زانوزدن امپراتور روم در نبرد اِسا؛ پیام ایستادگی و مقاومت؛ بازتاب پیروزی تاریخی	برساخت معنای «شکست‌ناپذیری ایران» از طریق نشانه‌های تصویری و واژگانی (پیروزمندانه، عظیم، باشکوه)	طبیعی‌سازی اقتدار ملی از طریق امتداد تاریخی
همخوانی سرود ملی توسط مردم؛ برافراشته شدن پرچم؛ پیوند میان پیروزی ساسانیان و دفاع مقدس؛ حضور پرشور مردم با وجود هجمه‌ها	تقویت حس تعلق به یک اجتماع سیاسی واحد از طریق آیین‌ها و نمادهای مشترک	تثبیت حافظه جمعی مشترک
تمایز «ایران مقتدر» و «روم / غرب مغلوب»؛ ارجاع به دشمنان تاریخی و معاصر؛ ایستادگی پنج هزار ساله برابر دشمنان	ایجاد تمایز مثبت برای درون‌گروه از طریق مقایسه تاریخی	اعتباریابی هویت ملی در تقابل با «دیگری»

منبع: نویسندگان

۲-۶. الگوی «مرزبندی هویتی و روایت مقاومت»

در این الگو، رویداد عموماً در چارچوب تقویت مرزهای هویتی و بازخوانی تاریخ به عنوان منبع عزت جمعی صورت‌بندی شده است. تاریخ در این روایت کارکردی نمادین و تقابلی یافته و به ابزاری برای تأکید بر منزلت درون‌گروهی و برجسته‌سازی مقاومت تبدیل می‌شود. جدول شماره (۴) این رویکرد را می‌نمایاند.

جدول (۴): الگوی «مرزبندی هویتی و روایت مقاومت»

مفاهیم اولیه	مقولات نظری	مضامین نهایی
«شما دوباره زانو خواهید زد»؛ پیوند والرین با رقبای معاصر؛ مقاومت به مثابه مؤلفه بنیادین هویت؛ نمایش سقوط غرور غربی	استفاده از استعاره‌های تاریخی برای تولید معنای «برتری ایران»	بازنمایی هویت مقاومت‌محور
روح ایرانی از کورش تا امروز؛ ملت به مثابه سازنده تاریخ؛ انسجام ملی در برابر تهدید	ترسیم تداوم روح ملی در طول اعصار	برساخت «ایران قوی»
ایجاد منزلت برای درون‌گروه از طریق تحقیر نمادین دشمن؛ دفاع از حریم و حیثیت	راهبرد خلاقیت اجتماعی و تمایز مثبت	ترسیم مرزهای هویتی صریح

منبع: نویسندگان

۳-۶. الگوی «بازخوانی انتقادی و کثرت‌گرایانه میراث»

این الگو شامل روایت‌هایی است که به جای تمرکز بر اقتدار یا تقابل، بر کیفیت بازنمایی، اصالت تاریخی و امکان قرائت‌های متنوع از میراث ملی تأکید کرده‌اند. در اینجا هویت ملی امری تثبیت‌شده تلقی نمی‌شود، بلکه موضوعی قابل تأمل است که با گفت‌وگو و بازتعریف معرفی می‌شود (جدول شماره ۵).

جدول (۵): الگوی «بازخوانی انتقادی و کثرت‌گرایانه میراث»

مفاهیم اولیه	مقولات نظری	مضامین نهایی
نقد کیفیت هنری و شتابزدگی اجرا؛ حذف اهورامزدا؛ ابهام در نام سازنده؛ تضاد میان تبلیغات و واقعیت تاریخی	نقد سازه‌بودن روایت رسمی و افشای انتخاب‌های معنایی	چالش بر سر اصالت بازنمایی
لزوم گفت‌وگو با تاریخ؛ پیوند منشور کورش با صلح؛ واکنش‌های متفاوت اقشار جامعه	بازتعریف ملت بر پایه میراث فرهنگی جهان‌شمول	کثرت‌گرایی در بازخوانی میراث
تفاوت نگاه نسل جدید؛ نقد رویکردهای تک‌صدایی؛ تأکید بر تنوع فرهنگی	بازتعریف خودانگاره ملی در بستر تنوع اجتماعی	هویت ملی به مثابه عرصه گفت‌وگو

منبع: نویسندگان

۴-۶. الگوی «صورت‌بندی فراملی اقتدار ایرانی»

در این روایت، رویداد در افقی گسترده‌تر و مقایسه‌ای بازنمایی شده است. «ایران» نه صرفاً یک واحد ملی، بلکه نماد یک سنت تمدنی معرفی می‌شود که در برابر ساختارهای سلطه تاریخی ایستادگی کرده است.

جدول (۶): الگوی «صورت‌بندی فراملی اقتدار ایرانی»

مفاهیم اولیه	مقولات نظری	مضامین نهایی
قدیمی‌ترین ملت پیوسته جهان؛ نماد پایداری شرق؛ تداوم تاریخی تقابل غرب و شرق؛ تقابل تمدنی	تولید معنای جهانی برای قدرت ایرانی	بازنمایی فراملی اقتدار

منبع: نویسندگان

ب. الگوهای بازنمایی هویت ملی در «رویداد شب ایران»

در این بخش، یافته‌های حاصل از جدول‌های کدگذاری در پرتو سه چارچوب نظری پژوهش تفسیر می‌شود. هدف آن است که نشان داده شود چگونه تفاوت در انتخاب نشانه‌ها، نحوه پیوند گذشته و حال، و صورت‌بندی «دیگری»، به الگوهای متمایز در بازنمایی هویت ملی در پوشش رسانه‌ای «شب ایران» انجامیده است.

۱. برساخت معنایی «ایران مقتدر» در نظام نشانه‌ای رسانه (در پرتو نظریه بازنمایی)
تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که «رویداد شب ایران» پیش از آن‌که یک واقعه فرهنگی صرف باشد، به یک میدان معنابخشی بدل شده است. مطابق نظریه بازنمایی، معنا در خود رویداد مستقر نیست، بلکه در فرآیند انتخاب، برجسته‌سازی و سازماندهی نشانه‌ها ساخته می‌شود. در خوشه نخست، نشانه مرکزی - صحنه زانوزدن امپراتور روم - به یک «دال هسته‌ای» تبدیل می‌شود که پیرامون آن شبکه‌ای از واژگان حماسی، ارجاعات تاریخی و تصاویر جمعی سازمان می‌یابد. این تمرکز نشانه‌ای، نبرد اِیسا^{۱۳} را از یک رخداد تاریخی به یک استعاره معاصر ارتقاء می‌دهد. در این الگو، زبان توصیفی نقش خنثی ندارد. کاربرد واژگانی چون «باشکوه»، «پیروزمندانه»، «ایستادگی دیرپا» یا «عظمت تمدنی» نشان می‌دهد که متن‌ها در حال تثبیت یک خوانش خاص‌اند؛ خوانشی که اقتدار معاصر را امتداد طبیعی تاریخ معرفی می‌کند. این همان فرآیند «طبیعی‌سازی معنا»ست: گذشته به گونه‌ای صورت‌بندی می‌شود که اکنون را بدیهی جلوه دهد.

در مقابل، در خوشه دوم و سوم، همین نشانه‌ها با خوانشی متفاوت مواجه می‌شوند. در روایت‌های انتقادی‌تر، تمرکز از «عظمت» به «انتخاب» جابه‌جا می‌شود؛ یعنی پرسش از اینکه چرا این بخش از تاریخ برجسته شده و دیگر وجوه میراث کم‌رنگ مانده‌اند. بدین ترتیب، آنچه در روایت نخست به مثابه امتداد طبیعی تاریخ تصویر می‌شود، در اینجا به عنوان یک «برساخت روایی» قابل مناقشه مطرح می‌شود. این تفاوت نشان می‌دهد که نزاع اصلی نه بر سر خود تاریخ، بلکه بر سر شیوه بازنمایی آن است. در الگوی فراملی نیز بازنمایی وارد سطحی دیگر می‌شود: «ایران» در چارچوب تقابل‌های تمدنی صورت‌بندی می‌گردد. اینجا نشانه‌های تاریخی نه فقط برای مصرف داخلی، بلکه برای تثبیت تصویری جهانی از قدرت ایرانی به کار گرفته می‌شوند. به این ترتیب، بازنمایی از سطح ملی به سطح نمادین بین‌المللی ارتقا می‌یابد.

۲. بازتولید «ملت به مثابه اجتماع تاریخی پیوسته» (در پرتو نظریه اجتماع خیالی)
یکی از یافته‌های کلیدی پژوهش آن است که تقریباً در همه خوشه‌ها، نوعی پیوند زمانی میان گذشته و حال برقرار شده است؛ با این تفاوت که کیفیت این پیوند متفاوت است. در چارچوب نظریه اجتماع خیالی، ملت زمانی تثبیت می‌شود که اعضای آن بتوانند خود را در یک روایت مشترک تصور کنند، حتی اگر هرگز یکدیگر را نشناسند. در خوشه نخست، آیین‌های جمعی مانند همخوانی سرود ملی، برافراشتن پرچم و حضور گسترده مردم، به ابزارهای رسانه‌ای برای تولید هم‌زمانی تبدیل می‌شوند. مخاطب نه فقط شاهد یک رویداد است، بلکه شریک یک تجربه جمعی در تصویر می‌شود. گذشته ساسانی با دفاع معاصر پیوند می‌خورد و این پیوند زمانی، ملت را به مثابه یک «کل تاریخی ممتد» بازنمایی می‌کند.

در خوشه دوم، این تداوم تاریخی شدت بیشتری می‌یابد. روح ایرانی از کوروش تا امروز، در قالب یک خط سیر پیوسته صورت‌بندی می‌شود. زمان البته خطی نیست، بلکه فشرده می‌شود؛ گویی وقایع باستانی و رخدادهای معاصر در یک اکنون کش‌آمده حضور دارند. ملت در اینجا نه فقط اجتماع خیالی، بلکه اجتماعی است که «ایران قوی» را تصویر می‌کند؛ جامعه‌ای که در طول اعصار از آزمون‌های مشابه عبور کرده است. در خوشه سوم، اما مفهوم اجتماع خیالی با خوانشی متفاوت ظاهر می‌شود. ملت به جای آنکه صرفاً

بر محور مقاومت تعریف شود، بر پایه گفت‌وگو با تاریخ و میراث فرهنگی جهان‌شمول صورت‌بندی می‌شود. اینجا «هم‌زمانی» نه در قالب تقابل نظامی، بلکه در قالب اشتراک فرهنگی و عقلانی شکل می‌گیرد. ملت به مثابه یک اجتماع پویا و قابل بازتعریف بازنمایی می‌شود. در روایت فراملی، اجتماع خیالی، مرزهای جغرافیایی را درمی‌نوردد و ایران به نماد یک سنت تمدنی در برابر ساختارهای سلطه تبدیل می‌شود. در این صورت‌بندی، مخاطب داخلی و خارجی هم‌زمان مورد خطاب قرار می‌گیرند و ملت در افقی گسترده‌تر تصوّر می‌شود.

۳. مرزبندی هویتی و راهبرد «تمایز مثبت» (در پرتو نظریه هویت اجتماعی)
داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً در همه روایت‌ها، «دیگری» نقشی محوری در صورت‌بندی هویت ایفا می‌کند؛ اما شدّت و کیفیت این نقش متفاوت است. بر اساس نظریه هویت اجتماعی، خودانگاره جمعی در فرآیند مقایسه اجتماعی شکل می‌گیرد و تمایز مثبت یکی از راهبردهای تثبیت آن است. در خوشه نخست، تمایز مثبت عمدتاً در سطح تاریخی صورت می‌گیرد. «ایران مقتدر» در مقابل «روم مغلوب» قرار می‌گیرد و این مقایسه تاریخی به تقویت عزّت جمعی می‌انجامد. در این الگو، شکست دشمن تاریخی به یک «عبرت دائمی» تبدیل می‌شود که کارکرد هویتی دارد. در خوشه دوم، مرزبندی صریح‌تر و معاصرتر است. شباهت‌سازی میان والرین و رقبای سیاسی امروز نشان می‌دهد که مقایسه تاریخی به سطح اکنون کشیده می‌شود. اینجا راهبرد خلاقیت اجتماعی فعال است: حتی در شرایط فشار یا رقابت، تاریخ به منبعی برای تولید منزلت مثبت بدل می‌شود.

در خوشه سوم، مرزبندی هویتی به جای تقابل حداکثری، در قالب بازتعریف درون‌گروه رخ می‌دهد. پرسش از کیفیت بازنمایی و تأکید بر تنوع فرهنگی نشان می‌دهد که چالش اصلی نه با «دیگری بیرونی»، بلکه با نحوه تعریف «خود ایرانی» است. در این روایت، هویت ملّی عرصه گفت‌وگو و بازاندیشی است، نه صرفاً تقابل. در سطح فراملی، تمایز مثبت در چارچوب «شرق در برابر غرب» صورت‌بندی می‌شود؛ اما این تمایز بیشتر تمدّنی است تا سیاسی. ایران به عنوان نماد پایداری فرهنگی تصویر می‌شود و این تصویر در خدمت تقویت منزلت هویتی در مقیاس جهانی قرار می‌گیرد.

در جمع‌بندی از تنوع و گونه‌گونی این هویت‌ها باید گفت «شب ایران»، میدان تولید معانی متکثر بوده است و مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد که «شب ایران» در رسانه‌ها به یک معنای واحد فروکاسته نشده بلکه به یک میدان گفتمانی تبدیل شده که در آن سه صورت‌بندی اصلی از هویت ملی قابل مشاهده است (شکل شماره ۲): یکم، هویت مبتنی بر تداوم تاریخی و اقتدار؛ دوم، هویت مبتنی بر مقاومت و مرزبندی تقابلی؛ و سوم، هویت مبتنی بر بازخوانی فرهنگی و کثرت‌گرایی. وجه مشترک همه این روایت‌ها آن است که «ایران» به مثابه یک هویت ارزشمند و تاریخی مفروض گرفته می‌شود؛ و اختلاف، تنها در نحوه تعریف، برجسته‌سازی و پیوند دادن عناصر آن است. بنابراین، رسانه نه صرفاً بازتاب‌دهنده هویت ملی، بلکه یکی از عرصه‌های اصلی تولید، تثبیت و بازتعریف آن است. به این ترتیب، تحلیل حاضر نشان می‌دهد که تفاوت در انتخاب نشانه‌ها، نحوه اتصال گذشته به حال و نوع صورت‌بندی دیگری، مستقیماً به تفاوت در تصویر «خود ایرانی» منجر می‌شود. «شب ایران» در این معنا نه فقط یک رویداد فرهنگی، بلکه آینه‌ای از تنوع روایی در بازنمایی هویت ملی در ایران معاصر است.

شکل (۲): صورت‌بندی هویت ملی در بازنمایی رسانه‌ای رویداد «شب ایران»



منبع: نویسندگان

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که رویداد «شب ایران» در سپهر رسانه‌ای نه به‌مثابه یک رخداد فرهنگی خنثی، بلکه به‌عنوان «میدان معنابخشی» عمل کرده است؛ میدانی که در آن، رسانه‌ها با انتخاب نشانه‌ها، برجسته‌سازی برخی ارجاعات تاریخی و چارچوب‌بندی‌های روایی، معناهای متفاوتی از هویت ملی را تولید و تثبیت می‌کنند. تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار ۱۵ خبر از پانزده پایگاه خبری نشان داد چهار الگوی غالب در بازنمایی شکل گرفته است: نخست، صورت‌بندی هویت ملی بر محور تداوم تاریخی و اقتدار؛ دوم، صورت‌بندی هویت در قالب مرزبندی هویتی و روایت مقاومت؛ سوم، بازخوانی انتقادی و کثرت‌گرایانه میراث؛ و چهارم، یک روایت فراملی که ایران را در افق تمدنی و مقایسه‌ای بازنمایی می‌کند. این الگوها در پرتو نظریه بازنمایی نشان می‌دهند که «اقتدار» و «میراث» در متن خبرها از طریق طبیعی‌سازی معنا، تبدیل تاریخ به استعاره معاصر و نیز مناقشه بر سر اصالت بازنمایی ساخته می‌شوند؛ در پرتو نظریه اجتماع خیالی نیز آشکار شد که رسانه‌ها با ایجاد هم‌زمانی نمادین (پرچم، سرود ملی، و روایت پیوستگی تاریخی)، ملت را به‌عنوان یک کل تاریخی قابل تصور بازتولید می‌کنند؛ و در پرتو نظریه هویت اجتماعی، نقش مقایسه اجتماعی و راهبردهای تمایز مثبت در ترسیم «ما / دیگری» در بخش مهمی از روایت‌ها برجسته است.

از منظر دلالت‌های نظری و کاربردی، نتیجه اصلی پژوهش آن است که هویت ملی در رسانه‌های برخط فارسی‌زبان، یک امر یکپارچه و تثبیت‌شده نیست، بلکه محصول رقابت روایت‌ها و تفاوت در منطق بازنمایی است؛ تفاوتی که مستقیماً به تفاوت در تصویر «خود ایرانی» می‌انجامد. بنابراین، مدیریت نمادهای ملی و رویدادهای آیینی، صرفاً به مرحله «طراحی و اجرا» محدود نمی‌شود، بلکه به گام مهمی در مقطع «مدیریت روایت» و حساسیت نسبت به سازوکارهای معنابخشی رسانه‌ای نیز بستگی دارد؛ زیرا با توجه به ادراکات متفاوت مخاطبان، همان رویداد می‌تواند در یک چارچوب، تقویت‌کننده انسجام و منزلت جمعی باشد و در چارچوب دیگر، به مناقشه‌ای درباره اصالت، کیفیت و تنوع قرائت‌های هویتی تبدیل شود. بر این مبنا، پیشنهاد می‌شود در سیاست‌گذاری فرهنگی و ارتباطی مرتبط در مراجع و نهادها (ازجمله شهرداری تهران) با رویدادهای نمادین (مانند

رویداد شب ایرانی، رونمایی از مجسمه‌های تاریخی و اساطیری و مانند اینها)، علاوه بر توجه به محتوای تاریخی، به کیفیت نمادپردازی، تنوع روایت‌های ممکن، و پیامدهای مرزبندی‌های هویتی نیز توجه شود.

همچنین پژوهش‌های آینده می‌توانند با گسترش نمونه (دوره زمانی طولانی‌تر، شبکه‌های اجتماعی و بازنشرها) و نیز مقایسه میان متن‌های خبری و واکنش‌های مخاطبان، تصویر دقیق‌تری از چرخه تولید و مصرف معنای هویت ملی در سپهر عمومی ایران ارائه دهند.

یادداشت‌ها

1. Ziaee
2. Douzandeh et al.
3. PDAM
4. Representation
5. Stuart Hall
6. Reflective, Intentional & Constructionist
7. Imagined community
8. Benedict Anderson
9. Tajfel & Turner
10. Social Categorization
11. Social Comparison
12. Positive Distinctiveness
13. Battle of Edessa

کتابنامه

- ابراهیمی‌کیایی، هادی و لاریجانی، ساره (۱۴۰۲). رسانه ملی، مناسک انقلاب و صدور انقلاب اسلامی: فرصت‌ها و چالش‌ها. *فصلنامه علمی مطالعات بیداری اسلامی*. ۱۲ (۱). ۱۸۹-۱۷۱.
- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش. ۳ (۲).
- بشیر، حسن و حاتمی، حمیدرضا (۱۳۹۲). تحلیل گفتمان سرمقاله‌های کیهان. اطلاعات و جمهوری اسلامی. درباره حوادث پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (از ۲۳ خرداد تا ۳۱ تیر ۱۳۸۸). پژوهش‌های راهبردی سیاست. ۲ (۶). ۶۱-۸۸.
- جعفری، علی و فرج‌زاده، غلامعلی (۱۴۰۳). نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناختی. *رسانه*. ۳۵ (۱). ۸۳-۱۰۲.

- دانا، ابوالفضل، و بابائی ساروئی، مصطفی (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی. *مطالعات ملی*. ۱۸ (۳). ۴۳-۶۸.
- عشایری، طاها؛ منتی، ایوب؛ جهان‌پرور، طاهره و آقازاده، پرستو (۱۴۰۳). مطالعه نقش رسانه و شبکه‌های اجتماعی در تغییرات هویت فرهنگی ایرانیان: مرور تاریخی - تجربی داده‌های ثانویه. *پژوهش‌های ارتباطی*. ۳۱ (۲). ۱۸۳-۲۱۳.
- مجیدی‌فرد، احسان؛ کامیابی گل، عطیه و مجیدی‌فرد، امین (۱۳۹۹). بازنمایی انگاره هویت ایرانی و بازشناسی مؤلفه‌های آن در شبکه اجتماعی توییتر. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۶ (۲۴). ۶۳-۹۸.
- مؤذن، کاظم (۱۳۹۲). *دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال بیداری اسلامی سال ۲۰۱۱: تحلیل محتوای کیفی سایت فارسی صدای آمریکا (VOA)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه امام صادق علیه السلام. دانشکده فرهنگ و ارتباطات.
- مؤمنی‌راد، اکبر؛ علی‌آبادی، خدیجه؛ فردانش، هاشم و مزینی، ناصر (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج. *اندازه‌گیری تربیتی*. ۴ (۱۴). ۱۸۷ - ۲۲۲.
- نوری، مختار؛ حسن‌پور، علی و محمدی، صادق (۱۳۹۴). بازنمایی هویت ملی به‌عنوان امر سیاسی در مجموعه‌های تاریخی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران. *رسانه*. ۲۶ (۲). ۲۳-۵.
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism (Revised ed.)*. Verso
- Douzandeh, Ebrahim & Bataineh, Adnan & Marbuii, Aisha & Badi, Halima. (2024). Exploring National Identity (Re) production: A Critical Discourse Analysis of Iran's Representation on its Official Tourism Website. *International Journal of Linguistics Studies*
- Flohr, M. (2023, April 25). Benedict Anderson's Imagined Communities. *Critical Legal Thinking*
- Hall, S. (2005). Representation & the media (S. Jhally, Ed. & Dir.) [Transcript]. Media Education Foundation
- Hall, S. (Ed.). (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. SAGE Publications
- Neuendorf, K. A. (2020). Content analysis—A methodological primer for gender research. Sex Roles.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations (pp. 33-47)*. Brooks/Cole
- W. James Potter & Deborah Levine- Donnerstein (2009). Rethinking validity and reliability in content analysis.
- Ziaee, A. (2025). *Narratives on Iran: Representing a Nation Through Media Portrayals of Elite Sports*. [PhD-Thesis - Research and graduation internal. Vrije Universiteit Amsterdam].

- Ebrahimikiapi, Hadi and Larijani, Sara (1402). National media, rituals of the revolution and issuing the Islamic revolution: opportunities and challenges. *Scientific Quarterly Journal of Islamic Awakening Studies*. 12 (1). 171-189. (In Persian)
- Iman, Mohammad Taqi and Noshadi, Mahmoudreza (2019). Qualitative content analysis. *Research*. 3 (2). (In Persian)
- Bashir, Hassan and Hatami, Hamidreza (2012). Discourse analysis of Kahan editorials. Information and the Islamic Republic. About the events after the 10th presidential election of the Islamic Republic of Iran (from June 23 to July 31, 2018). *Strategic policy research*. 2 (6). 61-88. (In Persian)
- Jafari, Ali and Farajzadeh, Gholam Ali (1403). The role of mass and social media in building the national identity of secondary school students: a phenomenological study. *Media*. 35 (1). 83-102. (In Persian)
- Danaei, Abolfazl, and Babai-Saroori, Mustafa (2016). The role of virtual media in the tendency towards national identity. *National studies*. 18 (3). 43-68. (In Persian)
- Nomads, Taha; Manti, Ayoub; Jahanparvor, Tahereh and Aghazadeh, Prasto (1403). Studying the role of media and social networks in the changes of cultural identity of Iranians: a historical-experimental review of secondary data. *Communication research*. 31 (2). 183-213. (In Persian)
- Majidifard, Ehsan; Saghamgol, Atiyeh and Majidifard, Amin (2019). Representing the image of Iranian identity and recognizing its components in the Twitter social network. *New media studies*. 6 (24). 63-98. (In Persian)
- Muezzin, Kazem (2012). *America's media diplomacy towards the Islamic awakening of 2011; Qualitative content analysis of Voice of America (VOA) Farsi website*. Master's thesis of Imam Sadiq University (peace be upon him). Faculty of Culture and Communication. (In Persian)
- Momenirad, Akbar; Aliabadi, Khadija; Fardanesh, Hashem and Mazini, Nasser (2012). Qualitative content analysis in research: nature, stages and validity of results. *Educational measurement*. 4 (14). 187-222. (In Persian)
- Nouri, Mukhtar; Hassanpour, Ali and Mohammadi, Sadeq (2014). Representation of national identity as a political issue in the historical television series of the Islamic Republic of Iran. *Media*. 26 (2). 5-23. (In Persian)