



Research Paper

Meaning-making and discourse construction of ethnic identity in social media: A case study of Instagram

Ali Jafari¹, Saeed Faramarziani^{2*}, Behnam Rezagholizadeh³

Received: Apr. 8, 2025; Accepted: Jul. 9, 2025

ABSTRACT

This study explores how Turkic ethnic identity-seeking is represented in cyberspace, with a particular focus on the social media platform Instagram. The significance of this research stems from the fact that modern social networks, especially Instagram, with their high capacity for producing and disseminating content, have become important arenas for promoting ethnonationalist discourses and can influence national cohesion. The research adopts a qualitative methodology, drawing on Barthes' and Peirce's semiotics combined with directed content analysis. The study population consisted of Instagram pages belonging to Pan-Turkism supporters. From among dozens of available profiles, three accounts with more than two thousand followers were purposively selected. Data were collected through direct observation and semiotic analysis of the posts, and then examined using qualitative coding and categorization. The findings revealed that the content of the studied profiles consistently emphasized the reinforcement of ethnic identity and the reproduction of ethnonationalist discourse. Through references to cultural and historical elements, the images and texts sought to create in-group solidarity and strengthen a sense of belonging to a unified ethnic community. The analysis further showed that a variety of persuasive communication strategies were employed, including the arousal of emotions, evocation of nostalgia, and the use of affective and emotional appeals to influence audiences. The results indicate that Instagram functions as an effective platform for reproducing resistance identities and ethnic discourses. This underscores the urgent need for cultural policymaking, comparative studies across other social networks, and systematic assessment of how such representations shape public opinion.

Keywords: Ethnic identity, media representation, social networks, Instagram, semiotics

1. Assistant Professor, Department of Partnerships and Communications, Research Institute for Education Studies, Organization for Educational Research and Planning (OERP), Tehran, Iran

✉ alijafari@oerp.ir

2. Assistant Professor of Communication Sciences, Department of Social Sciences, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran

✉ ssffma@yahoo.com

* Corresponding Author

3. PhD Candidate in Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

✉ b.rezagholizadeh@ut.ac.ir



INTRODUCTION

In recent decades, social networks have become one of the most significant arenas for the representation of collective and ethnic identities. They play a fundamental role in shaping both individual and collective identities through the dissemination of content and the creation of symbolic meanings. Among these platforms, Instagram has gained a prominent position due to its visual-centered nature and its wide-ranging capacity to produce, circulate, and amplify cultural and political discourses (Kaplan & Haenlein, 2010). In multi-ethnic societies such as Iran, the role of cyberspace in reflecting and reproducing ethnic identity claims is of paramount importance. The current study, entitled *“Meaning-Making and Discourse Construction of Ethnic Identity in Social Media: A Case Study of Instagram”*, explores the semiotic and discursive processes through which ethnic identity—specifically Turkic identity—is represented and reproduced in Instagram.

The significance of this research stems from the fact that cyberspace functions not only as a medium of communication but also as a contested site of identity politics, where ethnic discourses can strengthen in-group solidarity while simultaneously undermining national cohesion (Castells, 2010). Therefore, investigating these dynamics provides valuable insights into the cultural and political implications of social media in shaping collective identities.

PURPOSE

The primary aim of this research is to examine the characteristics, symbolic markers, and representational strategies of ethnic identity within Instagram accounts affiliated with Pan-Turkism supporters. The central question guiding this study concerns the ways in which ethnonationalist elements are reproduced across these platforms and the potential implications such processes hold for national cohesion.

METHODOLOGY

This study employs a qualitative research design, combining semiotic analysis—drawing on Barthes’ concepts of denotation, connotation, and myth, alongside Peirce’s triadic model of signs—with directed qualitative content analysis (Hsieh & Shannon, 2005).

The research population consisted of Instagram profiles explicitly promoting Pan-Turkist narratives. From over fifty reviewed accounts, three high-profile pages with more than 2,000 followers each were purposively selected. Within each profile, visual content directly linked to ethnic identity discourses was examined.

Data collection involved direct observation of posts, captions, hashtags, and user interactions. A coding scheme was developed to classify symbolic markers, persuasive

appeals, and identity strategies. The analysis emphasized explicit and implicit meanings of signs, the interplay between textual and visual elements, and their alignment with broader cultural and political narratives.

FINDINGS

The analysis showed that the examined profiles consistently emphasized ethnic belonging and reinforced a sense of internal solidarity. Through repeated use of cultural, historical, and mythological imagery, the accounts sought to establish a clear sense of collective identity and the notion of a unified “we.” Prominent themes included heroic figures, cultural myths, references to a shared homeland, and linguistic commonalities. In addition to symbolic content, a range of persuasive appeals were observed—emotional and nostalgic references to ancestral memories, gendered or bodily representations designed to capture attention, and patriotic calls stressing linguistic and territorial bonds. Psychological and rhetorical strategies such as populist messaging, agitation, and agenda-setting were frequently deployed, both to mobilize audiences and to sharpen distinctions between insiders and outsiders. Coding further indicated that the intensity of these discourses often surpassed simple ethnocentrism, moving into forms of ethnic nationalism and, at times, separatist aspirations. The findings resonate with Castells’ notion of “resistance identity,” as many of the posts functioned as counter-narratives opposing dominant national discourses.

CONCLUSION

The research concludes that Instagram functions as an effective medium for the perpetuation of ethnic discourses and the construction of resistance identities. These representations foster a cohesive sense of belonging among Turkic-speaking groups while simultaneously creating symbolic boundaries that challenge broader national integration. This underlines the urgent need for cultural and media policies that address the symbolic and emotional influence of such narratives in digital environments. The study also reveals that persuasion in these spaces operates less through rational argument and more through affective, symbolic, and collective appeals, suggesting that strategies for enhancing national cohesion must account for both structural and emotional dimensions.

NOVELTY

The originality of this work rests on several contributions. First, it diverges from many previous studies that centered primarily on national identity or quantitative surveys, by combining semiotics with qualitative content analysis to offer a deeper understanding of ethnic identity representations on Instagram. Second, the research highlights Pan-Turkism in Iran—an important but underexplored case in cyberspace studies. Third, it not only identifies the signs and symbols used but also unpacks the



Iranian Cultural Research

Abstract

communicative strategies, persuasive appeals, and psychological mechanisms underpinning them. By situating the findings within established theoretical perspectives (Castells, Smith, Barthes, Peirce), the study contributes both theoretically and empirically. It also paves the way for future inquiries, including cross-platform comparisons, audience reception studies, and exploration of the intersection between online ethnic discourses and political mobilization.

CONFLICT OF INTEREST

No conflict of interest declared by the authors.



Iranian Cultural Research

Vol. 18
Issue 4
Winter 2026



BIBLIOGRAPHY

- Ahmadi, H. (2000). *Ethnicity and ethnocentrism in Iran: Myth and reality*. Tehran, Iran: Ney Publishing.
- Ahmadi, H. (2002). Globalization, ethnic identity or national identity. *National Studies*, 3(11).
dor: 20.1001.1.1735059.1381.3.11.2.5
- Ahmadi, H. (2003). Iranian national identity in the course of history. *National Studies*, 4(1), 9–48. dor: 20.1001.1.1735059.1382.4.15.1.9
- Ahmadzadeh, H. (2007). *From novel to nation: A study on Persian and Kurdish narrative discourse* (B. Sajadi, Trans.). Sanandaj: University of Kurdistan Press.
- Babaei-Fard, A., & Ganji, M. (2014). The effect of the internet on multicultural identity. *Socio-Cultural Development Studies*, 2(4), 97–124.
- Bahramian, Sh., & Bahramian, O. (2012). The relationship between ethnic convergence (Turks and Kurds) and sustainable security in West Azerbaijan. *Theoretical Politics Research Journal*, 11.
- Bal, M. (2002). Semiotics as a theory of art. (F. Sojoudi, Trans.). *Aesthetics Journal*, 6.
- Barthes, R. (1991). *Elements of semiology* (M. Mohammadi, Trans.). Tehran, Iran: Al-Hoda International Publications.
- Barthes, R. (2013). *Mythologies* (S. Daghighian, Trans.). Tehran, Iran: Markaz Publishing.
- Burk, P.A. (1997). *Sociological approach to self and identity*. US: Washington State University.
- Burton, R. (2001). *Political ethnology* (N. Fakouhi, Trans.). Tehran, Iran: Ney Publishing.
- Castells, M. (2006). *The information age: Economy, society, and culture* (A. Aligholian et al., Trans.). Tehran, Iran: Tarh-e-No Press.
- Cohen, A.P. (1996). Personal Nationalism: A Scottish View of Some Rites, Rights, and Wrongs. *American Ethnologist*, 23(4), 802–815.
- Dashti, T. (2011). Conceptualizing ethnicity and ethnic minority as an element of political society. *Political and International Research Quarterly*, 9, 141–150.
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (2009). *Key concepts in cultural theory* (N. Taghvaian, Trans.). Tehran, Iran: Office of Social Planning and Cultural Studies.
- Fakouhi, N. (2008). Ethnicity and dialogue of civilizations. Lecture at the *International Center for Dialogue of Civilizations*.
- Fenton, S. (2004). Beyond Ethnicity: The Global Comparative Analysis of Ethnic Conflict. *International Journal of Comparative Sociology*, 45(3-4), 179-194.



Iranian Cultural Research

Abstract



- Fotis, J., Rossides, N., & Buhalis, D. (2010). Social media impact on leisure travel: The case of the Russian market and the challenges for the Cyprus tourism industry, preliminary findings. Paper presented at the 3rd Annual EuroMed Conference. EuroMed Academy of Business.
- Giddens, A. (1999). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age* (N. Movaqqeian, Trans.). Tehran, Iran: Ney Publishing.
- Grigaliunaite, V., & Pileliene, L. (2016). Emotional or rational? The determination of the influence of advertising appeal on advertising effectiveness. *Scientific Annals of Economics and Business*, 63(3). doi:[10.1515/saeb-2016-0130](https://doi.org/10.1515/saeb-2016-0130)
- Hajiani, E. (2005). Identity challenges in America (Review of Huntington's work). *Goftogu Quarterly*, 24, 181–193.
- Hajiani, E. (2009). The relationship between national and ethnic identity among Iranian ethnic groups. *Iranian Sociology*, 9(3–4), 143–164.
- Hakimi, R. (2010). The role of social networks on identity: A case study on Facebook and Kurdish users. *Global Media Journal*, 10. https://journals.ut.ac.ir/article_66595.html
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Hall, S. (2003). The work representation. in Stuart Hall, *Representation: Cultural* .
- Hall, S. (2012). *Meaning, culture, and social life* (A. Golmohammadi, Trans.). Tehran, Iran: Markaz Publishing.
- Iman, M.T., & Kezghan, T. (2002). Investigating the factors influencing women's social identity. *Alzahra University Journal of Humanities*, 44–45, 79–106.
- Iman, M.T., & Nushadi, M.R. (2011). Qualitative content analysis. *Research*, 3(2), 15–44.
- Isajiw, W. (1990) Ethnic identity retention. In: R. Berton, W. and Isajiw, W. *Kalbach and jireitz, ethnic identity and equality*. University of Toronto Press.
- Jafari, A., Faramarziani, S., & Rezagholizadeh, B. (2024). Representation of Ethnic Identity-Seeking Symbols on Instagram. *National Studies Quarterly*, 25(100), 105–130. doi:[10.22034/rjnsq.2024.456840.1606](https://doi.org/10.22034/rjnsq.2024.456840.1606)
- Jenkins, R. (2002a). *Social identity* (T. Ahmadi, Trans.). Tehran, Iran: Shirazeh Publishing.
- Jenkins, R. (2002b). *Ethnic and racial studies in the twentieth century*. Tehran: Strategic Studies Institute.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:[10.1016/j.bushor.2009.09.003](https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003)

- Karimi, Y. (2009). *Attitude and attitude change*. Tehran, Iran: Virayesh.
- Khoubrouy-Pak, M.R. (2001). *Minorities*. Tehran, Iran: Shirazeh.
- Kosh, D. (2002). *The concept of culture in social sciences* (F. Vahida, Trans.). Tehran, Iran: Soroush Publishing.
- Malešević, S. (2012). *Sociology of ethnicity* (Y. Ahmadi & H. Mohammadzadeh, Trans.). Kermanshah, Iran: Jihad University Press.
- Maqsoodi, M. (2001). *Ethnic transformations in Iran: Causes and contexts*. Tehran, Iran: National Studies Institute.
- Maqsoodi, M. (2002). The impact of globalization on ethnicities. In *Culture in the Age of Globalization: Challenges and Opportunities*. Tehran, Iran: Roozaneh Publishing.
- Matiel, A. (2004). *Middle East: Encyclopedia of nationalism* (K. Fani & M. Mohajer, Trans.). Tehran, Iran: Ministry of Foreign Affairs Library.
- Mehdizadeh, S.M. (2008). *Media and representation*. Tehran, Iran: Office of Media Studies and Development.
- Mohammadzadeh, H. (2011). *Factors related to ethnic nationalism among Kurds in Iran* (Doctoral dissertation). Allameh Tabataba'i University, Tehran.
- Mohsenian-Rad, M. (2006). *Communication studies* (7th ed.). Tehran, Iran: Soroush.
- Özkirimli, U. (2004). *Theories of nationalism* (M. Qasemi, Trans.). Tehran, Iran: National Studies Institute.
- Rahbari, M. (2001). Identity Crisis in Contemporary Iran. *Nameh-ye Pazhoresh*, 1(22-23).
- Raudsepp, I., Maie, V. (2011) The Role of the Phenomenon of Joint Singing in the Development of National Identity in Estonia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29(1), 1312-1319. doi:10.1016/j.sbspro.2011.11.368
- Salehi-Amiri, R. (2006). *Managing ethnic conflicts in Iran*. Tehran, Iran: Strategic Research Center.
- Salemi, A. (2015). *Semiotic analysis of environmental and traffic education in children's TV programs*. Tehran, Iran: Media Research Center.
- Sambanis, N. (2001). Do Ethnic and Nonethnic Civil Wars Have the Same Causes? A Theoretical and Empirical Inquiry (Part 1). *Journal of Conflict Resolution*, 45, 259-277. doi:10.1177/0022002701045003001
- Sanina, A. (2012) Competing for a citizen: Visible and invisible forms of state identity in Russia. *Journal of Eurasian Studies*, 3 (2), 126-146. doi:10.1016/j.euras.2012.03.004



Iranian Cultural Research

Abstract

Saroukhani, B., Seyfollahi, S., & Eyvazi, Y. (2017). A review of ethnic studies in Iran: Critique, evaluation and model proposal. *Iranian Cultural Research Quarterly*, 11(2), 1–35. doi: 10.22631/jicr.2018.1569.2250

Smith, A. D. (2004). *Nationalism: Theory, ideology, history* (M. Ansari, Trans.). Tehran, Iran: National Studies Institute.

West Azerbaijan Police Command (2013). Annual Morfok report of West Azerbaijan Province.



Iranian Cultural Research

Vol. 18
Issue 4
Winter 2026





مقاله پژوهشی

معناسازی و گفتمان‌سازی هویت قومی در شبکه‌های اجتماعی

علی جعفری^۱، سعید فرامرزبانی^{۲*}، بهنام رضاقلی‌زاده^۳

دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۴؛ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸

چکیده

این پژوهش به بررسی چگونگی بازنمایی هویت‌طلبی قومی ترک‌ها در فضای مجازی با تمرکز بر شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته است. ضرورت تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که شبکه‌های اجتماعی نوین، به‌ویژه اینستاگرام، با ظرفیت بالای خود در تولید و انتشار محتوا به محملی مهم برای تبلیغ گفتمان‌های قوم‌گرایانه بدل شده‌اند و می‌توانند انسجام ملی را تحت تأثیر قرار دهند. روش تحقیق کیفی بوده و بر مبنای نشانه‌شناسی بارت و پیرس و تحلیل محتوای هدایت‌شده انجام گرفته است. جامعه آماری شامل صفحات اینستاگرامی هواداران پان‌ترکیسم بود. از میان ده‌ها پروفایل موجود، سه صفحه با بیش از دو هزار دنبال‌کننده به روش هدفمند انتخاب شدند. داده‌ها با مشاهده مستقیم و تحلیل نشانه‌ها گردآوری و سپس با رویکرد کدگذاری و طبقه‌بندی کیفی مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد محتوای صفحات مورد مطالعه به‌طور مستمر بر برجسته‌سازی هویت قومی و بازتولید گفتمان قوم‌گرایی متمرکز بوده است. تصاویر و متون با ارجاع به مؤلفه‌های فرهنگی و تاریخی، تلاش کرده‌اند انسجام درون‌گروهی ایجاد کرده و حس تعلق به جامعه قومی واحد را تقویت نمایند. تحلیل داده‌ها آشکار ساخت که برای اقناع مخاطبان، از شیوه‌های متنوع ارتباطی بهره گرفته شده است؛ از جمله پرانگیختن احساسات، ایجاد حس نوستالژیک و استفاده از جاذبه‌های عاطفی و هیجانی. نتایج نشان می‌دهد اینستاگرام بستری مؤثر برای بازتولید هویت‌های مقاومتی و گفتمان‌های قومی است. این امر ضرورت توجه جدی به سیاست‌گذاری فرهنگی و مطالعات تطبیقی در سایر شبکه‌های اجتماعی و سنجش بازتاب آن در افکار عمومی را برجسته می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: هویت قومی، بازنمایی رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام، نشانه‌شناسی

۱. استادیار گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، تهران، ایران

alijafari@oerp.ir ✉

۲. استادیار علوم ارتباطات، گروه علوم اجتماعی دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

ssffma@yahoo.com ✉

* نویسنده مسئول

۳. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

b.rezagholizadeh@ut.ac.ir ✉

مقدمه و بیان مسئله

شرایط ساختاری، جغرافیایی و طبیعی ایران همراه با تنوع قومی و فرهنگی از یک سو، و فرایندهای جهانی شدن، گسترش بین‌المللی‌گرایی، تحولات سیاسی پس از فروپاشی اتحاد شوروی، اشغال افغانستان و عراق، و همچنین تهدیدهای مکرر قدرت‌های فرامنطقه‌ای از سوی دیگر، سبب شکل‌گیری نگرانی‌ها و دغدغه‌های جدی در میان نخبگان، مدیران و تحلیلگران اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نسبت به مقوله‌های قومیت، انسجام سرزمینی و وحدت ملی در کشور شده است. اهمیت این مسئله تا جایی است که در سال‌های اخیر توجه خاصی به موضوع «وحدت ملی» (۱۳۷۷) و «اتحاد ملی» (۱۳۸۶) معطوف گردیده و محققان، مدیران و حتی افکار عمومی به موضوع انسجام و همگرایی ملی بیش از پیش حساس شده‌اند (حاجیانی، ۱۳۸۸، ۱۴۴). در واقع، کانون اصلی این بحث را باید در نگرانی از بروز فاصله یا شکاف میان گروه‌های قومی با یکدیگر و نیز دوری آن‌ها از سرزمین مادری و کلیت ملیت ایرانی جستجو کرد. به بیان دیگر، احتمال واگرایی، تضاد و گسست در میان اقوام و خرده‌فرهنگ‌های ایرانی که در جامعه متکثر قومی و فرهنگی ایران زیست می‌کنند، مسئله‌ای است که علاقه‌مندان به توسعه، پیشرفت و اقتدار ایران را در جریان‌های مختلف فکری و سیاسی به شدت نگران ساخته است. شواهد اولیه این نگرانی‌ها را می‌توان در بروز اعتراضات گروهی در مناطق قومی، رشد تولیدات هنری و ادبیات قومی، افزایش مطالبات منطقه‌ای و نمونه‌های مشابه مشاهده کرد (حاجیانی، ۱۳۸۸). بر این اساس، شاید مهم‌ترین وجه این مسئله را در ایران امروز بتوان در تعارض میان هویت قومی و هویت ملی جستجو کرد؛ چرا که اساس وحدت ملی در همگرایی و هم‌نوایی هویت‌های گوناگون نهفته است.

با گسترش فناوری‌های ارتباطی در جهان امروز، مطالبات قومی با شدت بیشتری پیگیری می‌شوند. گروه‌های قومی در کشورهای مختلف از فضای مجازی به‌ویژه اینترنت بهره گرفته و شکل‌های تازه‌ای از کنش و تعامل درونی و برون‌گروهی را تجربه می‌کنند. به‌ویژه با همه‌گیر شدن شبکه‌های اجتماعی، علاقه‌مندان قومیت‌ها از این



ظرفیت برای بازتاب مسائل قومی بهره‌برداری می‌نمایند. در کشورهایی مانند ایران که محدودیت‌هایی در بیان هویت‌های قومی وجود دارد، شبکه‌های اجتماعی اهمیتی دوچندان می‌یابند. فضای مجازی به دلیل ایجاد احساس امنیت و آزادی بیشتر، هم مشارکت افراد را تقویت می‌کند و هم بر صراحت پیام‌ها و کنش‌های ارتباطی می‌افزاید؛ در نتیجه، بستری برای تحرک بیشتر جریان‌های قوم‌گرایانه فراهم می‌سازد (طالبی و عیوضی، ۱۳۹۲).

در میان این فضاها، اینستاگرام به دلیل ماهیت تصویری و قابلیت اشتراک‌گذاری گسترده عکس و ویدئو جایگاه ویژه‌ای یافته است. سهولت کاربری و محبوبیت روزافزون آن باعث شده که این شبکه به محلی برای طرح مطالبات گوناگون تبدیل شود. ویژگی شاخص اینستاگرام، امکانات ویرایشی و بصری آن است که جذابیت تصاویر را پیش از انتشار افزایش می‌دهد. همین امر سبب شده است تا فعالان قوم‌گرا آن را به‌عنوان رسانه‌ای کارآمد برای بازنمایی و تبلیغ هویت قومی به کار گیرند. مرور اجمالی فعالیت‌های گروه‌های قومی در اینستاگرام نشان می‌دهد که شاخص‌های هویت قومی نه تنها کاهش نیافته، بلکه به شیوه‌های متنوعی بازتولید می‌شوند. این امر در انتخاب نام صفحات شخصی، استفاده از نمادها و تصاویر مرتبط با هویت قومی، به‌کارگیری زبان‌های محلی در نوشتارها و تقویت ارتباطات درون‌گروهی در بخش نظرات به وضوح مشهود است.

افزایش نفوذ شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام در کشور و حضور پررنگ آن در تحرکات هویت‌طلبانه قومی، بررسی محتوای این فضا را ضرورتی انکارناپذیر ساخته است. گسترش فعالیت‌های گروه‌های قوم‌گرا در این شبکه سبب می‌شود که تحلیل نشانه‌شناسی و محتوایی صفحات آن‌ها اهمیت مضاعفی پیدا کند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقشی فراتر از بازتاب صرف رویدادها ایفا می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که نه تنها در سطح ملی بر افکار عمومی و کنش‌های جمعی اثر می‌گذارند، بلکه به عرصه‌ای فعال برای شکل‌دهی روایت‌های مناقشه‌آمیز و بازتعریف





روابط قدرت در مقیاس جهانی تبدیل شده‌اند (صالحی و همکاران، ۲۰۲۵). از این رو، پژوهش حاضر در پی آن است که صفحات شاخص اینستاگرامی هویت‌طلبان قومی را انتخاب کرده و از منظر محتوایی و نمادین تحلیل نماید. پرسش محوری این تحقیق چنین است: «ویژگی‌ها و نمادهای قوم‌گرایی مورد استفاده هویت‌طلبان قومی در شبکه اجتماعی اینستاگرام کدام‌اند؟» در کنار این پرسش اصلی، چندین پرسش فرعی نیز برای واکاوی دقیق‌تر موضوع مطرح می‌شود.

نمادهای قوم‌گرایی مورد استفاده در صفحات مورد بررسی از چه عناصر و شاخص‌های نشانه‌شناختی بهره گرفته‌اند و چه معانی صریح و ضمنی را می‌توان از آنها استنباط کرد؟ نمونه‌های مورد بررسی از چه شگردها و جاذبه‌های اقناعی بهره گرفته‌اند؟ رویکردهای قوم‌گرایی و نظریه‌های هویتی مورد استفاده در صفحات اینستاگرامی کدامند؟ صفحات مورد بررسی از چه شاخص‌های پیوند قومی و شدت قوم‌گرایی برخوردار هستند؟

۲. پیشینه تحقیق

بررسی‌های پیشین در حوزه موضوع مورد مطالعه، ابعاد مختلفی از جمله هویت ملی، هویت چندفرهنگی، هویت قومی، پان‌ترکیسم و پیوند آن‌ها با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد. به طور خاص، مباحث مربوط به هویت ملی در آثار رادوسپ و وایکت (۲۰۱۱) و سانینا (۲۰۱۲)، ارتباط اینترنت و هویت چندفرهنگی در پژوهش بابایی‌فرد (۱۳۹۳)، نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هویت اجتماعی در کار خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۲) و موضوع پان‌ترکیسم در مطالعه دعاگویان (۱۳۹۷) برجسته شده‌اند. در ادامه، برخی از مهم‌ترین این پژوهش‌ها به ترتیب تاریخ انجام تحقیق مرور می‌شوند:

جعفری و فرامرزبانی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان بازنمایی نمادهای هویت‌طلبی قومی در اینستاگرام به این نتیجه رسیدند که کلیت فضای عکس‌ها با طرح مکرر

نمادها و سمبل‌های مرتبط با ترک‌ها، بر هویت پان‌ترکیسم و لزوم ایجاد کشوری مستقل برای ترک‌زبانان جهان دلالت دارد. در عکس‌ها، «هویت مقاومتی» در تلفیق با نظریه کاستلز قابل مشاهده بوده و دال‌های مهمی همچون گرگ خاکستری، نماد سرگرگ با انگستان، پرچم ترکیه، پرچم جمهوری آذربایجان، بابک خرم‌دین، اغوزخان و تومروس (به مثابه اسطوره‌های آذربایجان) گنجانیده شده‌اند. طرح مطالبات قومی به واسطه عناصر فرهنگی نظیر فوتبال نیز در صفحات مختلف کاربران قابل تبیین بوده و برای جلب توجه مخاطبان از جاذبه‌های مختلف احساسی، منطقی و نوستالژیک استفاده شده است.

مطالعه‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی انتظامی و امنیتی تنوع قومی پان‌ترکیسم و پان‌کردیسم در استان آذربایجان غربی» توسط داود دعاگویان (۱۳۹۷) و با رویکرد پیمایشی انجام گرفت. نتایج نشان داد که گرایش‌های قومی به‌ویژه پان‌ترکیسم و پان‌کردیسم، پیامدهای امنیتی و انتظامی قابل توجهی داشته و انسجام اجتماعی را تهدید کرده‌اند. این گرایش‌ها موجب افزایش مداخلات خارجی، سهم‌خواهی‌های بیشتر گروه‌های قومی از نظام و حتی درگیری‌های نظامی شده است. راهکارهایی همچون تعامل مستمر فرماندهان با رهبران سیاسی - مذهبی محلی، مکان‌یابی متناسب کلانتری‌ها بر اساس تهدیدات قومی، اجرای طرح‌های عمرانی و اقتصادی و تقویت احترام متقابل میان شهروندان کرد و آذری از جمله پیشنهادهای ارائه شده برای کاهش این تنش‌ها بود.

در پژوهشی دیگر، بابایی فرد و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت بر هویت چندفرهنگی» به نقش اینترنت در شکل‌گیری هویت چندفرهنگی در میان دانشجویان پرداختند. یافته‌ها نشان داد که مدت و میزان استفاده از اینترنت، بهره‌گیری از سایت‌های علمی و هنری، خرید کالاها و فرهنگ‌های اینترنتی و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی با تقویت هویت چندفرهنگی رابطه‌ای معنادار دارند. تحلیل رگرسیونی نتایج نیز تأثیر مستقیم متغیرهایی چون شبکه‌های اجتماعی و استفاده از سایت‌های هنری را تأیید کرد.





همچنین، گوهری (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی شیوه‌های بازنمایی قومیت‌های ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی» و با روش تحلیل محتوا، به تحلیل مطالب قومیتی منتشرشده در فیسبوک پرداخت. نتایج این بررسی نشان داد که مفاهیم فرهنگی قومیت‌های ایرانی در این فضا بازنمایی و برجسته می‌شوند.

از سوی دیگر، صبوری خسروشاهی و آذرگون (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیسبوک) بر هویت اجتماعی» با استفاده از روش پیمایش و پرسشنامه، میزان تأثیر حضور در فیسبوک بر ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی یعنی قومی، دینی، ملی و جهانی را مورد مطالعه قرار دادند. این تحقیق که چارچوب نظری آن مبتنی بر نظریات استوارت هال، جنکینز، گیدنز، برگر و کاستلز بود، نشان داد که استفاده از فیسبوک با تمامی ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی رابطه مستقیم دارد. تحولات سال‌های اخیر اما نشان می‌دهد که این تأثیرات حتی عمیق‌تر شده و ماهیت زندگی اجتماعی را نیز دگرگون ساخته است؛ به گونه‌ای که برخی پژوهشگران از ظهور «جامعه الگوریتمی» سخن می‌گویند؛ جامعه‌ای که زیست در آن نیازمند سواد انتقادی و شناخت سازوکارهای الگوریتمی پلتفرم‌هاست (خدابین و همکاران، ۲۰۲۴).

سانینا (۲۰۱۲) در پژوهشی کیفی - کمی تحت عنوان «ابعاد متناقض برای یک شهروند: اشکال پیدا و پنهان هویت ملی در روسیه» به تحلیل محتوای نشریات و مجلات طی پنج سال پرداخت. یافته‌ها نشان داد که علی‌رغم گذشت دو دهه از فروپاشی کمونیسم، هویت ملی در روسیه هنوز به شکلی جامع شکل نگرفته و بیشتر بازتاب‌دهنده منافع حاکمیت است تا نیازهای افراد و گروه‌های اجتماعی.

رادوسپ و وایکت (۲۰۱۱) نیز در مطالعه‌ای کیفی با رویکرد هرمنوتیک تحت عنوان «نقش پدیده سرودهای جمعی (ملی) در توسعه هویت ملی در استونی» به بررسی نقش سرودهای ملی در دوره‌های مختلف تاریخی پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها بیانگر اهمیت سرود ملی به عنوان ابزاری برای تقویت هویت ملی و تداوم آن در جامعه‌ای کوچک همچون استونی بود.



به طور کلی، هر یک از پژوهش‌های داخلی و خارجی با رویکردی متفاوت به بررسی هویت پرداخته و بر بخشی از ابعاد هویت‌طلبی یا قومیت‌گرایی تأکید کرده‌اند. نکته مشترک بیشتر آن‌ها بهره‌گیری از روش‌های کمی و پیمایشی بوده و تمرکز اصلی بر هویت ملی، همسانی‌های هویت محلی با ملی، تأثیرات اینترنت بر هویت‌های چندفرهنگی و برجسته‌تر شدن مرزهای قومی در بستر جهانی‌شدن و فضای مجازی قرار داشته است. وجه نوآورانه تحقیق حاضر آن است که برای نخستین بار موضوع هویت‌طلبی قومی در میان ترک‌زبانان ایران را با بهره‌گیری از ترکیب روش‌های نشانه‌شناسی و تحلیل محتوای کیفی در یکی از پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی مجازی یعنی اینستاگرام مورد واکاوی قرار می‌دهد؛ موضوعی که تاکنون در هیچ‌یک از تحقیقات پیشین به این شیوه مورد بررسی قرار نگرفته است.

۳. مبانی نظری

۳-۱. هویت

هویت را می‌توان احساس تعلق به مجموعه‌ای از عناصر مادی و معنوی دانست که پیش‌تر شکل گرفته و مبنای پاسخ فرد، قوم یا ملت به پرسش‌های مربوط به گذشته و حال آنان است. این مفهوم، مجموعه‌ای از معانی فراهم می‌آورد که مبنای «کیستی» و «چیستی» فرد را تشکیل می‌دهد (رهبری، ۱۳۸۰، ۵۶-۵۷). ریچارد جنکینز، هویت را دارای دو معنای اصلی می‌داند: نخست تشابه مطلق و دوم تمایز. او جدایی هویت به فردی و اجتماعی را نادرست می‌داند و معتقد است تمام هویت‌های انسانی، به نوعی اجتماعی هستند و معنا نتیجه توافق یا تعارض است. البته به منظور مطالعه دقیق‌تر، تفکیک انواع هویت اجتناب‌ناپذیر است (جنکینز، ۱۳۸۱، ۸).

گیدنز، بازاندیشی در باب هویت را مختص دوران مدرن می‌داند؛ زمانی که سنت و طبیعت مرجعیت خود را از دست داده و فرد در فضایی آکنده از اطلاعات مدام در حال بازتعریف خود است. به باور او، هویت در تعاملات اجتماعی ساخته شده و پیوسته



دستخوش تغییر است (گیدنز، ۱۳۷۸). از دیدگاه تاجفل، افراد برای اثبات برتری گروه خود، به مقایسه میان گروهی دست زده و ارزش گروه خویش را برجسته می‌کنند؛ فرایندی که وی آن را «مقوله‌بندی اجتماعی» می‌نامد و هویت اجتماعی را محصول درونی‌سازی چنین مقوله‌هایی می‌داند (ایمان و کیزقان، ۱۹۸۲، ۸۲).

کاستلز، هویت را فرایند معناسازی بر پایه یک یا چند ویژگی فرهنگی برتر نسبت به سایر منابع معرفی می‌کند. او تأکید دارد که هویت‌ها ساخته می‌شوند؛ اما این که چگونه، توسط چه کسانی و با چه هدفی، پرسش اساسی است. تاریخ، جغرافیا، سیاست، خاطره جمعی، زیست‌شناسی و نهادهای بازتولید فرهنگی همگی مواد خامی هستند که در چارچوب‌های زمانی و اجتماعی خاص، بازتعریف و معناسازی می‌شوند. از نظر کاستلز، سه نوع هویت وجود دارد: (۱) هویت مشروعیت‌بخش که از سوی نهادهای مسلط برای تثبیت سلطه ایجاد می‌شود؛ (۲) هویت مقاومتی، که در برابر سلطه برای ایجاد اجتماع‌های معترض ساخته می‌شود؛ و (۳) هویت برنامه‌دار که تلاشی است برای بازتعریف موقعیت و تغییر ساخت اجتماعی (کاستلز، ۱۳۸۵، ۲۴-۲۶).

۲-۳. قومیت و قوم‌گرایی

یافته‌های تاریخی نشان داده‌اند که قومیت همواره به مثابه نیرویی بالقوه در انسجام اجتماعی نقش‌آفرینی کرده و حتی انسجام آن از سایر پیوندهای اجتماعی همچون طبقه یا جنسیت نیز قوی‌تر بوده است (مالشویچ، ۱۳۹۱، ۲۱۵). هرگاه عناصر قومی مبنای مطالبات سیاسی قرار گیرند، قوم‌گرایی و سیاسی‌شدن قومیت شکل می‌گیرد که مرزهای ملت را محدود به یک گروه قومی خاص می‌سازد (ماتیل، ۱۳۸۳، ۱۴۱۱؛ احمدزاده، ۱۳۸۶، ۴۸). وبر، گروه‌های قومی را اجتماعاتی می‌داند که اعضایشان باوری ذهنی به اجداد مشترک دارند؛ باوری که ریشه در شباهت‌های فیزیکی، رسوم یا خاطرات تاریخی دارد (فکوهی، ۱۳۸۷). هارویتز نیز قومیت را بر اساس نشانه‌هایی چون زبان، رنگ یا دین متمایز می‌داند (سامبانیس^۱، ۲۰۰۱، ۲۶۱).



به این ترتیب، هویت قومی هنگامی شکل می‌گیرد که اعضای یک گروه، آگاهانه شباهت‌های درونی و تفاوت‌هایشان با دیگران را درک کنند و این آگاهی به احساس تعلق به یک گروه قومی بینجامد (برتون، ۱۳۸۰، ۲۴-۲۷؛ ایساجیو^۱، ۱۹۹۰، ۳۶). بر اساس دیدگاه توماس، هویت قومی را می‌توان در سه سطح شناختی (دانش و آگاهی)، عاطفی (احساسات) و تعهدی (آمادگی برای عمل) بررسی کرد (کریمی، ۱۳۸۸).

نظریه‌های گوناگونی برای تبیین قومیت ارائه شده است؛ از جمله اصل‌گرایی قومیت را امری ذاتی و پایدار می‌داند (جنکینز، ۱۳۸۱، ب، ۱۷۱)؛ ابزارگرایی قومیت را ابزاری سیاسی برای کسب قدرت معرفی می‌کند (برتون، ۱۳۸۰، ۲۳۶)؛ نمادگرایی بر نقش اسطوره‌ها و خاطره‌ها (اوزکریملی، ۱۳۸۳)، تمایزات عینی شامل توجه به نژاد، زبان و دین (دشتی، ۱۳۹۰) تأکید دارد؛ ساختارگرایی قومیت را محصول ساختارهای اجتماعی و تاریخی می‌داند (مقصودی، ۱۳۸۰)؛ و فرهنگ‌گرایی (قومیت بر پایه منش‌ها و باورهای فرهنگی؛ خوبروی پاک، ۱۳۸۰، ۸۵). شدت قوم‌گرایی نیز از قوم‌محوری تا قوم‌گرایی افراطی و تجزیه‌طلبی متغیر است و می‌تواند انسجام یک جامعه چندقومی را به خطر اندازد (اسمیت، ۱۳۸۳، ۱۸۹).

۳-۳. بازنمایی و رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌ها مهم‌ترین نهاد بازتولید و توزیع معنا در عصر حاضر به شمار می‌آیند و نقش عمده‌ای در شکل‌دهی تصویر ذهنی مخاطبان از واقعیت دارند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷). هال (۱۹۹۷: ۱۷) بازنمایی را فرآیند تولید معنا از طریق زبان می‌داند و آن را پلی میان زبان و فرهنگ معرفی می‌کند. او سه رویکرد اصلی برای بازنمایی برمی‌شمرد: بازتابی (انعکاس واقعیت؛ تعمدی (بیان مقصود گوینده)؛ و برساخت‌گرایی (ساخت معنا از طریق زبان). هال با تأکید بر رویکرد برساختی، معتقد است که معنا خارج از گفتمان وجود ندارد (کاستلز، ۱۳۸۵؛ هال، ۲۰۰۳).

رسانه‌های اجتماعی نیز به‌عنوان بستر نوین بازنمایی، در قالب وبلاگ‌ها، شبکه‌های

اجتماعی، جوامع مجازی و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری معرفی شده‌اند (کاپلان و هانلین^۱، ۲۰۱۰؛ فوتیس^۲، ۲۰۱۰). در میان آن‌ها، اینستاگرام به دلیل قابلیت اشتراک‌گذاری تصویر و ویدیو، محبوبیت ویژه‌ای یافته است و طبق آمار، ایران با حدود ۲۴ میلیون کاربر در سال ۲۰۱۹ در رتبه هشتم جهانی استفاده قرار داشته است (وبسایت اقتصادنیوز، ۱۳۹۷؛ باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۸؛ استیستا^۳، ۲۰۱۹).

۴. روش

در این تحقیق از روش‌های نشانه‌شناسی و تحلیل محتوای کیفی با رویکرد هدایت‌شده استفاده شده است. در تحلیل محتوای هدایت‌شده (جهت‌دار)، محقق زمانی از این روش بهره می‌برد که نظریه‌ها یا مطالعات پیشین درباره یک پدیده کافی نباشند یا به توصیف و تکمیل بیشتری نیاز داشته باشند. در چنین شرایطی، پژوهشگر با اتکا بر مبانی نظری موجود، تحلیل محتوا را به شیوه‌ای قیاسی پیش می‌برد. تمایز اصلی این رویکرد با سایر روش‌ها در نقش محوری نظریه است؛ به بیان دیگر، هدف از این نوع تحلیل، اغلب گسترش یا اعتباربخشی به یک چارچوب مفهومی یا نظریه‌ای مشخص است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ۲۴).

شاخص‌های به‌کاررفته در تحلیل محتوای کیفی پژوهش حاضر بر پایه مفاهیم نظریه‌های هویت (کاستلز)، قوم‌گرایی و پیوندهای قومی (با تأکید بر دیدگاه‌های اسمیت در زمینه شدت قوم‌گرایی) طراحی شده‌اند. از سوی دیگر، در روش نشانه‌شناسی که تمرکز بر سطح خرد و زبانی دارد، معمولاً انتخاب تعداد محدودی از نمونه‌ها کفایت می‌کند، چرا که هر نمونه نیازمند تحلیل عمیق و زمان‌بر است (چاواد، ۱۳۸۱، ۲۶۴). بر همین اساس، در این پژوهش تنها سه نمونه تصویری مرتبط با موضوع انتخاب و بررسی شده‌اند.



1. Kaplan & Haenlein
2. Fotis
3. Statista



نمونه‌گیری در مطالعات کیفی غالباً به صورت غیرتصادفی و هدفمند صورت می‌گیرد. در نمونه‌گیری هدفمند (یا قضاوتی)، انتخاب نمونه‌ها براساس داوری و آگاهی پیشین پژوهشگر از جامعه آماری انجام می‌شود و ملاک اصلی، تناسب نمونه‌ها با اهداف تحقیق است. این نوع نمونه‌گیری باعث می‌شود تحلیل کیفی بر مبنای تفسیر عمیق پژوهشگر از متون رسانه‌ای پیش رود. به همین دلیل دامنه نمونه‌ها محدود اما غنی و قابل تحلیل انتخاب می‌شود.

در تحقیق حاضر، گزینش نمونه‌ها معطوف به مضامینی بوده است که به طور مستقیم به مسئله مورد نظر (هویت طلبی قومی) پرداخته‌اند. بنابراین، صفحاتی از اینستاگرام مورد تحلیل قرار گرفتند که تعداد بالایی دنبال‌کننده داشته و در آن‌ها مضامین و تصاویر قومی شاخص و منحصر به فرد بازتاب یافته است. به عبارت دیگر، انتخاب پروفایل‌های نهایی به صورت محقق‌محور و در راستای نظریه پژوهش انجام شده است. در این چارچوب، واحد مشاهده، مجموعه تصاویر مرتبط با هویت طلبی قومی و واحد تحلیل، عناصر بصری موجود در این تصاویر بوده است.

تحلیل به این صورت پیش رفته که نخست هم‌نشینی و جانشینی، دلالت‌های صریح و ضمنی و عناصر سه‌گانه نشانه‌شناسی پیرس در تصاویر منتخب بررسی شده است. سپس، تحلیل محتوای کیفی با رویکرد هدایت‌شده انجام گرفته و شاخص‌هایی همچون تکنیک‌های اقناع، جاذبه‌های ارتباطی، سه‌گونه هویت کاستلز، ابعاد قوم‌گرایی و شدت آن و همچنین پیوندهای قومی مورد واکاوی قرار گرفته‌اند.

به طور کلی، جاذبه‌های موجود در پیام‌ها را می‌توان در دو دسته اصلی جای داد: جاذبه‌های احساسی و جاذبه‌های منطقی. زمانی که مخاطب در معرض پیامی قرار می‌گیرد که احساس یا تجربه‌ای نو را فعال می‌سازد، واکنش عاطفی او می‌تواند به تداعی‌های ذهنی، برانگیختن نوستالژی، حس‌های مثبت یا حتی انزجار منجر شود. همین واکنش‌های عاطفی، مسیر اقناع و اثرگذاری پیام را هموار می‌سازند (گریگالینیت و پیلینیت، ۲۰۱۶).

در نهایت، تعیین حجم نمونه‌ها بر مبنای اشباع نظری صورت گرفته است. اشباع نظری هنگامی رخ می‌دهد که داده‌های جدیدی برای توسعه یا تکمیل مقوله‌های نظری به دست نمی‌آید و نمونه‌های تازه یافته‌شده، مشابه نمونه‌های قبلی هستند. پس از آن، پژوهشگر با تکیه بر واحد تحلیل و واحد زمینه مشخص شده، متن را تا پایان دنبال کرده و تحلیل خود را بر همان اساس تدوین می‌نماید.

۵. یافته‌ها

۱-۵. پروفایل اینستاگرامی (سحر، تورک قیزی)

در این صفحه اینستاگرامی، مجموعه‌ای از آیت‌ها، پیام‌ها و نمادهای مرتبط با هویت طلبی قومی مشاهده می‌شود. مشخصات عمومی پروفایل به شرح زیر است:



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

جدول ۱. مشخصات عمومی پروفایل (سحر، تورک قیزی)

دنبال کنندگان	دنبال شوندگان	متن پروفایل	تعداد کل پست
۲۱۹۰	۴۱۱	تنها بودن بهتر از قرار گرفتن در دل و سینه نامناسب است	۱۱

۸۴

دوره ۱۸، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۴
پیاپی ۷۲



تصویر ۱. نمونه‌ای از پست اینستاگرامی سحر، تورک قیزی

تحلیل همنشینی

تصویر انتخاب شده در این پروفایل، به شکلی آشکار وحدت و همبستگی ترکان جهان را بازنمایی می‌کند. مهم‌ترین عناصر نشانه‌ای موجود در عکس، پرچم ترکیه و نماد بوزقورد هستند؛ دو نشانه‌ای که به‌طور مستقیم با ایدئولوژی پان‌ترکیسم پیوند دارند.

پرچم جمهوری ترکیه از ماه و ستاره سفید بر زمینه‌ای سرخ‌رنگ تشکیل شده است. سرخی پرچم نماد پیشرفت جمهوری ترکیه و سفیدی ماه و ستاره بیانگر پاکی مردم آن کشور دانسته می‌شود. در دوره عثمانی، ستاره هشت پر رایج بود که پس از فروپاشی امپراتوری، جای خود را به ستاره پنج‌پر داد. برخی پژوهشگران بر این باورند که ماه موجود در پرچم، برگرفته از نمادهای کهن ایران ساسانی است که در تاج پادشاهان نمود داشته است. همچنین باید توجه داشت که این نمادها پیش از اسلام نیز در آناتولی و سیبری استفاده می‌شده و با پرستش خدایان آسمانی، خورشید و ماه پیوند داشته‌اند.

در بخش دیگری از تصویر، دست یک زن دیده می‌شود که با حالت انگشتان خود نماد گرگ را تداعی می‌کند. انتخاب جنسیت زنانه و زاویه عکس، علاوه بر بار نمادین، نوعی استفاده از جاذبه جنسی نیز دارد. همچنین چند زن با سربند قرمز (رنگ پرچم ترکیه) حضور دارند که پرچم جمهوری آذربایجان نیز بر گونه‌هایشان نقش بسته است. این ترکیب نشانه‌ای، پیام همبستگی میان ترکان ایران، ترکیه و آذربایجان را بازتاب می‌دهد.

در سطح فرهنگی، تضادی میان پوشش زنان در این تصویر و ارزش‌های رسمی ایران (به‌ویژه در زمینه حجاب) دیده می‌شود. در حالی که حجاب در ایران جنبه اجباری دارد، زنان حاضر در عکس خود را با فرهنگ ترکیه و آذربایجان هم‌سو نشان داده‌اند. این امر نوعی مخالفت ضمنی با ارزش‌های حجاب ایرانی را القا می‌کند.

خوانش ثانویه تصویر نیز بر وجود تقابل معنایی میان نشانه‌ها تأکید دارد؛ از یک سو ماه و ستاره پرچم ترکیه بر مسلمان بودن افراد دلالت دارد، اما نوع پوشش آنان یادآور زنان غربی است. همچنین وجود انگشتی با نگین سرخ (هماهنگ با رنگ پرچم) و رکاب دارای نقوش



اسلامی، بار دیگر بر دوگانگی میان سنت اسلامی و گرایش های مدرن تأکید می کند. به طور کلی، استفاده مکرر از جاذبه جنسی یکی از ویژگی های بارز تصاویر این پروفایل است.

تحلیل جانشینی

در این تصویر دو دال مرکزی برجسته وجود دارد:

۱. پرچم ترکیه: به عنوان نماد کشوری که به عنوان «مادرخوانده پان ترک ها» شناخته شده و نقش پرچمدار همبستگی ترکان جهان را برعهده دارد.

۲. نماد بوزقورد: دست زنی که حالت انگشتان او، سر گرگ را تداعی می کند. این نشانه یکی از شناخته شده ترین سمبل های پان ترکیسم است و بار ایدئولوژیک قوی دارد.

جدول ۲. تحلیل نشانه شناختی پروفایل «سحر، تورک قیزی»

مؤلفه تحلیلی	عناصر تصویری و نوشتاری
بازنمایی مستقیم (نشانه آشکار)	نمایش پرچم ترکیه به عنوان نماد همبستگی ترک ها - دست زن با فرم انگشتان شبیه سر گرگ
برداشت ضمنی (معنای پنهان)	ارجاع به هویت پان ترکیسم و هم پیوندی قومی
زمینه یا بستری که نشانه در آن قرار گرفته	استفاده از هشتک ها و مکان ها: #ترک قیزی #ترک اوغلان #استانبول #ترکمن صحرا #آذربایجان #اردبیل
میزان بازدید	۹۸۲
میزان تعامل (لایک/کامنت)	۲۳
کانون های دلالت (دال های کلیدی)	پرچم ترکیه؛ پرچم آذربایجان بر صورت؛ فرم دست به شکل بوزقورد
تفسیر بر پایه مدل پیرس	پرچم (نشانه نمادین)؛ دست (نشانه شمایی)
جمع بندی معنایی	پوشاندن تن با پرچم و نمایش علامت گرگ بازنمایی آشکار از هویت طلبی پان ترکیسم است

تحلیل محتوای کیفی

در این تصویر، ادمین صفحه تلاش کرده است با بهره گیری از تکنیک های عملیات روانی همچون برجسته سازی، تحریک عاطفی و مردم انگیزی، و همچنین با استفاده از جاذبه های جنسی، احساسی و نوستالژیک، اندیشه هویت طلبی پان ترکی را پررنگ سازد و به شکلی القایی بر مخاطبان تحمیل کند.

در چارچوب تحلیل، پان ترکیسم به عنوان طبقه اصلی تحلیل در نظر گرفته شده



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۸۶

دوره ۱۸، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۴
پایه ۷۲

است. در زیر مجموعه‌های تحلیلی، عناصری چون انگشتان زن در قالب نماد بوزقورد، نقش بستن پرچم جمهوری آذربایجان بر صورت زنان و نیز حضور پرچم ترکیه جای می‌گیرند. این نشانه‌ها در کنار یکدیگر، به صورت هم‌زمان پیام همبستگی فراسرزمینی ترکان و تاکید بر هویت قومی را بازتاب می‌دهند.

جدول شماره ۳. تحلیل محتوای کیفی پروفایل اینستاگرامی «سحر، تورک قیزی»

دسته‌بندی	گونه/رویکرد	توضیح یا شاخص	سطح/شدت بروز
شیوه‌های اثرگذاری روانی	مردم‌انگیزی	تحریک احساسات جمعی از طریق همبستگی ترک‌ها	متوسط
	فریب و اقناع توده‌ای	القای پیوند ناگسستی میان ترک‌های ایران، ترکیه و آذربایجان	متوسط
	تحریک	برانگیختن هیجان قومی از طریق پرچم‌ها و نمادهای تاریخی	شدید
	برجسته‌سازی	تمرکز بر نماد بوزقورد و پرچم ترکیه به عنوان محور هویت	شدید
انواع جاذبه‌های اقناعی	عاطفی	تأکید بر همبستگی و اتحاد ترک‌زبانان	متوسط
	نوستالژیک	استفاده از نمادهای سنتی و اسطوره‌ای	متوسط
	جنسی	نمایش زنان با نمادهای قومی و استفاده از جاذبه جنسیتی	شدید
ابعاد هویت (کاستلر)	هویت مقاومتی	بازنمایی هویتی در تقابل با ساختار مسلط و قوانین حجاب در ایران	شدید
رهیافت‌های قوم‌گرایی	اصل‌گرایی	تأکید بر پیوندهای ذاتی و تاریخی ترک‌ها	متوسط
	ابزارگرایی	استفاده از پرچم‌ها و نمادها در راستای اهداف سیاسی پان‌ترکیسم	شدید
	فرهنگ‌گرایی	تأکید بر آداب و سنت ترک‌ها در برابر فرهنگ مسلط	متوسط
مؤلفه‌های انسجام قومی	نیاکان مشترک	ارجاع به اسطوره‌ها و نمادهای تاریخی ترک‌ها	متوسط
	زبان مشترک	برجسته‌سازی زبان ترکی به عنوان عنصر هویتی	ضعیف
	ارزش‌ها و سنت‌های مشترک	بازنمایی فرهنگ مشترک ترک‌ها در نمادها	متوسط
	احساس تعلق	القای وحدت ترک‌های ایران، ترکیه و آذربایجان	شدید
	ناسیونالیسم قومی	تلاش برای تقویت هویت فراملی ترک‌ها	شدید
سطوح قوم‌گرایی (اسمیت)	تجزیه‌طلبی	گرایش ضمنی به فاصله گرفتن از هویت ملی ایران	متوسط



۲-۵. پروفایل اینستاگرامی (عادل پریخانی)

این پروفایل نمونه‌ای روشن از بازنمایی هویت طلبی قومی ترکان است. در محتوای منتشرشده، نمادهایی از سرزمین و زبان مادری، تصاویر مرتبط با اسطوره‌های تاریخی ترک‌ها همچون بابک خرم‌دین، و همچنین نشانه‌هایی از آداب و رسوم، موسیقی و سنت‌های فرهنگی ترکی به چشم می‌خورد. چنین عناصری نه تنها ابعاد فرهنگی و تاریخی قومیت ترک را برجسته می‌سازند، بلکه به شکلی نمادین پیوند نسل امروز با ریشه‌های قومی را تقویت می‌کنند. مشخصات عمومی پروفایل در جدول شماره ۴ آمده است:

جدول شماره ۴. مشخصات عمومی پروفایل عادل پریخانی

دنبال‌کنندگان	دنبال‌شوندگان	متن پروفایل	تعداد کل پست
۸۳۰۹	۷۴۹۸	عشق آتا بابک، چوخ چوخ سنه فخر البرم کی بیزیم آذرلرین سنکیمین بویوک و آدلی شرفلی وجدانلی غیرتلی سرداریمیز وار	۱۲۳



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۸۸

دوره ۱۸، شماره ۴

زمستان ۱۴۰۴

پیاپی ۷۲



تصویر ۲. نمونه‌ای از پست اینستاگرامی عادل پریخانی

تحلیل همنشینی

کلیت تصویر انتخابی، بازنمایی آشکاری از هویت قومی ترکان ایران و نوعی قومیت‌گرایی ترکی است. عنصر محوری عکس، تصویر بابک خرم‌دین است که با نورپردازی ویژه‌ای همراه شده و فضایی سرشار از قداست، معنویت و تقدس ایجاد کرده



است. استفاده از طیف قهوه‌ای حس قدمت تاریخی را القا می‌کند و چهره و ریش بابک، در ناخودآگاه مخاطب تداعی گر سیمای یاران امام حسین (ع) و قهرمانان کربلاست؛ که این امر، بار معنایی پاکی، معصومیت، ایثار و مبارزه در راه آرمان‌های متعالی را تقویت می‌کند. در این بازنمایی تصویری، رنگ‌ها نیز نقش برجسته‌ای دارند:

- آبی به‌عنوان نماد ترک‌ها؛
- قرمز به‌عنوان نشانه خون و شهادت؛
- سبز به معنای معنویت و باورهای دینی؛
- سفید به‌عنوان نماد پاکی و صلح

ترکیب این رنگ‌ها در کنار تصویر کوه‌های پس‌زمینه، به‌گونه‌ای پیام مقاومت، استواری و پیوند با سرزمین آذربایجان کوهستانی را به مخاطب القا می‌کند.

بابک خرم‌دین در این تصویر با لقب «سردار آذربایجان» یاد شده است. این تعبیر نشان می‌دهد که قهرمانی او نه در سطح ملی (مانند ستارخان)، بلکه به شکلی منطقه‌ای و در چارچوب قومیت ترکی بازنمایی می‌شود. چنین خوانشی، او را به عنوان قهرمانی قوم‌محور و نه ملی تثبیت می‌کند. بازنمایی بابک در این تصویر، او را به قهرمانی اسطوره‌ای نزدیک می‌سازد؛ قهرمانی که مشابه شخصیت‌هایی چون کیخسرو، سیاوش، جمشید یا گیلگمش، حامل ارزش‌های فراتاریخی و معنوی است. فرهنگ برخاسته از شهادت، ایثار و فداکاری در این تصویر حضوری پررنگ دارد؛ فرهنگی که مرگ را نه پایان، بلکه انتخابی آگاهانه برای حیات جاویدان می‌داند. در بخش نشانه‌های نوشتاری نیز، از مرگ بابک توسط معتصم عباسی با تعبیر «شهادت» یاد شده است. این انتخاب واژه‌ای، او را نه صرفاً گذشته‌شده‌ای تاریخی، بلکه شهیدی حق‌طلب و عدالت‌خواه معرفی می‌کند که در راه عقیده و ایمان جان باخته است.

تحلیل جانشینی

در این تصویر، چند دال مرکزی قابل شناسایی است:

۱. تصویر بابک خرم‌دین: مردی جنگجو با چهره‌ای معصومانه و ریش بلند که یادآور ایثار و مقاومت است.

۲. متن تصویری (عکس‌نوشته): گرامیداشت سالروز شهادت بابک که به بازتولید یاد و خاطره او و تقویت هویت قومی می‌انجامد.
۳. کوه‌های پس‌زمینه: نمادی از صلابت و ایستادگی که این ویژگی‌ها را به شخصیت بابک منتقل می‌کند.
۴. لباس جنگی فاخر: نشانه‌ای از جایگاه رفیع، قدرت و رهبری بابک به‌عنوان سردار قوم ترک.

جدول ۵. تحلیل نشانه‌شناسی پروفایل «عادل پریخانی»

مؤلفه تحلیلی	عناصر تصویری و نوشتاری
بازنمایی مستقیم (نشانه آشکار)	تصویر بابک خرم‌دین در قامت جنگجو؛ متن تصویری گرامیداشت شهادت او
برداشت ضمنی (معنای پنهان)	تبدیل بابک به قهرمانی اسطوره‌ای و نماد مقاومت ترک‌ها
زمینه یا بستری که نشانه در آن قرار گرفته	شعار «سردار من» و تأکید بر یادبود تاریخی
میزان بازدید	۵۹۸
میزان تعامل (لایک/کامنت)	۵۸۹
کانون‌های دلالت (دال‌های کلیدی)	پیکره جنگجو؛ متن نوشته شده؛ کوه‌های پس‌زمینه؛ لباس جنگی فاخر
تفسیر بر پایه مدل پیرس	تصویر مرد؛ شمایل؛ متن؛ نمادین؛ کوه‌ها؛ شمایل؛ لباس؛ شمایل
جمع‌بندی معنایی	تلاش برای قهرمان‌سازی و زنده نگه داشتن یاد بابک به‌عنوان سردار آذربایجان



تحلیل محتوای کیفی

ادمین صفحه با انتخاب زاویه دید نزدیک و نمایش بابک خرم‌دین در هیئتی با لباس‌های فاخر جنگی، قامتی سبتر و برافراشته، تلاش دارد پیام قدرت، صلابت و توانمندی قوم ترک را برجسته سازد. این بازنمایی نوعی بهره‌گیری از تکنیک تشجیع و انگیزش روانی است که هدف آن تقویت روحیه مخاطبان هم‌قوم و در مقابل، تضعیف ذهنی رقیب یا «دیگری» است. نکته مهم دیگر، انتساب بابک به عنوان «سردار آذربایجان» است. این تعبیر به جای معرفی او به‌عنوان یک سردار ملی، او را به سطحی منطقه‌ای فروکاسته و در چارچوب قوم‌گرایی ترکی معنا می‌کند. چنین خوانشی، مطابق با نظریه‌های ناسیونالیسم قومی و جدایی‌طلبی، در پی تأکید بر تمایزات هویتی و مرزبندی با هویت ملی کلان ایران است. در

این چارچوب، مدیر صفحه با ارجاع به نیاکان اسطوره‌ای مشترک و القای نوعی حس تعلق به یک گروه واحد، تلاش دارد انسجام قومی را بازتولید کند. پیام‌های تصویری و نوشتاری عکس، هویتی مقاومتی را بازنمایی می‌کنند که به کمک جاذبه‌های احساسی و نوستالژیک، جذابیت و اثرگذاری بیشتری بر مخاطبان پیدا می‌کند. به طور کلی، در کنار عناصر آشکار (مانند نمادهای بصری و متون مکتوب)، لایه‌های ضمنی این بازنمایی بر پایه نظریات قوم‌گرایی قابل تحلیل است؛ جایی که قهرمان تاریخی (بابک خرم‌دین) به مثابه نماد مقاومت و استقلال قومی معرفی می‌شود، نه به عنوان قهرمانی ملی با هویتی فراگیر.

جدول ۶. تحلیل محتوای کیفی پروفایل اینستاگرامی «عادل پریخانی»

دسته‌بندی	گونه/رویکرد	توضیح یا شاخص	سطح/شدت بروز
شیوه‌های اثرگذاری روانی	مردم‌انگیزی	تأکید بر بابک خرم‌دین به عنوان قهرمان قومی	شدید
	فريب و اقناع توده‌ای	بازنمایی بابک تنها به عنوان «سردار آذربایجان» نه یک قهرمان ملی	شدید
	تحریک	برانگیختن احساسات با روایت شهادت و مقاومت بابک	شدید
	برجسته‌سازی	تمرکز بر نمادها و اسطوره‌های تاریخی ترک‌ها	شدید
انواع جاذبه‌های اقناعی	عاطفی	ایجاد حس تعلق و همبستگی با قهرمانان ترک	شدید
	نوستالژیک	بازگشت به خاطره بابک و تاریخ مقاومت ترک‌ها	شدید
	جنسی	استفاده نشده	—
ابعاد هویت (کاستلر)	هویت مقاومتی	تأکید بر ایستادگی در برابر سلطه عباسیان و استعاره از مقاومت امروز	شدید
رهیافت‌های قوم‌گرایی	اصل‌گرایی	ارجاع به قهرمانان تاریخی و ریشه‌های اسطوره‌ای ترک‌ها	شدید
	ابزارگرایی	بهره‌گیری سیاسی از شخصیت بابک در راستای تقویت پان‌ترکیسم	متوسط
	فرهنگ‌گرایی	تأکید بر موسیقی، زبان و سنن ترکی	متوسط
مؤلفه‌های انسجام قومی	نیاکان مشترک	برجسته‌سازی بابک و اسطوره‌های ترک به عنوان نیاکان مشترک	شدید
	زبان مشترک	تأکید بر زبان ترکی در اشعار و متون	متوسط
	ارزش‌ها و سنت‌های مشترک	گرامیداشت تاریخ و آیین‌های ترک‌ها	شدید
	احساس تعلق	تقویت حس اتحاد قومی ترک‌ها	شدید
سطوح قوم‌گرایی (اسمیت)	ناسیونالیسم قومی	بازنمایی بابک به عنوان نماد ملی ترک‌ها	شدید
	تجزیه‌طلبی	تأکید بر هویت آذربایجانی در برابر هویت ایرانی	متوسط



۳-۵. پروفایل اینستاگرام (آذربایجان - تورکو)

این پروفایل با محوریت هویت قومی ترک‌های آذربایجان شکل گرفته و در آن، موضوعاتی چون سرزمین مادری، زبان ترکی و ضرورت آموزش به زبان مادری پررنگ بازنمایی شده است. محتوای منتشرشده بر این باور استوار است که محرومیت از آموزش زبان ترکی و همچنین تفکیک جنسیتی در جامعه، نشانه‌ای از ظلم و بی‌عدالتی حاکمیت نسبت به این گروه قومی تلقی می‌شود. مشخصات عمومی پروفایل در جدول شماره (۷) آمده است:

جدول ۷. مشخصات عمومی پروفایل (آذربایجان - تورکو)

دنبال‌کنندگان	دنبال‌شوندگان	متن پروفایل	تعداد کل پست
۶۵۷۱	۳۶۷۲	آنا دیلینده مدرسه اولمالیدی هر کسه آق قلم بو طولمه اعتراض نشانه سی دیر	۱۵۲



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۹۲

دوره ۱۸، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۴
پیاپی ۷۲



تصویر ۳. نمونه‌ای از پست اینستاگرامی آذربایجان-تورکو

تحلیل همنشینی

فضای کلی تصویر بر سه محور اصلی دلالت دارد: تبلیغ تیم فوتبال تراکتورسازی تبریز، بازنمایی هویت طلبی ترکان و انتقاد از تبعیض جنسیتی. این بازنمایی از طریق کنار هم قرار گرفتن چندین نشانه و دال صورت گرفته است که در مجموع تصویری از بی‌عدالتی اجتماعی و گرایش‌های قوم‌گرایانه را به نمایش می‌گذارد.

• پرچم سرخ‌رنگ: می‌تواند چند لایه معنایی داشته باشد؛ از یک سو نماد تیم تراکتورسازی و یا پرچم ترکیه است، و از سوی دیگر می‌تواند نشانه‌ای از عدالت‌خواهی و مبارزه برای دستیابی به حقوق برابر زنان و مردان تلقی گردد.

• نشانه نوشتاری «قوردلار دره‌سی دولسون» به معنای «دره گرگ‌ها پر از گرگ شود»: این عبارت که به رنگ سفید و هماهنگ با تصویر برف و زیستگاه گرگ خاکستری درج شده، بازتاب‌دهنده هویت طلبی ترکان جهان است. در خوانش ثانویه، این جمله دعوتی به پر کردن استادیوم توسط هواداران تراکتورسازی است؛ هوادارانی که به «گرگ» تشبیه شده‌اند و به‌عنوان نیرویی رهایی‌بخش و نشانه‌ای از خیزش ترک‌ها معرفی می‌شوند.

• نشانه نوشتاری «قارداش منی قویمولار، سن غیرت اله بیرده» به معنای «برادر، مرا راه نمی‌دهند؛ تو غیرت را ثابت کن»: دلالت بر تبعیض جنسیتی در ایران و ممانعت از ورود زنان به استادیوم‌ها دارد.

• زن پرچم به دست با حجاب: از یک سو تبعیت از قوانین و عرف حاکم بر جمهوری اسلامی را نشان می‌دهد و از سوی دیگر خواستار برابری حقوقی زنان و مردان در چارچوب قوانین موجود است. این وضعیت باعث می‌شود که وجه ساختارشکنانه پیام (عدم رعایت حجاب) تعدیل گردد و بار انتقادی آن بیشتر به سمت تبعیض جنسیتی متمرکز شود.

تحلیل جانشینی

در این تصویر چهار دال مرکزی برجسته‌اند:

۱. پرچم سرخ‌رنگ: نمادی چندمعنایی که هم به پرچم ترکیه و هم به ارزش‌های عدالت‌خواهانه دلالت دارد.



۲. نشانه نوشتاری بالایی «برادر، مرا راه نمی دهند...»: نشانگر درخواست کمک از مردان برای رفع تبعیض و بی عدالتی جنسیتی.
۳. نشانه نوشتاری پایینی «دره گرگ ها پر از گرگ شود»: تأکید بر هویت طلبی ترکان و بسیج جمعی هواداران تیم در قامت نماد «گرگ».
۴. لوگوی تیم تراکتورسازی تبریز: نمادی که طی سال های اخیر فراتر از یک نشان ورزشی عمل کرده و در بسیاری از گفتمان ها به نشانه ای از پان ترکسیم تبدیل شده است.

جدول ۸. تحلیل نشانه شناسی پروفایل «آذربایجان-تورکو»

مؤلفه تحلیلی	عناصر تصویری و نوشتاری
بازنمایی مستقیم (نشانه آشکار)	پیام تصویری درباره رفع تبعیض جنسیتی و برابری زنان و مردان؛ حضور زن با پرچم عدالت خواهی
برداشت ضمنی (معنای پنهان)	تأکید بر بی عدالتی اجتماعی و استفاده از ورزش و هواداری به عنوان ابزار مقاومت قومی
زمینه یا بستری که نشانه در آن قرار گرفته	تصویر نوشته و نمادهای مرتبط با تیم تراکتورسازی
میزان بازدید	۳۱۲
میزان تعامل (لایک/کامنت)	۲۳۴
کانون های دلالت (دال های کلیدی)	متن های تصویری؛ چهره زن حامل پرچم؛ لوگو/لیبل تراکتورسازی
تفسیر بر پایه مدل پیرس	متن ها: نمادین؛ تصویر زن: شمایل؛ پرچم: نمادین؛ لیبل تیم: نمادین
جمع بندی معنایی	نقد نابرابری جنسیتی در ایران و طرح موضوع عدالت خواهی در بستری ورزشی



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۹۴

دوره ۱۸، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۴
پایه ۷۲

تحلیل محتوای کیفی

- بر پایه نظریات مختلف قوم گرایی، مدیر این صفحه اینستاگرامی در بازنمایی محتوای خود از چند رویکرد نظری بهره گرفته است:
- اصل گرایی: تأکید بر عناصر طبیعی و ذاتی هویت قومی همچون پیوندهای خونی و میراث اجدادی.
 - ابزارگرایی: استفاده ابزاری از قومیت برای بسیج اجتماعی و تأمین اهداف سیاسی یا فرهنگی.
 - ساختارگرایی: برجسته سازی قومیت به عنوان یک ساخت اجتماعی و تاریخی که در بستر شرایط معاصر بازتولید می شود.

• رویکرد مبتنی بر تمایزات عینی: همچون نشانه‌های آشکار شامل نژاد، زبان و پوشش.

در این تصویر، شاخص‌های متعددی از پیوند قومی قابل شناسایی‌اند، از جمله:

• نیاکان مشترک (واقعی یا اسطوره‌ای)، سرزمین مشترک به‌عنوان بستر هویت تاریخی، زبان مشترک به‌عنوان محور انسجام، احساس تعلق به یک گروه واحد و هویت تاریخی مشترک که نسل امروز را با گذشته پیوند می‌دهد

مطابق با دیدگاه آنتونی اسمیت، درجه و شدت قوم‌گرایی را می‌توان در سه سطح بررسی کرد: قوم‌محوری، قوم‌گرایی و ناسیونالیسم قومی. بدین ترتیب، محتوای این پروفایل نشان می‌دهد که بازنمایی‌ها در سطحی فراتر از قوم‌محوری صرف حرکت کرده و به سمت نوعی ناسیونالیسم قومی با تأکید بر هویت تاریخی و سیاسی ترک‌ها گرایش دارد. سایر شاخص‌ها و عناصر مرتبط با قوم‌گرایی در جدول تکمیلی صفحه بعد ارائه خواهند شد.

جدول ۹. تحلیل محتوای کیفی پروفایل اینستاگرامی «آذربایجان-تورکو»

دسته‌بندی	گونه/رویکرد	توضیح یا شاخص	سطح/شدت بروز
شیوه‌های اثرگذاری روانی	مردم‌انگیزی	دعوت به حمایت گسترده از تیم تراکتورسازی	شدید
	فریب و اقناع توده‌ای	ارائه وضعیت تبعیض به‌عنوان ظلم سیستماتیک علیه ترک‌ها	متوسط
	تحریک	برانگیختن هیجان هواداری و احساس بی‌عدالتی جنسیتی	شدید
	برجسته‌سازی	تمرکز بر پرچم سرخ و نماد تراکتورسازی به‌عنوان سمبل هویت قومی	شدید
انواع جاذبه‌های اقناعی	عاطفی	تأکید بر همبستگی هواداران و اتحاد ترک‌ها	شدید
	نوستالژیک	بهره‌گیری از شعارهای تاریخی و ادبیات قومی	متوسط
	جنسی	اشاره به منع ورود زنان به ورزشگاه و برجسته‌سازی تبعیض جنسیتی	متوسط
ابعاد هویت (کاستلر)	هویت مقاومتی	بازنمایی مقاومت ترک‌ها در برابر تبعیض و محدودیت‌های فرهنگی-اجتماعی	شدید



دسته‌بندی	گونه/ رویکرد	توضیح یا شاخص	سطح/ شدت بروز
رهیافت‌های قوم‌گرایی	اصل‌گرایی	پیوند دادن تیم و زبان ترکی با هویت ذاتی قوم	متوسط
	ابزارگرایی	استفاده سیاسی از تراکتورسازی و شعارها برای تقویت پان‌ترکیسم	شدید
	فرهنگ‌گرایی	تأکید بر زبان ترکی و سنت‌های بومی در قالب شعر و شعار	شدید
مؤلفه‌های انسجام قومی	نیاکان مشترک	ارجاع محدود، بیشتر تمرکز بر هویت معاصر	ضعیف
	زبان مشترک	تأکید پررنگ بر آموزش و تحصیل به زبان ترکی	شدید
	ارزش‌ها و سنت‌های مشترک	اتحاد قومی از طریق تیم فوتبال و نمادهای فرهنگی	شدید
	احساس تعلق	دعوت به همبستگی قومی در قالب هواداری و مقاومت	شدید
سطوح قوم‌گرایی (اسمیت)	ناسیونالیسم قومی	استفاده از تیم و زبان ترکی به عنوان نماد ملی‌گرایی قومی	شدید
	تجزیه‌طلبی	تأکید بر جدایی هویت ترک از هویت ملی ایران	متوسط



۶. نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف تحلیل نحوه بازنمایی هویت‌طلبی قومی در صفحات اینستاگرامی و با تکیه بر الگوهای نشانه‌شناسی بارت و پیرس و همچنین چارچوب نظری نشانه‌شناسی گفتمانی انجام شد. بر اساس یافته‌ها، شبکه اجتماعی اینستاگرام به دلیل ظرفیت‌های گسترده خود در تولید و انتشار محتوا (عکس، فیلم و صوت)، بستری مؤثر برای تبلیغ ایدئولوژی‌ها و بازتولید گفتمان‌های قومی محسوب می‌شود.

با بازبینی بیش از پنجاه پروفایل و نمونه‌گیری هدفمند، سه پروفایل با بیش از دو هزار دنبال‌کننده انتخاب و ده‌ها تصویر آن‌ها بررسی شد. در نهایت، برای هر پروفایل یک تصویر (جز در یک مورد که تنها یک عکس واجد شرایط بود) متناسب با مبانی نظری تحقیق گزینش و تحلیل گردید. در ادامه، مهم‌ترین پرسش‌ها و نتایج تحقیق ارائه می‌شوند:

۱-۶. نمادهای قوم‌گرایی مورد استفاده و معانی آن‌ها

تصاویر بررسی‌شده مکرراً از نمادها و سمبل‌های قوم‌گرایی ترک‌آذری بهره برده‌اند. این نمادها بر لزوم اتحاد ترک‌زبانان جهان و تشکیل کشوری مستقل به رهبری ترکیه دلالت دارند. پان‌ترکیسم در این چارچوب، تلاش می‌کند همه ترک‌زبانان مناطق مختلف

(ترکیه، جمهوری آذربایجان، آسیای مرکزی، قفقاز، کریمه، ترکمنستان، سیبری، ایران، افغانستان و ...) را ذیل یک هویت سیاسی - فرهنگی مشترک گرد آورد.

در این تصاویر، عناصر هویتی مقاومتی، همان‌گونه که کاستلز توضیح می‌دهد، حضوری پررنگ دارند. دال‌های مهم از منظر سوسور و نشانه‌های شمایی و نمادین از نگاه پیرس مورد استفاده بوده‌اند: گِردِ خاکستری و بوزقورد، پرچم‌های ترکیه و آذربایجان، بابک خرم‌دین، اغوزخان، تومروس و حتی نمادهای ورزشی چون تیم تراکتورسازی تبریز. برجسته‌سازی اسطوره‌ها به‌ویژه در مورد شخصیت‌هایی مانند بابک خرم‌دین یا اغوزخان، نشان‌دهنده گرایش شدید به اسطوره‌سازی قومی است.

۲-۶. شگردها و جاذبه‌های اقناعی

یافته‌ها نشان دادند که برای جلب توجه مخاطبان، از انواع جاذبه‌ها استفاده شده است:

- جاذبه جنسی (مانند نمایش زنان بدون حجاب کامل)
- جاذبه نوستالژیک (نمادهایی چون بوزقورد، ماه و ستاره)
- جاذبه احساسی (پرچم آذربایجان یا دست زن به‌عنوان نماد زایش و زندگی)
- استفاده از شعر در ستایش زبان مادری و سرزمین آذربایجان، و نیز برجسته‌سازی حس وطن‌پرستی، پیام‌ها را برای مخاطبان جذاب‌تر کرده و بر اثرگذاری آن‌ها افزوده است.
- در برخی تصاویر، تکنیک‌های روانی نیز به‌کار رفته‌اند:
- مردم‌انگیزی برای تحریک احساسات جمعی
- برجسته‌سازی از طریق ترکیب چندین نماد (گِرد، پرچم‌ها و ...)
- تحریک و القای هیجان با هدف سوق دادن مخاطبان به کنش‌های خاص

۳-۶. رویکردهای قوم‌گرایی و نظریه‌های هویتی

در بازنمایی تصاویر، سه رویکرد عمده قابل تشخیص است:

- اصل‌گرایی: تأکید بر پیوندهای ذاتی و طبیعی قومیت (مانند ارجاع به اسطوره بوزقورد).
- ابزارگرایی: قومیت به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به اهداف سیاسی و اقتصادی (مانند استفاده از پرچم ترکیه و آذربایجان برای اهداف فراملی).



• فرهنگ‌گرایی و تمایزات عینی: تأکید بر تمایزات ملموس مانند زبان مادری، نژاد یا فرهنگ اداره جامعه.

در این میان، شکل‌گیری هویت مقاومتی به‌عنوان یکی از مصادیق نظریه کاستلر، به وضوح قابل مشاهده است؛ هویتی که در برابر فشارهای بیرونی ساخته شده و بر تقابل میان «خود قومی» و «دیگری ملی» استوار است.

۴-۶. شاخص‌های پیوند قومی و شدت قوم‌گرایی

یافته‌ها نشان دادند که شاخص‌های اصلی پیوند قومی در تصاویر عبارت‌اند از: زبان مشترک، سرزمین مشترک، نیاکان مشترک (واقعی یا اسطوره‌ای)، احساس تعلق به هویت تاریخی واحد.

در مجموع، پیام‌های ضمنی این تصاویر حول سه محور شکل گرفته‌اند:

۱. برتری قوم ترک بر سایر اقوام
 ۲. لزوم اتحاد و تشکیل کشور مستقل ترک
 ۳. پیشگیری از نابودی زبان ترکی
- شدت قوم‌گرایی در این تصاویر را می‌توان در چارچوب مدل آنتونی اسمیت تحلیل کرد که از قوم‌محوری آغاز شده و به قوم‌گرایی و نهایتاً ناسیونالیسم قومی ختم می‌شود.

۵-۶. فعالیت‌های تکمیلی طرفداران پان‌ترکیسم

در حاشیه این صفحات، فعالیت‌هایی چون تولید کلیپ‌های حرفه‌ای تبلیغاتی، ترانه‌های حماسی، فیلم‌ها و سریال‌هایی با مضمون اسطوره‌سازی (مانند افسانه بوزقورد و شخصیت‌هایی چون اغوزخان و تومروس) نیز مشاهده شد. این فعالیت‌ها بیانگر تلاش سازمان‌یافته طرفداران پان‌ترکیسم برای بازتولید و گسترش هویت قومی در بستر رسانه‌های نوین است.

۷. تعارض منافع

هیچ تعارض منافعی از سوی نویسنده گزارش نشده است.



منابع

- حمدزاده، هاشم (۱۳۸۶). از رمان تا ملت: پژوهشی در گفتمان روایی فارسی و کردی (ترجمه بختیار سجادی). سنندج: انتشارات دانشگاه کردستان
- احمدی، حمید (۱۳۷۹). قومیت و قوم‌گرایی در ایران: افسانه و واقعیت. تهران: نشر نی.
- احمدی، حمید (۱۳۸۱). جهانی‌شدن، هویت قومی یا هویت ملی. مطالعات ملی، ۳(۱۱).
doi: 20.1001.1.1735059.1381.3.11.2.5
- احمدی، حمید (۱۳۸۲). هویت ملی ایرانی در گستره تاریخ. مطالعات ملی، ۴(۱)، ۹-۴۸.
doi: 20.1001.1.1735059.1382.4.15.1.9
- ادگار، اندرو و جسویک، پیتر (۱۳۸۸). مفاهیم کلیدی در نظریه فرهنگی. ترجمه ناصرالدین تقویان، تهران: دفتر برنامه‌ریزی اجتماعی و مطالعات فرهنگی
- اسمیت، آنتونی (۱۳۸۳). ناسیونالیسم؛ نظریه، ایدئولوژی، تاریخ (ترجمه منصور انصاری). تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- ایمان، محمدتقی و کیدقان، طاهره (۱۳۸۱). بررسی عوامل موثر بر هویت اجتماعی زنان. علوم انسانی دانشگاه الزهراء، ۴۴ و ۴۵، ۷۹-۱۰۶.
- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش، ۳(۲)، ۴۴-۱۵.
- اوزکرمیلی، اموت (۱۳۸۳). نظریه‌های قومیت (ترجمه محمدعلی قاسمی). تهران: مؤسسه مطالعات ملی
- بابایی‌فرد، اسداله؛ گنجی، محمد (۱۳۹۳). بررسی تأثیر اینترنت بر هویت چندفرهنگی. مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، ۲(۴)، ۹۷-۱۲۴.
- بارت، رولان (۱۳۷۰). عناصر نشانه‌شناسی (ترجمه مجید محمدی). تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.
- بارت، رولان (۱۳۹۲). اسطوره، امروز (ترجمه شیرین دخت دقیقیان). تهران: نشر مرکز
- بال، میگی (۱۳۸۱). نشانه‌شناسی به مثابه نظریه‌ای در باب هنر (ترجمه فرزانه سجودی). مجله زیباشناخت، ۶.
<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/830383/>
- برتون، رولان (۱۳۸۰). قوم‌شناسی سیاسی (ترجمه ناصر فکوهی). تهران: نشر نی
- بهرامیان، شفیع و بهرامیان، امید (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین همگرایی اقوام (ترک و کرد) و احساس امنیت پایدار و شناخت عوامل مؤثر بر تقویت همگرایی اقوام در استان آذربایجان غربی. مجله پژوهش سیاست نظری، ۱۱.
<https://sid.ir/paper/478866/fa>





جعفری، علی؛ فرامرزبانی، سعید؛ و رضاقلی‌زاده، بهنام (۱۴۰۳). بازنمایی نمادهای هویت‌طلبی قومی در اینستاگرام. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۵(۱۰۰)، ۱۰۵-۱۳۰. doi: 10.22034/rjnsq.2024.456840.1606

جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱الف). هویت اجتماعی (ترجمه تورج احمدی). تهران: انتشارات شیرازه.

جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱ب). مطالعات قومی و نژادی در قرن بیستم. تهران: موسسه مطالعات راهبردی.

حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۴). چالش‌های هویت در آمریکا (نقد و بررسی اثر ساموئل هانتینگتون). فصلنامه گفتگو، ۲۴، ۱۹۳-۱۸۱.

حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸). نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی. جامعه‌شناسی ایران، ۹(۳و۴)، ۱۶۴-۱۴۳. doi: 20.1001.1.17351901.1387.9.3.6.5

حکیمی، رویا (۱۳۸۹). نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت؛ مطالعه‌ای موردی روی فیس‌بوک و کاربران کرد. مجله جهانی رسانه، ۱۰. https://journals.ut.ac.ir/article_66595.html

خوبروی‌پاک، محمدرضا (۱۳۸۰). اقلیت‌ها. تهران: شیرازه.

دشتی، تقی (۱۳۹۰). مفهوم‌شناسی قومیت و اقلیت قومی به عنوان عنصری از جامعه سیاسی. فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۹، ۱۵۰-۱۴۱.

رهبری، مهدی (۱۳۸۰). بحران هویت در ایران معاصر. نامه پژوهش، ۱(۲۲و۲۳).

ساروخانی، باقر؛ سیف‌الهی، سیف‌اله؛ و عیوضی، یاور (۱۳۹۶). مروری بر مطالعات قومی در ایران: نقد، بررسی و ارائه الگو. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۱(۲)، ۳۵-۱. doi: 10.22631/jicr.2018.1569.2250

سالمی، آزاده (۱۳۹۴). تحلیل نشانه‌شناختی آموزش زیست‌محیطی و ترافیک در برنامه‌های کودک. تهران: اداره کل پژوهش‌های راهبردی رسانه.

صالحی امیری، رضا (۱۳۸۵). مدیریت منازعات قومی در ایران. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.

فرماندهی انتظامی استان آذربایجان غربی (۱۳۹۲). گزارش سالانه مرفوک ف.۱. استان آذربایجان غربی.

فکوهی، ناصر (۱۳۸۷). قومیت و گفتگوی تمدن‌ها. سخنرانی در «مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها»

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ترجمه احد علیقلیان و همکاران؛ چاپ پنجم). تهران: انتشارات طرح نو

کریمی، یوسف (۱۳۸۸). نگرش و تغییر نگرش. تهران: ویرایش.

کوش، دنی (۱۳۸۱). مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی (ترجمه فریدون وحید). تهران: انتشارات سروش.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نشر نی



ماتیل، ا. (۱۳۸۳). خاورمیانه، دایرةالمعارف ناسیونالیسم (ترجمه کامران فانی و محبوبه مهاجر). تهران: کتابخانه وزارت خارجه.

مالشویچ، س (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی قومیت (ترجمه یعقوب احمدی و حسین محمدزاده). کرمانشاه: انتشارات جهاد دانشگاهی

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۵). ارتباط‌شناسی (چاپ هفتم). تهران: سروش.

محمدزاده، حسین (۱۳۹۰). عوامل مرتبط با انواع قوم‌گرایی در میان کردهای ایران (رساله دکترای جامعه‌شناسی)، دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبائی، تهران، ایران.

مقصودی، مجتبی (۱۳۸۰). تحولات قومی در ایران، علل و زمینه‌ها. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

مقصودی، مجتبی (۱۳۸۱). تأثیر جهانی‌شدن بر قومیت‌ها. مجموعه مقالات فرهنگ در عصر جهانی‌شدن چالش‌ها و فرصت‌ها. تهران: انتشارات روزنه

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

هال، استوارت (۱۳۹۱). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی (ترجمه احمد گل‌محمدی). تهران: نشر نی.

Burk, P.A. (1997). *Sociological approach to self and identity*. US: Washington State University.

Cohen, A.P. (1996). Personal Nationalism: A Scottish View of Some Rites, Rights, and Wrongs. *American Ethnologist*, 23(4), 802-815.

Fenton, S. (2004). Beyond Ethnicity: The Global Comparative Analysis of Ethnic Conflict. *International Journal of Comparative Sociology*, 45(3-4), 179-194.

Fotis, J., Rossides, N., & Buhalis, D. (2010). Social media impact on leisure travel: The case of the Russian market and the challenges for the Cyprus tourism industry, preliminary findings. Paper presented at the 3rd Annual EuroMed Conference. EuroMed Academy of Business.

Grigaliunaite, V., & Pileliene, L. (2016). Emotional or rational? The determination of the influence of advertising appeal on advertising effectiveness. *Scientific Annals of Economics and Business*, 63(3). doi:10.1515/saeb-2016-0130

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

Hall, S. (2003). The work representation. in Stuart Hall, *Representation: Cultural*.

Isajiw, W. (1990) Ethnic identity retention. In: R. Berton, W. and Isajiw. W. *Kalbach and jireitz, ethnic identity and equality*. University of Toronto Press.

Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

- Khodabin, M., Sharifi Poor Bgheshmi, M.S., & Movahedzadeh, F. (2024). Critical AI Literacy: Preparing Learners for Algorithmic Societies. *Journal of Cyberspace Studies*, 8(2), 371-397. doi: 10.22059/jcss.2024.102582
- Raudsepp, I., Maie, V. (2011) The Role of the Phenomenon of Joint Singing in the Development of National Identity in Estonia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29(1), 1312-1319. doi:10.1016/j.sbspro.2011.11.368
- Salehi, K., Khiyaban, S.H.Z., & Sabbar, S. (2025). Artificial Intelligence and the Future of International Law and Power. *Journal of World Sociopolitical Studies*, 9(4), 923-958.
- Sambanis, N. (2001). Do Ethnic and Nonethnic Civil Wars Have the Same Causes? A Theoretical and Empirical Inquiry (Part 1). *Journal of Conflict Resolution*, 45, 259-277. doi:10.1177/0022002701045003001
- Sanina, A. (2012) Competing for a citizen: Visible and invisible forms of state identity in Russia. *Journal of Eurasian Studies*, 3 (2), 126-146. doi:10.1016/j.euras.2012.03.004



فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران

۱۰۲

دوره ۱۸، شماره ۴
زمستان ۱۴۰۴
پیاپی ۷۲

