

## چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران)

مجید عباس زاده مرزبالی<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۰۱

### چکیده

هدف این مقاله بررسی چالش‌های پیش‌روی مفهوم هویت ملی در عصر جهانی‌شدن می‌باشد، ضمن اینکه نگاهی نیز به تاثیر این فرایند بر هویت ملی در ایران داشته و راهکارهایی جهت صیانت از هویت ملی کشور ارائه خواهد داد. به‌طورکلی اگر هویت ملی را به‌معنای آگاهی و احساس تعلق و وفاداری اعضای یک جامعه نسبت به اجتماع ملی و عناصر سازنده آن و همچنین عاملی مهم در ایجاد وحدت و همبستگی ملی در نظر بگیریم، فرایند جهانی‌شدن به‌عنوان فرایندی همه‌گستر و یکپارچه، آن را با چالش‌ها و آسیب‌پذیری‌های جدی مواجه کرده است. این فرایند توانسته با تضعیف کار ویژه‌های سنتی هویت‌سازی دولت‌های ملی؛ کمک به شکل‌گیری هویت‌های فراملی و چندپاره؛ و نیز تقویت هویت‌های فروملی (قومی)، احساس تعلق خاطر و وفاداری اعضای بسیاری از جوامع را نسبت به هویت ملی‌شان کاهش داده و به بروز بحران هویت ملی در کشورها کمک نماید؛ از نگاه این مقاله، تکنولوژی‌های ارتباطی فراملی به‌ویژه اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم جهانی‌شدن، نقش اساسی‌ای در ایجاد این وضعیت دارند. نکته مهم در اینجا این است که کشور ایران نیز از فرایند جهانی‌شدن تاثیر پذیرفته، به‌طوری‌که هویت ملی آن با چالش‌های ناشی از این فرایند مواجه شده است. اما با تمامی این‌ها، مقاله بر این باور است که دولت جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با کسب شناخت صحیح از فرایند جهانی‌شدن و اتخاذ تدابیر و سیاست‌های مناسب و کارآمد، از هویت ملی کشور صیانت نموده و از بروز بحران در این حوزه جلوگیری نمایند. واژگان کلیدی: هویت ملی، هویت ملی ایران، جهانی‌شدن، اینترنت، بحران هویت ملی.

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

## مقدمه

موضوع هویت ملی به‌عنوان یکی از مسائلی که از اهمیت تاریخی و جامعه‌شناختی فراوانی برخوردار است، از جمله مباحث مطرح در علوم اجتماعی طی سال‌های اخیر می‌باشد. به‌طورکلی در سطح جهانی مسائل مختلفی موجب توجه محققان به این موضوع شده است که از نگاه این مقاله، شتاب‌گرفتن فرایند جهانی‌شدن در دهه‌های اخیر، مهم‌ترین آن‌ها می‌باشد.

هویت ملی به دلیل نقش تعیین‌کننده‌ای که در حوزه اجتماع، سیاست، فرهنگ، و ... دارد، از مفاهیم فراگیر و مشروعیت‌دهنده به نظم سیاسی - اجتماعی است و عامل مهمی نیز در ایجاد وحدت و همبستگی ملی و شکل‌گیری روح جمعی یک ملت بوده و آن ملت را از سایر ملت‌ها مشخص و متمایز می‌سازد. اما نکته اساسی در اینجا این است که این مفهوم امروزه با چالش‌های اساسی‌ای مواجه شده است که در نتیجه شتاب و گسترش فرایند جهانی‌شدن بوجود آمده‌اند. جهانی‌شدن و پیامدهای آن یکی از محوری‌ترین مجادلات جاری در حوزه علوم اجتماعی و علوم سیاسی می‌باشد که مباحث و گفتگوهای را میان صاحب‌نظران موجب شده است. جهانی‌شدن به‌عنوان فرایندی منسجم و یکپارچه، به‌طورکلی پدیده‌ای چالش‌گر می‌باشد که قلمرو بسیاری از مفاهیم سیاسی و اجتماعی سنتی همچون دولت، حاکمیت، مشروعیت، فرهنگ، ... و هویت ملی را درنوردیده و آنها را در معرض بازتعریف دوباره قرار داده است. در این

زمینه، از نگاه این مقاله آنچه که بیش از همه محل تامل و توجه می‌باشد، تحولاتی است که متأثر از فرایند جهانی‌شدن در حوزه هویت ملی رخ داده و خواهد نمود. در واقع جهانی‌شدن را می‌توان از مهم‌ترین روندهای تاثیرگذار بر هویت ملی جوامع امروز دانست که توانسته است ویژگی وحدت‌بخش و منسجم این مفهوم را با آسیب‌پذیری جدی مواجه کرده و «نگرش‌های سنتی‌تر نسبت به این موضوع را که بیشتر به مسائل فرهنگ، تاریخ و سرزمین مربوط می‌شد تحت تاثیر قرار دهد» (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۴۱۴-۴۱۵). به عبارتی دیگر، در پی تحولات صورت گرفته در عصر جهانی‌شدن، استنباط گذشته از هویت ملی، که عمدتاً در چارچوب دولت-ملت‌های مدرن و در درون مرزهای ملی محصور بود، با چالش جدی مواجه شده و گرایش به تکتک، در حال افزایش و تعمیق است (قادرزاده و احمدپور، ۱۳۹۰: ۳۶). ایران نیز از جمله کشورهایی است که در معرض این تاثیرپذیری قرار گرفته، به طوری که فرایند جهانی‌شدن، تحولات و پیامدهایی را در حوزه‌های مختلف این کشور از جمله حوزه هویت ملی به همراه آورده است.

اما علی‌رغم آنچه بیان شد، مقاله حاضر بر این باور است که جوامعی که خواهان حفظ هویت ملی خود هستند، می‌توانند در برابر فرایند جهانی‌شدن واکنش نشان داده و در صدد تقویت و تحکیم پایه‌های هویت ملی‌شان بر آیند.

در بیان ضرورت این پژوهش، اشاره به این نکته کافی است که جهانی‌شدن به‌عنوان پروسه‌ای اجتناب‌ناپذیر که سوای خواست و اراده ما مسیر خود را طی می‌کند، خواهی-نخواهی تاثیرات شگرفی بر کلیه شئون زندگی افراد جامعه از جمله هویت ملی بر جای می‌گذارد و حیات فرهنگی - هویتی جامعه نمی‌تواند فارغ از این پدیده به مسیر خود ادامه دهد. از اینرو مطلوب است که آثار آن بر حوزه هویت ملی مورد بررسی قرار گیرد.

اما نکته مهمی که می‌بایست در اینجا به آن اشاره داشت این است که جهانی‌شدن

به‌طور کلی از طریق عوامل یا ابزارهای مختلفی بر هویت ملی جوامع از جمله ایران تاثیر می‌گذارد، که از نگاه این مقاله یکی از مهم‌ترین آنها رسانه‌های نوین ارتباطی فراملی به‌ویژه اینترنت می‌باشد که در این میان، تمرکز و تاکید مقاله تنها بر نقش و تاثیر اینترنت می‌باشد.

بطور کلی سخن اساسی مقاله این است که، جهانی‌شدن به‌عنوان فرایندی همه‌گستر و یکپارچه، توانسته است از طریق ابزارهایی چون اینترنت، بر احساس تعلق خاطر و وفاداری اعضای بسیاری از جوامع نسبت به هویت ملی‌شان تاثیر گذاشته و کشورها را با مسئله بحران هویت ملی مواجه نماید. نکته مهم در اینجا این است که کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد، به‌طوری‌که هویت ملی آن هم با چالش‌های فرایند جهانی‌شدن مواجه گشته است. اما با تمامی این‌ها، این دولت می‌تواند با کسب شناخت صحیح از فرایند جهانی‌شدن و اتخاذ تدابیر و سیاست‌های مناسب و کارآمد، از هویت ملی کشور صیانت نموده و از بروز بحران در این حوزه جلوگیری نماید.

لازم به ذکر است که روش تحقیق این مقاله، توصیفی - تحلیلی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات نیز به‌صورت کتابخانه‌ای می‌باشد.

## ۱. هویت ملی

کلمه هویت از نظر لغوی به معنی هستی، وجود، ماهیت و سرشت است. این مفهوم، پاسخی به پرسش چه کسی بودن و چگونه بودن می‌باشد. «هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آن‌ها» (خدایی و مبارکی، ۱۳۸۷: ۱۲۱). در شکل دهی و سازمان دهی هویت هر فرد، دو عنصر دخالت دارند: تعریف ما از خود و تعریف ما از دیگران (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۶). هویت را می‌توان امری سیال دانست، به‌طوری‌که فرایند هویت‌یابی همواره در طول زندگی انسان ادامه دارد (Kellner, ۱۹۹۶). گذشته از سطح فردی، هویت در سطوح بالاتر به مفهوم هویت جمعی (خویشاوندی، هم‌طایفگی، هم‌محلی، هم‌روستایی، هم‌شهری،

## چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) ... / ۷۱

هم‌وطن، هم‌مذهب، هم‌زبان و هم‌نوع) نیز قابل رویت است (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۱۹۶-۱۹۷). هویت جمعی، هویت گروهی است، که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) جدا می‌سازد؛ یعنی مجموعه ویژگی‌هایی است که در تعداد معینی از افراد وجود دارد، باعث ایجاد «ما» می‌شود و این گروه تحت‌عنوان «ما» را از گروه‌های دیگر یا «آن‌ها» متمایز می‌کند (ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ۲۵). بطور کلی در میان هویت‌های جمعی، هویت ملی عالی‌ترین و مهم‌ترین آن‌ها می‌باشد (woodward, ۲۰۰۰).

هویت ملی را می‌توان زیربنای سایر هویت‌ها دانست (Poole, ۲۰۰۳). این هویت، آخرین هویت اکتسابی است که توسط فرد طی فرایند جامعه‌پذیری از طریق خانواده، مدرسه و رسانه کسب می‌شود (قنبری‌برزیان و جعفرزاده، ۱۳۹۰: ۵). مفهوم هویت ملی را می‌توان زاده عصر جدید و محصول تحولات سیاسی و اجتماعی عمیق در قاره اروپا دانست که از اواخر قرن نوزدهم به مشرق‌زمین و سرزمین‌های دیگر راه یافت. اما به‌عنوان مفهومی علمی از ساخته‌های علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن بیستم به جای مفاهیم «خلق و خوی» و «خصیصه ملی» رو به گسترش نهاد (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۷؛ اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۹).

از هویت ملی تعاریف متعددی به‌عمل آمده است که در اینجا به چند مورد از آنها اشاره می‌شود: آنتونی اسمیت هویت ملی را اینگونه تعریف می‌کند: باز تولید و باز تفسیر دائمی الگوی ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌هایی که میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهند و تشخیص هویت افراد با آن الگو و میراث و با عناصر فرهنگی‌اش (اسمیت، ۱۳۸۳، ص ۳۰). به اعتقاد احمد اشرف، هویت ملی به معنای احساس همبستگی با اجتماع بزرگ ملی و آگاهی از آن و احساس وفاداری به آن و فداکاری در راه آن است (اشرف، ۱۳۷۲، ص ۸). حمید احمدی بر این باور است که هویت ملی از تعلق فرد به یک سرزمین و دولت ملی یا به‌عبارتی به کشور خاصی سرچشمه می‌گیرد (احمدی، ۱۳۸۲ و ۱۳۹۰-الف). و از نظر حافظ‌نیا، هویت ملی عبارت است از

مجموعه خصایص و ارزش‌های مشترک یک ملت مستقل که افراد ملت نسبت به آنها خودآگاهی و شعور یافته‌اند و به واسطه آنها به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند (حافظ-نیا، ۱۳۹۳: ۲۱۹).

روی هم‌رفته و در یک تعریف کلی از مفهوم هویت ملی می‌توان آن را به معنای آگاهی جمعی و احساس تعلق، تعهد و وفاداری جمعی اعضای یک جامعه نسبت به اجتماع ملی و عناصر شکل‌دهنده آن برشمرد. «درباره عناصر یا مولفه‌های تشکیل‌دهنده هویت ملی، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد، اما با یک جمع‌بندی کلی از آن دیدگاه‌ها، می‌توان موارد زیر را به عنوان مؤلفه‌ها و معیارهای هویت ملی در نظر گرفت: سرزمین مشترک، تاریخ مشترک، دین مشترک، فرهنگ و آداب و رسوم مشترک، زبان و ادبیات مشترک، ملیت مشترک، نظام سیاسی مشترک، اقتصاد واحد و مشترک، اسطوره‌های خاص، و غیره» (گودرزی، ۱۳۸۷: ۹۴-۹۷).

بطور کلی هر قدر احساس تعلق یک فرد به عناصر هویت ملی خود قوی‌تر باشد، از تعلقش به هویت‌های دیگر کاسته می‌شود. در واقع چون احساس تعلق، تعهد و پایبندی به هویت ملی بر اساس درونی‌ساختن ارزش‌ها و هنجارهای ملی و همچنین عزت‌نفس ناشی از پیوند خوردن با تاریخ، سرنوشت و افتخارات یک ملت است، از ثبات و استواری بیشتری برخوردار است و می‌تواند تعارضات خردتر را در درون خود به ساحل آرامش هدایت کرده و همچون چتری فراگیر، علقه‌های جزئی‌تر را در سایه خود قرار دهد. بر این اساس، مؤلفه‌های هویت ملی عناصری عام و شامل برای همه گروه‌ها و اقشار یک ملت هستند و هرچه قدمت آن‌ها و در کل سابقه ملت قدیمی‌تر باشد، سطح انسجام اجتماعی و ملی بالاتر و در تلاطم امواج بحران‌زا، ماندگارتر و نقش‌آفرین‌تر خواهد بود (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۶۶؛ گودرزی، ۱۳۸۷: ۴۳).

در باب هویت ملی چند دیدگاه کلی وجود دارد: ۱. دیدگاه ملت‌گرایانه‌ی ذات‌گرا، که هویت‌ها را پدیده‌هایی ثابت و ذاتی می‌انگارد که ملت‌ها دارای آن هستند؛ ۲. دیدگاه

### چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) .../ ۷۳

مدرنیستی، که معتقد به نو بودن ملتها و ظهور ملت و ناسیونالیسم متأثر از انقلاب فرانسه است؛ ۳. دیدگاه پست‌مدرن، که هویت‌ها را ناخالص، مرکب، ناتمام، سیال، در حال بازسازی، و ... می‌داند؛ ۴. دیدگاه تاریخی‌نگر، که گسست بنیادین هویت ملی ملت با هویت گذشته آن‌ها را با استناد به شواهد تاریخی نمی‌پذیرد و معتقد است، ملت‌های مدرن برپایه هویت فرهنگی جمعی نمود یافته‌اند و از مهم‌ترین اشکال هویت فرهنگی جمعی، ریشه قومی ملت‌ها است (بیگدلو، ۱۳۹۳: ۹۹؛ اوزکریملی، ۱۳۸۳؛ ۲۰۰۰، woodward).

بطور کلی در تاریخ بشری می‌توان از دو نوع هویت ملی نام برد: هویت ملی مدرن، یعنی احساس تعلق به دولت‌های مدرن که از قرون پانزدهم به بعد در عرصه اروپا و بعدها در سایر نقاط جهان پیدا شدند، و دیگری هویت ملی پیشامدرن، یعنی احساس تعلق به واحدهای سیاسی و سرزمین کهنی که از دوران گذشته وجود داشته، تداوم پیدا کرده و امروزه نیز به همان نام وجود دارند، نظیر: یونان، چین، هند، ایتالیا، مصر و ایران (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۶۵) نکته‌ای که می‌بایست به آن توجه داشت این است که، هیچ ملتی هرچند تازه و نو بنیاد و بدون تاریخ طولانی، بی‌نیاز از داشتن هویت ملی نیست، چرا که هویت ملی بزرگترین عامل در ایجاد وفاق اجتماعی و استواری ارکان جامعه می‌باشد (ربانی، ۱۳۸۱: ۸۹).

نکته دیگر این‌که، هویت ملی پدیده یا امری ثابت و تغییرناپذیر نیست و همواره بر اثر عوامل مختلف در معرض دگرگونی و تحول می‌باشد. البته این مسئله به معنای فقدان عناصر ثابت در هویت ملی نیست، بلکه بدین معناست که از آنجا که جوامع انسانی از یک سو در برخورد و تعامل دائم با شرایط و تغییرات محیط طبیعی و از سوی دیگر در برخورد و ارتباط مستمر با جوامع دیگراند، هویت ملی در معرض تغییر و تحولات قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر، هویت ملی مقوله‌ای تاریخی است که در سیر حوادث و مشی وقایع تاریخی پدیدار می‌شود، رشد می‌کند، دگرگون می‌شود و معانی گوناگون پیدا می‌کند (اشرف، ۱۳۹۵: ۲۱-۲۲؛ اسمیت، ۱۳۸۳: ۳۲-۳۳؛ زهیری، ۱۳۸۹: ۴۵ و ۵۹-۶۰).

## ۲. جهانی شدن

موضوع جهانی شدن از دهه ۱۹۵۰ از سوی دانشمندان رشته‌های علمی اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، انسان‌شناسی، اقتصاد سیاسی، تاریخ، و ... مطرح شده است (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۱۹). جهانی شدن پدیده‌ای است که جنبه‌های مختلف زندگی انسان را در جوامع مختلف تحت‌تأثیر قرار داده است، به طوری که «هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند به تنهایی و بدون تعامل با کلیت جامعه جهانی به زندگی اجتماعی خویش معنا و مفهوم بخشد و موجب تداوم آن شود» (زارعی، ۱۳۸۸: ۹).

در خصوص تاریخچه پیدایش این پدیده، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد: برخی معتقدند جهانی شدن فرایندی است که از ابتدای تاریخ بشر وجود داشته و در هر دوره‌ای مسیری را طی کرده است (حق‌شناس، ۱۳۹۳: ۱۳). عده‌ای آغاز این پدیده را با آغاز نظام سرمایه‌داری در قرن شانزدهم و شروع استعمار همزمان می‌دانند، و گروهی دیگر نیز جهانی شدن را پدیده‌ای جدید و تداوم مدرنیته می‌دانند، به گونه‌ای که در دهه‌های پایانی قرن بیستم مطرح و به شدت طی مدت‌زمان کوتاهی اوج گرفت و بخش‌های مختلف حیات بشری را از خود متأثر ساخت (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۷۸). مقاله حاضر با دیدگاه آخر هم‌سو می‌باشد.

همچنین در یک حالت کلی، دو موضع در برابر جهانی شدن وجود دارد: دیدگاه اول (بدبینانه)، جهانی شدن را جهانی‌سازی یا غربی‌سازی و «پروژه‌ای» تصور می‌کند که نظام سرمایه‌داری به منظور سلطه بر جهان آن را طراحی و هدایت می‌کند. دیدگاه دوم معتقد است که جهانی شدن یک «فرایند» است و نه پروژه‌ای طراحی شده از سوی یک یا چند قدرت جهانی. طبق این دیدگاه، بعد از جنگ جهانی دوم و با رشد تجارت جهانی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و افزایش تحرک سرمایه‌ها و ...، جهانی شدن سرعت و شکل جدیدی به خود گرفته است (حق‌شناس، ۱۳۹۳: ۱۳-۱۴). در این پژوهش، جهانی شدن به مثابه یک پروسه (فرایند) در نظر گرفته می‌شود که به تدریج تأثیرات خود



را در حوزه‌های مختلف از جمله هویت ملی نشان می‌دهد.

از جهانی‌شدن تعاریف متعددی به عمل آمده است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود: آنتونی گیدنز در تعریف جهانی‌شدن معتقد است: جهانی‌شدن را می‌توان به‌عنوان تشدید روابط اجتماعی جهانی تعریف کرد، همان روابطی که موقعیت‌های مکانی دور از هم را چنان به هم پیوند می‌دهد که هر رویداد محلی تحت تاثیر رویدادهای دیگری که کیلومترها با آن فاصله دارد شکل می‌گیرد و برعکس (گیدنز، ۱۳۷۷: ۷۶-۷۷). از نظر رونالد رابرتسون، مفهوم جهانی‌شدن هم به‌درهم‌فشرده‌شدن جهان و هم تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل دلالت دارد (رابرتسون، ۱۳۸۲). مالکوم واترز جهانی‌شدن را یک فرایند اجتماعی می‌داند که در آن محدودیت‌ها و قید و بندهای جغرافیایی از ترتیبات و تنظیمات اجتماعی و فرهنگی برداشته شده و مردم به‌طور فزاینده‌ای از فروکش کردن این قید و بندها آگاه می‌شوند (واترز، ۱۳۷۹).

روی‌هم‌رفته و در یک تعریف کلی می‌توان گفت،

«جهانی‌شدن فرایندی است که دنیا را به لحاظ اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دچار تغییر و تحول ساخته است، به‌طوری‌که در نتیجه شکل‌گیری آن، دولت‌ها، مناطق و مردمان مختلف وابستگی بیشتری به یکدیگر پیدا کرده‌اند و هرگونه تغییر و تحولی در گوشه‌ای از جهان، مناطق و کشورهای دیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهد» (یوسفی و ستارزاده، ۱۳۸۸: ۷۲).

به‌طورکلی مقتضیات خاص تاریخی‌ای که فرایند جهانی‌شدن را پدید آورده است، بدین ترتیب می‌باشند: ۱. گسترش فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به فراتر از مرزهای سیاسی، مناطق و قاره‌ها؛ ۲. جریان آزاد تجارت، سرمایه، پول، فرهنگ و اقتصاد؛ ۳. گسترش ارتباطات و نظام‌های جهانی؛ ۴. حمل و نقل و ارتباطات، که موجب درهم‌آمیختن اندیشه‌ها و علوم شده است؛ و ۵. از بین رفتن مرزهای بین امور محلی و جهانی (نادمی، ۱۳۸۸: ۱۴۸).

در مجموع با وجود برداشت‌های متفاوتی که پیرامون مفهوم، آثار و پیامدهای جهانی شدن میان صاحب‌نظران وجود دارد، همه آنها درباره این مسئله که جامعه بشری با سرعت هرچه تمام‌تر مسیر یکپارچگی را می‌پیماید و با نوعی اقتصاد، سیاست، فرهنگ و مبادلات جهانی فرامرزی مواجه‌ایم اتفاق نظر دارند (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۸۱).

جهانی شدن دارای ابعاد و لایه‌های متعددی است که از میان آنها می‌توان به بعد اقتصادی (به معنای ادغام اقتصادهای ملی)، سیاسی (به معنای تضعیف حاکمیت انحصاری دولت‌ها) و فرهنگی اشاره کرد، که تمرکز مقاله حاضر بر بعد فرهنگی جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت ملی می‌باشد.

به‌طور کلی جهانی شدن فرهنگ را می‌توان دربرگیرنده فرایندها و عواملی دانست که هرگونه محدودیت و بستار فرهنگی زندگی اجتماعی را تعدیل کرده و موجب شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی می‌شود که آن را فرهنگ جهانی می‌نامند (ادریسی، ۱۳۸۶: ۱۱۴). بعد فرهنگی جهانی شدن، ناظر بر فشردگی زمان و مکان و پیدایش شرایط جدید برای جامعه جهانی و جهانی شدن فرهنگ است. از جمله تاثیرات جهانی شدن فرهنگ، گسترش اجتناب‌ناپذیر ارتباطات و کاهش روزافزون فاصله‌ها، جهانی شدن چالش‌ها و فرصت‌های موجود و الگوهای رفتاری در عرصه‌های مختلف، گسترش جهانی سطح ارتباطات، جهانی شدن افق ذهن و دید بشر و «گسترش جهانی مقوله‌های هویتی و پیدایش منابع هویت ساز جهانی» را می‌توان بر شمرد. به‌طور کلی مبنای تحلیل کارشناسان بر این اصل مبتنی است که رشد فزاینده فناوری وسایل ارتباط جمعی موجب فشردگی زمان و مکان و نزدیکی فرهنگی کشورها شده و از این طریق یک فرهنگ مسلط (فرهنگ غربی) در سطح جهانی تشکیل داده است (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۱۵؛ میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۶۴). در جهانی شدن فرهنگ گفته می‌شود که انقلاب ارتباطات و تسهیل حمل و نقل و تردد بین کشورها، موجب شناخت بیشتر فرهنگ‌ها از یکدیگر شده و آداب و رسوم و ویژگی‌های فرهنگی جوامع مختلف را به

آسانی در اختیار سایر جوامع قرار داده است (حق‌شناس، ۱۳۹۳: ۱۴۰).

اما نکته مهم در اینجا این است که، فارغ از این‌که سیر تحول تاریخ در حال شکل‌دادن به فرهنگی جهانی است، نمی‌بایست از مسئله تولید و بازتولید فرهنگ‌های محلی چشم پوشید، چراکه در فرایند جهانی‌شدن، شاهد تقویت خودآگاهی‌های فرهنگی و هویتی بومی و محلی نیز هستیم (نظری و قنبری، ۱۳۹۲: ۱۳۴).

بطور کلی از نگاه این مقاله، توسعه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و تسهیل مبادلات و انتشار اطلاعات در فضای جهانی از مهم‌ترین دلایل پیشرفت جهانی‌شدن می‌باشد. رشد فزاینده رسانه‌های ارتباطی در عصر جهانی‌شدن، توجه به مطالعه و بررسی رابطه میان هویت ملی و رسانه را ضروری ساخته است. «بنا به نظریات موجود در ادبیات اجتماعی، تغییر، تثبیت، تقویت، تضعیف و تکوین هویت ملی در هر جامعه - ای با رسانه‌های ارتباط جمعی و محتوای پیام‌های آن‌ها ارتباط دارد» (میرمحمدی، ۱۳۹۴: ۷).

برخلاف گذشته که رسانه‌های جمعی در عرصه ملی به‌عنوان حلقه واسط بین مردم و محیط اجتماعی آنان، نیرومندترین ابزار تولید تصورات ملی محسوب می‌شده‌اند، امروزه نقش این رسانه‌ها با پیدایش رسانه‌های فراملی متزلزل شده است. صاحب‌نظران بر این باورند که رسانه‌های فراملی با کارکردهای‌شان موجبات تضعیف بنیان‌های هویت ملی جوامع را فراهم کردند. این رسانه‌ها به‌عنوان منابع معرفتی مدرن، به‌شیوه‌ای فراگیر، اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری درباره ملت‌ها و جوامع مختلف به مخاطبان منتقل می‌کنند و بدین‌وسیله زندگی روزمره آنها را زیر نفوذ خود قرار می‌دهند (جعفری و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۵۷). شبکه‌های ارتباطی جهانی، فواصل فضایی و مکانی بین افراد و سازمان‌ها را از بین برده و مهارت‌های متعددی نظیر انتقال داده‌ها و ارتباط از راه دور را امکان‌پذیر ساخته‌اند. از این رهگذر، افق‌های درک انسان‌ها به‌شدت گسترش یافته و از سرنوشت مشترک بشری آشنا می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۲: ۴).

### ۳. اینترنت

اینترنت یکی از رسانه‌های نوین ارتباطی است که تاثیر به‌سزایی بر هویت فردی و ملی افراد برجای گذاشته است. «پژوهش‌های اخیر در حوزه رسانه‌های ارتباطی، توجه ویژه‌ای را به اینترنت و قابلیت‌های آن در زمینه ساخت هویت و فرایند هویت‌یابی افراد و گروه‌های اجتماعی و سیاسی معطوف کرده است» (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۷). اینترنت رسانه‌ای است که هم به‌لحاظ محتوا و هم به‌لحاظ ذات، تفاوت آشکاری با رسانه‌های پیش از خود داشته و در عین حال، تقریباً همه آن رسانه‌ها را در خود دارد (مسعودنیا و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۸).

بطور کلی پیدایش اینترنت به دهه ۱۹۶۰ بازمی‌گردد، زمانی که دولت ایالات متحده آمریکا براساس طرحی موسوم به آرپا که در آن زمان برای کارکردهای دفاعی به وجود آمده بود، این طرح را پیاده کرد، که براساس آن کامپیوترهای موجود در شهرهای مختلف باید بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و اطلاعات را به یکدیگر منتقل کنند. در همان دوران، سیستم‌هایی به وجود آمد که امکان ارتباط بین کامپیوترهای یک سازمان را از طریق شبکه مختص همان سازمان فراهم می‌کردند. سرانجام در همان دهه ۱۹۶۰، تعداد چهار کامپیوتر در دو ایالت با موفقیت ارتباط برقرار کردند و با اضافه شدن واژه نت به طرح اولیه، نام آرپانت برای آن منظور شد. طی سال‌های پایانی دهه ۱۹۷۰، شبکه‌های مختلف تصمیم گرفتند به‌صورت شبکه‌ای با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و آرپانت را به‌عنوان هسته اصلی انتخاب کردند. بعدها در سال ۱۹۹۳ نام اینترنت روی این شبکه بزرگ گذاشته شد. این شبکه جهانی امروزه با عرضه خدمات اساسی نظیر پست الکترونیک، انتقال فایل، شبکه سلسله‌مراتبی، شبکه جهانی وب، و ... دنیای تازه‌ای را پدید آورد (عباسی‌قبادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۶۱-۶۴؛ یعقوبی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۱۴).

بطور کلی معنای اینترنت عبارت است از شبکه‌ای مشتمل بر تعدادی شبکه مختلف که به هم وصل گردیدند. بخش عمده‌ای از اینترنت، شبکه گسترده جهانی است که

عبارت از مجموعه اسنادی است که به هم اتصال یافته‌اند. اینترنت گروهی متشکل از هزاران شبکه‌ای است که از مجموعه پروتکل واحد استفاده می‌کنند و در جهت عرضه مجموعه اطلاعاتی واحدی به کاربران یا مشتریان خود مشارکت دارند (بابایی‌فرد و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۰۰). اینترنت پررشدترین ابزار ارتباطی جهان بوده که به همه زوایای زندگی انسان امروز نفوذ کرده است (مسعودنیا و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۳).

اینترنت را می‌توان محلی مجازی برای ملاقات میلیون‌ها انسان از کشورهای مختلف دانست که می‌توانند بدون هرگونه محدودیتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند؛ به کنش فردی و جمعی متقابل بپردازند؛ در اجتماعات مجازی حضور سایبری داشته باشند، گروه مجازی تشکیل بدهند؛ و ... . اینترنت به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی نظیر بی-مکانی، فرا-زمانی، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی به دولت‌ها، قابل دسترسی بودن به‌طور همزمان، داشتن پویایی، و ... توانسته است روز به روز مخاطبان بیشتری را جذب کند و هر یک از آنها متناسب با ویژگی‌های فردی و اجتماعی خود استفاده‌های خاصی از این رسانه می‌کنند و تحت تاثیر آن قرار می‌گیرند (عباسی‌قادی و خلیلی-کاشانی، ۱۳۹۰: ۲۹، ۶۱ و ۸۷؛ ربیعی، ۱۳۸۷: ۱۵۷؛ قنبری، ۱۳۹۰: ۱۵۴). یکی از جنبه‌های مهم زندگی افراد که تحت تاثیر اینترنت قرار گرفته است، هویت و هویت ملی آنان می‌باشد که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

#### ۴. تاثیر جهانی‌شدن و اینترنت در تضعیف کارکرد هویت‌سازی دولت‌ها

از آنجا که در بحث جهانی‌شدن، موضوع فرسایش مرزها و نقش دولت بسیار مهم است و هویت ملی نیز به نوعی در چارچوب مرزهای بین‌المللی تعریف می‌شود و دولت‌ها نگهبانان آن تلقی می‌گردند، صاحب‌نظران چنین استدلال می‌کنند که با گسترش فرایند جهانی‌شدن و از میان رفتن مرزها و کم‌شدن نقش دولت، مسئله هویت ملی کم‌رنگ می‌شود (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۱۵۵). نکته اساسی در اینجا این است که جهانی‌شدن با تحولاتی که در حوزه‌های مختلف به ارمغان آورده، ساختار و کارکردهای دولت را

تحت تاثیر قرار داده است. به‌طور کلی هرچند نمی‌توان تاثیر و جایگاه دولت‌های ملی را در عرصه‌های تصمیم‌گیری‌های کلان نادیده گرفت، اما می‌بایست به این مسئله توجه داشت که امروزه دیگر دولت‌ها تنها بازیگران صحنه سیاست داخلی و بین‌المللی نمی‌باشند، بلکه بازیگران جدیدی شگل گرفته‌اند که جایگاه، کارکرد و حاکمیت انحصاری دولت‌ها را تحت‌تاثیر قرار داده یا کاهش داده‌اند، که یکی از آنها، کارکرد هویت‌سازی دولت‌ها می‌باشد.

در گذشته پروژه هویت‌سازی یکی از کارویژه‌های اصلی دولت به حساب می‌آمد و نهادینه‌شدن مرزبندی هویت و غیرسازی، مسئولیت هویت‌سازی را از دوش جامعه بر می‌داشت. مرزهای هویتی به‌واسطه تلاش‌های پایدار دولت، از مرزهای ملی فراتر نمی‌رفت و هرگونه فرهنگ فراملی و فرومی نوعی ناهنجاری و یا بحران قلمداد می‌شد. ولی امروزه فرایند جهانی‌شدن با فرسایش و نفوذپذیر کردن مرزهای ملی و رها کردن امر اجتماعی از بستر مکانی، زمینه جدایی جامعه و روابط اجتماعی و فرهنگی را از نهاد دولت-ملت فراهم کرد، که این فرایند در مجموع توانسته است کارایی دولت‌ها را در عرصه هویت‌سازی کاهش دهد، به‌طوری‌که آنها دیگر نمی‌توانند در فضایی نسبتاً بسته، انحصاری و امن به ساخت و نگهداری هویت ملی بپردازند (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۷۹-۹۱ و ۲۴۳-۲۴۴، ۴۸۲-۴۸۱: Bauman, ۲۰۰۱). به‌طور کلی وقوع مهاجرت‌های گسترده و اختلاط فرهنگی، ظهور سازمان‌های غیردولتی و فراملی، بوجود آمدن پدیده جهانی-محلی‌شدن و محل‌زدایی، پدیده حقوق بشر جهانی، و بویژه ظهور فناوری‌ها و انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی (علی‌الخصوص اینترنت) در عصر جهانی‌شدن، حاکمیت مطلق سنتی در زمینه تعریف فرهنگ و شیوه‌های زندگی و تفکر را دچار محدودیت کرده و بعد هویت و فرهنگ‌سازی دولت‌های ملی را به نفع فرهنگ جهانی به چالش کشیده است (جلال‌پور و دیگران، ۱۳۹۴: ۶۳ و ۴۸). بر این اساس می‌توان گفت که امروزه دولت‌ها صرفاً به یکی از بازیگران عرصه هویت‌سازی در کنار افراد و بازیگران فرو ملی و فرا ملی تبدیل شده‌اند.

در واقع

«در پناه امکانات عصر جهانی‌شدن، امورات مختلف واقعا جهانی‌شده و دولت‌ها دیگر یگانه نگهبان هویت ملی نیستند، بلکه این نقش به جامعه‌ای تفویض شده که خود به پاره‌های متعدد زبانی، قومی و فرهنگی تقسیم گردیده و به تمایزات خود، آگاهی یافته است» (نصری، ۱۳۸۷: ۳۱۲-۳۱۳).

گیدنز در این ارتباط می‌گوید:

«جهانی‌شدن بخشی از اختیارات و توانایی‌های دولت-ملت‌ها را از آنها می‌ستاند و آنها دیگر نمی‌توانند انحصار ارائه اطلاعات را به مردمان خود در دست داشته باشند و ناگزیدند که خود را با هویت‌ها و تعلقات جدید و جمعی هماهنگ سازند» (گیدنز، ۱۳۷۸-ب: ۳۸-۳۹).

مانوئل کاستلز نیز معتقد است، فرایند جهانی‌شدن و به دنبال آن جامعه شبکه‌ای، با تولید و رشد آگاهی در مردم به تضعیف مسائلی چون دولت ملی و هویت ملی مرتبط با آن منجر می‌شود، بدین صورت که با برجسته‌شدن بسیاری از هویت‌های خاص گرایانه در داخل کشورها سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی به چالش کشیده خواهد شد (عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴۸).

در مجموع بین‌المللی‌شدن ارتباطات و تضعیف پیوندهای سنتی بین فرهنگ و جغرافیا و همچنین کاهش اقتدار و مشروعیت نظام‌های سیاسی در تحمیل یک هویت مشروعیت‌بخش و کنترل مرزهای عقیدتی به واسطه رشد فضاها (مجازی) (اینترنت)، موجب شده است که برای نخستین بار کنترل همه‌جانبه دولت‌ها بر روند هویت‌یابی فردی و اجتماعی با چالشی جدی مواجه گردد (گرگی، ۱۳۸۵: ۶۷). در نتیجه این وضعیت، بازسازی بستارهای اجتماعی و فرهنگی سنتی تقریباً ناممکن شده و مرزهای فرهنگی و هویتی فرو ریخته و فرهنگ‌ها و هویت‌ها در فضای فراخ جهانی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند (کبیری، ۱۳۸۹: ۱۰۱) که نتیجه آن، نسبی‌شدن هویت‌ها و ایجاد مرزبندی‌های جدید هویتی می‌باشد.

## ۵. تاثیر جهانی شدن و اینترنت بر شکل‌گیری هویت‌های فراملی و چندپاره

به‌طورکلی برخلاف گذشته که پیوند تنگاتنگ فضا، زمان و فرهنگ با مکان و سرزمین معین، نیازهای هویتی افراد را به خوبی تامین می‌کرد، فرایند جهانی شدن با نفوذپذیرکردن مرزهای مختلف زندگی اجتماعی و با مستاصل کردن مدافعان سنتی هویت و ...، هویت‌سازی و معنایابی به شیوه سنتی را دشوار ساخت (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۲۵۰-۲۵۱). در نتیجه این فرایند، فضای امن و خلوت فرهنگ‌ها از بین می‌رود و در فضای فراخ زندگی اجتماعی فرهنگ‌های مختلف به آسانی گسترش و جریان می‌یابند و بنابراین همه حوزه‌های استحفاظی در هم می‌ریزد و هر فرهنگی به ناچار در فضایی قرار می‌گیرد که عرصه حضور و ابراز وجود فرهنگ‌های دیگر هم می‌شود و به‌واسطه همین سرزمین‌زدایی، پیوندهای فرهنگ با مکان را تضعیف می‌کند (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۱۱؛ Appaduria, ۱۹۹۶: ۸۷). علاوه بر این جهانی شدن، دنیاها و مرجع‌های اجتماعی افراد را هم افزون می‌کند و در نتیجه فرد ناگزیر می‌شود با واحدهای اجتماعی کوچک و بزرگ مختلفی هویت پیدا کند. بدین ترتیب فرهنگ‌های خاصی که در جوامع سنتی، پایه و چارچوب استواری برای هویت‌سازی فراهم می‌کردند، تحت تاثیر فرایند جهانی شدن بسیار سیال و ناپایدار می‌شوند و بی‌گمان هویت‌سازی سنتی بر پایه آن تقریباً ناممکن می‌شود (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۲۴۶-۲۵۱؛ Hall and Held, ۲۰۰۳). جهانی شدن با عرضه انبوه منابع فرهنگی هویت، قابلیت و امکان بی‌پایان هویت‌سازی را آشکار می‌سازد، به‌طوری‌که هر فرد کم و بیش می‌تواند با بهره‌گیری از آنها خویشتن را باز سازی کند. در این دوران فرد به تنهایی و بدون اتکا به دولت می‌تواند از میان گزاره‌های بی‌شماری که جهانی شدن در اختیارش گذاشته و با انتخاب آنها برای خود هویت بسازد. این هویت فرد ساخته با توجه به ویژگی جهانی شدن، از ویژگی‌هایی چون ترکیبی بودن، متغیر بودن و موقتی بودن برخوردار است (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۰۲-۱۰۳؛ Pruthi, ۲۰۰۶: ۱۳۳).

در عصر کنونی قلمرو روابط اجتماعی انسان‌ها بسیار پهناور شده و هر فرد با



اجتماعات و گروه‌های متعددی پیوند دارد. در واقع فشردگی زمان و فضا، جامعه‌ای فراتر و وسیع‌تر از جامعه سنتی و ملی فراهم کرده است که در آن مرزهای جغرافیایی دیگر بمانند گذشته با اهمیت بشمار نمی‌آیند. در چنین شرایطی پیوند فرد دیگر نه فقط با یک جامعه خاص، بلکه با جامعه‌ای وسیع به فراخنای جهان نیز شکل می‌گیرد (زارعی، ۱۳۸۸: ۷۲؛ گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۵۲؛ ۲۷۵: Hall and Held, ۲۰۰۳). به عبارتی دیگر، در عصر حاضر، اشخاص علاوه بر هویت ملی و فرهنگی خویش، هویتی جهانی را بر می‌گزینند که به آنان حس تعلق به فرهنگ جهانی می‌بخشد و موقعیت آنان را در جهان تثبیت نموده و قالبی را برای زندگی در جهان متغییر ارائه می‌دهد (ادیبی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۱۷).

یان آرت شولت، در این ارتباط می‌نویسد: «جهانی‌شدن موجب افزایش هویت‌های دورگه در میان مردم شده است. یک هویت دورگه حاصل چند گرایش گوناگون در مقیاسی بزرگ است، به طوری که هیچ نشانگر واحدی به تنهایی و به روشنی و پایداری بر دیگران برتری ندارد ... جهانی‌شدن گرایش به تشدید احساس خویشتن سیال و چندپاره به‌ویژه در اشخاصی شده است که بخش زیادی از وقت خود را در فضاهای فوق قلمروی می‌گذارند ... در جاهایی که زندگی بیشتر جهانی شده است، هویت افراد کمتر مسلم فرض می‌شود و خود در دسترس همه قرار دارد» (شولت، ۱۳۹۰: ۲۲۵ و ۲۲۶). گیدنز معتقد است، در اثر دیالکتیک موجود بین امور محلی و جهانی، روابط اجتماعی و هویت‌های جدیدی شکل می‌گیرند که زندگی روزمره و سنت‌های اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهند. این امر به شکل گرفتن معنای جدیدی از خود برای افراد بشر می‌انجامد و محصول آن «سیاست زندگی» یا «سیاست انتخاب» می‌باشد. به اعتقاد وی، این سیاست، سیاست متحقق‌ساختن خویش در محیطی است که به طرز بازتابی سازمان یافته است و این بازتابندگی «خود» و بدن فرد را با نظام‌هایی با مقیاس جهانی مرتبط می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۸-الف). پیتر برگر نیز بر این باور است که جامعه در حال تغییر و

تحول امروزی، فرد را ناگزیر به بازانديشی و اتخاذ تصميم‌های متنوع می‌سازد. به نظر وی، بازانديشی نه تنها معطوف به جهان بیرونی است، بلکه وارد ذهنیت فرد نیز می‌شود و طی این فرایند، جهان و خود فرد به موضوع آگاهی تبدیل می‌شوند (به نقل از: بوستانی، ۱۳۹۰: ۵۴-۵۵).

درباره نقش اینترنت در این زمینه می‌توان گفت، ویژگی‌ها و قابلیت‌های اینترنت امکان شکل‌گیری نوع ویژه‌ای از حوزه عمومی را فراهم می‌سازد که در آن افراد عملاً قادر خواهند بود تا بسیاری از مفاهیم مسلم در حوزه‌های مختلف زندگی از جمله هویت ملی را به چالش گرفته و آن را موضوعی جهت بحث و بازانديشی قرار دهند (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۸).

گیدنز می‌گوید:

«در عصر کنونی با حضور رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی به‌ویژه ماهواره و اینترنت، تغییرات ریشه‌ای در کیفیت زندگی روزمره پدید آمده که بر خصوصی‌ترین جنبه‌های تجارب انسان نیز تاثیر گذاشته است ... با توسعه ارتباطات جمعی به‌ویژه ارتباطات الکترونیکی، تداخل توسعه هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی تا حد موازین و معیارهای جهانی و عام، بیش از پیش محسوس شده است» (گیدنز، ۱۳۷۷).

به‌طور کلی یکی از دلایل مهم روی آوردن افراد به اینترنت را می‌توان کسب آگاهی در مورد خویشتن، تقویت ارزش‌های شخصی، یافتن الگوهای رفتاری، همانندسازی با ارزشهای مورد اعتنای دیگران و در یک کلام هویت‌یابی دانست (مرتضایی فریزندی و ادیسی، ۱۳۹۳: ۷۷). در اینترنت افراد با یک هویت واحد سروکار ندارند، بلکه در شاه-راهی به‌سر می‌برند که در آن مرتب مواجهه‌هایی صورت می‌گیرد. این مواجهه‌ها به شکل ساده و رویارویی چهره به چهره نیست، بلکه به‌صورت مبادله الکترونیکی و راه دور است و طی آن هویت‌ها به شکل غیرمعمولی به نمایش گذاشته می‌شوند. همچنین در اینترنت و در نتیجه تضعیف سلسله‌مراتب ارتباطی، افراد مجال بیشتری برای ارائه

هویت موردنظر خویش جدای هویت ملی پیدا می‌کنند (معینی‌علمداری، ۱۳۸۴: ۱۱۳-۱۱۴). فضای مجازی می‌تواند فرد را از مکان خود او جدا کرده و به جهان پیوند بزند. در نتیجه امروزه افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبرو هستند و هویت‌یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرده است (عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴۲).

نکته اساسی‌ای که می‌بایست در اینجا به آن توجه داشت این است که میزان، مدت و نوع مواجهه افراد با اینترنت، تاثیر زیادی بر هویت ملی کاربران برجای می‌گذارد؛ به این صورت که هرچه میزان و مدت مواجهه افراد با اینترنت بالا رود و هرچه کاربران محتوای مواجهه را واقعی‌تر تلقی کنند، بیشتر از رابطه خود با اینترنت در جهت بازبینی هویت ملی خود بهره می‌برند و لذا احتمال تاثیرپذیری آنها بیشتر خواهد شد (عباسی‌فادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۳).

## ۶. تاثیر جهانی‌شدن و اینترنت بر تشدید هویت‌جویی قومی

با توجه به مباحث فراگیر مرتبط با جهانی‌شدن فرهنگی، به‌ویژه گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی، در رویکردهای متعارف علوم اجتماعی، اغلب تصور می‌شود که این فرایند موجب تحلیل و کم‌رنگ‌شدن خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی خواهد شد. اما با وجود بسیاری از تغییرات ناشی از فرایند مزبور در سراسر جهان، بحران‌های قومی و فرهنگی قرن بیستم، بیان‌گر اهمیت یافتن خاص‌گرایی‌های فرهنگی و اجتماعی است (قادرزاده و احمدپور، ۱۳۹۰: ۳۹).

مقاله حاضر به‌طور کلی بر این باور است که جهانی‌شدن از یک‌سو با اشاعه ارزش‌های عام جهانی قادر است هویت‌ها و خاص‌گرایی‌های قومی را تضعیف کند و از سوی دیگر نیز می‌تواند خاص‌گرایی‌ها و هویت‌جویی‌های قومی را تشدید نماید، که تمرکز این پژوهش بر جنبه دوم می‌باشد و معتقد است که تقویت هویت‌های قومی در عصر جهانی‌شدن می‌تواند هویت ملی جوامع متکثر و چند قومی را با چالش اساسی مواجه نماید (رک: کریمی، ۱۳۹۰-الف؛ Taylor and Spencer, ۲۰۰۴). هویت قومی را در یک

تعریف کلی می‌توان به معنای «احساس تعهد، تعلق و وفاداری اعضای یک گروه قومی نسبت به نمادها، باورها، ارزشها و ویژگیهای آن اجتماع قومی در نظر گرفت» (حاجیان، ۱۳۸۸-الف: ۴۱۲).

به‌طور کلی، تحولات نوین در ساحت‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اندیشگی، و ... در موضوع قومیت از نظر محتوا و شدت به‌حدی است که می‌توان گفت ما با فرصت سیاسی جدید و گفتمان نوین احیاء قومیت و هویت قومی در عصر جهانی‌شدن مواجه هستیم (کریمی، ۱۳۹۰-الف: ۹۶). به اعتقاد گیدنز، تغییر مسیر قدرت دولت‌های ملی در عصر جهانی‌شدن و کاهش کنترل آن‌ها بر فرهنگ‌های محلی باعث می‌شود که فرهنگ‌ها (هویت‌ها) ی بومی و نوع جدیدی از ناسیونالیسم‌های محلی، احیا شده و سر برآورند (سلیمی، ۱۳۹۲: ۲۶۳). استوارت هال نیز معتقد است، هویت‌های محلی که تا دیروز امکان ابراز وجود نداشتند، امروز با سرعتی شگفت‌آور خود را مطرح می‌کنند (هال، ۱۳۸۳).

به‌طور کلی دیدگاه‌های معتقد به گسترش قوم‌گرایی در عصر جهانی‌شدن، از آن لحاظ این فرایند را برای هویت ملی چالش‌برانگیز می‌دانند که در جریان پرشتاب فراگیر جهانی‌شدن، حفظ و بازسازی هویت ملی توسط دولت به‌دلیل افزایش هزینه‌های اعمال قدرت و کاهش هزینه‌های مقاومت گروه‌های حاشیه‌ای بسیار دشوار شده است. از این منظر، رشد فناوری وسایل ارتباط جمعی، عامل مهمی در رشد حرکت‌های قوم-گرایانه در نظر گرفته می‌شود (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۲۱۱-۲۱۲).

اما نکته مهمی که می‌بایست در اینجا به آن توجه داشت این است که، وجود برخی عوامل و زمینه‌ها در تحریک گروه‌های قومی نسبت به بهره‌گیری از امکانات عصر جهانی‌شدن در جهت تقویت هویت قومی‌شان مؤثر می‌باشند که از مهم‌ترین آن‌ها، وجود نابرابری در شاخص‌های توسعه و یا مسئله عدم توسعه‌همه‌جانبه در مناطق قوم‌نشین و عدم تامین نیازها و خواسته‌های اساسی این گروه‌ها می‌باشد.

بطور کلی امکانات ارتباطی و اطلاعاتی عصر جهانی‌شدن، اقلیت‌های قومی را در جوامع قومی قادر خواهند ساخت تا توازن قدرت را در رقابت با دولت برخلاف مسیر قبلی به پیش ببرند و آن را متحول سازند (بنی‌هاشمی، ۱۳۹۰: ۱۴۲). گروه‌های قومی می‌توانند ضمن بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود در اینترنت، با ایجاد اجتماعات مجازی، امکان بازاندیشی، بازسازی و احیای مجدد هویت خویش را بیابند و عملاً از طریق برقراری ارتباط با دیگر گروه‌ها و اقلیت‌های قومی در سراسر جهان و یکپارچه‌نمودن خواسته‌های خود در عرصه‌های ملی و جهانی به نیروی موثری در تغییر سیاست‌های هویتی مبدل گردند (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۸-۶۱).

گروه‌های قومی با بهره‌گیری از امکانات فوق، هم فرهنگ، هویت و مطالبات خود را جهانی می‌سازند و هم از اهرم‌ها و سازوکارهای نظارت بین‌المللی عمومی و خصوصی بر حقوق اقوام و اقلیت‌ها برای دفاع از حقوق قومی و اعمال فشار علیه دولت‌ها استفاده می‌کنند. به‌علاوه، این امکانات پتانسیل آگاهی‌بخشی، اطلاع‌رسانی، تبلیغات و بسیج سیاسی گروه‌های قومی را افزایش می‌دهد و ظرفیت آن‌ها را برای تقویت و گسترش پویای سیاسی ارتقا می‌دهد. گروه‌های قومی این امکان را می‌یابند تا با مخاطب قرار دادن نهادهای جامعه مدنی و افزایش سطح آگاهی آن‌ها از محرومیت‌ها و بی‌عدالتی‌های وارده بر اقلیت‌های قومی، به کمک آنان فشار مضاعفی علیه دولت برای تحقق خواسته‌های خود اعمال کرده (کریمی، ۱۳۹۰-الف: ۹۵) و با زیر سوال بردن مشروعیت، اقتدار و کارکردهای دولت، وفاداری گروه‌های قومی نسبت به دولت و هویت ملی را تضعیف نمایند (جنیدی‌جعفری و کوثری‌مقدم، ۱۳۹۲: ۳۰). گروه‌های قومی فعال در فضای مجازی، بطور کلی می‌توانند دولت-قومیت‌های جدیدی را بدون اصرار بر هویت سرزمینی بوجود آورده و بدین‌وسیله موجب شکل‌گیری چندپارگی سیاسی-فرهنگی در کشور و بروز شکاف در هویت ملی شوند (نظری و قلی‌پور، ۱۳۹۵).

در مجموع می‌توان گفت که، دشوار شدن هویت‌سازی از جانب دولت‌ها به شیوه

گذشته، متزلزل‌گشتن و نسبی‌شدن منبع هویت‌یابی سنتی در نگاه افراد (جوانان) و ظهور منابع هویت‌یابی جدید، و تقویت (رشد) هویت‌های قومی در نتیجه فرایند جهانی‌شدن و ظهور ابزارهایی همچون اینترنت، بسیاری از جوامع به‌ویژه جوامع در حال توسعه را با مسئله بحران هویت مواجه نموده است. بحران هویت به وضعیتی گفته می‌شود که فرد یا جامعه، هوشیاری و آگاهی لازم را نسبت به خود از دست بدهد و حالتی مردد و ناپایدار به خود بگیرد (ربانی، ۱۳۸۱: ۲۳-۲۴). در واقع این بحران هنگامی رخ می‌دهد که یک جامعه دریابد آنچه که تاکنون بی‌چون‌وچرا به‌عنوان تعاریف فیزیکی و روانشناسانه‌ی «خود جمعی‌اش» پذیرفته است، تحت شرایط جدید دیگر قابل‌پذیرش نیست (ربعی، ۱۳۸۷: ۱۵۹). در چنین شرایطی، افراد منابع جدید هویتی را جذاب‌تر از منابع خویش می‌یابند و از این‌رو در تصویر هویتی خویش دچار تردید و بحران هویت می‌شوند.

امروزه اکثر مباحث مربوط به هویت، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، با بحران هویت یا تعامل هویت‌های آمیخته شناخته می‌شوند. در این کشورها، از بحران هویت عمیقی در بین جوانان صحبت می‌شود که تبلور آن‌را می‌توان در شکاف نسل‌ها و بی‌توجهی یا کم‌توجهی نسل جدید به ارزش‌ها و نگرش‌های نسل قبل از خود مشاهده کرد. بطور کلی تراکم رسانه‌های ارتباطی فراملی و حجم بالای اطلاعات ارائه‌شده از سوی آن‌ها موجب شده است که نسل‌های جوان در فرایند جامعه‌پذیری خود، بیشتر تحت‌تاثیر عوامل بیرون از فرهنگ ملی و سرزمینی خود قرار گیرند؛ یکی جهانی که طبیعی است و ریشه در فرهنگ خودی دارد و دیگری جهانی مجازی که ریشه‌اش در فرهنگ‌ها و هویت‌های بیرونی است (جعفری و یزدانی و قبادی، ۱۳۹۳: ۱۴۹؛ مقصودی و تیشه-یار، ۱۳۸۸: ۲۰). این موضوع روی هم‌رفته موجب می‌شود که احساس تعلق‌خاطر و پایبندی جوانان نسبت به هویت ملی‌شان کاهش یابد. همچنین به‌کارگیری امکانات ارتباطی از سوی گروه‌های قومی در بسیاری از جوامع چندقومی، بر احساس وفاداری

آنان نسبت به هویت ملی‌شان تاثیر گذاشته و بدین ترتیب آنان را با مسئله بحران هویت ملی مواجه ساخته است.

## ۷. چالش‌های هویت ملی ایران در عصر جهانی‌شدن

ادبیات مربوط به جهانی‌شدن کمابیش در اکثر نوشته‌های اخیر مربوط به هویت ملی در ایران مطرح شده و پژوهشگران از ابعاد گوناگون آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. صاحب‌نظران بر این باورند که عمده‌ترین چالش فراروی هویت ملی ایران را می‌بایست در پدیده جهانی‌شدن و ملزومات و نیازهای برآمده از دل آن جستجو کرد (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۲۰۹ و ۳۲۳).

به‌طور کلی در خصوص شکل‌گیری هویت ملی در ایران دو دیدگاه کلی وجود دارد: عده‌ای معتقدند که هویت ملی در ایران، پدیده‌ای متاخر و متأثر از ظهور دولت-های ملی در اروپای قرون هجدهم و نوزدهم است، و دسته‌ای دیگر بر این باورند که به‌دلیل قدمت تاریخی گسترده کشور ایران، می‌توان نشانه‌هایی از وجود مفهوم هویت ملی را در ایران باستان جستجو کرد؛ دیدگاه اخیر معتقد است که مفهوم ملت به‌عنوان شالوده شکل‌گیری هویت ملی، قرن‌ها قبل از دولت‌های ملی قرن نوزدهم در کشور ایران وجود داشته است (قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۱۶-۱۱۷). این مقاله با دیدگاه دوم هم‌نظر می‌باشد.

در اینجا بدون غفلت از نقش تاریخی مشروطه به‌عنوان یک نقطه عطف در حیات ملت ایران، می‌توان گفت آنچه از آن تحت‌عنوان هویت ملی ایران یاد می‌شود، قرن‌ها پیش از روی کار آمدن دولت‌های ملی در اروپا، به‌وسیله امپراطوری‌های بزرگ ایران باستان ایجاد شد و در فراخنای تاریخ ایران از ابتدا تاکنون و در راه پویایی خود، با هویت‌ها و فرهنگ‌های دیگر آمیخته و توانسته است پایداری و پویایی خویش را تحت‌عنوان «ایرانیّت» حفظ کرده و تداوم بخشد (ابراهیم‌آبادی، ۱۳۸۸: ۱۱۸)؛ در واقع می‌توان گفت هویت ملی ایران حاصل یک سلسله فعل و انفعالات و کشاکش تاریخی چند

هزار ساله است که با گذار از مراحل و ادوار مختلف، به شکل کنونی‌اش در آمده است. براین اساس می‌توان این هویت را مفهومی قدمت‌دار و تاریخی دانست (ر.ک: احمدی، ۱۳۸۲ و ۱۳۹۰-الف؛ اسمیت، ۱۳۸۳؛ اشرف، ۱۳۹۵؛ ۲۰۰۰، smith).

ایرانیان به‌طور کلی از گذشته دور، همواره خود را به‌عنوان ملتی متمایز از دیگران مشخص ساخته‌اند، که این مسئله حکایت از وجود نوعی آگاهی ملی در میان آنان دارد. این آگاهی بر مبنای عناصری چون: سرزمین ایران، تاریخ طولانی و کهن، زبان فارسی، دین و اعتقادات مذهبی (به‌ویژه اسلام)، فرهنگ غنی و پویا، میراث سیاسی و حکومت، اسطوره‌های ایرانی، و ... پدید آمده بود که روی هم‌رفته موجب ایجاد همبستگی در میان آنان شده بود. این عناصر در طول زمان تحولات خاصی را طی نمودند و همواره به این کارکرد همبستگی‌ساز خود ادامه دادند. براین اساس، آن‌ها را می‌توان عناصر سازنده هویت ملی ایران برشمرد. عناصر فوق، در حال حاضر نیز اصلی‌ترین و مهم‌ترین نشانه‌های ایران و تعریف ایرانی‌بودن یعنی شناخت ایرانیان از خود، متمایز کردن خود از دیگران و در نتیجه شناساندن ایران و ایرانی به جهان خارج می‌باشند (احمدی، ۱۳۹۰-الف؛ ۳۸۰-۳۷۹؛ حاجیانی، ۱۳۸۸-الف؛ ۲۱۹؛ نصری، ۱۳۸۷؛ ۳۱۱). بطور کلی امتیاز برجسته این مولفه‌ها آن است که موجب اشتراک و ارتباط ایرانیان امروز با نیاکان و نیز با هم‌عصران‌شان شده و باعث دل‌بستگی آنان نسبت به هویت ملی‌شان می‌گردد. بنابراین، زمانی که از هویت ملی ایرانی سخن گفته می‌شود، منظور شناخت و آگاهی و احساس تعلق و وفاداری مردم ایران به کشور، اجتماع ملی و عناصر سازنده آن می‌باشد.

هویت ملی ایران روی هم‌رفته دارای سه پایگاه یا آب‌شخور می‌باشد: نخستین پایگاه، ایران باستان است که آن را بعد ایرانی هویت ملی می‌نامند، پایگاه دوم، دین اسلام است که در چهارده قرن اخیر بخش مهمی از عناصر هویت‌ساز ایرانیان از آن تغذیه شده است، و پایگاه سوم مدرنیته یا فرهنگ معاصر می‌باشد. این‌طور به نظر می‌رسد که هویت ملی ایران از لایه‌های فوق به تناسب اهمیت در دوره‌های مختلف بهره‌مند شده



و پرورش یافته است (گودرزی، ۱۳۸۷: ۹۸؛ رجایی، ۱۳۸۶).

اما نکته اینجاست که این هویت با چنین مشخصه‌ای، با فرایند جهانی‌شدن مواجه شده و از آن تاثیر پذیرفته است. به‌طور کلی کشور ایران هم‌زمان با کشورهای دیگر در معرض تحول و دگرگونی قرار گرفته و ساحت‌های مختلف زندگی اعضای جامعه آن، تحت تاثیر فرایند جهانی‌شدن دستخوش تحولاتی شده است که ساحت هویت و هویت ملی از جمله مهم‌ترین آنها می‌باشد.

«در پرتو تحولات نوین صورت‌گرفته در عرصه جهانی، تصور و درک جدیدی از خود و دیگری در متن زندگی اجتماعی و فرهنگی ایرانیان سر برآورد و امکان نوعی مهاجرت فکری و فیزیکی و تامل در جهان‌های فرهنگی مختلف فراهم شده است» (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۱۰).

می‌توان چنین گفت که به‌مانند سایر نقاط جهان، شکل‌گیری هویت جهانی به معنی خودفهمی انسان ایرانی در چارچوب جهانی و شکل‌گیری احساس تعلق فرد به نظام جهانی و تعهد وی به مسائل جهانی است که در نتیجه آن، فرد ایرانی خود را به‌عنوان عضوی از جامعه جهانی تعریف و تصور می‌نماید (حاجبانی، ۱۳۸۸-الف: ۴۷۱).

در واقع مهم‌ترین زمینه برای گسترش روحیه و تمایلات جهان‌گرایانه در هویت ایرانی را می‌بایست در منشا تاریخی آن دانست؛ جامعه ایرانی به‌طور کلی به‌دلیل زمینه‌های ذیل استعداد و توان جهانی‌شدن را دارا بوده و می‌باشد: موقعیت ارتباطی و شاهره جهانی بودن و نیز فضا و طبیعت متنوع جغرافیایی و تحرک جغرافیایی گسترده و پویای اقوام ایرانی؛ اشاعه مستمر عناصر فرهنگی ایران به سرزمین‌های دیگر در ادوار مختلف؛ برجسته‌بودن رویکرد جهان‌گرایانه در شعر و ادبیات فارسی؛ و غیره (حاجبانی، ۱۳۸۸-ب).

بطور کلی با توجه به پویایی فرهنگ و هویت ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی صورت‌گرفته در ایران در دهه‌های اخیر، مردم این کشور توانسته‌اند به درک جامع‌تری از جهان و فرهنگ جهانی دست یابند (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۱۰۳). عوامل مختلفی موجب به-

وجود آمدن چنین شرایطی گشته‌اند که یکی از مهم‌ترین آنها، وجود رسانه‌های ارتباطی فراملی به‌ویژه اینترنت و استفاده از آنها می‌باشد که نقش به‌سزایی در شکل‌گیری تحولات فکری و اجتماعی در جامعه ایران داشته‌اند. هرچند می‌بایست به این نکته نیز توجه داشت که «ایران از حیث رسانه‌های ارتباطی با معیارهای رایج در فرایند جهانی- شدن فاصله دارد» (بشیریه، ۱۳۸۴: ۱۷۵)، اما با تمامی اینها، رشد نسبی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در این کشور، نشانگر تاثیرگذاری جهانی شدن در ایران امروز است (شهرام-نیا، ۱۳۸۶: ۳۹۲).

آغاز دهه ۱۹۹۰ میلادی شروع حرکت ایران برای پیوستن به خیل کشورهای متصل به شبکه‌های جهانی می‌باشد و این کشور در سال ۱۹۹۳ و با پیشتازی مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات با اینترنت پیوند یافت (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۶۵). گفته می‌شود شمار کاربران اینترنتی در ایران در سال ۱۹۹۴ کمتر از ۲۵۰ هزار نفر بود. بر همین اساس در سال ۲۰۰۴ بیش از ۲/۵ میلیون ایرانی به‌صورت دائم و ۳/۵ میلیون نفر به‌صورت غیردائمی کاربر اینترنت بودند (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۸۹). در سال ۲۰۰۸ نزدیک به ۵ میلیون کاربر در ایران وجود داشت (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۶۶). همچنین جدیدترین آمارها از استفاده کاربران ایرانی نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت در ایران به نزدیک ۵۴ درصد رسیده است، به‌طوری‌که ایران با ۷۵ میلیون نفر جمعیت در اوایل دهه ۱۳۹۰، دارای حدود ۴۰ میلیون نفر کاربر اینترنتی است (به نقل از خبرگزاری مهر، ۱۸ آبان ۱۳۹۳). ایران با داشتن این تعداد کاربر، مقام سیزدهم کاربران جهان را به خود اختصاص داده و جزو ۲۰ کشوری هست که کاربران اینترنتی زیادی دارند و در میان کشورهای غرب آسیا در رتبه اول کاربران قرار گرفته است (میرمحمدی، ۱۳۹۴: ۸).

بطورکلی درباره تاثیر اینترنت بر کارکرد هویت‌سازی دولت ایران می‌توان گفت که رشد فزاینده کاربران اینترنتی و افزایش بی‌شمار وب‌سایت‌ها و اجتماعات آنلاین و مجازی و همچنین حجم وسیع مطالب مطرح‌شده در این زمینه، تحولات عمده‌ای را در

### چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) .../ ۹۳

تعیین سیاست‌های هویتی در ایران ایجاد کرده است؛ به این صورت که گسترش اینترنت و استفاده روزافزون از آن از سوی کاربران ایرانی، توانسته بر کارایی هویت‌سازی توسط دولت تاثیر گذاشته و آن را با چالش‌های اساسی‌ای در این زمینه مواجه سازد، بطوریکه نظام سیاسی دیگر قادر نیست همچون گذشته و در محیطی امن‌تر، به ترویج و تحکیم هویت ملی مطلوب خویش بپردازد.

هویت‌سازی به‌عنوان یکی از سازوکارهای اصلی هماهنگی و نظارت اجتماعی برای دولت جمهوری اسلامی ایران از اهمیت زیادی برخوردار است، به‌طوری‌که این دولت از ابتدای تاسیس، کوشید فرایند هویت‌سازی را سامان‌دهی کرده تا از این طریق پاسدار نظم سیاسی-اجتماعی مطلوب خویش باشد. در واقع این دولت از فردای پیروزی انقلاب اسلامی، در صدد ایجاد تحول در ساختار هویتی کشور نسبت به دوره پهلوی بر آمد و عنصر اصلی هویت‌سازی‌اش را نیز مؤلفه دینی با هویت اسلامی در نظر گرفت. اما امروزه وجود مرجع‌ها و منابعی غیر از حکومت و نهادهای وابسته به آن، همچون اینترنت و سایر وسایل ارتباطی نوین توانسته‌اند بر عرصه هویت‌سازی و هویت‌جویی در کشور تاثیر گذاشته و مرزهای تازه‌ای را در شکل‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت گروه‌های مختلف اجتماعی به‌ویژه جوانان و برخی اعضای گروه‌های قومی به‌وجود آورند. در ادامه، چگونگی تاثیر اینترنت بر رویکرد هویتی دو گروه فوق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

یکی از ابعاد تغییرات ساختاری در ایران، افزایش میزان جمعیت جوان ایران (۱۵ تا ۲۹ سال) از ابتدای دهه ۱۳۷۰ به بعد است. بطوریکه جمعیت این گروه از ۸ میلیون در سال ۱۳۶۵ به بیش از ۱۷ میلیون در ۱۳۷۵ و نزدیک به ۲۵ میلیون در ۱۳۸۵ (سردارنیا، ۱۳۹۰: ۱۸۱) افزایش داشته است. در حال حاضر نیز جمعیت جوان، نزدیک ۵۰ درصد از جمعیت ۸۰ میلیونی کشور را تشکیل می‌دهد.

بطور کلی اینترنت در اواخر دهه ۱۳۷۰ در میان جوانان ایرانی رواج یافت و

بلافاصله محبوبیت زیادی در بین آنان پیدا کرد. بسیاری از تحقیقات انجام شده در مورد اینترنت در ایران، نشان می‌دهند که در حال حاضر اکثریت عمده‌ای از کاربران اینترنت در کشور، جوان هستند (منتظر قائم و شاقاسمی، ۱۳۸۷). می‌توان گفت جوانان ایرانی به دلیل خصوصیات مربوط به دوره جوانی است که تاثیر زیادی از اینترنت کسب می‌کنند. این رسانه نوین موجب شده است که ارتباطات و تعاملات جوانان در داخل و خارج کشور به‌طور اساسی‌ای دچار تغییر و تحول گردد. «اینترنت در ایران برای اکثر کاربران جوان فرصت تجربه واقعیت‌های دوردست یا غیرقابل دسترس (امکان داشتن تعامل با جهان معاصران دور از دسترس، تجربه عضوی از جهان بودن، تجربه خلق واقعیت‌های مخصوص به خود، و ...) را به ارمغان آورده» (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۶)، که این مسئله بر فرایند هویت‌یابی آنان نیز تاثیر گذاشته است. بر این اساس،

«نسل جوان ایران حامل جهت‌گیری‌های متفاوتی نسبت به هویت ملی در مقایسه با نسل گذشته گشت، به‌طوری‌که دلبستگی نسل جدید نسبت به بنیان‌های هویت ملی ایران به اندازه دلبستگی نسل گذشته نمی‌باشد» (نصری، ۱۳۹۰: ۳۰۸-۳۰۹).

در واقع می‌توان گفت که تاثیر اینترنت در فرایند هویت‌یابی نسل جوان ایرانی، بیش از سایر عوامل بوده است. در اینجا به تعدادی از تحقیقاتی که در زمینه تاثیر اینترنت بر هویت جوانان ایرانی به انجام رسیده‌اند اشاره می‌گردد:

ربیعی (۱۳۸۷) و منتظر قائم و شاقاسمی (۱۳۸۷) در تحقیقات‌شان این نکته را بیان می‌کنند که نسل سوم در ایران بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار هویتی ناشی از اینترنت می‌باشند و این مسئله موجب تضعیف هویت ملی در نزد آنان شده است. عباسی قادی و خلیلی کاشانی (۱۳۸۷) در مطالعه‌شان به این نتیجه دست یافتند که زمانی که کاربران ساکن تهران در استفاده از اینترنت فعالیت و مشارکت بیشتری دارند، میزان هویت ملی‌شان کاهش می‌یابد. عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود اینگونه

بیان می‌کنند که هرچه میزان استفاده و فعالیت کاربران جوان اصفهانی در فیس‌بوک افزایش پیدا می‌کند، هویت ملی آنان ضعیف‌تر می‌شود. رضایی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقشان نشان دادند که هرچه میزان استفاده جوانان همدان از اینترنت بیشتر شود، ابعاد مختلف هویت ملی آنان تضعیف خواهد شد. و میرمحمدی (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسید که جوانان تهرانی‌ای که از اینترنت استفاده بیشتری می‌کنند، به سمت گرایش‌های غیر سنتی و مدرن سوق می‌یابند.

روی هم‌رفته می‌توان گفت که تجربیات حاصل از حضور جوانان ایرانی در فضای مجازی بسته به میزان عمق و وسعت حضور، تاحدودی موجب بازاندیشی در هویت فردی و متزلزل‌شدن فراروایت‌های موجود در اذهان آنان شده و دست‌یابی به هویتی مدرن را به‌رغم شرایط موجود در زندگی آنها برای‌شان فراهم آورده است (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۷). به‌عبارتی دیگر، تحت تاثیر تحولات صورت‌گرفته در عرصه ارتباطات جمعی و ابزارهای ارتباطی در کشور، بسترهای اولیه تغییرات هویتی در بخش قابل‌توجهی از جوانان کشور به‌وجود آمده و آنان به‌سوی ایجاد یک هویت ترکیبی و جدید سوق یافته‌اند.

همان‌گونه که بیان شد، اینترنت بر نگرش‌های هویتی گروه‌های قومی در ایران نیز تاثیر گذاشته است. کشور ایران را می‌توان جامعه‌ای چندقومی دانست که اقوام آن، بخش جدانشدنی‌اش به حساب می‌آیند؛ آذری‌ها، کردها، لرها، بلوچ‌ها، ترکمن‌ها و عرب‌ها از گروه‌های عمده قومی ایران می‌باشند که در طول تاریخ، نقش انکارناپذیری در شکل‌گیری و استمرار هویت ملی این کشور داشته‌اند (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۱۲۷؛ کریمی، ۱۳۹۰-ب: ۳۲۸-۳۳۶؛ رمضان‌زاده و بهمنی‌قاجار، ۱۳۸۷). اما با تمامی اینها، جهانی‌شدن (اینترنت) توانسته است بر گرایش‌های هویتی برخی اعضای گروه‌های قومی ایران تاثیر بگذارد، به‌طوری‌که آنها با بهره‌گیری از فرصت‌ها و امکانات این فرایند، در جهت تشدید هویت‌جویی قومی برآمده و در این راستا دست به اقداماتی نیز زده‌اند (البته این

مسئله به معنای تقاضای تجزیه‌طلبی از سوی آنان نمی‌باشد).

اما نکته مهمی که در اینجا می‌بایست به آن توجه داشت این است که، به‌طور کلی وجود برخی عوامل و زمینه‌ها نیز در تحریک گروه‌های قومی ایران نسبت به بهره‌گیری از اینترنت در جهت تقویت هویت قومی‌شان مؤثر می‌باشند که مهم‌ترین این عوامل، وجود نابرابری در شاخص‌های توسعه و یا مسئله عدم توسعه همه‌جانبه در مناطق قوم‌نشین می‌باشد.

در رابطه با تاثیر فضای مجازی (اینترنت) بر تقویت و تشدید هویت‌جویی قومی در ایران، تحقیقاتی صورت گرفته که در اینجا به تعدادی از آنها اشاره می‌شود: در پژوهش حافظ‌نیا و همکاران (۱۳۸۵) این نتیجه حاصل شد که گسترش فرایندهای جهانی‌شدن در قالب فناوری اطلاعات، از یکسو هویت قومی دانشجویان را تقویت کرده و از سوی دیگر هویت ملی آنان را تضعیف کرده است. فکوهی و عیاری (۱۳۸۹) نشان دادند که در گستره بی‌حد و مرز فضای مجازی، مرزهای هویت قومی نه تنها از میان نرفته‌اند بلکه امکان تجلی بسیار بیشتری یافته‌اند. حکیمی (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان داد که فیس‌بوک توانسته نقش عمده‌ای در بازنمایی هویت کردها در جهان داشته و از این راه به یافتن دوستان و هم‌فکران کرد و غیر کرد کمک کرده است. ساروخانی و رضایی (۱۳۹) در مطالعه‌شان به این نتیجه دست یافتند که اینترنت موجب تقویت هویت قومی جوانان در شهر تهران شده است. در تحقیق کیانپور و همکاران (۱۳۹۲) نیز این نتیجه به دست آمد که کاربران ترک از امکانات فیس‌بوک برای معرفی خود به‌سان یک هویت قومی استفاده می‌کنند.

به‌طور کلی هرچند داده‌های آماری در برخی از تحقیقات صورت‌گرفته حاکی از آن است که بیشترین گرایش به هویت‌جویی قومی در ایران امروز در میان ترکمن‌ها، عرب‌ها و کردها و بیشترین گرایش به هویت ملی در میان بلوچ‌ها، لرها و آذری‌ها

وجود دارد (برای نمونه ر.ک: حاجیانی، ۱۳۸۷)، اما می‌توان این‌گونه بیان کرد که مطالبات مطرح شده در وب‌سایت‌ها و وب‌لاگ‌های قومی تقریباً مشابه بوده، به‌طوری‌که اغلب بر مواردی چون محرومیت زدایی، زبان، مذهب و وطن مشترک، و ... توجه دارند. همچنین به این نکته نیز می‌بایست توجه داشت که حیطه توجه وب‌سایت‌ها و وب‌لاگ‌های قومی تنها شامل بخش ایرانی گروه نمی‌شود، بلکه نسبت به بخش غیرایرانی قومیت در کشورهای همسایه نیز ابراز علاقه صورت می‌گیرد.

در حال حاضر علی‌رغم برخی مرزبندی‌ها و دسته‌بندی‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی موجود در درون گروه‌های قومی ایرانی، مقوله هویت قومی بیشتر در قالب انواع تلاش‌ها برای تقویت موجودیت گروه قومی و حفظ مرزبندی بیرونی گروه با دیگران نمودار می‌شود و چالش‌ها و مناقشات درونی کمتر قابل مشاهده‌اند. با توجه به تازگی نسبی پدیده اینترنت در ایران، به نوعی هنوز می‌توان قومیت‌های ایرانی را در ابتدای مسیر ارتباطات مجازی خود در نظر گرفت (فکوهی و عیاری، ۱۳۹۰: ۱۰۵).

اما نکته مهمی که می‌بایست در اینجا به آن اشاره داشت این است که در میان اعضای گروه‌های قومی کشور، بسیاری از دانشجویان قومی نیز با بهره‌گیری از امکانات اینترنت، در صدد تقویت هویت قومی‌شان برآمده‌اند. در سال‌های اخیر و متأثر از تحولات صورت گرفته در محیط دانشگاهی ایران، موضوعات حساس و مهم در سطوح محلی و قومی در کنار مسائل ملی در نزد گروه‌های دانشجویی از جمله دانشجویان قومی مطرح شده است. نتایج حاصل از پژوهش‌ها، نشان می‌دهد که جامعه دانشجویی قومی کشور، از فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیر پذیرفته است که این تاثیرپذیری به‌طور کلی زمینه‌ساز تقویت هویت قومی این طیف شد تا جایی که در مواردی توانسته هویت ملی آنان را نیز به نوعی تضعیف نماید. البته در اینجا می‌بایست به دو نکته توجه داشت؛

«نخست اینکه، این مسئله را نمی‌توان به همه دانشجویان قومی در دانشگاه‌های کشور تعمیم داد و دوم اینکه، ظهور گرایش‌های ناحیه‌ای و قومی در نزد بسیاری از دانشجویان قومی، به مفهوم عدم پابندی آنان به همه بنیادهای هویت ملی ایران نیست» (حافظ‌نیا و دیگران، ۱۳۸۵).

در حال حاضر بخش قابل‌توجهی از فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دانشجویان قومی کشور، حول فعالیت در سایت‌ها، وبلاگ‌ها و نشریات دانشجویی‌ای که در فضای مجازی نمایه می‌شوند تمرکز یافته است. آهنگ، محتوا و مضامین این محافل دانشجویی در لایه‌های آشکار و پنهان خود تا حدودی توانسته است جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و کنشی و سطوح تعلقات جمعی دانشجویان قومی را تحت‌الشعاع قرار داده و آن را بازنمایی کند. به‌طور کلی از میان مطالبی که در نشریات دانشجویی قومی به موضوع هویت ملی و قومی پرداخته شده است، مضامین و مطالب مرتبط با نشانگان هویت قومی بیشتر از نشانگان مربوط به هویت ملی بازنمایی شده است، به طوری که نشانگان هویت قومی بیشتر از نشانگان هویت ملی در آنها انعکاس یافته است. علاوه‌براین، نسبت پایین انعکاس هم‌زمان هویت‌های ملی و قومی در نزد دانشجویان قومی، موید این واقعیت است که دو هویت فوق، به‌نوعی در تقابل با هم تعریف و هویت قومی در عرض هویت ملی و نه در طول آن تعریف شده است.

نکته دیگر اینکه، نشریات دانشجویی قومی‌ای که در فضای مجازی به انتشار دیدگاه‌های هویتی خود می‌پردازند، جهت‌گیری واگرایانه‌تری نسبت به نشریات مکتوب دانشجویی دارند. برای مثال، نشریاتی مانند ایرنجی باخیشی، ایشیق، ایرنجی، دان‌الدوز، و ... به دلیل ارتباط‌گیری با سایت‌ها و وبلاگ‌های قومی با گرایشات و مطالبات افراطی، متأثر از این سایت‌ها و وبلاگ‌ها، سمت‌وسوی واگرایانه‌تری را به خود گرفته‌اند. بعضاً این نشریات مطالب منتشره خود را از سایت‌هایی با گرایشات تجزیه‌طلبانه مانند سایت تریبون، گاموخ، دورنا، و ... دریافت می‌کنند (حشمت‌زاده و گنج‌خانلو، ۱۳۸۷: ۱۸۷). همچنین



می‌توان به نشریات زیر نیز به عنوان نشریات دانشجویی قومی فعال در فضای مجازی کشور اشاره کرد: نشریه‌های دانشجویی هاوارد، وطن‌یولی، دانشجویان ترکمن، و غیره. در مجموع، امکانات اینترنتی دگرگونی‌ای در ساختار مناسبات و ارتباطات قومی در ایران ایجاد کرده است که پیامد این امر، شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات گروه‌های قومی می‌باشد که فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی هویت قومی‌شان بوجود آورده است.

روی هم‌رفته می‌توان گفت که به‌کارگیری اینترنت از سوی جوانان و نیز اعضای گروه‌های قومی در کشور، توانسته است بر روی احساس وفاداری و تعلق‌خاطر آنان نسبت به هویت ملی‌شان تاثیر منفی بگذارد و این مسئله در صورت عدم توجه به آن از سوی نظام سیاسی، می‌تواند به بروز بحران هویت ملی و تضعیف آن بیانجامد.

### نتیجه‌گیری و راهکارها

این مقاله به بررسی چالش‌های ناشی از جهانی‌شدن برای هویت ملی اختصاص داشت، ضمن اینکه نگاهی نیز به تاثیر این فرایند بر هویت ملی در ایران داشته است. در اینجا این‌گونه عنوان شد که، جهانی‌شدن به‌عنوان فرایندی همه‌گستر و یکپارچه، توانسته است از طریق ابزارهایی چون اینترنت، با تضعیف‌نمودن کارویژه‌های هویت‌سازی دولت‌های ملی، کمک به شکل‌گیری هویت‌های فراملی و چندپاره، و تقویت هویت‌جویی‌های فروملی یا قومی، بر احساس تعلق‌خاطر و وفاداری اعضای بسیاری از جوامع نسبت به هویت ملی‌شان تاثیر گذاشته و از این‌رو کشورها را با مسئله بحران هویت ملی مواجه نماید. در ادامه بیان شد که، کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده، به‌طوری‌که هویت ملی آن هم با چالش‌های فرایند جهانی‌شدن مواجه گشته است.

بطور کلی با این باور که جهانی‌شدن یک واقعیت بیرونی و نیز ضرورتی تاریخی و غیرقابل‌انکار است که امروزه پیش‌روی جهانیان قرار گرفته و ابعاد گوناگون زندگی

بشری از جمله هویت ملی را تحت تاثیر قرار داده، می‌توان مدعی شد که شناخت این پدیده و چالش‌های ناشی از آن، برای همه کشورها از جمله ایران ضروری می‌باشد. لذا اندیشیدن در مورد آینده و الزامات آن، تعیین راهبردها و در نتیجه تصمیم‌گیری خردمندانه، بهترین راهکار پیش‌روی دولت جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.

نکته مهمی که می‌بایست در این جا به آن اشاره داشت این است که با وجود تاثیر جهانی شدن بر دولت‌های ملی و کارکردهای شان، آن‌ها همچنان اصلی‌ترین بازیگران عرصه‌های داخلی و بین‌المللی محسوب می‌شوند. بر همین اساس، دولت ایران می‌تواند با اتخاذ رویکردهای منطقی و سیاست‌های کارآمد و مناسب، به تحکیم هویت ملی کشور و صیانت از آن در عصر جهانی‌شدن پرداخته و از بروز بحران هویت ملی جلوگیری به عمل آورد. به همین منظور در اینجا راهکارهایی جهت صیانت از هویت ملی ارائه می‌گردد:

- در جهان کنونی، هیچ کشوری عملاً نمی‌تواند خود را از فرایند مناسبات جهانی منزوی سازد. بر این اساس،

«مجموعه نظام اجرایی و سیاست‌گذاری کلان کشور باید با اتخاذ استراتژی‌های متناسب با نیاز و شرایط عصر حاضر و با کسب بینشی تازه از تحولات و روندهای جاری جهان و هدایت روشنگرانه، به صورت فعال توأم با عقلانیت، منطبق و شناخت کامل از ابعاد مختلف جهانی‌شدن با آن مواجه شوند» (میرمحمدی، ۱۳۸۱)، چراکه هرگونه برخوردی غیر از این، عوارض و پیامدهای جبران‌ناپذیری برای ایران و هویت ملی‌اش در بر خواهد داشت.

- برخورداری از استراتژی رسانه‌ای، از جمله راه‌های مطلوب در مواجهه با چالش‌های هویتی جهانی‌شدن می‌باشد. کشور ایران برای دستیابی به اهداف هویتی‌اش، چاره‌ای جز این ندارد که به شبکه‌های ارتباطی جهانی متصل و در سایه حضور رقابتی، فعال و موثر در عرصه‌های جهانی، کانال‌های ارتباطی همچون اینترنت را تا حدودی

## چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) ... / ۱۰۱

مدیریت نموده و از آن‌ها در جهت معرفی، عرضه و اشاعه عناصر فرهنگی و هویتی ایران بهره‌گیرد. علاوه بر این، اقداماتی نیز می‌بایست توسط رسانه ملی (صدا و سیما) برای جذب مخاطبان و حفظ و تقویت هویت ملی ایران انجام گیرد. این رسانه می‌بایست با اتخاذ تدابیر ویژه و بازنگری در سیاست‌های خود، بهره‌گیری از کارشناسان و متخصصین در زمینه هویت ملی و تاریخ، پرداختن به مولفه‌های هویت ملی در برنامه‌های مختلف، و ... موجبات دل‌بستگی و تقویت این هویت در جامعه را فراهم نماید.

- با توجه به چندقومی و متکثربودن کشور ایران، دولت می‌بایست در زمینه تدوین سیاست‌های هویتی‌اش، سیاست وحدت در عین کثرت را سرلوحه کار خویش قرار دهد.

«این سیاست بطور کلی به معنای حفظ هویت‌های قومی (فرو ملی) و تقویت پیوند میان آن‌ها در ذیل مفهوم کلان هویت ملی و ارائه تعریفی فراگیر از ملیت ایرانی می‌باشد که می‌تواند به انسجام و تقویت هویت ملی بیانجامد» (حاجیانی، ۱۳۸۸-الف: ۴۸-۵۰).

- با توجه به این‌که هویت ملی می‌تواند تحت‌تاثیر نیازهای مادی و غیرمادی افراد دچار شدت و ضعف گردد، از این‌رو برآورده‌شدن نیازهای افراد ساکن در مناطق قومی (استان‌های حاشیه‌ای) به برابری توزیع ثروت و دسترسی به امکانات و فرصت‌های ملی، می‌تواند پیوندهای میان بخش‌های گوناگون کشور و تعلق‌خاطر آن‌ها به کشور و هویت ملی را موجب گشته و از پیدایش تحركات جدایی‌طلبی در میان اقوام جلوگیری نماید (احمدی، ۱۳۹۰-الف: ۳۴۲-۳۴۷ و ۴۱۵-۴۲۲).

- از جمله راه‌های دیگر مقابله با چالش‌های هویتی، توجه دولت به «مشارکت فعال‌تر و موثرتر» گروه‌های مختلف اجتماعی به‌ویژه جوانان و اعضای گروه‌های قومی در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... می‌باشد. فراهم‌نمودن زمینه‌های مشارکت موثرتر جوانان، به دل‌بستگی آنان نسبت به هویت ملی می‌انجامد. همچنین با

توجه به پراکندگی اقوام ایرانی در سطح کشور و نیز پیوستگی جغرافیایی و فرهنگی آن‌ها با آن‌سوی مرزها، افزایش میزان مشارکت آنان در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و ... می‌تواند موجب همگرایی بیشتر میان بخش‌های مختلف کشور و تعلق‌خاطر بیشتر آن‌ها نسبت به هویت ملی ایران شود.

- با توجه به اهمیت نقش نهادهای آموزش و پرورش و آموزش عالی (دانشگاه‌ها) در ترویج، احیاء و تقویت هویت ملی، می‌بایست برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های آموزشی در این عرصه‌ها به‌گونه‌ای صورت گیرد که در نهایت موجب تعمیق آگاهی و تعلق‌خاطر دانش‌آموزان و دانشجویان ایرانی نسبت به مبانی و مولفه‌های هویت ملی گردد. به‌طور کلی موارد زیر را می‌توان برای تقویت ابعاد هویت ملی از طریق برنامه‌های درسی نظام آموزش و پرورش در نظر گرفت: تشریح هویت ملی ایران و مولفه‌های سازنده آن در کتب درسی؛ حضور نمادهای ملی در کتاب‌های درسی، معرفی چهره‌های تاریخی، ملی و قومی‌ای که نقش مهمی در تحکیم وحدت ملی ایران داشته‌اند؛ و غیره. علاوه بر این، برنامه‌های درسی باید بتوانند بین سه فرهنگ ایران باستانی، اسلامی و جهانی سازگاری و تعادل ایجاد کنند، به‌طوری‌که دانش‌آموختگان به لحاظ شخصیتی واجد هویتی واحد شدند. همچنین برخی از مهم‌ترین اقداماتی که در عرصه آموزش عالی می‌بایست انجام گیرد بدین ترتیب می‌باشد:

«جلوگیری از فرایند بومی‌شدن دانشگاه‌ها؛ جلوگیری از رشد نهادهای آموزش عالی در کشور برای پرهیز از بومی‌شدن؛ افزایش بودجه پژوهشی رشته‌های علوم انسانی برای انجام پژوهش‌های علمی مربوط به راه‌های افزایش وحدت ملی؛ برنامه‌ریزی جهت تقویت آگاهی از هویت ملی در دانشگاه‌های کشور، و غیره» (احمدی، ۱۳۹۰-ب).

## فهرست منابع

### الف. منابع فارسی:

۱. ابراهیم‌آبادی، غلامرضا (۱۳۸۸)، «ساتراپی‌ها و تقسیمات کشوری در تمدن ایرانی»، در: *تمدن ایرانی؛ فراسوی مرزها*، به اهتمام مجتبی مقصدی و ماندانا تیشه‌یار، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۲. ابوالحسنی، رحیم (۱۳۸۸)، «سازگاری هویت‌ها در فرهنگ ایرانی (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی)»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۰، شماره ۴، زمستان.
۳. احمدی، حمید (۱۳۸۲)، «هویت ایرانی در گستره تاریخ»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۵.
۴. احمدی، حمید (۱۳۹۰-الف)، *بنیادهای هویت ملی ایرانی: چارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۵. احمدی، حمید (۱۳۹۰-ب)، «آموزش عالی؛ وحدت و همبستگی ملی در ایران»، در: *نهادهای اجتماعی و همبستگی ملی*، به اهتمام مجتبی مقصدی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۶. ادیبی، مهدی؛ یزدخواستی، بهجت و فرهمند، مهناز (۱۳۸۷)، «جهانی‌شدن فرهنگ با تاکید بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۳۵.
۷. اسمیت، آنتونی دی (۱۳۸۳)، *ناسیونالیسم: نظریه، ایدئولوژی، تاریخ*، ترجمه منصور انصاری، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۸. اشرف، احمد (۱۳۷۲)، «هویت ایرانی»، *فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو*، شماره ۳.
۹. اشرف، احمد (۱۳۹۵)، *هویت ایرانی: از دوران باستان تا پایان پهلوی*، ترجمه و تدوین حمید احمدی، تهران: نشر نی.
۱۰. اوزکریمی، اوموت (۱۳۸۳)، *نظریه‌های ناسیونالیسم*، ترجمه: محمدعلی قاسمی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۱۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۰)، *فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی‌شدن*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۱۲. بابایی‌فرد، اسدالله، گنجی، محمد و حیدریان، امین (۱۳۹۳)، «بررسی تاثیر اینترنت بر هویت چندفرهنگی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های دولتی و علوم پزشکی کاشان)»، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، دوره دوم، شماره ۴.
۱۳. بشیریه، حسین (۱۳۸۴)، *دیباچه ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، دوره جمهوری اسلامی*، تهران: نشر نگاه معاصر.
۱۴. بنی‌هاشمی، میرقاسم (۱۳۹۰)، «الگوی پیش‌بینی تحولات قومی در ایران»، در: *مجموعه مقالات آینده‌شناسی هویت‌های جمعی در ایران*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.

۱۵. بوستانی، داریوش (۱۳۹۰)، «جوانان و هویت بازاندیشانه مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید باهنر کرمان»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره پنجم، شماره ۱، بهار.
۱۶. بیگدلو، رضا (۱۳۹۳)، «ارزیابی انتقادی تاریخ‌نگاری ناسیونالیستی در ایران»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵۸.
۱۷. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴)، *روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان*، تهران: فرهنگ گفتمان.
۱۸. جعفری، احمد و یزدانی، مرجان و قبادی، مجید (۱۳۹۳)؛ «بررسی عوامل مرتبط با هویت ملی دانش‌آموزان متوسطه شهر کرج»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵۸.
۱۹. جلال‌پور، شهره؛ پای‌فرد، کیانوش و فلاح، محمد (۱۳۹۴)، «افول مفهوم دولت-ملت در عصر جهانی‌شدن»، *فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی*، شماره ۲۳.
۲۰. جنیدی جعفری، محمود و کوثری، ابوذر (۱۳۹۲)، «چشم‌انداز رابطه قومیت‌ها و دولت در عصر جهانی‌شدن با تاکید بر شرایط کنونی ایران»، *جستارهای سیاسی معاصر*، شماره ۳.
۲۱. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۴)، «گفت‌وگوی بین‌فرهنگی و انسجام ملی (با تاکید بر نظریه کنش ارتباطی هابرماس)»، در: *همبستگی ملی در ایران*، به کوشش داریوش قمری، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۲۲. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۳ و ۴.
۲۳. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۷۹)، «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵.
۲۴. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸-الف)، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۲۵. حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸-ب)، «هویت ملی ایرانیان: مبانی و مولفه‌ها»، *پژوهشنامه هویت اجتماعی*، شماره ۴۹.
۲۶. حافظ‌نیا، محمدرضا، کاویانی راد، مراد؛ کریمی پور، یداله و طاهرخانی، مهدی (۱۳۸۵)، «تاثیر جهانی‌شدن بر هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران)»، *فصلنامه ژئوپلیتیک*، سال دوم، شماره سوم و چهارم.
۲۷. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۳)، *جغرافیای سیاسی ایران*، تهران: سمت.
۲۸. حشمت‌زاده، محمداقبر و گنج‌خانلو، مصدق (۱۳۸۷)، «آسیب‌شناسی هویت ملی در نشریات دانشجویی قومی»، *فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، شماره ۱۴.
۲۹. حق‌شناس، محمدجواد (۱۳۹۳)، *دولت ملی در عصر جهانی‌شدن: تحولات و پیامدها*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۳۰. حکیمی، رویا (۱۳۹۰)، «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت (مطالعه موردی فیس‌بوک و کاربران کرد)»، *فصلنامه جهانی رسانه*، شماره ۱۱.
۳۱. *خبرگزاری مهر* (۱۸ آبان ۱۳۹۳)، [www.mehrnews.com](http://www.mehrnews.com).

## چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) / ... / ۱۰۵

۳۲. خدایی و مبارکی (۱۳۸۷)، «سرمایه اجتماعی و هویت»، *فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، شماره ۱۶.
۳۳. ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فائزه (۱۳۸۵)، «رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن، پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۳۳.
۳۴. رابرتسون، رونالد (۱۳۸۲)، *جهانی‌شدن، تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی*، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.
۳۵. ربانی، جعفر (۱۳۸۱)، *هویت ملی*، تهران: انتشارات انجمن اولیا و مربیان.
۳۶. ربیعی، علی (۱۳۸۷)، «رسانه‌های نوین و بحران هویت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۳۶.
۳۷. رجایی، فرهنگ (۱۳۸۶)، *مشکله هویت ایرانیان امروز*، تهران: نشر نی.
۳۸. رضایی، حسین؛ رضایی‌فر، حدیثه و قیصری، زهرا (۱۳۹۴)، «رابطه استفاده از اینترنت و شکل‌گیری هویت ملی جوانان شهر همدان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۶۲.
۳۹. رمضان‌زاده، عبدالله و بهمنی‌قاجار، محمدعلی (۱۳۸۷)، «هویت ایرانی و چندگانگی قومی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۳۳.
۴۰. زارعی، آرمان (۱۳۸۸)، *تاثیر جهانی‌شدن بر فرهنگ سیاسی ایران (۱۳۸۴-۱۳۶۸)*، تهران: انتشارات باز.
۴۱. زهیری، علیرضا (۱۳۸۹)، *جمهوری اسلامی ایران و مسئله هویت ملی*، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۴۲. ساروخانی، باقر و رضایی‌قادی، خدیجه (۱۳۹۱)، «تاثیر استفاده از اینترنت در هویت قومی (مطالعه موردی: جوانان ۱۸-۲۸ ساله شهر تهران در سال ۱۳۹۰)»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی ایران*، شماره ۵.
۴۳. سردارنیا، خلیل‌اله (۱۳۹۰)، «ضرورت مشارکت سیاسی نسل سوم جوانان در ایران»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۱، شماره ۲، تابستان.
۴۴. سلیمی، حسین (۱۳۹۲)، *نظریه‌های گوناگون درباره جهانی‌شدن*، تهران: سمت.
۴۵. شولت، یان‌آرت (۱۳۹۰)، *جهانی‌شدن*، مترجم: مسعود کرباسیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۴۶. شهرام‌نیا، امیرمسعود (۱۳۸۶)، *جهانی‌شدن و دموکراسی در ایران*، تهران: نشر نگاه معاصر.
۴۷. صالحی‌امیری، سید رضا (۱۳۸۹)، *تنوع فرهنگی و انسجام ملی*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۴۸. عباسی‌قادی، مجتبی و خلیلی‌کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰)، *تاثیر اینترنت بر هویت ملی*، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۴۹. عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود (۱۳۹۲)، «شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵۶.

۵۰. فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش (۱۳۸۹)، «ایترنت و هویت در پنج هویت قومی ایران»، *فصلنامه جهانی رسانه*، شماره ۷.
۵۱. قادرزاده، امید و احمدپور، مریم (۱۳۹۰)، «کاربری اینترنت و تاثیر آن بر هویت اجتماعی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، شماره ۳۹.
۵۲. قاسمی، علی‌اصغر و ابراهیم‌آبادی، غلامرضا (۱۳۹۰)، «نسبت هویت ملی و وحدت ملی در ایران»، *فصلنامه راهبرد*، شماره ۵۹.
۵۳. قالیباف، محمدباقر و پوینده، محمدهادی (۱۳۹۰)، «تبیین جغرافیایی بنیادهای هویت ملی (مطالعه موردی: ایران)، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۴۵.
۵۴. قریشی، فردین (۱۳۸۱)، «جهانی‌شدن و تحول در تصور ما از خویشتن»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۱.
۵۵. قنبری، علی (۱۳۹۰)، «نگاهی به آینده هویت ملی ایرانیان»، در: *مجموعه مقالات آینده‌شناسی هویت‌های جمعی در ایران*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۵۶. قنبری‌برزیان، علی و جعفرزاده، فروزنده (۱۳۹۰)، «قدرت هویت ملی در میان ایرانیان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۴۸.
۵۷. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۲)، *عصر اطلاعات* (ج ۱)، ترجمه احمد علیقلیان و افیسن خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
۵۸. کبیری، افشار (۱۳۸۹)، «بررسی تحولات تاریخی هویت ملی در ایران»، در: *کنکاشی در هویت ایرانی*، به کوشش ابراهیم حاجیانی، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۵۹. کریمی، علی (۱۳۹۰-الف)، «پیش‌بینی آینده تحولات قومی در ایران»، در: *مجموعه مقالات آینده‌شناسی هویت‌های جمعی در ایران*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۶۰. کریمی، علی (۱۳۹۰-ب)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی تنوع قومی: مسائل و نظریه‌ها*، تهران: سمت.
۶۱. کیانپور، مسعود؛ عدلی‌پور، صمد و کیخانی، الهام (۱۳۹۲)، «تبیین جامعه‌شناختی تاثیر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران»، *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۵۲.
۶۲. گرگی، عباس (۱۳۸۵)، «ایترنت و هویت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۲۵.
۶۳. گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۹)، *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نشر نی.
۶۴. گودرزی، حسین (۱۳۸۷)، *تکوین جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران، با تاکید بر دوره صفویه*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۶۵. گیلدز، آنتونی (۱۳۷۷)، *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۶۶. گیلدز، آنتونی (۱۳۷۸ الف)، *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.



## چالش‌های هویت ملی در عصر جهانی‌شدن (با نگاهی به ایران) ... / ۱۰۷

۶۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸ ب)، *راه سوم، بازسازی سوسیال دموکراسی*، ترجمه منوچهر صبوری-کاشانی، تهران: شیرازه.
۶۸. مرتضایی‌فریزه‌ندی، کبری و ادیسی، افسانه (۱۳۹۳)، «هویت‌یابی ملی در فضای رسانه‌ای»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵۸.
۶۹. مسعودنیا، حسین؛ محموداغلی، رضا و ابراهیمی‌پور، حوا (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه مصرف اینترنت و هویت دینی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۶۵.
۷۰. معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴)، «هویت و مجاز: تاثیر هویتی اینترنت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۴.
۷۱. مقصودی، مجتبی و تیشه‌یار، ماندانا (۱۳۸۸)، *تمدن ایرانی؛ فراسوی مرزها*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۷۲. منتظر قائم، مهدی و شاقاسمی، احسان (۱۳۸۷)، «اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فراتحلیلی با تاکید بر جوانان»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره نهم، شماره ۳ و ۴.
۷۳. میرمحمدی، داود (۱۳۸۱)، «جهانی‌شدن، ابعاد و رویکردها»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۱.
۷۴. میرمحمدی، داود (۱۳۸۳)، *گفتارهایی در هویت ملی ایران*، تهران: موسسه مطالعات ملی.
۷۵. میرمحمدی، داود (۱۳۹۴)، *فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۷۶. نادمی، داود (۱۳۸۸)، «دیدگاه‌های موافقان و مخالفان جهانی‌شدن»، *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۲۶۸-۲۶۷.
۷۷. نصری، قدیر (۱۳۸۷)، *مبانی هویت ایرانی*، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۷۸. نصری، قدیر (۱۳۹۰)، «منابع همبستگی در ایران و دشواری‌های پیش‌رو»، در: *نهادهای اجتماعی و همبستگی ملی*، به اهتمام مجتبی مقصودی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۷۹. نظری، علی‌اشرف و باقری، صمد (۱۳۹۰)، «آموزش عالی و همبستگی ملی در ایران (۱۳۶۸-۱۳۸۴)»، *فصلنامه مطالعات ملی (ویژه‌نامه)*، دور ۱۲، شماره ۱.
۸۰. نظری، علی‌اشرف و قلی‌پور، مجتبی (۱۳۹۵)، «کنش‌ها و تعاملات قومی در فضای مجازی: فرصت‌ها و چالش‌ها»، *فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی*، شماره ۲۷.
۸۱. نظری، علی‌اشرف و قنبری، لقمان (۱۳۹۲)، «خاص‌گرایی فرهنگی و بازتولید هویت‌های دینی: با تاکید بر جنبش بیداری اسلامی»، *فصلنامه مطالعات جهان اسلام*، دوره ۱، شماره ۳، زمستان.
۸۲. واترز، مالکوم (۱۳۷۹)، *جهانی‌شدن*، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۸۳. هال، استوارت (۱۳۸۳)، «بومی و جهانی، جهانی‌شدن و قومیت»، ترجمه بهزاد برکت، *فصلنامه ارغنون*، شماره ۲۴.

۸۴. یعقوبی پور، مهدیه (۱۳۸۸)، «تأثیر جهانی‌شدن فرهنگ بر هویت ملی»، *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۲۶۷-۲۶۸.
۸۵. یوسفی، سیدابراهیم و ستارزاده، داوود (۱۳۸۸)، «جهانی‌شدن و گسترش توسعه‌نیافتگی در کشورهای جهان سوم»، *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۲۶۷-۲۶۸.

**ب. منابع انگلیسی:**

۸۶. APPadorai, A. (۱۹۹۶), **Modernity at Larye**, Minneapolis: University of Minnesota Press.
۸۷. Bauman, z. (۲۰۰۱), "Identity in the Globalization World Culture", in: **Identity Culture and Globalization**, Eliezer Ben-Rafael and Yitzhak Stereng (eds.), Boston: Brill.
۸۸. Hall, S. and Held, D. (۲۰۰۳), **Modernity and Its Future**, Cambridge: Polity.
۸۹. Kellner, Douglas (۱۹۹۶), **Television, Advertises at the constructim of postmodern Identity**, London: Routledge Publication.
۹۰. Poole, Ross (۲۰۰۳), "National Identity and citizenship", in: **Identities**, by: Lins, Martin, Alcoff and Eduardo Mendieta (Eds), U.K. Black well publishing.
۹۱. Pruthi, Raj Kumar (۲۰۰۶), **Globalization and the new civilization**, New Dehli: Alfa.
۹۲. Smith, Antony (۲۰۰۰), **The Nation in History; Historiographical Debates about Ethnicity and Nationalism**, Polity oress.
۹۳. Taylor, G. and Spencer, S. (۲۰۰۴), **Social Identities**, London: Routledge.
۹۴. Woodward, Kath (۲۰۰۰), **Questioning Identity: Gender, Class, Nation**, London: Routledge

