

## باز تعریف هویت دوگانهٔ ارامنهٔ ایرانی در بستر جهانی شدن: مطالعه ارامنهٔ محلهٔ وحیدیهٔ تهران

سید احمد عسکری \*

سعیده زاد قناد، \*\* علی قاسمی اردهائی \*\*\*

### چکیده

در این مقاله سعی شده تا جایگاه هویتی ارامنهٔ ایرانی به عنوان اقلیتی که از دو ساحت متمایز هویتی یعنی «فضای هویتی ملی» و «فضای هویتی قومی و مذهبی» بهره‌مند است، در فرآیند جهانی شدن، مورد بررسی قرار گیرد. در این رابطه فرض بر این بوده است که ارمینیان به واسطهٔ تعلقات ملی که آنان را با به مثابهٔ «ایرانیان ارمنی» به تصویر می‌کشد و نیز تعلقات مذهبی که آنان را در پیوند با جامعهٔ جهانی مسیحیان قرار می‌دهد، می‌توانند بستری مناسب برای طرح نقش عناصر هویتی متکثر محلی و جهانی باشند. نتایج نشان می‌دهد ارامنهٔ ایران طی روند جهانی شدن در ضمن اینکه هویت ایرانی خود را بر هویت قومی‌شان مقدم می‌دانند، می‌کوشند تا در فضای واقعی هویت قومی- مذهبی خود را حفظ و برجسته نمایند و از قابلیت‌های

\* نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه تهران و سردبیر ماهنامه تخصصی

چیلان انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران، saaskari@gmail.com

\*\* کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه تهران، zadghannad@gmail.com

\*\*\* دانشجوی دکتری جمعیت‌شناسی دانشگاه تهران و هیئت علمی دانشگاه پیام نور

ardahaee@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۰/۲/۴، تاریخ پذیرش: ۹۰/۳/۱۵

فضای مجازی نیز در جهت بازتعریف هویت خاص ارمنی خود بهره می‌گیرند.

**کلید واژه‌ها:** جهانی شدن، هویت، فرهنگ، هویت ملی، هویت قومی، ارامنه

## مقدمه

بررسی وضعیت گروه‌های قومی و پاره‌فرهنگ‌ها در بستر جهانی شدن، به عنوان یکی از پویاترین حوزه‌های پژوهش فرهنگی به شمار می‌رود، زیرا که در این فرآیند، تلاش هر فرهنگ برای بازگشت به موقعیت محلی خود به صورت واکنشی به فرآیند جهانی شدن محسوب می‌شود؛ فرآیندی که لزوماً صلح‌آمیز نیست و حتی قادر است فضایی پرتضاد ایجاد نماید. در واقع در حوزه جهانی شدن قومیت، دیالکتیکی میان فرهنگ محلی و فرهنگ جهانی و تأثیر و تأثر متقابل میان آن‌ها نمایان می‌شود.

در رویکرد نظری تحقیق، قومیت به مثابه یک فضای فرهنگی «بومی» و «محلی» در بستری جهانی در نظر گرفته شده است؛ در واقع قومیت بیش از هر چیز به مثابه «امر قومی» و «امر محلی» مورد نظر بوده است، لذا سعی شده تا نسبت این امر محلی با فضای جهانی مشخص شود. بنابراین در تحقیق حاضر «امر قومی» در قالب یک قومیت یعنی «ارامنه» با تمرکز بر ارامنه ساکن محله وحیدیه تهران به عنوان جامعه تحقیقاتی مورد توجه قرار گرفته است.

بنابر آنچه گفته شد قومیت به مثابه فضایی ترسیم شده که امکان بازنمایی و بازگویی هویتی افراد را فراهم می‌کند؛ مفهومی است که بر مبنای درهم‌تنیدگی خود با مفهوم هویت، شاکله فضای هویتی جامعه مورد تحقیق (ارمنیان) را بازگو می‌کند؛ جامعه‌ای که از سویی اشتراکاتی با فرهنگ و دیانت مسیحی دارد و از سویی دیگر، هویت ایرانی-ارمنی‌اش همانند عاملی است که هم آن را با جامعه ایرانی پیوند می‌دهد و هم به عنوان اقلیتی قومی-مذهبی در ارتباط با ارمنیان خارج از کشور و مشخصاً ارمنستان مطرح می‌کند. لذا این تحقیق بر آن است تا منابع و تعدد ساحت‌های هویتی را به عنوان مبنایی برای طرح هویت قومی ارمنیان در نظر گیرد و چگونگی تعامل این سطوح را، هم در تعامل با سایر ایرانیان و مسلمانان که اکثریت را شامل می‌شوند و هم در تعامل با فضای هویتی فراخ‌تر یعنی جامعه جهانی بررسی نماید.

آنچه ضرورت این تحقیق را بیش از پیش برجسته می‌سازد، این است که آیا

قومیت ارمنی در فضای ایرانی و به تبع آن در بستر فرآیند جهانی شدن، سعی دارد تا از قومیت خود به عنوان فضایی برای سخن گفتن و یا اساساً مطرح شدن، بهره گیرد و آیا تلاشی برای ایجاد تمایز با سایر قومیت‌ها به منظور حفظ هویت قومی و مذهبی و گریز از قرار گرفتن در حاشیه اجتماع دارد. از این رو میزان بهره‌گیری ارامنه ایران از فضای مجازی به عنوان یک رسانه جهانی و نیز انجمن‌های محلی و خاص این اقلیت در زمینه هویت‌یابی قومی - مذهبی در طی این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است.

### بحث نظری

نگاه به قومیت‌ها در بحث جهانی شدن، از آنجا اهمیت می‌یابد که همواره به عنوان مانعی در راه توسعه آن در نظر گرفته شده است. هویت قومی که برآمده از گرایش‌ها، مناسک و آداب خاص هر قوم بوده و در جهت‌گیری‌ها و ایفای نقش اعضایش در عرصه‌های مختلف مؤثر است، به عنوان یکی از عمده‌ترین چالش‌های جهانی شدن مطرح گردیده است. علت این امر نیز با توجه به ویژگی‌های گروه‌های قومی روشن می‌شود؛ از بین ویژگی‌های مزبور، «دو ویژگی بیشتر از بقیه سد راه جهانی شدن تلقی می‌شوند، یکی زبان و دیگری مذهب» (Moser, 1991:98). در خصوص هر یک از این دو مقوله، تلاش‌های به عمل آمده در جهت محو آن‌ها با موفقیت همراه نبوده و حتی نتایج عکس را به بار آورده و حساسیت‌ها را تشدید نموده است. بنیادگرایی دینی و ظهور اقلیت‌های قومی در حقیقت، پاسخی به فشارهای پیرامونی هستند که سعی در حذف آن‌ها دارد.

در مورد تأثیر و تأثرات متقابل جهانی شدن و قومیت، نظریات مختلفی ارائه شده است که هر کدام موضع‌گیری خاصی نسبت به این قضیه دارند. در بحث چگونگی تأثیر فرآیند جهانی شدن بر هویت‌های قومی، کسانی چون برژینسکی (Brzezinski)، مشاور سابق کاخ سفید و شورای امنیت ملی آمریکا، معتقد است که «در آینده شاهد شکل‌گیری حدود ۴۰۰ واحد سیاسی خواهیم بود که بر محور قومیت‌ها و فرقه‌های مختلف به وجود می‌آیند. وی تحقق بنیادگرایی‌های قومی و مذهبی را اجتناب‌ناپذیر می‌داند و پیش‌بینی می‌کند که جهان آینده، عرصه مبادلات سیاسی قومیت‌ها و فرقه‌های سیاسی خواهد بود» (Benson, 2005:14). کوزاکو یوشینو (Kouzaki Yoshino) در این رابطه، با مطالعه جامعه ژاپن به این نتیجه رسیده است که «جهانی شدن، هویت‌ها و

تفاوت‌های قومی را تقویت کرده است» (Benson, 2005:23). از طرف دیگر در مورد این مطلب که جهانی شدن با دامن‌زدن بر تعارض‌ها، موجب تقویت حس قومیت در انسان‌ها شده است، آلبرتو ملوچی (Alberto Melucci) نظریه‌ای کاملاً مخالف با دیگر اندیشمندان ارائه می‌دهد. وی معتقد است که:

احیای قومیت در عصر جهانی شدن الزاماً با تبعیض‌های آشکار و وقوف به این تبعیض‌ها ارتباط ندارد، بلکه پاسخی به نیاز هویت جمعی است. انسان‌ها در عصری که نوعی سرگشتگی و سردرگمی هویتی بر آن حاکم است خواستار آنند که خود را متعلق به گروهی خاص بدانند (Benson, 2005: 41).

استوارت هال (Stuart Hall) نیز یکی از شاخص‌ترین اندیشمندان در ارتباط با جهانی شدن و قومیت است که نظریه وی مبنای نظری این تحقیق، قرار گرفته است. از دید وی، جهانی شدن فرهنگی بدان معنا نیست که گرایش روزافزونی به سوی یک فرهنگ جهانی یکپارچه وجود دارد (یعنی عقیده افراطی گراها که پیش‌بینی می‌کنند دنیا با یکپارچگی جدیدی بر اساس مدل مصرف‌گرایی غربی، روبه‌رو خواهد شد). بنابراین جهانی شدن چیزی نیست که به شیوه‌ای نظام‌مند، «یکسانی» تولید کند:

در واقع امر جهانی از طریق خاص بودن عمل می‌کند، با فضاهای خاص و قومیت خاص توافق حاصل می‌کند و از طریق بسیج کردن هویت‌های خاص و نظایرش عمل می‌کند، بنابراین همیشه نوعی دیالکتیک پیوسته میان امر جهانی و امر محلی برقرار است (هال، ۱۳۸۳: ۳۴۳).

جهانی شدن قدرت دولت‌های ملی را تضعیف کرده و تا حدودی اعتبار آن‌ها را نزد مردم از بین می‌برد و اشکال جدید فرهنگی از یک‌سو میل به فرار از خود و جهانی شدن داشته و از سوی دیگر تمایل به محدود شدن و محلی شدن دارند. در این زمینه هال معتقد است که فرهنگ توده‌ای جهانی از وحدت برخوردار نیست و میل توأمان جهانی شدن و محلی شدن را در خود دارد، فرهنگی که مرکزیت آن در غرب است و میل به همگونی دارد، اما نه از طریق انکار تفاوت‌های قومی بلکه از طریق باز تعریف آن‌ها در دیگر عرصه دریافتی.

زندگی روزمره از طریق کشمکش هویت‌های حاشیه‌ای برای آمدن به صحنه، تغییر شکل یافته است. این موضوع صرفاً حکایت تعیین جایگاه آن‌ها به دست نظامی دیگر یا زیر سلطه دیدگاهی امپریالیستی نیست، بلکه هم‌زمان به معنای مطالبه شکلی از

بازنمایی برای خودشان است. هویت حاشیه‌ای در جهان ما به فضایی قدرتمند بدل شده است؛ هرچند قدرت این فضا محدود است، اما به هر حال قدرت است. در سه دهه گذشته، امکان خاموش نگه داشتن هویت‌های حاشیه‌ای میسر نبوده است؛ آن‌ها در برابر فرایندهای یکسان‌کننده، بی‌روح و غیرقابل درک نیروهای جهانی، شروع به تعیین جایگاه برای خود و همچنین در طلب ریشه‌های خود برآمدند. حال این اشتیاق در طلب ریشه‌ها را قومیت می‌نامد؛ «قومیت، جایگاه یا فضای لازمی است که امکان سخن گفتن را برای مردم فراهم می‌کند». این مرحله‌ای مهم در پیدایش و رشد همه جنبش‌های محلی و حاشیه‌ای است (هال، ۱۳۸۳: ۲۴۸-۲۵۷). قومیت‌ها برای کشف خود نیاز به جایگاه دارند، بنابراین مرحله کشف دوباره جایگاه، گذشته، ریشه‌ها و موقعیت خود، مرحله‌ای ناگزیر برای بیان خود است. از نگاه هال، جهانی شدن، مرحله‌ای مهم در پیدایش و رشد جنبش‌های محلی و حاشیه‌ای است.

### سوالات تحقیق

- سوالات کلی‌ای که پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به آن‌ها است، به شرح زیر است:
۱. آیا آرامنه ایرانی بین هویت ملی و هویت قومی خود تضاد می‌بیند؟
  ۲. آیا آرامنه ایرانی از امکانات فضای مجازی برای هویت‌یابی قومی خود بهره می‌برند؟
  ۳. جهانی شدن فرهنگ و جهانی شدن ارتباطات، چه تغییر هویتی برای آرامنه ایران برداشته است؟

### مبدأ تاریخی آرامنه و رابطه آن‌ها با ایرانیان

آرامنه، قوم بزرگ و کهن‌سالی از نژاد هند و اروپایی، خانواده آریایی و شاخه آرمن است که بنا به شواهد و مدارک تاریخی، پس از جدایی از اقوام آریایی از شمال دریای خزر به مجمع‌الجزایر بالکان مهاجرت کرده و در حدود ۱۲۰۰ سال قبل از میلاد مسیح، وارد آسیای صغیر شده‌اند. سپس در حدود هشت قرن قبل از میلاد مسیح، از غرب به شرق آسیای صغیر حرکت نموده و در فلاتی بین رودخانه فرات و ارس و جلگه رودخانه ارس مستقر گردیدند. این سرزمین به نام این قوم آرمنیا نامیده شد. این قوم بر هیتی‌ها و اقوامی که قبلاً در آن سرزمین اقامت داشتند، غلبه نمودند و سپس با

آن‌ها در آمیختند (مانوکیان، ۱۳۷۳: ۲۷). بر اساس روایت هردوت و گزنفون در چهار قرن قبل از میلاد مردمان آرمینیا که از زمان استقرار خود در فلات ارمنستان به نام ارامنه نامیده شدند، با دولت هخامنشی روابط دوستانه‌ای برقرار نمودند. قدمت این روابط به دوران حکومت کوروش می‌رسد. بنابراین در حدود ۲۵۰۰ سال از روابط اولیه ارامنه و ایران می‌گذرد (رایین، ۱۳۴۹: ۲۹). ارامنه در سال ۳۰۱ پس از میلاد، رسماً مسیحیت را پذیرا شدند که این مسئله باعث بروز اختلاف با حکومت زردشتی ساسانی شد (پاسدرماجیان، ۱۳۷۲: ۸۰).

### اقلیت ارامنه در ایران

تاریخ ورود ارامنه به ایران به چهار قرن قبل از میلاد می‌رسد. در آن زمان تقریباً سیصد هزار نفر از ارامنه وارد نواحی سلماس، خوی، ماکو و قرچه‌داغ گردیدند. سپس به تدریج به طرف مرکز آذربایجان به خصوص تبریز روی آوردند و در آنجا مستقر شدند. در قرن چهار میلادی، شاپور دوم ساسانی، عده زیادی از ارامنه را به نواحی شمال ایران کوچ داد، ولی اقامت این عده در ایران به علت حمله اعراب چندان به طول نینجامید و به زودی پراکنده گردیدند (تاج‌پور، ۱۳۴۴: ۲۴۰). تا آن که در دوران صفویه، گروه کثیری از ارامنه نقاط مرزی کشور و مناطقی را که دائماً در خط هجوم و کشتار عثمانی‌ها بود، رها کرده و به قسمت دیگر ارمنستان و از آنجا به آذربایجان و مناطق مرزی کوچ کردند و در شهرهای مختلف ساکن شدند. بنابراین، عده زیادی از ارامنه در هشت دوره مختلف به درون ایران مهاجرت کردند که علت اصلی این مهاجرت‌ها جنگ‌های ایران و عثمانی بود (تاج‌پور، ۱۳۴۴: ۲۴۰).

### ارامنه در تهران

تهران به عنوان یکی از نقاطی که پذیرای ارامنه کوچ داده شده در سال ۱۶۰۴ م بوده، طبق آمار سال ۱۳۸۰ هـ.ش. حدود ۲۰۰ هزار ارمنی را در خود جای داده است. در حال حاضر بیشترین جمعیت ارامنه در شرق تهران متمرکز شده است و هم‌اکنون مراکز عمده ارمنی‌نشین این شهر عبارتند از: خیابان‌های مولوی، وحدت اسلامی، جمهوری اسلامی، کریم‌خان زند، محله‌های بهجت آباد، یوسف آباد، مجیدیه، زرکش، حشمتیه، ونک و وحیدیه. تمرکز ارامنه در تهران تا حدی است که طبق آمارهای

موجود محله مجیدیه تهران در حال حاضر، سه برابر جلفای اصفهان ارمنی دارد. یکی از علل ازدیاد و تمرکز جمعیت ارمنه در تهران، تبلیغاتی بود که در شهریور ۱۳۲۰ برای تشویق مهاجرت آنان به ارمنستان از طرف دولت شوروی به عمل آمد. لذا ارمنه از شهرهای مختلف به تهران آمدند تا پس از تهیه مقدمات به ارمنستان مهاجرت کنند، ولی به عللی موفق نشدند و ناگزیر در تهران باقی ماندند (ملکمیان، ۱۳۸۰: ۴۸).

### ارامنه محله وحیدیه تهران

محله وحیدیه واقع در شرق تهران و محله ۱۲ در منطقه ۸ شهرداری تهران است. این محله از شمال به خیابان آیت‌الله مدنی، از شرق به خیابان وحیدیه، از غرب به خیابان سبلان جنوبی و از جنوب به خیابان دماوند، محدود شده است. ارامنه ساکن محله وحیدیه تهران از نظر مذهبی پیرو مذهب گریگوری (Religion of Grigori) از فرق مسیحیت هستند و از نظر وضعیت اقتصادی بر اساس خود پنداشت جمعیت مورد مطالعه، غالباً به طبقه متوسط تعلق دارند؛ به طوری که در بررسی آماری انجام شده کسی، خود را متعلق به طبقه پایین و یا بالا نمی‌دانست و اکثراً خود را متعلق به طبقه متوسط رو به بالا، متوسط و متوسط رو به پایین می‌دانستند.

### تعاریف مفهومی

#### جهانی شدن

از آنجایی که این پژوهش در بستر فرآیند جهانی شدن، به تحلیل و بررسی موضوع مورد مطالعه‌اش می‌پردازد، لازم به نظر می‌رسد که مفهوم جهانی شدن، تعریف و مفهوم شناسی گردد. به نظر می‌رسد در مجموعه تعاریفی که در ارتباط با جهانی شدن وجود دارد، مفهوم جهانی شدن عمدتاً از دسته‌بندی‌های شش‌گانه‌ای که در زیر به آن‌ها اشاره خواهد شد، فراتر نمی‌رود.

دسته اول، جهانی شدن را در مفهوم عام آن عنوان می‌نمایند: «در هم ادغام شدن (Mergering) بازارهای جهانی، زمینه‌های توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری مستقیم، جابه‌جایی انتقال سرمایه، کاستن قدرت دولت‌ها و شکافته شدن مرزهای ملی» (Smith, 2001: 14).

دسته دوم، با نگرشی انتقادی و چپ‌گرایانه جهانی شدن را از عوارض امپریالیسم و نظام سلطه تلقی کرده و به گونه‌ای آن را با آمریکایی شدن یکسان می‌پندارند. دسته سوم، جهانی شدن را رقابت بی‌قید و شرط در جهان دانسته که در پی آن ثروتمندان، دارا تر و فقیران بی‌چیزتر می‌شوند. فرآیندی که به نفع کشورهای شمال و به ضرر کشورهای جنوب است (Benson, 2005: 27).

دسته چهارم، جهانی شدن را عصر تحولات عمیق بر انسان‌ها در گستره جهان و در سایه مبادلات متوازن و همگون در آتیه دانسته که بر تقسیم عادلانه اهرم‌های کسب ثروت تکیه دارد. «این گروه، از این فرآیند به دلیل آزادی اقتصاد سرمایه‌داری از محدودیت‌ها و تحریف‌هایی که نیروهای سیاسی (Political Forces) بر آن تحمیل می‌کرده است، تجلیل می‌کنند» (Smith, 2001: 15).

دسته پنجم، بر رشد بازارهای مالی جهان، فروپاشی نظام‌های سلطه‌گر و سر فرود نیابردن دول ضعیف، بین‌المللی شدن دغدغه‌های بشری همچون مبارزه با بیماری‌ها و جهانی شدن محیط زیست، کاهش هزینه‌های هنگفت نظامی و بسط جغرافیای اقتصادی و نه سیاسی، انقلاب تکنولوژیکی اطلاعات، حمل و نقل، ارتباطات، تقسیم کار و ارائه خدمات، تأکید دارد (Benson, 2005: 45).

دسته ششم، افرادی نظیر رولند رابرتسون و حبیب حق خندکر معتقدند که جهانی شدن در اصیل‌ترین معنای خود، از یک سو متضمن فشردگی تمام جهان و از سوی دیگر، متضمن افزایش سریع خودآگاهی کل جهان است. جهانی شدن معاصر، وضعیتی ایجاد کرده است که مردم بومی را بیش از پیش ملزم می‌کند تا تاریخ و هویت‌های خاص خود را بسازند (رابرتسون و حق خندکر، ۱۳۸۳: ۶۴).

این پژوهش در چارچوب این تعاریف شش‌گانه، به تعریف اخیر از جهانی شدن نزدیک‌تر است، چرا که در دیدگاه رابرتسون و همفکرانش، جهانی شدن فرهنگی و جهانی شدن ارتباطات غلبه بیشتری بر سایر شقوق جهانی شدن دارد و امر خاص و محلی که برای ما در اینجا اقلیت ارامنه ساکن تهران است، مورد توجه این دستگاه نظری می‌باشد.

مجموعه تعاریف ارائه شده، نشان می‌دهد که جهانی شدن در دو بعد کلی قابل بررسی است، یکی دید «پروژه‌ای» (Process) و دیگری دید «پروژه‌ای» (Project). دید پروژه‌ای، جهانی شدن را به مثابه یک روند طبیعی متکی بر تکنولوژی ارتباطات،



تحلیل می‌کند و در دید پروژه‌ای، جهانی شدن حاکی از روند هدایت شده به سمت «آمریکایی کردن جهان» و یا «آمریکایی‌گرایی» است (عاملی، ۱۳۸۳: ۱۳).

### هویت ملی

از آنجایی که این تحقیق به بررسی دو شق هویت ملی و قومی ارامنه ایرانی می‌پردازد، مفهوم هویت ملی، در ادامه شرح داده می‌شود. هویت ملی است که مجموعه هویت‌های قومی را در دل خود دارد و به آن‌ها معنای مشترکی می‌دهد.

هویت ملی به عنوان یکی از انواع هویت تعریف می‌شود که شاید کمتر شکلی از اشکال هویت جمعی در شرایط امروزی بتواند همسنگ آن باشد. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی در تأثیر زیاد آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی معنا می‌یابد (جنکینز، ۱۳۷۹: ۱۹۷). هویت ملی، هویتی است مبتنی بر تشابه منظم و معنی‌دار بین گروهی از افراد به نام ملت، در چارچوب یک سرزمین و دولت ملی خاص و تمایز آن‌ها از ملت‌های دیگر. بنابراین می‌توان ملت را یک «اجتماع تخیلی» دانست که اعضای آن نه زیاد همدیگر را می‌شناسد و نه چندان همدیگر را می‌بینند اما بر این باورند که همگی عضو یک ملت واحد هستند. برای نخستین بار در برخی از کشورهای اروپایی، دولت توانست با تأکید بر عناصر قومیت و هویت قومی همانند زبان، تصور یک ملت بودن را ایجاد نمایند (قیصری، ۱۳۷۷: ۵۰). هویت ملی ابعاد مختلفی دارد، از جمله (قیصری، ۱۳۷۷: ۵۵):

بعد اجتماعی: هر شخص از طریق محیط اجتماعی‌ای که متعلق بدان است یا بدان رجوع می‌کند، هویت خود را می‌سازد. جوهره بعد اجتماعی هویت ملی، منوط به برقراری روابط دوستانه است. هر چه ارتباطات، گسترده‌تر باشد، بعد اجتماعی هویت ملی، بیشتر تقویت می‌گردد.

بعد فرهنگی: مجموعه مناسک عام، شیوه معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فرهنگ مردم.

بعد جغرافیایی: محیط جغرافیایی، تبلور فیزیکی، عینی و ملموس هویت ملی به حساب می‌آید.

بعد سیاسی: تعلق به نظام سیاسی و ارزش‌های مشروعیت‌بخش حکومت.

**بعد دینی:** داشتن دین و تعالیم مذهبی مشترک، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین‌های مذهبی فراگیر در روند شکل‌دهی هویت ملی، مؤثر است.

**بعد تاریخی:** آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و هم‌تاریخ پنداری است که پیوند دهنده نسل‌های مختلف به یکدیگر است.

**بعد زبانی:** زبان و آثار ادبی، در تولید و باز تولید فرهنگ و هویت ملی نقش مهمی دارد.

### اقلیت قومی

چون که در این پژوهش، ارامنه به مثابه یک اقلیت قومی در کنار سایر اقوام ایرانی مورد مطالعه قرار گرفته است، مفهوم‌شناسی قومیت و اقلیت قومی خالی از فایده نیست. آنتونی گیدنز در تعریف قومیت می‌گوید:

قومیت به دیدگاه‌ها و شیوه‌های عمل فرهنگی که اجتماع معینی از مردم را متمایز می‌کند، اطلاق می‌شود. اعضای گروه‌های قومی خود را از نظر فرهنگی متمایز از گروه بندی‌های دیگر می‌دانند و دیگران نیز آن‌ها را همین گونه در نظر می‌گیرند (گیدنز، ۱۳۸۱: ۲۷۸).

مفهوم اقلیت قومی در جامعه‌شناسی زیاد به کار برده شده است و معنای آن وسیع‌تر از مفهومی صرفاً عددی است. فکوهی در ارائه ویژگی‌های اقلیت‌های قومی معتقد است که اعضای گروه‌های اقلیت، نوعی حس همبستگی گروهی، یعنی احساس تعلق به همدیگر دارند. اعضای گروه‌های اقلیت اغلب گرایش دارند که خود را همچون قومی جدا از اکثریت در نظر بگیرند. گروه‌های اقلیت معمولاً تا اندازه‌ای از نظر فیزیکی و اجتماعی از اجتماع بزرگ‌تر جدا هستند و معمولاً در محلات، شهرها یا مناطق معینی از کشور متمرکزند (فکوهی، ۱۳۸۳: ۱۳۰).

### روش شناسی

پژوهش‌های اجتماعی بر مبنای متغیرهایی که به عنوان واقعیت‌های جامعه‌شناختی تلقی می‌شوند، شناخته می‌گردد. واقعیت‌های جامعه‌شناختی از ویژگی‌های افراد است که از عضویت در گروه‌های اجتماعی سرچشمه می‌گیرد: وابستگی سیاسی و مذهبی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، تحصیلات، سن، شغل و ... (کرلینجر، ۱۳۷۶: ۶۵). بنابراین با توجه به اقتضای مسئله تحقیق و لزوم تعمیم نتایج به ابعادی وسیع‌تر، روش پیمایش به

عنوان روش اصلی تحقیق انتخاب شد و از مصاحبه به عنوان مناسب‌ترین روش جمع‌آوری اطلاعات استفاده گردید و پرسش‌نامه‌ای متناسب با موضوع و اهداف تحقیق تدوین گشته و به افراد نمونه (که ۵۰ نفر بودند) ارائه شد و مصاحبه به عمل آمده.

اعضای جامعه آماری این تحقیق به شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای از بین جوانان ۲۰ تا ۳۵ ساله ارمنی ساکن محله وحیدیه تهران انتخاب شده است. برای تکمیل پرسش‌نامه و انجام مصاحبه با این گروه از جوانان که همگی عضو مجموعه ورزشی جوانان ارمنه رافی بودند، در دو تاریخ ۸۸/۴/۱۲ و ۸۸/۴/۱۴ به محل مذکور مراجعه شد و پرسش‌نامه‌ها تکمیل گردید.

## یافته‌های تحقیق

### ویژگی‌های جمعیتی پاسخ‌گویان

۲۵ نفر از پاسخ‌گویان زن و ۲۵ نفر دیگر مرد بودند. طبق اظهارات پاسخ‌گویان، ۳۶ درصد افراد جامعه آماری متعلق به سنین ۲۰ تا ۲۵ سال بوده، ۵۲ درصد در دامنه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال قرار داشته و ۱۲ درصد بقیه نیز بین ۳۱ تا ۳۵ ساله قرار داشتند. از نظر تحصیلات، ۴۸ درصد در مقطع کارشناسی، ۲۸ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۴ درصد در دوره دکترا به سر می‌بردند. در این میان تنها ۲۰ درصد پاسخ‌گویان از نظر تحصیلی، مدرک دیپلم داشتند.

### هویت‌یابی در فضای رسانه‌ای

یکی از مباحث مهم در جهانی شدن، بحث سخت‌افزاری و نرم‌افزاری آن است. عاملی در توضیح این دو مقوله می‌گوید:

بعد «سخت‌افزاری» جهانی شدن تابع صنعت تکنولوژی جهانی ارتباطات است. در واقع تمامی صنایع و تکنولوژی که امکان دسترسی هم‌زمان به آن‌ها وجود دارد مثل نمابر، تلفن، دورنگار، اینترنت، رادیوها و تلویزیون‌های جهانی (ماهواره‌ای) اجزای این صنعت به شمار می‌آیند و بعد «نرم‌افزاری» جهانی شدن مربوط به محتوا و در واقع داده‌هایی است که با غلبه بر سخت‌افزار، اطلاعات در گردش آن را تشکیل می‌دهد (عاملی، ۱۳۸۰: ۱۷۰).

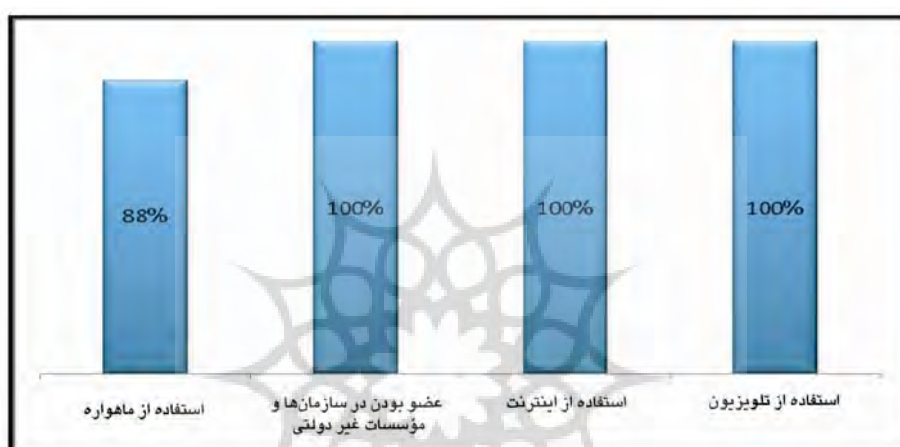
لذا رسانه‌ها و تمامی ابعاد آن، در عین حالی که بستر فرآیند جهانی شدن را فراهم آورده‌اند، از عوامل فعال این فرآیند نیز به شمار می‌روند (Waters, 1995: 3). مطابق مباحث جهانی شدن ارتباطات و با رجوع به رویکرد استوارت هال در رابطه با امر جهانی شدن که قبلاً به آن پرداخته شد، می‌توان ادعا کرد که رسانه‌ها در این میان به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر درک افراد از جهانی شدن و به تبع آن هویت قومی آن‌ها، حائز اهمیت است. از این رو با این فرض که فضای رسانه‌ای ایران نیز می‌تواند بستری برای هویت‌یابی ارامنه مورد مطالعه باشد، رسانه‌ها و میزان استفاده از آن‌ها در دو بعد رسانه‌های ملی و جهانی مورد بررسی قرار گرفت.

بنابراین دو شبکه رسانه‌ای رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران به عنوان رسانه‌های ملی و رسانه ماهواره و اینترنت، به عنوان رسانه‌های جهانی در نظر گرفته شد تا از این رهگذر میزان وابستگی و تعلق ذهنی ارامنه به فضای ملی و جهانی، مورد مطالعه قرار گیرد. در بررسی میزان استفاده ارامنه از رسانه‌های ملی، کل جامعه آماری ابراز داشتند که از برنامه‌های تلویزیون استفاده می‌کنند و کم و بیش ارتباط خود را با آن حفظ نموده‌اند. در میان پاسخ‌گویان ۶۲ درصد افراد، روزانه به طور متوسط کمتر از یک ساعت به تماشای تلویزیون می‌نشستند، این در حالی است که ۳۰ درصد آن‌ها بین ۲ تا ۵ ساعت مصرف رسانه‌ای داخلی داشتند و تنها ۸ درصد این جامعه، بین ۶ تا ۸ ساعت از برنامه‌های تلویزیون استفاده می‌کردند (مراجعه به جدول ۱). گروهی از مصاحبه‌شوندگان که روزانه کمتر از یک ساعت از تلویزیون استفاده می‌کردند، مهم‌ترین دلایل عدم استقبال خود از رسانه داخلی را این موارد بیان داشتند:

محتوا و مضامین تکراری در تهیه برنامه به ویژه سریال‌های تلویزیونی، عدم استفاده از الگوهای استاندارد برنامه‌سازی جهانی و بالاخره عدم تکثر رسانه‌ای در پی دولتی بودن رسانه‌های صوتی و تصویری در ایران. همچنین گروه مورد مطالعه در نحوه بازنمایی قومیت ارمنی، معتقد بودند که صدا و سیما نه تنها از ارامنه بلکه از سایر اقوام نیز صرفاً تصویری کلیشه‌ای ارائه می‌دهد که در بسیاری از موارد مخالف واقعیت‌های موجود است.

اهمیت توجه به میزان استفاده جامعه آماری از رسانه‌های داخلی، زمانی برجسته می‌شود که با میزان بهره‌گیری از رسانه‌های جهانی مقایسه شود. طبق نتایج به دست آمده، ۸۸ درصد از افراد جامعه آماری از ماهواره استفاده می‌کنند و این در شرایطی

است که مطابق جدول شماره ۱، ۷۴ درصد این افراد روزانه و به طور متوسط بین ۲ تا ۵ ساعت مصرف رسانه‌ای خود را از طریق ماهواره انجام می‌دهند. در این میان، ۶ درصد کمتر از یک ساعت و ۲۰ درصد، بین ۶ تا ۱۰ ساعت از برنامه‌های ماهواره استفاده می‌کنند. این مسئله در حالی رخ داده است که بخش اعظمی از جامعه آماری یعنی ۵۲ درصد آن‌ها تمایل دارند تا بین ۲ تا ۵ ساعت، در روز صرفاً از برنامه‌های شبکه‌های ارمنی زبان استفاده نمایند و ۳۸ درصد، کمتر از یک ساعت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. علاوه بر این، ۱۰ درصد از پاسخ‌گویان بین ۶ تا ۱۰ ساعت، مصرف کننده شبکه‌های ارمنی زبان هستند.



شکل ۱- درصد استفاده پاسخ‌گویان از رسانه‌های ملی و جهانی و عضویت در سازمان‌های غیردولتی

یکی دیگر از رسانه‌هایی که با توجه به پیشرفت تکنولوژی در مباحث مطالعات رسانه‌ای از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده، اینترنت است. گستردگی این شبکه جهانی و شکافتن مرزها و محدودیت‌های مادی از طریق آن، توانسته است از سویی بستر بسیار مطلوبی را برای بسط روابط میان فرهنگی فراهم سازد و از سویی، باعث تحکیم روابط ساکنان پراکنده اقوام در سراسر دنیا شود. لذا در مرحله دوم تحقیق، استفاده جامعه آماری از اینترنت، در دستور کار قرار گرفت.

در بحث استفاده از اینترنت، کل جامعه آماری بنا به اقتضای سن و میزان تحصیلاتشان ابراز داشتند که از اینترنت استفاده می‌کنند. میزان این استفاده در مورد ۶۶ درصد از پاسخ‌گویان، روزانه و به طور متوسط به کمتر از یک ساعت می‌رسید، در حالی که ۳۲ درصد آن‌ها بین ۲ تا ۵ ساعت و تنها ۲ درصد، بین ۶ تا ۱۰ ساعت در روز مصرف‌کننده اینترنت بودند (مراجعه به جدول ۱). با توجه به جدول شماره ۲، عمده‌ترین هدف ۶۲ درصد از کاربران از قابلیت‌های این فضا به استفاده از سایت و وبلاگ‌ها (در هر زمینه‌ای) محدود شده و تنها ۱۰ درصد هدف اصلی خود را از اتصال به شبکه جهانی، بهره‌گیری از پست الکترونیک ابراز داشتند. ۲۸ درصد از کاربران نیز از سیستم چت به عنوان هدف اصلی خود در استفاده از اینترنت یاد کردند. در مبحث سیستم گفتگوی اینترنتی (چت)، ۶۰ درصد پاسخ‌گویان از این سیستم اطلاع داشته و از آن استفاده می‌کردند و ۴۰ درصد دیگر تمایلی به برقراری ارتباط از این طریق نداشتند. مطابق بررسی‌ها، آرامه از فضای رسانه‌ای ماهواره‌ای، استقبال بیشتری نسبت به رسانه‌های داخلی انجام دادند و توجه آن‌ها به شبکه‌های ارمنی‌زبان، نشان‌دهنده توجه آن‌ها به نوعی پیوند ارتباطی با آرامنه آن سوی مرزها است. در بحث استفاده از اینترنت نیز شاخص‌هایی برای سنجش میزان توجه آرامه به هویت قومی خود و برجسته‌سازی آن در فضای مجازی، صورت گرفت. برای نمونه همان‌طور که در جدول شماره ۲ نشان داده شده است، ۴۴ درصد پاسخ‌گویان موافق بودند که در چت‌روم بیشتر با هم‌کیشان خود گفتگو داشته باشند، ۲۶ درصد نیز موافقت کامل و ۳۰ درصد مخالفت خود را ابراز داشتند.

درصد استفاده از:	ساعت(در یک شبانه‌روز)	کمتر از یک	۲ الی ۵	۶ الی ۱۰	کل
برنامه‌های تلویزیون	۶۲	۳۰	۸	۱۰۰	
برنامه‌های ماهواره	۶	۷۴	۲۰	۱۰۰	
اینترنت	۶۶	۳۲	۲	۱۰۰	

جدول ۱- درصد استفاده پاسخ‌گویان از رسانه‌های ملی و جهانی در یک شبانه‌روز بر حسب تعداد ساعت

در مورد میزان استفاده از سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط با آرامنه، ۴۴، ۶۰ و ۶ درصد از پاسخ‌گویان به ترتیب استفاده متوسط، زیاد و خیلی زیاد را مطرح نمودند که خود حاکی از آن است که فضای مجازی بستر مناسبی را برای طرح مسائل آرامنه ایران و درمیان‌گذاشتن آن‌ها فراهم کرده است. در بحث تعلق داشتن وبلاگ یا وبسایت به پاسخ‌گویان، ۴۶ درصد آن‌ها اظهار داشتند که از این امکان برخوردارند و ۵۴ درصد نیز فاقد آن بودند. زمانی که از پاسخ‌گویان خواسته شد تا حوزه‌های مربوط به طراحی و تنظیم وبلاگ خود را بیان دارند، ۱۸ درصد پاسخ‌گویان اظهار داشتند که دارای وبلاگ علمی - تخصصی هستند، ۲۴ درصد وبلاگ خود را با محتوای هنری - فرهنگی تنظیم نموده و ۱۰ درصد نیز از وبلاگ همانند دفترچه خاطرات برای ثبت یادداشت‌های شخصی در مورد مسائل مختلف استفاده می‌کردند (مراجعه به جدول ۲). اما نکته قابل توجه، حجم ۴۸ درصدی پاسخ‌گوییانی است که اظهار داشتند که دارای وبلاگ‌هایی با مضامین سیاسی - اجتماعی هستند. میزان این وبلاگ‌ها نشان دهنده این است که قومیت ارمنی در ایران با درک قابلیت‌های فضای مجازی و با توجه به آزادی بیشتری که این فضای رسانه‌ای برای ابراز عقیده فراهم آورده، از احساس قرارگرفتن در حاشیه، گریزان شده و مصمم به ابراز عقیده درباره مسائل سیاسی - اجتماعی جامعه از منظر خویش است.

شمار ۶۸ درصدی وبلاگ‌هایی که به صورت فردی تنظیم شده‌اند، به نسبت ۳۲ درصدی که به صورت گروهی اقدام به فعالیت می‌کنند نیز قابل بررسی است؛ زیرا که ۷۶ درصد از وبلاگ‌هایی که در حوزه تخصصی و علمی طراحی شده‌اند، توسط گروه تنظیم شده و ۶۸ درصد از وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی، تنها یک نگارنده داشته است. از این رو شاید بتوان این گونه نتیجه‌گیری کرد که اعضای جامعه آماری در خصوص مباحث سیاسی و اجتماعی به فردیت و اظهار نظر فردی، بهای بیشتری می‌دهند، در حالی که در کار علمی و تخصصی بر کار گروهی تأکید بیشتری دارند.

پرتال جامع علوم انسانی

موضوع	مقوله‌ها	درصد
هدف کاربران از استفاده اینترنت	استفاده از سایت و وبلاگ‌ها	۶۲
	اتصال به شبکه جهانی و استفاده از پست الکترونیک	۱۰
	چت	۲۸
میزان موافقت گفتگو با هم‌کیشان (ارامنه) در چت روم	کاملاً موافق	۲۶
	موافق	۴۴
	مخالف	۳۰
میزان استفاده از سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط با ارامنه	خیلی زیاد	۶
	زیاد	۶۰
	متوسط	۴۴
زبان ارائه مطالب در وبلاگ‌ها	صرفاً زبان ارمنی	۲۶
	صرفاً زبان فارسی	۲
	مشترک فارسی-ارمنی	۶۲
	زبانی دیگر	۱۰
احتمال ارمنی بودن بازدیدکنندگان از وبلاگ‌ها از نظر بلاگرها	۱۰-۳۰ درصد	۱۲
	۶۰-۳۱ درصد	۳۰
	۸۰-۶۱ درصد	۵۸
نوع فعالیت‌های انجمن‌هایی که ارامنه در آنها عضویت دارند.	علمی - تخصصی	۲۲
	هنری - فرهنگی	۴۶
	مذهبی	۳۲
میزان زمان اختصاص داده شده به فعالیت در انجمن‌ها در طول یک هفته	کمتر از ۵ ساعت	۱۲
	۶ تا ۱۰ ساعت	۳۶
	۱۱ تا ۲۰ ساعت	۳۸
	بیش از ۲۰ ساعت	۱۴

جدول ۲- ویژگی‌های ارتباط اینترنتی و انجمنی پاسخ‌گویان- درصد

از آنجایی که فضای مجازی به موازات فضای واقعی شکل می‌گیرد، خصلت‌های



فرهنگی و مواردی که برای نگارندگان وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها حائز بیشترین اهمیت است، از فضای واقعی به فضای مجازی انتقال می‌یابد. در این زمینه این نکته حائز اهمیت است که وبلاگ‌نویسان ارمنی، علاوه بر رسمی بودن زبان فارسی در ایران، از زبان ارمنی نیز در ارائه مطالبشان بهره می‌گیرند؛ به طوری که مطابق جدول شماره ۲، ۲۶ درصد وبلاگ‌ها صرفاً به زبان ارمنی، ۶۲ درصد به زبان مشترک فارسی - ارمنی، ۲ درصد تنها به زبان فارسی و ۱۰ درصد به زبانی دیگر غیر از این دو زبان تنظیم شده‌اند. در میان ۲۶ درصد وبلاگی که صرفاً به زبان ارمنی نگاشته شده‌اند، ۲۰ درصد متعلق به وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی است. از سویی دیگر، کلیه ۱۸ درصد از وبلاگ‌هایی که در زمینه علمی و تخصصی ارائه می‌شوند، از زبان مشترک فارسی - ارمنی استفاده می‌کنند. در مورد چنین تفکیکی، شاید بتوان گفت که ارامنه به نوعی، با استفاده از زبان ارمنی صرف در وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی خود، از عدم فراگیر بودن این زبان استفاده کرده تا نظرات خود را با آزادی بیشتری در میان هم‌مسلمان خود ارائه کنند و به خاطر این است که مطالب وبلاگ‌های تخصصی و علمی خود را به دو زبان فارسی و ارمنی انتشار می‌دهند تا مخاطبان فارسی زبان را نیز جذب نمایند. لذا به نظر می‌رسد که زبان ارمنی در وبلاگ‌ها تبدیل به وسیله‌ای برای بیان نقطه‌نظرات بلاگرها در مواردی شده است که خود اهمیت آن را محدود به جامعه خود می‌دانند.

در پرسش از بلاگرها درباره این موضوع که حدوداً چند درصد از بازدیدکنندگان به طور مشخص، کسانی که در وبلاگ شما نظر می‌دهند، ارمنی هستند (جدول ۲)، ۱۲ درصد رقیمی بین ۱۰ تا ۳۰ درصد بازدیدکننده را ارائه دادند، ۳۰ درصد بلاگرها اظهار داشتند که وبلاگ آن‌ها بین ۳۱ تا ۶۰ درصد، بازدیدکننده دارد و ۵۸ درصد نیز برآوردی حدود ۶۱ تا ۸۰ درصد از بازدیدکنندگان صرفاً ارمنی داشتند.

### انجمن‌ها و هویت قومی

کامل‌ترین سندی که منحصراً به حقوق اقلیت‌ها می‌پردازد، اعلامیه اشخاص متعلق به اقلیت‌های ملی یا قومی، دینی و زبانی است که در سال ۱۹۹۲ در مجمع عمومی سازمان ملل متحد به اتفاق آراء به تصویب رسیده است. در دیباچه این اعلامیه آمده است که ترویج و تحقیق حقوق متعلق به اقلیت‌ها، بخش جدایی‌ناپذیر تحول جامعه و در چارچوب دموکراتیک مبتنی بر حاکمیت قانون است.

در ماده اول اعلامیه، از دولت‌های عضو خواسته شده که هویت اقلیت‌ها را شناسایی و تقویت کنند. مجمع عمومی نیز دولت‌ها را دعوت کرده که برای ترویج و عملی ساختن شایسته اصول این اعلامیه، تمام تدابیر ضروری را به ویژه در عرصه قانون‌گذاری در پیش گیرند. در ماده دوم اعلامیه مجمع عمومی در مورد اقلیت‌های ملی، قومی، مذهبی و زبانی آمده است: افراد متعلق به اقلیت‌های ملی، زبانی، قومی، مذهبی حق دارند تا از فرهنگ خود احساس شغف کنند، مذهب خود را ابراز دارند، از زبان خود استفاده کنند و به طور خصوصی و عمومی، آزادانه و بدون دخالت و تبعیض از این حقوق برخوردار شوند. همچنین در بند ۴ و ۵ ماده ۲ می‌نویسد: افراد متعلق به اقلیت‌ها حق دارند تا انجمن‌ها و اجتماعات خود را تشکیل دهند و حفظ کنند و حق دارند بدون تبعیض، تماس‌های آزاد و صلح‌آمیز میان اعضای گروه‌های‌شان و افراد متعلق به اقلیت‌ها در طول مرزها یا شهرهای سایر کشورها برقرار کنند (Vincent, 1998: 42).

امروزه در شرایطی که اهمیت درک هویت قومی و تلاش برای احیای آن به مثال‌های جهانی تبدیل شده، قومیت‌های مختلف نیز از این فرصت استفاده کرده و در راه هویت‌یابی خود، فعالانه‌تر عمل می‌کنند. یکی از راه‌هایی که به اقلیت‌ها در این مهم یاری می‌رساند، فضای انجمن‌ها و سازمان‌های غیردولتی است که با هدف قرار دادن گروهی خاص و توسط یک سیستم عمدتاً خیریه و یا با بودجه اعضا و افرادی که در آن سهم‌اند، اداره می‌شود. حضور چنین انجمن‌هایی در میان اقلیت‌های قومی، علاوه بر اینکه به عنوان محل اجتماعی برای رسیدگی به امور آن‌ها تلقی می‌شود، می‌تواند تا حد زیادی در پیشبرد اهدافشان موثر واقع گردد، تا جایی که بسیاری از مشکلات و مسائل درون‌قومی خود را بدون استفاده از اقدامات و نهادهای دولتی، مرتفع سازند. در این میان به نظر می‌رسد که اهمیت بهره‌گیری از این فضا در میان ارامنه مورد مطالعه، تا حد زیادی شناخته شده است؛ تا جایی که ۶۲ درصد از جامعه آماری، خود را عضو سازمان‌ها و مؤسسات غیردولتی ویژه ارامنه معرفی نمودند.

طبق نتایج جدول شماره ۲، ۲۲ درصد ارامنه مورد مطالعه، در انجمن‌هایی با فعالیت علمی و تخصصی عضویت داشتند، ۴۶ درصد در حوزه‌های هنری و فرهنگی و ۳۲ درصد از آنان در انجمن‌های مذهبی عضو بودند. در این میان با نگاهی به حوزه‌های فعالیت ارامنه در فضای واقعی در مقایسه با فضای مجازی، نتیجه جالبی حاصل

می‌گردد و آن این است که در شرایطی که ۴۸ درصد از وبلاگ‌ها در حوزه سیاسی - اجتماعی تنظیم می‌شود، هیچ یک از افراد نگارنده این وبلاگ‌ها در فضای واقعی، عضو انجمنی با این حوزه فعالیتی نیست و گروه ۴۸ درصدی بلاگرهای سیاسی - اجتماعی در دو حوزه مذهبی و هنری - فرهنگی پراکنده شده‌اند و نکته دیگر آنکه هیچ بلاگر مذهبی‌نویسی در این تحقیق رؤیت نشد.

از سویی دیگر، کلیه این انجمن‌ها دارای سایت اینترنتی بوده و بنا به اظهارات برخی از اعضای جامعه آماری، سایت‌های مذهبی و فرهنگی آرامنه، به شدت فعال هستند. شاید بتوان از مجموعه نتایج به دست آمده تاکنون این گونه نتیجه‌گیری کرد که برای آرامنه به عنوان یک اقلیت، بیش از آن که فضای مجازی، به فضای مکمل دنیای واقعی تبدیل شود، در برخی موارد جانشین آن شده است. آمار ۴۸ درصدی وبلاگ‌ها و وبسایت‌های اجتماعی - سیاسی و در مقابل عدم عضویت همه افراد جامعه آماری در گروه‌ها و انجمن‌هایی با این حوزه فعالیت، نشان دهنده نوعی آزادی نسبی است که این قومیت در فضای اینترنتی برای خود احساس می‌کند و در بستر آن، مسائل سیاسی و اجتماعی خود را از فضای واقعی به دنیای مجازی منتقل می‌سازد.

در زمینه میزان زمان اختصاص یافته به فعالیت در انجمن‌های مذکور (جدول ۲)، ۱۲ درصد از پاسخ‌گویان زمانی کمتر از ۵ ساعت را در هفته به فعالیت در این زمینه اختصاص داده بودند، ۳۶ درصد بین ۶ تا ۱۰ ساعت و ۳۸ درصد افراد از ۱۱ تا ۲۰ ساعت از اوقات خود را در رابطه با انجمن‌های حوزه فعالیتشان می‌گذراندند؛ در این میان، ۱۴ درصد نیز ابراز داشتند که بیش از ۲۰ ساعت در هفته را به فعالیت در انجمن اختصاص می‌دهند. نتیجه شایان توجه دیگری نشان می‌دهد که کلیه گروه ۳۲ درصدی جامعه مورد مطالعه که در وبلاگ‌های گروهی فعالیت می‌کردند، هر یک در انجمنی به فعالیت مشغول بودند که شاید دلیلی باشد بر درک اهمیت تشکیل گروه برای هویت‌یابی بهتر؛ چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی. نکته دیگر آن است که ۳۶ درصد از اعضای جامعه آماری ابراز داشتند که با گروه‌ها و انجمن‌های ارمنی خارج از کشور در ارتباط هستند و به تبادل فرهنگی و مذهبی با آنان می‌پردازند، که البته این رابطه صرفاً از طریق اینترنت برقرار می‌شود.

## هویت‌یابی و تمایز فرهنگی

در ادامه بحث استفاده ارامنه از فضای رسانه‌ای و فعالیت در انجمن‌های قومی به مثابه شکل‌دهنده هویت قومی، سؤالات دیگری نیز در زمینه مسائل فرهنگی ویژه ارامنه طرح گردید. از جمله در بررسی تمایل این اقلیت مذهبی و قومی برای زندگی در یک دولت واحد ارمنی به منزله حد غایی درک اهمیت هویت قومی (مراجعه به جدول ۳)، ۳۶ درصد از پاسخ‌گویان تمایل زیادی برای تحقق چنین هدفی داشتند، ۱۰ درصد این تمایل را در حد خیلی زیاد و ۴۲ درصد به میزان متوسط ابراز داشتند، ۸ درصد موافقتی اندک و ۴ درصد اصلاً موافق چنین امری نبودند. میزان تقریباً بالای این تمایل در کنار این مهم که حدود ۷۴ درصد از پاسخ‌گویان خود یا خانواده‌شان تاکنون حداقل یکبار به ارمنستان سفر کرده‌اند، نشان دهنده این واقعیت است که با وجود اینکه بیش از چهار قرن از سکونت این قوم درون ایران می‌گذرد و اکثریت قریب به اتفاق آن‌ها همواره برتری هویت ایرانی خود را بر هویت ارمنی‌شان ابراز می‌دارند - تا جایی که در مقابل گزینه «احساس ایرانی بودن برای من مهم‌تر از ارمنی بودن است»، ۷۴ درصد از پاسخ‌گویان جامعه ارامنه مورد مطالعه، ابراز موافقت کامل داشتند و ۲۶ درصد دیگر نیز موافق این مسئله بودند - ولی به نظر می‌رسد کماکان تمایل برای رسیدن به نوعی یک‌دستی قومی و فرهنگی وجود دارد.

علت عدم مهاجرت به ارمنستان به عنوان کشور واحد ارمنی از برخی پاسخ‌گویان طی مصاحبه پرسیده شد و اغلب آن‌ها به نوعی اظهار داشتند که ریشه‌های عمیق‌تری در فرهنگ ایران نسبت به فرهنگ ارمنستان دارند. لذا علاوه بر اینکه تمایل دارند در فضایی کاملاً ارمنی زندگی کنند، ولی حاضر به ترک ایران نیستند. در این میان گروهی معتقد بودند که تشکیل حکومتی فدراتیو و یا توجه یکسان و بدون تبعیض به همه قومیت‌ها، می‌تواند این فضای آزاد قومی را فراهم کند.

نکته قابل توجهی که در این میان وجود دارد، این است که ارامنه علاوه بر اینکه بر هویت ایرانی خود تأکید بسیاری دارند، ولی برای برجسته‌سازی و تمایز هویتی خود از سایر اقوام ایرانی نیز تلاش می‌کنند و چون ارامنه ایران علاوه بر قرار گرفتن در مقام اقلیت قومی، اقلیت مذهبی نیز به شمار می‌آیند، از نظر مذهبی نیز یافتن هویت متمایز و برجسته‌کردن آن نیز برایشان حائز اهمیت است. بنابراین در تحقیق حاضر، بررسی رابطه ارامنه به عنوان یک قوم مسیحی با مسلمانان ایرانی که اکثریت محسوب می‌شوند

نیز مورد توجه قرار گرفت. در پاسخ به این سؤال که «چه میزان تمایل دارید تا در محلات مسلمان‌نشین و در جایی که اکثریت مسلمانان حضور دارند، زندگی کنید؟» (جدول ۳)، ۴۶ درصد میزان تمایل کم، ۴۲ درصد میزان متوسط و ۱۲ درصد عدم تمایل خود را در قبال این گزینه ابراز داشتند و زمانی که از آن‌ها خواسته شد تا نحوه ارتباط خود را با مسلمانان ارزیابی نمایند، ۵۲ درصد از ارامنه جامعه مورد مطالعه، این رابطه را صمیمانه ارزیابی کرده و ابراز داشتند که ما در کنار همدیگر (مسلمانان) صمیمانه زندگی می‌کنیم. ۲۴ درصد، این رابطه را در حد تحمل یکدیگر بیان داشتند و ۱۶ درصد اظهار بی‌نظری کردند و تنها ۸ درصد از پاسخ‌گویان رابطه خود را با مسلمانان در حد بی‌زاری ابراز نمودند.

البته ۵۶ درصد از جامعه آماری مورد مطالعه، موافق این قضیه بودند که برخی از قوانین اسلامی در جامعه ایران، برای آن‌ها ایجاد محدودیت می‌کند و صرفاً به خاطر رابطه مستقیم قوانین مدنی و حقوقی ایران با دین اسلام، مجبور به پذیرش آن‌ها هستند. یکی از مواردی که اکثریت ارامنه بر سر آن اتفاق نظر داشتند، محدودیت ناشی از قوانینی چون حجاب اجباری زنان بود که از دید آن‌ها نوعی محدودیت محسوب می‌شود و این در حالی است که حجاب در مسیحیت از جایگاه متفاوتی برخوردار است.

درصد تمایل	میزان تمایل				
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	اصلاً کل
زندگی در یک دولت واحد ارمنی	۱۰	۳۶	۴۲	۸	۴
زندگی در محلات مسلمان نشین	۰	۰	۴۲	۴۸	۱۲
ارزیابی سطح ارتباط با مسلمانان	۵۲٪	۲۴٪	۸٪	۱۶٪	۱۰۰٪
	صمیمانه	در حد تحمل	بی‌زاری	بی‌نظر	کل

جدول ۳- درصد تمایز فرهنگی پاسخ‌گویان بر حسب میزان تمایل به زندگی

در یک دولت ارمنی و در بین مسلمانان

بدین ترتیب، هر چند ارامنه ایران، هویت ایرانی خود را بر هویت قومی‌شان

ترجیح می‌دهند و به عنوان یک شهروند ایرانی با اکثریت مذهبی کشور مشکل خاصی ندارند، ولی در برخی موارد با قرار دادن خود در فضاها و اجتماعی مجزا از جامعه کل و فرهنگ غالب، به برجسته کردن هویت خاص خود می‌پردازند.

### نتیجه

نتایج مطالعه حاضر، مؤید این نظر است که جهانی شدن علاوه بر اینکه متضمن فشردگی تمام جهان است، متضمن افزایش سریع در خودآگاهی کل جهان نیز هست. و این نکته‌ای است که چنان‌که قبلاً گفته شد رابرتسون بر آن مهر تأکید نهاده است: «جهانی شدن معاصر، وضعیتی ایجاد کرده است که تمدن‌ها، منطقه‌ها، دولت-ملت‌ها و فراتر از آن‌ها، مردم بومی بیش از پیش ملزم به حفظ تاریخ و هویت‌های خاص خود باشند». لذا ارزش‌های پیشین (هویت‌های قومی، فرقه‌ای و مذهبی) در روند جهانی شدن حفظ می‌شوند، چون این مقولات به نوعی دارای ریشه و اصالت بوده و روند جدید تعاملات و نیازهای جدید را به همراه خود می‌آورد که بر اساس آن، هویتی تازه ایجاد می‌گردد. این هویت جدید که از آن می‌توان با عنوان هویت جهانی نام برد، لزوماً در تعارض با هویت‌های دیگر قرار نگرفته و ممکن است که با هویت‌های قبلی چالش موقتی داشته باشد، اما بر اساس تعامل و گفتگویی که بین آن‌ها صورت می‌گیرد، نقاط اشتراکی یافت می‌شود که موجب همکاری هویت‌های قبلی در نظام جدید و هویت جهانی می‌گردد.

این پژوهش بر پایه نظری «بومی - جهانی» استوارت هال و با پیمایش از ۵۰ نفر از ارامنه ساکن محله و حیدیه واقع در شرق تهران سعی کرد تا میزان بهره‌گیری ارامنه را از فضای رسانه‌ای جهانی، تلاش این اقلیت را در جهت ایجاد موقعیت‌های خاص ارامنه نظیر انجمن‌ها و سازمان‌های غیردولتی و نیز تمایلشان را مبنی بر تمایز فرهنگی با جامعه مسلمانان ایرانی به عنوان شاخص‌هایی در جهت شناخت میزان تلاش ارامنه در برجسته‌سازی هویت قومی و دینی خود در فرآیند جهانی شدن، مورد بررسی قرار دهد.

نتایج، حاکی از این موضوع است که ارامنه ایران به عنوان یکی از اقلیت‌های قومی - مذهبی اصیل ایرانی، تلاش دارد تا هویت جدید جهانی خود را در بستر فرآیند جهانی شدن باز تعریف نماید؛ تلاشی که نمود آن را می‌توان در میزان بهره‌گیری از

فضای مجازی و رسانه‌های جهانی و تمایل ارامنه برای برقراری رابطه با سایر مسیحیان جهان و به ویژه ارامنه ارمنستان دید. این در حالی است که این اقلیت قومی - مذهبی، علاوه بر تمایل به تعریف هویت جهانی خود، سعی دارند تا عناصر هویتی بومی خود را نیز برجسته نمایند. آمار به دست آمده از تعدد انجمن‌های مربوط به ارامنه و تمایل این گروه جهت عضویت و فعالیت در این نهادها از سویی و بهره‌گیری آنان از فضای مجازی در قالب وبلاگ‌ها و وبسایت‌های متنوع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی از سوی دیگر، نشان دهنده این است که ارامنه ایران نیز مانند بسیاری از قومیت‌های دیگر چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی، در عین تعامل با فرهنگ ملی و جهانی، به برجسته‌سازی هویت خاص ارمنی خود نیز می‌پردازند.

مسئله فوق نشان می‌دهد که بر خلاف نظریه‌های افراطی در حوزه جهانی شدن که معتقدند در این فرآیند همه اقوام و ملت‌ها در یک فرهنگ مسلط مثل فرهنگ آمریکایی مستحیل خواهند شد، اقوام گوناگون و به ویژه اقلیت‌ها در هر جامعه با وجودی که وارد فرآیند جهانی شدن شده‌اند، ولی همواره می‌کوشند تا عناصر متنوع فرهنگی‌شان نظیر زبان، آداب و رسوم، مذهب و غیره را هرچه بیشتر برجسته نمایند.

## منابع

- پاسدروماجیان، هراند (۱۳۷۲). *تاریخ ارمنستان*، ترجمه محمد قاضی، تهران: نور جهان.
- تاج پور، محمد علی (۱۳۴۴). *تاریخ دو اقلیت مذهبی یهود و مسیحیت در ایران*، تهران: فراهانی.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- رابرتسون، رولند و حق خندکر، حبیب (۱۳۸۳). «*گفت‌وگوهای جهانی شدن*»، ترجمه مسعود مظاهری، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴، ص ۶۳.
- رائین، اسماعیل (۱۳۴۹). *ایرانیان ارمنی*، تهران: مصور.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳). «*جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها*»، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴، ص ۵۷-۴۳.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳). «*تعامل جهانی شدن و شهروندی*»، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۸.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۳). *انسان‌شناسی شهری*، تهران: نشر نی.
- قیصری، ناصر (۱۳۷۷). «*قومیت عرب و هویت ملی در ایران*»، فصلنامه مطالعات راهبردی، پیش شماره ۱.
- کرلینجر، فرد (۱۳۷۶). *مبانی پژوهش در علوم رفتاری*، تهران: آوای نور.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- مانوکیان، آرداک (۱۳۷۳). *اعیاد کلیسای ارمنی*، ترجمه هرایر خالاتیان، تهران: شورای خلیفه‌گری ارامنه تهران.

ملکمیان، لینا (۱۳۸۰). بررسی اجمالی آمارهای حیاتی اقلیت‌های مذهبی در تهران، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.  
هال، استوارت (۱۳۸۳). «بومی - جهانی: جهانی شدن و قومیت»، ترجمه بهزاد برکت، فصلنامه ارغنون، ش ۲۴.

Benson, Tood (2005). "Anti Globalization Gathering in Brazil Sees Little to Celebrate", January 25, The New York Times.

Moser, George (1991). *Politics and Religion in the Modern World*, London: Rutledge.

Revel, Alain (2004). *The American Enterprise*, Academic Research Library.

Smith, Steven (2001). *The Globalization of World Politics*, London: Oxford University Press.

Vincent, Robert (1998). *Grotius, Human Right and Intervention*, London: Macmillan.

Waters, Malcolm (1995). *Globalization*, London: Rutledge.

