

چالش‌های ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی برای هویت ملی ایران و راه‌کارهای مقابله با آنها

حسین رفیع

دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه مازندران، مازندران، ایران

مجید عباس زاده مرزبالی*

دکتری علوم سیاسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۲۱

چکیده

جهانی‌شدن فرایندی منسجم و یکپارچه می‌باشد که تأثیرات خود را در عرصه‌های مختلف زندگی بشری از جمله هویت ملی نشان داده است. این فرایند از طریق ابزارهای مختلف، به‌ویژه فضای مجازی، توانسته است از یک سو موجبات شکل‌گیری هویت‌های فراملی را فراهم کرده و از سوی دیگر هویت‌های فروملی (قومی) را تقویت کند که این مسائل روی هم رفته هویت ملی را در جوامع گوناگون با چالش مواجه ساخته است. نکته‌ی مهم در این‌جا این است که هویت ملی ایران به‌عنوان هویتی کهن و تاریخی نیز در حال حاضر با چنین چالش‌هایی مواجه شده است؛ به طوری که نفوذ فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی به ایران توانسته است از یک سو بر گرایش بسیاری از اعضای جامعه ایران نسبت به ابعاد اصیل‌تر هویت ملی‌شان یعنی ایرانیت و اسلامیت تأثیر منفی گذاشته و در مقابل بر گرایش آن‌ها نسبت به بُعد مدرن هویت ملی (هویت جهانی) بیفزاید و از سوی دیگر موجب افزایش تعداد زیادی از اعضای گروه‌های قومی ایرانی نسبت به هویت قومیشان شده و بر گرایش آنان نسبت به هویت ملیشان تأثیر منفی بگذارد. به باور مقاله حاضر، استمرار این وضعیت در صورت عدم اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب و کارآمد از سوی دولت جمهوری اسلامی می‌تواند به تضعیف هویت ملی ایران بینجامد. از دیدگاه این پژوهش، دولت مذکور می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد به مقابله با چالش‌های فوق پرداخته و موجبات تقویت گرایش اعضای جامعه ایران نسبت به هویت ملی خود و تحکیم هویت ملی ایران را فراهم نماید. لازم به ذکر است که در این مقاله از روش توصیفی-تحلیلی بهره برده شده است.

کلید واژه‌ها:

هویت ملی ایران، جهانی‌شدن، فضای مجازی، هویت فراملی، هویت قومی.

* نویسنده مسئول: m.a.marzbali@gmail.com

مقدمه

هدف این مقاله بررسی چالش‌های ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی برای هویت ملی ایران و ارائه راهکارهایی جهت مقابله با آن چالش‌ها می‌باشد. به‌طور کلی اهمیت و ضرورت انجام پژوهش حاضر از یک سو به‌خاطر نقش مهم هویت ملی در ایجاد همبستگی ملی در جامعه و کمک به دستیابی کشور به ثبات و توسعه و از سوی دیگر به‌خاطر تأثیرات اساسی فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی بر هویت ملی در ایران می‌باشد.

امروزه هویت ملی در جوامع مختلف با چالش‌های اساسی مواجه شده است که از نگاه این پژوهش، در نتیجه گسترش فرایند جهانی‌شدن به‌وجود آمده‌اند. جهانی‌شدن، پدیده‌ای است که از نیمه قرن بیستم به بعد مطرح شد و در سالین اخیر گسترش یافت. این پدیده از طریق ابزارهای مختلفی توانسته است بر هویت ملی در جوامع مختلف تأثیر بگذارد که فضای مجازی یکی از مهم‌ترین آن‌ها می‌باشد.

گسترش فضای مجازی موجب شده است که منابع معرفتی و عوامل تأثیرگذار بر هویت ملی در جوامع مختلف نسبت به گذشته، متنوع‌تر و گسترده‌تر شود و افراد این جوامع به درک تازه‌ای از چه کسی بودن خود برسند؛ این مسئله باعث به‌وجود آمدن دگرگونی‌هایی در عرصه هویت ملی جوامع گشته است. پژوهش‌های اخیر در حوزه فضای مجازی، توجه ویژه‌ای را به نقش این فضا و قابلیت‌های آن در زمینه فرایند هویت‌یابی افراد و گروه‌های اجتماعی معطوف کرده و بیان می‌کنند که فضای مجازی علیرغم فرصت‌ها و تأثیرات مثبتی که در عرصه هویت برجای می‌گذارد، چالش‌هایی نیز می‌آفریند که می‌تواند موجب تضعیف هویت ملی جوامع گردد.

به‌طور کلی گستردگی و فراگیر بودن فضای مجازی و تأثیرات اساسی آن موجب شکل‌گیری، تقویت و برجسته‌شدن الگوهای هویتی دیگری غیر از هویت‌های ملی یعنی هویت‌های فراملی (مدرن) و هویت‌های فروملی (قومی) و در نتیجه، ایجاد تزلزل در تعیین و انتخاب ترجیحات و اولویت‌ها در میان سطوح هویتی مذکور و شکاف و تعارض هویتی و تضعیف هویت ملی در بسیاری از جوامع گشته است. البته در کنار این مسئله، می‌توان به شکل‌گیری هویت‌های مقاومت در برابر تأثیرات جهانی‌شدن و فضای مجازی در شماری از جوامع نیز اشاره کرد که بررسی آن در چارچوب موضوعی این پژوهش قرار نمی‌گیرد.

نکته اساسی در این‌جا این است که هویت ملی ایران نیز امروزه با چالش‌های اساسی ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی مواجه شده و در مسیر تأثیرات گسترده آن‌ها قرار گرفته است. در سالین اخیر و در نتیجه مواجهه ایرانیان با پدیده‌های مذکور، بسیاری از آنان در معرض پرسش‌های اساسی در زمینه کیستی و هویت ملی خود قرار گرفته‌اند.

از دیدگاه این مقاله، هویت ملی ایران دارای سه رکن یا لایه اصلی می‌باشد: رکن اول ایران باستان، رکن دوم اسلام و رکن سوم مدرنیته؛ این‌ها در واقع بستری هستند که هویت ملی ایران در دل آن‌ها شکل گرفته است. هرچند که پژوهش حاضر، ارکان ایران باستان و اسلام را اصیل‌تر و بنیادی‌تر می‌داند. نکته مهم در این‌جا آن است که امروزه و در نتیجه مواجهه ایرانیان با جهانی شدن و فضای مجازی، در میزان گرایش بسیاری از آنان نسبت به ارکان و کلیت هویت ملی ایران تغییراتی صورت گرفته است.

نتایج مطالعات انجام شده و شواهد نشان می‌دهند که در حال حاضر تعداد زیادی از مردم ایران در زندگی روزمره‌شان بسیار تحت تأثیر فضای مجازی قرار دارند و همین مسئله موجب تحول در نگرش‌های هویتی آنان شده است؛ به طوری که می‌توان گفت دل‌بستگی بسیاری از آنان نسبت به مبانی قدیمی‌تر هویت ملی کاهش یافته و یا در حال کاهش یافتن است و در مقابل بر گرایش‌شان نسبت به بُعد مدرن هویت ملی و هویت جهانی افزوده شده یا می‌شود. همچنین گروه‌های قومی ایرانی نیز از جمله اقشاری هستند که از فضای مجازی تأثیر بسیاری پذیرفته‌اند؛ به طوری که این فضا توانسته است بر گرایش شمار قابل توجهی از اعضای این گروه‌ها نسبت به هویت قومیشان به ضرر هویت ملیشان بیفزاید. اعتقاد مقاله بر این است که استمرار این وضعیت در صورت عدم اتخاذ سیاست‌های مناسب و کارآمد از سوی دولت جمهوری اسلامی، می‌تواند به تضعیف هویت ملی ایران بینجامد؛ بنابراین می‌بایست درصدد مقابله با چالش‌های مذکور برآمد.

ممکن است در این‌جا این سؤال به ذهن برسد که از آن‌جا که فرایند جهانی شدن خود بخشی از مدرنیته بوده و در تحقیق حاضر نیز از مدرنیته به عنوان یکی از لایه‌های هویت ملی ایران نام برده شده، بنابراین چگونه می‌توان پیامدهای جهانی شدن یعنی گسترش ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی غربی در سطح جامعه را چالشی برای هویت ملی ایران دانست؛ در پاسخ، ادعای مقاله این است که اگرچه مدرنیته یکی از ارکان هویت ملی ایران را تشکیل می‌دهد، اما با غالب شدن شاخصه‌های این رکن از هویت ملی در سطح جامعه نسبت به دیگر ارکان آن یعنی ایرانیت و اسلامیت، گرایش افراد نسبت به ابعاد اخیر به ویژه بُعد اسلامی هویت ملی‌شان کاهش می‌یابد و این مسئله در کل، موجب تضعیف هویت کلان ملی خواهد شد. بر این اساس مسئله اصلی پژوهش نمی‌تواند با دیدگاه آن درباره سه لایه‌ای بودن هویت ملی ایران در تعارض باشد.

مبحث نظری

الف) تعریف مفاهیم

۱. هویت ملی

هویت ملی عالی‌ترین و مهم‌ترین سطح هویت جمعی و زیربنای سایر هویت‌ها می‌باشد (Poole, 2003; Woodward, 2000). در تعریف هویت ملی باید میان هویت ملی کشور و هویت ملی اعضای جامعه، تفکیک قائل شد. منظور از هویت ملی کشور، مجموعه‌ای از نشانه‌ها و آثار مادی، زیستی، فرهنگی و اندیشگی است که موجب تفاوت ملت‌ها و جوامع از یکدیگر می‌شود. مقصود از هویت ملی اعضای جامعه، آگاهی و احساس تعلق خاطر، تعهد و وفاداری آنان نسبت به اجتماع ملی و عناصر سازنده آن می‌باشد. در رابطه با هویت ملی کشورها، با دو دسته کلی مواجه هستیم: هویت‌های ملی‌ای که در دوره مدرن ایجاد شده و متأثر از ظهور دولت‌های ملی و اندیشه‌های ناسیونالیستی در اروپای قرون هجدهم و نوزدهم می‌باشند. مانند اکثر کشورهای کنونی جهان، و هویت‌های ملی‌ای که قرن‌ها قبل از پیدایش دولت‌های ملی در اروپا، شکل گرفته و در فراخنای تاریخ توانسته‌اند پایداری، پویایی و موجودیت خویش را حفظ کنند. مانند کشورهای ایران، چین، مصر و یونان. نکته دیگر در رابطه با هویت ملی این است که این هویت، پدیده یا امری ثابت و تغییرناپذیر نبوده و همواره بر اثر عوامل مختلف در معرض دگرگونی و تحول می‌باشد.

۲. جهانی شدن

جهانی شدن فرایندی است که دنیا را به لحاظ اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دچار تغییر و تحول ساخته؛ به طوری که در نتیجه شکل‌گیری و گسترش آن، مناطق، کشورها و افراد مختلف وابستگی بیشتری به یکدیگر پیدا کرده‌اند و هرگونه تغییر و تحولی در گوشه‌ای از جهان، مناطق، کشورها و افراد دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مقاله حاضر جهانی شدن را به مثابه یک پروسه می‌داند که به تدریج تأثیرات خود را در حوزه‌های مختلف از جمله هویت ملی نشان داده است. این پدیده دارای ابعاد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است که تمرکز مقاله بر بُعد فرهنگی آن می‌باشد. «بُعد فرهنگی جهانی شدن را می‌توان دربرگیرنده فرایندها و عواملی دانست که هرگونه محدودیت و بستار فرهنگی زندگی اجتماعی را تعدیل کرده» (ادریسی، ۱۳۸۶: ۱۱۴) و موجب گسترش ارتباطات فرهنگی جهانی و جهانی شدن افق ذهن و دید بشر شده است (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۱۵؛ میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۶۴). نکته مهم این است که حضور ارزش‌ها و مبانی فرهنگ غربی در فرایند جهانی شدن جدی‌تر از دیگر فرهنگ‌ها می‌باشد و این همان چیزی است که از آن با عنوان گسترش ویژگی‌های محوری مدرنیته در مقیاس جهانی یاد می‌شود (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۱۰۸-۱۰۹)؛ به عبارتی،

جهانی شدن را می‌توان امتداد مدرنیته و جهانگیر شدن شاخصه‌های آن دانست (گیدنز، ۱۳۷۷؛ گیدنز ۱۳۷۸ الف، واترز، ۱۳۷۹).

۳. فضای مجازی

فضای مجازی عنوانی برای دنیایی نوظهور در عصر پیدایش و گسترش رسانه‌های جدید ارتباطی است که بیش از دو دهه از رواج آن در جهان نمی‌گذرد (هاشمی‌زاده و انصاری‌نسب، ۱۳۹۶: ۲۱). فضای مجازی محیط الکترونیکی است که ارتباط انسانی را به شیوه‌های سریع و فراجغرافیایی با ابزارهایی خاص و به‌طور مستقیم میسر می‌سازد و از آن جهت که برخاسته از اطلاعات نامرئی-اطلاعاتی است، اشکال متفاوتی به خود می‌گیرد (میرمحمدی، ۱۳۹۴). اینترنت، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، جلوه‌های اصلی فضای مجازی می‌باشند. فضای مجازی از ویژگی‌های منحصر به فردی چون: دیجیتالی بودن، ظرفیت بالای ذخیره‌سازی اطلاعات و آزادی انتشار آن‌ها، تعاملی بودن، نامحسوس بودن فاصله‌های فیزیکی، جهانی بودن فضا، گمنامی و ناشناخته بودن کاربران، محدود نبودن به قوانین مدنی دولت‌های ملی و ... برخوردار است.

۳-۱. تأثیر جهانی شدن و فضای مجازی بر هویت (با تکیه بر دیدگاه آنتونی گیدنز)

پیش از بیان دیدگاه گیدنز درباره تأثیر جهانی شدن و فضای مجازی بر هویت، لازم است اشاره کوتاهی به چگونگی نسبت جهانی شدن و فضای مجازی صورت گیرد. به‌طور کلی نسبت این دو پدیده به‌گونه‌ای است که «وقتی واژه جهانی شدن مطرح می‌شود، برای بسیاری از افراد مسئله فضای مجازی و فناوری و انقلاب ارتباطات تداعی می‌شود» (شهرام‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۵۲). جامعه بشری تاکنون دو عصر رسانه‌ای را تجربه کرده که عصر نخستین آن با توسعه وسایل ارتباط جمعی و گسترش جغرافیایی پیام، به‌نوعی حامل فرستنده‌گرایی شد. دوره بعد که با توسعه و ادغام فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و دسترسی سریع مخاطبان به اطلاعات همراه بود و مخاطبان نقش محوری‌تری در فرایند تولید پیام یافتند، بر مفهوم جامعه اطلاعاتی تأکید شد (هاشمی‌زاده و انصاری‌نسب، ۱۳۹۶: ۲۶۱) که در آن، سبک زندگی و دورنمای دگرگونی‌های اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای به اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی وابسته بوده و از آن تأثیر می‌پذیرد. «امروزه فضای مجازی چنان گسترش یافته است که به‌نحوی بارز و چشم‌گیر در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها در نقاط مختلف کره زمین نقش‌آفرینی می‌کند» (نظری و قلی‌پور، ۱۳۹۵: ۲). ظهور و گسترش رسانه‌های ارتباطی مجازی در ساختار تعاملات انسانی دگرگونی بنیادی ایجاد کرده و ارتباطات انسانی را فراتر از زمان و مکان ممکن ساخته (قربان‌زاده‌سوار و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۵) و موجب

افزایش تأثیرگذاری و تأثیرپذیری جوامع از یکدیگر شده است. این مسئله نشان‌گر نقش فضای مجازی در فرایند جهانی‌شدن می‌باشد. یکی از عرصه‌های مهم جوامع که از فضای مجازی تأثیر پذیرفته است، هویت ملی آن‌ها می‌باشد.

از جمله نظریه‌هایی که می‌توان از آن برای بررسی تأثیر جهانی‌شدن و فضای مجازی بر عرصه هویت استفاده کرد، نظریه‌ی آنتونی گیدنز می‌باشد. گیدنز جهانی‌شدن را ادامه‌ی مدرنیته و به معنای وابستگی متقابل و فزاینده در سطح جهانی در نظر می‌گیرد. از نظر او جهانی‌شدن ارتباطات و فن‌آوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی (فضای مجازی) مهم‌ترین شاخص به هم پیوستگی جهانی و تشدید روابط اجتماعی می‌باشد. گیدنز معتقد است که در نتیجه گسترش فضای مجازی ما می‌توانیم در یک چشم‌به‌هم‌زدن در هر زمان و با هر کسی در هر نقطه‌ای از جهان ارتباط برقرار کنیم؛ ارتباطی آنی که بسیاری از جنبه‌های زندگی اجتماعی بشر از جمله هویت را تغییر داده و موجب شکل‌گیری «هویت‌های جدید» می‌شود. این هویت‌های جدید، زندگی روزمره و سنت‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به معنای جدیدی از خود برای افراد بشر می‌انجامند که محصول آن نیز «سیاست زندگی» یا «سیاست انتخاب» می‌باشد. از نظر وی، هویت‌های فردی در عصر جهانی‌شدن با خروج از چارچوب تنگ اجتماعی و سنتی به دنبال عناصر مدرن در عرصه جهانی می‌گردند. افراد سعی می‌کنند تا با الگوهای مصرف و علقه و تعهد خود به یک سبک زندگی مشخص، هویت خویش را تعریف کنند. سیاست زندگی، مربوط به شیوه زندگی فرد است و در بردارنده تلاش مداوم فرد برای گزینش‌گری در یک محیط بازاندیشانه است که در آن دیگر سنت نقشی در ارائه معیارهای زندگی روزمره ندارد. بنابراین هویت انسان عصر جهانی‌شدن به روایت گیدنز، از خصلت بازاندیشانه یا بازتابی برخوردار است؛ بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و به ویژه ظهور فضای مجازی است (گیدنز، ۱۳۷۷؛ گیدنز، ۱۳۷۸ الف؛ گیدنز، ۱۳۷۸ ب).

همچنین گیدنز در رابطه با تقویت هویت قومی در عصر جهانی‌شدن معتقد است که تغییر مسیر قدرت دولت‌های ملی در عصر جهانی‌شدن و کاهش کنترل آن‌ها بر فرهنگ‌های محلی باعث می‌شود که هویت‌های بومی و نوع جدیدی از هویت‌ها و ناسیونالیسم‌های محلی، احیا شده و سر برآوردند (سلیمی، ۱۳۹۲: ۲۶۳). وی تبیینی را مورد توجه قرار می‌دهد که می‌توان آن را هم‌زیستی هویت‌های جمعی خرد و کلان نامید؛ بدین معنا که در دوران جهانی‌شدن، شاهد تعامل و هم‌نشینی هویت‌های جمعی محلی با هویت‌های جمعی کلان هستیم بدون این که وجود یکی دال بر ضدیت با وجود دیگری باشد (قادرزاده و احمدپور، ۱۳۹۰: ۴۰). به اعتقاد او، در عصر جهانی‌شدن، هویت‌های فرهنگی محلی امکان بروز بیشتری می‌یابند و تقریباً در همه ملت‌های جهان، هویت ملی در حال تجدیدنظر و بازاندیشی است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۴-۹۰). به باور گیدنز، در شرایط جهانی‌شدن، ما

شاهد ظهور و بروز مناطق فرهنگی نو خواهیم بود که نوع جدیدی از هویت‌های فرهنگی را به دنبال خواهد داشت. جهانی شدن موجب می‌شود که هویت‌های فرهنگی و نیز پیوندهای اجتماعی تنها در محدوده دولت - ملت‌ها نبوده و هویت‌ها و نیروهای محلی ای که به دلیل فشار و کنترل دولت‌ها، امکان ظهور و بروز نداشتند، دوباره سربرآورده و احیا شوند. نیروها، گرایش‌ها و فرهنگ‌های جدید احیا شده را نمی‌توان در قالب‌های سنتی همچنان با روابط سنتی حفظ کرد (سلیمی، ۱۳۹۲: ۲۶۳).

ب) ماهیت و ارکان هویت ملی ایران

در خصوص ماهیت و شکل‌گیری هویت ملی در ایران دو دیدگاه کلی وجود دارد: عده‌ای معتقدند که هویت ملی در ایران، پدیده‌ای متأخر و متأثر از ظهور دولت‌های ملی در اروپای قرون هجدهم و نوزدهم است و دسته‌ای دیگر بر این باورند که به دلیل 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 به عنوان شالوده شکل‌گیری هویت ملی، قرن‌ها قبل از دولت‌های ملی قرن نوزدهم در کشور ایران وجود داشته است (قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰: ۱۱۶-۱۱۷). پژوهش حاضر با دیدگاه دوم هم‌عقیده می‌باشد. به طور کلی آن چه از آن تحت عنوان هویت ملی ایران یاد می‌شود، قرن‌ها پیش و در دوره باستان ایجاد شده و در طول تاریخ توانسته است پایداری، پویایی و استمرار خویش را حفظ کند.

هویت ملی ایران - همانگونه که پیشتر نیز بیان شد - دارای سه رکن ایران باستان، اسلام و مدرنیته می‌باشد که آن را در ادوار مختلف تاریخی از خود بهره‌مند ساخته‌اند. به عبارتی، هویت مذکور همچون رودخانه‌ای است که در بستری متشکل از سه لایه ایران باستان، اسلام و مدرنیته در جریان بوده و هست. این سه منبع با غلظت‌های متفاوت، نقش مهمی در تعریف ایرانیان از چه کسی بودن خود و تمایزشان از دیگران داشته‌اند (ر.ک: بشیریه، ۱۳۸۳؛ رجایی، ۱۳۸۶). هر چند که ابعاد ایرانییت و اسلامیت از اصالت و قدمت بیشتری نسبت به بُعد مدرنیته برخوردارند.

لایه‌ی ایران باستان مشحون از اسطوره‌ها، افسانه‌ها، ادیان و تابوهایی است که به‌رغم گستره تاریخی دوازده‌قرنی آن، یادآور استمرار و تداوم بی‌نظیری در تاریخ ایران است. در این دوره، بن‌مایه هویت ایرانی با مشخص شدن فرهنگ و آداب و رسوم مشخص و تمایز و قرارگرفتن ایران در برابر توران، یونان و روم با آیین زرتشت، اندیشه حکمران عادل، تشخص یافت. لایه اسلام نیز مربوط به فرهنگ اسلامی-عربی می‌باشد که به‌مدت چهارده قرن به هویت ملی ایران و نوع نگرش ایرانیان به جهان و رفتار و ساختار اجتماعی و سیاسی آن‌ها جهت داده است. این دو لایه در کوره تاریخ با هم جوش خورده و به مخرج مشترکی رسیده‌اند (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۷۱). در رابطه با لایه سوم یعنی مدرنیته نیز می‌توان گفت جایگاه آن به یک واقعیت تاریخی بدل شده، به‌طوری‌که نفوذ ارزش‌ها و

مبانی مدرن در هویت ملی ایران غیرقابل نادیده‌گیری است. به‌طورکلی از اوایل دوره قاجار و در نتیجه آشنایی ایرانیان با تمدن مدرن غرب یا مدرنیته، اندیشه‌های ناسیونالیستی بر محور ایجاد دولت-ملت، با اندیشه‌های سنتی در مورد تعلق به ایران و هویت ایرانی درهم آمیخت.

درباره رابطه میان ارکان هویت ملی ایران در فرایند تاریخی می‌توان گفت که ارتباط میان ایرانیت و اسلامیت خصمانه نبوده و این دو، از جمله اصلی‌ترین ارکان حیات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه ایرانی را تشکیل می‌داده و ایرانیان میان آن‌ها سازگاری برقرار می‌کردند (احمدی، ۱۳۸۳: ۹۶-۹۷؛ رجایی، ۱۳۷۳: ۲۰۴). در رابطه با مدرنیته و ارتباط آن با دو رکن فوق نیز بنا به دلایل و شواهد تاریخی می‌توان بین آن دو رکن با مدرنیته در برخی از جنبه‌ها نوعی وام‌گیری و تداخل مشاهده کرد که این مسئله خود ناشی از اقتضات جامعه متنوع ایران می‌باشد.

نکته اساسی دیگر در این‌جا این است که وجود هویت ملی ایران به معنی نبود هویت‌های دیگر و احساس تعلق به آن‌ها در میان ایرانیان نیست، بلکه انواع گوناگونی از هویت‌های فروملی در ایران وجود دارد (احمدی، ۱۳۹۰: ۱۰۸-۱۰۹) که از میان آن‌ها، هویت‌های قومی اهمیت بیشتری دارد. به‌طورکلی در ادوار تاریخی، هویت‌های قومی و ملی در میان اقوام ایرانی از هویت‌های برجسته محسوب می‌شده و میان این هویت‌ها تعارض وجود نداشته و به‌صورت توأم ایجاد شده‌اند (امیرکافی و حاجیانی، ۱۳۹۲: ۱۳۰). هویت ملی ایران، هویتی فراقومی است که در درازنای تاریخ با همکاری اقوام گوناگون ایرانی پدیدار شده و دربرگیرنده همه آن‌ها می‌باشد (رمضان‌زاده و بهمنی قاجار، ۱۳۸۷: ۷۳ و ۹۱؛ مدیرشانه‌چی، ۱۳۸۴: ۱۷۸).

ج) فرایند مواجهه جامعه ایران با جهانی‌شدن و فضای مجازی

شواهد نشان‌دهنده آن است که کشور ایران هم‌اکنون در مسیر تغییرات مختلف متأثر از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی است. این کشور در معرض تجربه‌ها و تغییرات و دگرگونی‌هایی در زمینه هویت قرار گرفته است. «دسترسی اقشار مختلف مردم ایران به شبکه‌های گسترده ارتباطات جهانی، علی‌رغم محدودیت‌ها و موانع داخلی و افزایش سطح آگاهی همگانی از مسائل داخلی و خارجی، از مهم‌ترین جلوه‌های تأثیرات جهانی‌شدن بر ایران است» (احمدی، ۱۳۹۰: ۳۲۸). به‌طوری که می‌توان گفت فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در زندگی اکثر ایرانیان اهمیت فراوانی یافته است. به‌طورکلی پدیده‌های فوق از دهه ۱۳۷۰ به بعد فضای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ایران را فرا گرفت و این اتفاق به تدریج رفتارهای سیاسی-اجتماعی و گرایش‌های هویتی در جامعه را تحت تأثیر قرار داد. نکته مهم در این‌جا آن است که «بسیاری از کاربران فضای مجازی در ایران به‌دلایلی چون: نبود عرصه عمومی در کشور، متنوع‌بودن فضای

رسانه‌های مجازی در برقراری ارتباط، امکان تبادل آزادانه اطلاعات و ... جذب این فضا شده‌اند» (ذوالقدر و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۲: ۳۷).

از ورود تلویزیون‌های ماهواره ای به فضای ارتباطات جمعی ایران بیش از دو دهه می‌گذرد و در طی این مدت، تحولات زیادی در این زمینه رخ داده است. در طی یکی-دو دهه گذشته شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای- به‌ویژه فارسی‌زبان- با سرعت روزافزونی افزایش یافته و با اغماض و تساهل نسبی در خصوص اعمال قانون ممنوعیت مالکیت و استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای، شواهد و مطالعات حاکی از گسترده شدن بهره‌گیری خانواده‌های ایرانی از این شبکه‌ها و محبوبیت برنامه‌های خبری و سرگرمی‌های آن‌ها در نزد بسیاری از ایرانیان است. در حال حاضر حدود ۵۰ درصد از جمعیت ایران به‌صورت گوناگون از ماهواره استفاده می‌کنند (بیچرانلو، ۱۳۹۵؛ علیزاده و زردار، ۱۳۹۶). همچنین آغاز دهه ۱۹۹۰ میلادی نیز 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 ۶۰ درصد رسیده است؛ به طوری- که ایران با ۷۵ میلیون نفر جمعیت، دارای حدود ۵۰ میلیون نفر کاربر اینترنتی است (بابایی‌فرد و شرقی، ۱۳۹۳؛ علی‌عسکری و دیگران، ۱۳۹۴).

استفاده از تلفن همراه نیز در جامعه ایران در جنبه‌های گوناگون مصرفی رواج یافته است؛ به طوری که این وسیله ارتباطی با ارائه گزینه‌های خدماتی بیشتر و متنوع‌تر به افراد و گروه‌های اجتماعی، توانایی بیشتری به آن‌ها می‌دهد. سامانه تلفن همراه از سال ۱۳۷۳ در ایران راه‌اندازی شد (رحمتی و بخشی، ۱۳۹۴: ۱۲۰). در یک دهه اخیر بهره‌گیری از این رسانه در ایران رشد فزاینده‌ای داشته؛ به طوری که در ابتدای سال ۱۳۸۹ تعداد کاربران آن به ۷۳ میلیون رسیده بود (مهدی‌زاده و خلیلا، ۱۳۹۲: ۱۰۰). در سال‌های اخیر در ایران شبکه‌های اجتماعی مختلف همچون: تلگرام، اینستاگرام، وایبر، واتس‌آپ و ... با استفاده از بستر تلفن‌های همراه مورد استفاده قرار گرفته‌اند (بیگدلو، ۱۳۹۷: ۱۲). براساس نظرسنجی انجام‌شده در حال حاضر حدود ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل عضو یکی از این شبکه‌ها هستند (قلی‌زاده و زمانی، ۱۳۹۶: ۱۰۵).

در رابطه با تأثیر فضای مجازی بر کارکرد هویتی دولت جمهوری اسلامی می‌توان گفت که نفوذ و رشد فزاینده شبکه‌ها و امکانات فضای مجازی در ایران و به‌کارگیری آن‌ها از سوی کاربران ایرانی،

تحولات عمده‌ای را در تعیین سیاست‌های هویتی در کشور ایجاد کرده است. تا پیش از این، دولت جمهوری اسلامی بیشترین نقش را در ترویج هویت ملی مطلوب خویش (یعنی هویت ملی مبتنی بر اسلام و تشیع) در جامعه برعهده داشت اما امروزه با گسترش فضای مجازی و استفاده روزافزون کاربران ایرانی از آن، این دولت دیگر قادر نیست همچون گذشته به ترویج هویت ملی مطلوب خویش بپردازد. به‌طور کلی با توجه به تحولات اجتماعی و فرهنگی اخیر در ایران، می‌توان گفت که بسیاری از ایرانیان توانسته‌اند به درک جدیدتر و متفاوت‌تری از هویت خود دست یابند که در ادامه‌ی پژوهش به آن پرداخته می‌شود.

د) فضای مجازی و شکل‌گیری هویت‌های فراملی در ایران

در جامعه کنونی ایران، رسانه‌های فضای مجازی به یکی از مهم‌ترین منابع تولید، بازتولید و توزیع معرفت تبدیل شده‌اند؛ به‌طوری‌که شناخت و درک افراد را از محیط و پدیده‌های پیرامونی شکل می‌دهند. این رسانه‌ها به‌دلیل حضور دائمی و فراگیرشان، رقیب جدی نهادهای جامعه‌پذیری قدیمی‌تر شده‌اند. امروزه رسانه‌های مجازی با گذشتن از مرزهای ملی کشور قادر به پخش و انتشار ارزش‌ها و مبانی فرهنگی جوامع غربی و دیگر جوامع در جامعه ایران شده‌اند که همین مسئله موجب پیدایش تحولات هویتی در کشور گردیده است.

در سال‌های اخیر تمایلات گسترده‌ای در جهت استفاده از رسانه‌های فضای مجازی از سوی بسیاری از مردم ایران به وجود آمده است. به‌طور کلی عدم تکرر رسانه‌ای و نیز حاکم‌بودن سیاست هنجاری بر رسانه‌های داخلی، در کنار محدودیت‌های موجود در عرصه‌های عمومی کشور موجب شده است که رسانه‌های داخلی عملاً نتوانند بیانگر خواسته‌ها و تقاضاهای عمومی گروه‌های مختلف جامعه باشند، از این‌رو بخش گسترده‌ای از اعضای جامعه ایران، رسانه‌های فضای مجازی را ابزار مناسبی در جهت بیان دیدگاه‌ها و عقاید خود قرار داده‌اند. افزایش بی‌شمار وب‌سایت‌ها و اجتماعات آنلاین و مجازی و گسترش تلویزیون‌های ماهواره‌ای و سایت‌ها، اجتماعات و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌همراه به‌کارگیری فزاینده آن‌ها از سوی کاربران ایرانی موجب به‌وجود آمدن دگرگونی‌های عمده هویتی در نزد آنان شده است. این فرایند توانسته است بر گرایش این افراد نسبت به ابعاد اصیل‌تر هویت ملی آنها یعنی ایرانیت و اسلامیت تأثیر منفی گذاشته و درمقابل بر تعلق خاطرشان نسبت به بُعد مدرن هویت ملی بیفزاید.

به‌طور کلی محتوا و نتایج بسیاری از تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه تأثیر جهانی‌شدن و فضای مجازی بر نگرش هویتی کاربران ایرانی، نشان‌دهنده آن است که در سال‌های اخیر گسترش و نفوذ این پدیده‌ها در ایران، به ورود هرچه‌بیشتر فرهنگ غرب و مظاهر آن به درون جامعه ایران کمک

کرده؛ به طوری که این فرایند در کنار دور کردن بسیاری از ایرانیان از منابع قدیمی تر هویت بخش ملی خویش یعنی ایرانیت و اسلامیت، موجب گرایش هرچه بیشتر آنان نسبت به منبع مدرن هویت ملیشان شده است. در عبارتی دیگر، یافته‌ها حاکی از آن می‌باشند که بین مدت زمان استفاده کاربران ایرانی از فضای مجازی با هویت مدرن و فراملی آنان، رابطه‌ای مثبت وجود دارد؛ به این صورت که با افزایش این متغیر، گرایش به بعد مدرن هویت ملی در نزد این کاربران تقویت و از گرایششان نسبت به ابعاد قدیمی تر هویت ملی کاسته می‌شود (ر.ک: بابایی فرد، ۱۳۹۲؛ دانایی و بابائی ساروئی، ۱۳۹۶؛ ساعی و دیگران، ۱۳۹۴؛ میرمحمدی، ۱۳۹۴؛ عدلی پور و دیگران، ۱۳۹۲؛ علیزاده و محمدی، ۱۳۹۴؛ کیان و قلی پور، ۱۳۹۵).

در رابطه با تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای بر هویت ایرانیان باید عنوان کرد که این شبکه‌ها نقش مؤثری در تحول و دگرگونی و شکل دهی به هویت مخاطبان ایرانی دارند و مبانی فرهنگی و هویتی مدرن را در اختیار آنان قرار می‌دهند. به طور کلی حجم انبوه و روزافزون این شبکه‌ها به تدریج باعث رویگردانی مخاطبان از مبانی ایرانی و اسلامی فرهنگ و هویت ملی خود و دل بستن هرچه بیشتر به مبانی و سبک زندگی غربی و مدرن می‌شود. «شبکه‌های ماهواره‌ای به ویژه از آن رو در ایران موفقیت کسب می‌کنند که ابعادی از هویت مخاطبان را پیش چشم‌شان می‌نهند که در گفتمان رسمی و شبکه‌های داخلی کشور مجال خودنمایی ندارد» (علیزاده و زردار، ۱۳۹۶).

در حال حاضر استفاده از سریال‌های سرگرم کننده ماهواره‌ای، پدیده‌ای فراگیر و تاحدی همه گیر در جامعه ایران شده است. بیشتر این فیلم‌ها ساخته آسیای شرقی، آمریکا و آمریکای مرکزی هستند (گیویان و کریمی، ۱۳۹۱: ۱۱۰). بررسی برنامه‌های پخش شده از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای نشان می‌دهد که این شبکه‌ها بر سبک زندگی جامعه مخاطب در ایران تأثیر گذاشته‌اند. این شبکه‌ها، برنامه‌ها و فیلم‌هایی را که سبک زندگی غربی در آن‌ها نمایش داده می‌شود، عرضه می‌کنند که بر نگرش مخاطبان ایرانی تأثیر دارد. برنامه‌های ماهواره‌ای در کنار برنامه‌های دیگری همچون شوهای تلویزیونی، برنامه‌های فشن، موسیقی، تصاویر، به طور مستقیم باور و ارزش‌های مخاطبان را مورد هدف قرار می‌دهند و آنان با تماشای این برنامه‌ها شکل‌های متفاوتی از رفتار را از موقعیت‌های مختلف فراگرفته، به برداشت یا عرف عامی از نگرش‌ها و رفتارها و هویت فراملی و جهانی دست می‌یابند (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶؛ نصیری و شهاب‌الدین، ۱۳۹۴).

شبکه اینترنت نیز در ایران برای اکثر کاربران فرصت تجربه واقعیت‌های دوردست یا غیرقابل دسترس از قبیل 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 تأثیر گذاشته است. بر این اساس این افراد، جهت‌گیری‌های خاصی نسبت به ابعاد قدیمی هویت ملی پیدا کردند؛ به طوری که دلبستگی آنان نسبت به آن‌ها

به اندازه دلبستگی نسل گذشته و کسانی که از این اینترنت استفاده نمی‌کنند، نمی‌باشد. می‌توان گفت، تجارب حاصل از حضور کاربران ایرانی در شبکه اینترنت بسته به میزان عمق و وسعت حضور، تاحدزیادی موجب بازاندیشی در هویت فردی و جمعی آنان و متزلزل شدن فرارویتهای موجود در اذهانشان شده و دستیابی به هویتی مدرن و جهانی را بهرغم شرایط موجود در زندگی آن‌ها، برایشان فراهم آورده است.

به‌طور کلی بین میزان استفاده زمانی کاربران ایرانی از اینترنت با میزان گرایش به سبک زندگی مدرن و مصرف‌گرایی، رابطه‌ای مثبت وجود دارد؛ به‌این‌صورت که هرچه کاربران زمان‌های بیشتری از این رسانه استفاده می‌کنند، بیشتر به سبک زندگی مدرن گرایش پیدا کرده و مصرف‌گراتر می‌شوند. کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که تا چندسال آینده، اینترنت در ایران به‌مانند سایر نقاط جهان وسیله‌ای خواهد شد که تقریباً تمامی مراکز و وسایل گذران اوقات فراغت را در خود جمع خواهد کرد. تعداد بازیهای رایانه‌ای، مجلات عمومی، برنامه‌های صوتی و تصویری، آهنگ‌ها و سایر صور گذران اوقات فراغت که هم‌اکنون در سایت‌های اینترنتی موجود بوده و ایرانیان از آن‌ها استفاده می‌کنند، بسیار زیاد می‌باشد؛ به‌طوری‌که آن‌ها می‌توانند بخش اعظم اوقات فراغت خود را به‌شیوه‌ای راحت‌تر و بدون ضرورت خروج از منزل و جابه‌جایی، در مراکز فراغت مجازی سپری کنند؛ با افراد زیادی از هر گوشه دنیا حرف بزنند و این امور را در مدت کوتاهی به دفعات و با تعویض افراد و فضاها انجام دهند (رضایی، ۱۳۹۴). این‌گونه متمرکز شدن فعالیت‌های افراد جامعه ایران حول اینترنت، نگرش‌های هویتی آنان را با تغییر و تحولات اساسی مواجه کرده و به آنان هویتی فراملی بخشیده است.

گسترش سریع و همه‌جانبه تلفن همراه هوشمند و شبکه‌های اجتماعی و به‌کارگیری آن‌ها در جامعه ایران نیز تغییرات هویتی گسترده‌ای را درمیان کاربران ایرانی به‌وجود آورده است. مسئله اصلی درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه آن است که بیشتر به‌جای آن که برای رفع نیازهای ضروری و اولیه فردی کاربران ایرانی باشد، فرایندی از ایدئولوژی مصرف سبک زندگی مدرن است که برای کسب پایگاه و منزلت اجتماعی و تشخیص نزد دیگران و به‌منظور هویت‌یابی موردتوجه است. درواقع شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، توسط آن‌ها نه‌تنها استفاده، که مصرف می‌شود (فرقانی و بدیعی، ۱۳۹۴). صفحات و گروه‌های تلگرام، استوری‌های اینستاگرام و ... اشکال جدیدی از سبک زندگی را ایجاد کرده است که به تغییرات هویتی در جامعه ایران منجر شده است. حضور در این شبکه‌ها برای کاربران ایرانی این امکان را فراهم کرده است تا هویت مطلوب خویش را ایجاد نمایند. شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به ابزار تظاهر کاربران ایرانی تبدیل شده است که این مسئله به‌طور کلی در تضاد با ارزش‌های مذهبی و سنتی ایران بوده و بیانگر شکل‌گیری و رشد ارزش‌های نوین از طریق این شبکه‌ها می‌باشد.

نکته مهمی که می‌بایست در این‌جا به آن اشاره داشت این است که در حال حاضر درصد قابل توجهی از کاربران فضای مجازی در ایران را قشر جوان - به‌ویژه دانشجویان - تشکیل می‌دهند و تأثیرپذیری از رسانه‌های مجازی در این قشر به‌لحاظ نوجویی و گرایش به فناوری‌های ارتباطی، بیش از هر قشر دیگری نمایان است. در نتیجه استفاده فزاینده جوانان ایرانی از این رسانه‌ها، نوعی همسانی در گرایش به بُعد مدرن هویت ملی و هویت فراملی در نزد آنان ایجاد شده است.

روی هم‌رفته افزایش ارتباطات جهانی و دسترسی هرچه‌بیش‌تر اعضای جامعه ایران به رسانه‌های فضای مجازی موجب ایجاد تغییرات هویتی وسیعی در این جامعه شده است. رسانه‌های ارتباطی جدید در زندگی و مصرف فرهنگی بسیاری از ایرانیان سهم قابل توجهی را به خود اختصاص داده و تبدیل به اصلی‌ترین منبع هویت‌بخشی در نزد آن‌ها شده است.

تجربیات حاصل از حضور در فضای مجازی تا اندازه زیادی موجب بازاندیشی در هویت فردی و متزلزل شدن فراروایت‌های موجود در اذهان ایرانیان شده و دستیابی به هویتی فراملی (جهانی) را برایشان فراهم آورده است. به‌طور کلی تعارض فرهنگ و مبانی دینی و ایرانی با بخشی از عناصر فرهنگ و شیوه زندگی غربی باعث شد تا سایر تعلقات هویتی فرد تغییر یافته و افراد زیادی برای کسب معنا، بیشتر خود را بر مبنای بُعد مدرن هویت معنا کنند.

رشد و گسترش فضای مجازی در ایران، از یک‌سو موجب از بین رفتن بسیاری از محدودیت‌های زمانی و مکانی و از سوی دیگر باعث تغییر شدید شیوه‌های زندگی و پیدایش سبک‌های زندگی جدید، تکثر نمادها، تغییر ذائقه‌ها و رشد توقعات و انتظارات شده است. این فضا برای بسیاری از ایرانیان فرصت تجربه واقعیت‌های دوردست یا غیرقابل دسترس را به ارمغان آورده که این موضوع، جهت‌گیری‌های متفاوتی را نسبت به هویت ملیشان در مقایسه با گذشته موجب شده است. این تکنولوژی موجب گسترش فرهنگ سرمایه‌داری غربی و برجسته‌تر شدن بُعد مدرن هویت ملی از سویی و کم‌رنگ شدن ابعاد اصیل‌تر این هویت از سوی دیگر در نزد کاربران ایرانی گردیده است.

با گسترش فضای مجازی، هویت و سطح معنا و مبنای آن در میان کاربران ایرانی دچار تغییر شده و از پدیده‌ای نسبتاً پایدار و منسجم به پدیده‌ای سیال و چندپاره تبدیل گردیده است. این افراد در حال حاضر دارای یک هویت یکپارچه برگرفته از سنت‌های ایرانی و اسلامی نمی‌باشند، بلکه می‌کوشند آن‌چه را که می‌پسندند از جوامع مختلف به‌ویژه جوامع غربی جمع کرده و در درون خود ترکیبی خاص از آن‌ها را به‌وجود آورند؛ به عبارتی فضای مجازی، کاربران ایرانی را از مکان خود جدا کرده و به جهان پیوند زده است (میرمحمدی، ۱۳۹۴).

مصرف فراوان رسانه‌های فضای مجازی موجب شده است که این رسانه‌ها در سطح جامعه ایران اثرگذار شده و نیروی خاصی تولید نمایند. برای فهم میزان این اثرگذاری می‌توان به اطلاعات، رفتار، شیوه لباس‌پوشیدن و آرایش مو و صورت افراد و انتظاراتشان از یک‌سو و میزان حضور افراد و

گروه‌های اجتماعی در سطح بین‌المللی از سوی دیگر اشاره کرد (آزاد ارمکی، ۱۳۹۰: ۹۹). نتیجه غلبه مصرف‌گرایی مدرن بر فرهنگ ملی جامعه ایران، تعدیل ارزش‌ها و الگوهای ایرانی و اسلامی و رواج تجمل‌گرایی، مدگرایی و ... است که پیامد آن، بی‌اعتنایی یا کم‌اعتنایی به مبانی ایرانی و اسلامی هویت ملی و تقویت علقه مدرن و شکل‌گیری هویت فراملی در نزد کاربران ایرانی می‌باشد. روی هم رفته به کارگیری فضای مجازی از سوی کاربران ایرانی توانسته است بر گرایش و احساس تعلق خاطر آنان نسبت به ابعاد اصیل‌تر هویت ملیشان؛ یعنی ایرانیت و اسلامیت تأثیر منفی گذاشته و بر گرایش آن‌ها نسبت به بُعد مدرن هویت ملی و هویت جهانی بیفزاید.

ه) فضای مجازی و تشدید هویت‌جویی قومی در ایران

پیش از ورود به بحث لازم است تعریفی از مفاهیم قوم و هویت قومی ارائه گردد. «منظور از قوم، اجتماع کوچکی از انسان‌ها در درون جامعه‌ای بزرگ‌تر می‌باشد که به صورت واقعی یا احساسی و ادراکی دارای اصل و نسب، خاطرات و گذشته تاریخی-فرهنگی، مذهب، زبان، سرزمین و خصوصیات ظاهری و فیزیکی مشترک است که هویت گروهی آن‌ها را از گروه‌های دیگر متمایز می‌سازد» (نظری و سازمند، ۱۳۹۰: ۳۱۷). بر این اساس، هویت قومی را می‌توان به معنای آگاهی و احساس تعلق اعضای یک گروه قومی نسبت به نمادها، ارزش‌ها و ویژگی‌های قومی خاص در نظر گرفت. سرزمین ایران از روزگاران کهن جایگاه سکونت اقوام گوناگون بوده و آنان نقش انکارناپذیری در شکل‌گیری و استمرار هویت ملی ایران داشته‌اند. بر این اساس این کشور را می‌توان کشوری چندقومی و متنوع نامید. آذری‌ها و ترک‌ها، کردها، لرها، ترکمن‌ها، عرب‌ها و بلوچ‌ها گروه‌های عمده قومی در ایران می‌باشند که برخی از آن‌ها نیز در دوسوی مرزهای بین‌المللی سکونت دارند. به طور کلی برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقوام ایرانی به این شرح می‌باشند: «۱. اقوام ایرانی بخش جدانشدنی سرزمین، دولت و جامعه ایران بوده و از قرن‌های پیش از اسلام در درون مرزهای ایران به سر می‌برده‌اند، ۲. آنان از روزگاران کهن در چارچوب سرزمینی ایران می‌زیسته‌اند، ۳. اقوام ایرانی از راه فتح نظامی یا بر اساس معادلات بین‌المللی در قلمرو سرزمین ایران قرار نگرفته‌اند، و ۴. این اقوام به‌عنوان گروه‌های متفاوت و جدا از هم در این سرزمین وجود نداشته‌اند» (احمدی، ۱۳۹۰: کریمی، ۱۳۹۰).

نکته اساسی درباره شرایط کنونی اقوام در ایران مسئله عدم توسعه همه‌جانبه مناطق قوم‌نشین می‌باشد؛ به طوری که اکثر محققان در این باره اتفاق نظر داشته و معتقدند پس از انقلاب اسلامی علیرغم برخی اقدامات صورت گرفته از سوی دولت، این نابرابری همچنان به قوت خویش باقی مانده است. این شرایط موجب شده است که نیاز به برابری اقتصادی و اجتماعی و دسترسی به فرصت‌ها و

امتیازات اقتصادی، اجتماعی و شغلی به یکی از مهم‌ترین نیازهای گروه‌های قومی در ایران تبدیل شود (ابوالحسن شیرازی و امجدیان، ۱۳۸۷؛ احمدی، ۱۳۹۰: ۳۳۴-۳۴۴). این مسئله به‌طور کلی در تحریک اعضای گروه‌های قومی ایرانی در استفاده از فضای مجازی در جهت تقویت هویت قومیشان نقش اساسی داشته است.

به‌طور کلی نتایج حاصل از تحقیقات انجام‌شده در زمینه تأثیر جهانی‌شدن و فضای مجازی بر هویت قومی کاربران قومی، نشان‌دهنده تأثیر اساسی این عوامل در تقویت هویت‌جویی قومی در نزد بسیاری از این افراد است. در واقع اعضای گروه‌های قومی ایرانی، فضای مجازی را بهترین جایگاه برای بروز و تجلی خود یافته‌اند و با استفاده از آن در راه احیا و تقویت هویت قومی خود استفاده می‌کنند. یافته‌ها حاکی از آن است که بین میزان استفاده این کاربران از فضای مجازی با هویت قومیشان رابطه‌ای مثبت وجود دارد؛ به این صورت که با افزایش میزان استفاده، هویت قومی آن‌ها تقویت و هویت ملیشان تضعیف می‌شود (ر.ک: بروجردی علوی و صدیق یزدچی، ۱۳۹۶؛ حکیمی، ۱۳۹۰؛ رضایی، ۱۳۹۴؛ طالبی و عیوضی، ۱۳۹۲؛ فکوهی و عیاری، ۱۳۸۹؛ کیانپور و دیگران، ۱۳۹۲).

اما با این حال، نکته مهمی که می‌بایست به آن توجه داشت این است که این هویت‌جویی‌های قومی را ضرورتاً نمی‌توان به معنای نفی ملیت ایرانی دانست و تنها در صورت فاصله‌گیری اقوام از هویت و ملیت ایرانی خود است که مبانی هویت ملی کشور به چالش کشیده شده و زمینه‌های تقویت نیروهای واگرا نیز فراهم می‌گردد. همچنین از جمله ویژگی‌های اساسی دیگر ارتباطات قومی مجازی در ایران، دشواری کنترل آن‌ها توسط دولت است. نداشتن تجلی فیزیکی و تمایل بسیاری از اجتماعات قومی مجازی به فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی باعث شده است که کنترل و مراقبت دولت بر فضا و مرزهای کشور تحلیل برود.

به‌طور کلی بهره‌گیری گروه‌های قومی ایرانی از شبکه‌های ماهواره‌ای، برای جامعه چندقومی ایران پیامدهای مهمی در خصوص هویت ملی و ابعاد قومی دربر داشته و در مسئله هویت‌جویی قومی، این تأثیرات نمایان‌تر می‌باشد. آن‌چه بر ابعاد این مسئله می‌افزاید این است که شبکه‌های ماهواره‌ای قومی در حال حاضر بخش زیادی از اوقات مخاطبان قومی داخل کشور را به خود اختصاص داده و به رقیبی جدی برای صدا و سیما، جمهوری اسلامی تبدیل شده‌اند.

از مهم‌ترین دلایل گرایش اعضای گروه‌های قومی ایرانی به شبکه‌های ماهواره‌ای، پخش برنامه‌هایی از شبکه‌های داخلی است که متناسب با نیازهای آنان نمی‌باشد. شواهد نشان می‌دهند که در محتوای برنامه‌های پخش‌شده از صدا و سیما، اقوام ایرانی به‌شیوه‌ی نه‌چندان مناسبی به‌نمایش درمی‌آیند و آن‌ها تصاویر پخش‌شده درباره خود را چندان مطلوب نمی‌دانند. این مسئله موجب تکاپو در اعضای گروه‌های قومی ایرانی می‌شود تا دستیابی به هویت قومی خود را از طریق

رسانه‌های جایگزین طلب کنند. در برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای قومی برعکس شبکه‌های داخلی، به موضوعات مختلف مربوط به اقوام ایرانی پرداخته می‌شود. راهبرد اصلی این شبکه‌های ماهواره‌ای، تقویت هویت‌های قومی و اصالت‌دادن به عناصر هویت قومی است. آن‌ها به نیازهای مخاطبان قومی توجه کرده و براساس سلیقه آنان برنامه‌سازی می‌کنند. در این زمینه مهم‌ترین عناصری که از سوی شبکه‌های مذکور به بازنمایی درمی‌آیند، عبارتند از: زبان، آداب و رسوم، موسیقی و فولکلور، سرزمین تاریخی، بازنمایی مشاهیر و نخبگان قومی و استفاده از شخصیت‌های شناخته‌شده قومی. همچنین ویژگی دیگر برنامه‌های ماهواره‌ای قومی آن است که توجه زیادی به پخش برنامه‌های شاد و سرگرم‌کننده دارند و این شادی را در قالب موسیقی و برگزاری جشن‌ها ارائه می‌دهند. همچنین تا حد زیادی به بازنمایی وقایع روز در جامعه می‌پردازند. شبکه‌های ماهواره‌ای قومی با برجای گذاشتن تأثیرات ذهنی، موجب برانگیختن نگرش‌های قومی و علاقه‌مند شدن به خرده‌فرهنگ و هویت قومی در نزد اعضای گروه‌های قومی در ایران می‌شوند (ر.ک: رسولی و دیگران، ۱۳۹۲).

در کنار شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت نیز دگرگونی‌هایی در ساختار مناسبات قومی در ایران ایجاد کرده که فرصت‌های جدیدی را برای تقویت هویت قومی به وجود آورده است. هرچند داده‌های آماری در برخی از تحقیقات صورت‌گرفته حاکی از آن است که گرایش به هویت‌جویی قومی در ایران امروز در میان برخی اقوام بیشتر از سایر اقوام است (برای نمونه ر.ک: حاجیانی، ۱۳۸۷)، اما می‌توان بیان کرد که مطالبات مطرح‌شده در وبسایت‌ها و وبلاگ‌های قومی ایرانی تقریباً مشابه بوده؛ به طوری که اغلب بر مواردی چون: محرومیت‌زدایی، زبان، مذهب و وطن مشترک، و ... توجه دارند. همچنین به این نکته نیز باید اشاره داشت که حیطة توجه وبسایت‌ها و وبلاگ‌های قومی تنها شامل بخش ایرانی گروه نمی‌شود، بلکه نسبت به بخش غیرایرانی قومیت در کشورهای همسایه نیز ابرازعلاقه صورت می‌گیرد.

ویژگی‌های منحصربه‌فرد اینترنت باعث شده است تا اعضای گروه‌های قومی ایرانی بتوانند از وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، چت‌روم‌ها و دیگر امکانات فراهم‌شده در این شبکه به‌منظور تقویت هویت قومیشان بهره‌گیرند. نگاهی به نحوه حضور و کنش این افراد در اینترنت نشان‌دهنده آن است که شاخص‌ها و نماگرهای قومی به اشکال گوناگون در سراسر این رسانه ارتباطی حاضرند. این حضور را در عناوین انتخاب‌شده برای پایگاه‌های اینترنتی، در نمادها، عکس‌ها و ... اسامی و آدرس‌های انتخاب‌شده برای وبلاگ‌ها و آدرس‌های ایمیل، گروه‌های اینترنتی، استفاده از زبان‌های قومی و محلی در نگارش متون و نیز ارتباطات درون‌قومی رایج در شبکه‌های اینترنتی و ... می‌توان مشاهده کرد.

به‌طورکلی در نشریات و سایت‌های اینترنتی قومی ایرانی، مسائل محلی و قومی بیش از موضوعات و مسائل ملی بازنمایی شده‌اند؛ به طوری که بخش قابل‌توجهی از جغرافیای زیرپوشش

مطالب، مربوط به سطح محلی و قومی است. علاوه بر این، پیشی جستن تعداد و درصد بازنمایی نشانگان هویت قومی بر نشانگان هویت ملی در این نشریات و سایت‌ها و وجود نگاه تقابلی در طرح هویت‌های قومی و ملی، نشان‌دهنده این واقعیت است که نویسندگان و طراحان این نشریات و سایت‌ها در تهیه محتوا، آگاهانه اولویت و تقدم خاصی برای هویت قومی قائل شده و در آن‌ها جهت‌گیری‌های ملی ضعیف می‌باشد. علاوه بر این نسبت بسیار پایین انعکاس هم‌زمان هویت‌های ملی و قومی در نشریات و سایت‌های مجازی قومی، مؤید این واقعیت است که در آن‌ها هویت‌های ملی و قومی به‌نوعی در تقابل با هم تعریف و هویت قومی در عرض هویت ملی و نه در طول آن تعریف شده است. در ارتباط با مطالب فوق می‌توان به وب‌سایت‌هایی چون: اتحاد بلوچستان، تبریز نیوز، گُردیار، جبهه دموکراتیک مردمی خلق عرب اهواز، ترکمن صحرا، و وبلاگ‌هایی مانند: ترک ایران، آوای بلوچستان، ترکمن‌ها و اخبار کردستان اشاره کرد.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از کارکردهای مختلفی برای گروه‌های قومی ایرانی برخوردارند که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر می‌باشند: ۱. عضویت و فعالیت در این شبکه‌ها به فرصتی برای بازنمایی هویت و مطالبات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اقوام [در کشور] تبدیل شده است، ۲. این شبکه‌ها امکان بالای بسیج مردمی را فراهم کرده‌اند، ۳. به دلیل امکان مخفی ماندن هویت اصلی افراد فعال و دسترسی نداشتن نیروهای امنیتی به آنان، هزینه‌های فردی و امنیتی کاهش می‌یابد، ۴. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ارتباط میان اعضای گروه‌های قومی‌ای را که در کشورهای مختلف به سر می‌برند، با گروه‌های قومی داخل ایران مستحکم سازند، و ۵. کاربران قومی با استفاده از فضای مجازی با مراکز و سازمان‌های مختلف ارتباط برقرار می‌کنند و با عضویت در گروه‌ها و کلوب‌های مختلف، اعضای این شبکه‌ها را با مطالبات خود آشنا می‌سازند (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲: ۵۱-۵۲). لازم به ذکر است که بسیاری از این کارکردها برای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه نیز در زمینه اقوام صدق می‌کند.

نکته مهم در این‌جا آن است که امروزه در میان اعضای گروه‌های قومی کشور، بسیاری از دانشجویان قومی نیز با بهره‌گیری از امکانات فضای مجازی درصدد تقویت هویت قومیشان برآمده‌اند. در جامعه ایران به دلیل ساختار چندقومی و چندفرهنگی آن، تنوع قومی و فرهنگی در مراکز دانشگاهی به خوبی متجلی شده است. نتایج حاصل از پژوهش‌ها نشان می‌دهند که جامعه دانشجویی قومی کشور از فضای مجازی تأثیر پذیرفته است که این موضوع زمینه‌ساز تقویت هویت قومیشان شد؛ تاجایی که در مواردی توانسته هویت ملی آنان را به‌نوعی تضعیف نماید. در حال حاضر بخش قابل توجهی 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 تاحدودی 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. نشریاتی چون: هاوارد، وطن‌یولی، دانشجویان ترکمن، ایرنجی باخیشی، ایشیق، ایرنجی، دان‌الدوز و ... از جمله نشریات دانشجویی قومی فعال در فضای مجازی کشور می‌باشند.

در کنار مطالب فوق باید به این نکته نیز توجه داشت که، 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 فضای مجازی در ایران، به‌نوعی هنوز می‌توان قومیت‌های ایرانی را در ابتدای مسیر ارتباطات مجازی خود در نظر گرفت (فکوهی و عیاری، ۱۳۸۹). با تمامی این‌ها، فضای مجازی با ویژگی‌ها و امکانات خود توانسته است مطالبات و دغدغه‌های به‌حاشیه‌رانده شده گروه‌های قومی در ایران را به مرکز آورده و هویت قومیشان را پررنگ‌تر و برجسته‌تر سازد؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت به‌علت گسترش فضای مجازی در کشور، رابطه گروه‌های قومی ایرانی با هویت ملی تحت‌تأثیر قرار گرفته است.

روی‌هم‌رفته فضای مجازی در ایران توانسته است با امکانات و قابلیت‌های خود، از یک سو موجب افزایش گرایش شمار زیادی از اعضای گروه‌های قومی نسبت به هویت قومیشان شده و از سوی دیگر بر احساس تعلق خاطر آنان نسبت به هویت ملی تأثیر منفی بگذارد.

(و) دولت جمهوری اسلامی و راه‌های مقابله با چالش‌های پیش‌روی هویت ملی ایران

نکته مهمی که لازم است در این‌جا به آن اشاره داشت این است که با وجود تأثیر جهانی شدن بر دولت‌های ملی و فرسایش حاکمیت آن‌ها نسبت به گذشته، آنان همچنان اصلی‌ترین بازیگران عرصه‌های داخلی و بین‌المللی محسوب شده و نقش اصلی را در ایجاد همبستگی ملی و تقویت هویت ملی در جوامع برعهده دارند. بر این اساس دولت جمهوری اسلامی ایران نیز می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های کارآمد و مناسب به مقابله با چالش‌های هویتی ناشی از فرایند جهانی شدن و فضای مجازی پرداخته و بدین‌وسیله از هویت ملی ایران صیانت نماید. از دیدگاه این پژوهش، دولت مذکور در صورت توجه به راهکارهای زیر می‌تواند تا حد زیادی بر گرایش و احساس تعلق خاطر

اعضای جامعه ایران نسبت به کلیت هویت ملیشان افزوده و در نتیجه، از بروز بحران هویت ملی در کشور جلوگیری نماید. این راهکارها به شرح ذیل می‌باشند:

۱. مواجهه منطقی با فرایند جهانی شدن

جهانی شدن واقعیتی انکارناپذیر است که کشورها تنها با اتخاذ رویکرد منطقی، واقع‌بینانه و فعالانه در برابر آن می‌توانند با چالش‌های ناشی از آن مقابله کنند. برخورد منطقی و ضرورت توجه به جهانی شدن به‌عنوان واقعیتی انکارناپذیر از سوی دولت جمهوری اسلامی از آن‌جا ناشی می‌شود که این پدیده - همان‌گونه که پیشتر بیان شد - امتداد مدرنیته بوده و این‌که مدرنیته نیز خود یکی از ارکان اصلی هویت ملی ایران می‌باشد. بنابراین با انکار جهانی شدن، یکی از ابعاد این هویت مورد انکار قرار می‌گیرد. براین‌اساس دولت مذکور می‌بایست با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی شدن، خود را برای مواجهه با آن‌ها مهیا نماید. «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، به‌صورت فعال توأم با عقلانیت، منطق و شناخت کامل از ابعاد مختلف جهانی شدن به‌عنوان ابزار این فرایند، با آن مواجه شده» (میرمحمدی، ۱۳۸۱: ۸۲) و از فرصت‌ها و امکانات آن در جهت تقویت هویت ملی کشور استفاده نمایند.

۲. بهره‌گیری از فرصت‌های فضای مجازی

اکثر سیاستگذاران کشور نسبت به فضای مجازی دارای رویکردی سلبی بوده و توجه چندانی به نیازهای ارتباطی مخاطبان در پیوستن به این فضا ندارند که استمرار این رویکرد، زمینه را برای تأثیرگذاری هرچه بیشتر فضای مجازی بر کاربران ایرانی و دورتر شدن آنان از ارزش‌های ایرانی-اسلامی و افزایش گرایششان به هویت قومی فراهم می‌کند. براین‌اساس لازم است فضای مجازی را همچون فرصتی در نظر گرفت که به‌وسیله آن می‌توان گرایش این کاربران نسبت به کلیت هویت ملی ایران را تقویت نمود. دستیابی به این امر منوط به آن است که نهادهای متولی امر سیاستگذاری فرهنگی با توجه به مقتضیات و امکانات فضای مجازی سازمان‌دهی شده و با توجه به فرصت‌های فناورانه فضای مجازی با نگاهی واقع‌بینانه و علمی به تدوین و اجرای سیاست‌های مناسب بپردازند. براین‌اساس لازم است تعریف مشخصی از مرز دسترسی در عرصه فضای مجازی ارائه و امکان‌های فنی مناسب برای پررنگ‌ساختن این مرزها ایجاد نمود. آموزش و افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان (به‌معنای توانایی تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای) و فرهنگ‌سازی و نظارت کارشناسانه بر فضای مجازی یکی از اقداماتی است که می‌بایست انجام گیرد. علاوه‌براین «لازم است

الگویی مناسب از شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی تدوین گردد. در کنار این می‌توان از ظرفیت رسانه صدا و سیما نیز برای پیوند زدن فرهنگ ملی و فرهنگ حاکم بر شبکه‌های اجتماعی مجازی بهره برد» (بی‌بک‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۰). دولت جمهوری اسلامی به منظور تقویت هویت ملی ایران، چاره‌ای جز این ندارد که شبکه‌های ارتباطی جهانی را جدی گرفته و در سایه حضور رقابتی فعال و مؤثر در عرصه فضای مجازی، آن را مدیریت نماید (میرمحمدی، ۱۳۹۴: ۹ و ۲۴۲).

۳. اتخاذ رویکرد فراگیر نسبت به هویت ملی ایران

در شرایط کنونی و باتوجه به چالش‌های پیش‌روی هویت ملی ایران، اتخاذ رویکرد فراگیر نسبت به این هویت توسط دولت جمهوری اسلامی امری ضروری می‌باشد. به‌طور کلی از آن‌جا که در شکل‌گیری هویت ملی ایران عوامل مختلفی از تاریخ و فرهنگ ایران باستان، اسلام و تشیع و فرهنگ و تمدن مدرن نقش داشته‌اند، بنابراین ضروری است که جایگاه هر یک از این ارکان در هویت ملی به‌طور منطقی مشخص گردد؛ این در حالی است که گرایش اصلی در سطوح تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری فرهنگی-هویتی در دوره جمهوری اسلامی، بر بُعد اسلامی هویت ملی ایران تأکید داشته و به دیگر ابعاد کم‌توجهی یا بی‌توجهی می‌کند. به‌طور کلی توجه به یکی از ابعاد هویت ملی و ناچیزانگاشتن دیگر ابعاد آن می‌تواند موجب به‌هم‌ریختن نظم هویتی در کشور و تضعیف هویت ملی ایران شود. بنابراین توجه همزمان به همه ارکان هویت ملی ایران می‌تواند بر گرایش اعضای جامعه نسبت به کلیت هویت ملیشان بیفزاید.

۴. به‌کارگیری سیاست وحدت در کثرت در زمینه اقوام

باتوجه به چندقومی و متکثر بودن کشور ایران، دولت جمهوری اسلامی می‌بایست در زمینه تدوین سیاست‌های هویتی‌اش، «سیاست وحدت در کثرت» را سرلوحه کار خویش قرار دهد. این سیاست به معنای حفظ هویت‌های فرو ملی و تقویت پیوندهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بین آن‌ها می‌باشد که نتیجه آن، پیدایش انسجام ملی و تقویت پایه‌های هویت ملی خواهد بود. در الگوی وحدت در کثرت، حکومت حقوق همه گروه‌های قومی را رعایت کرده و از تحمیل قوانین و مقررات مغایر با علائق فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی این گروه‌ها اجتناب می‌ورزد. بر این اساس در جامعه چندقومی ایران، آن هویتی موفق و کارساز خواهد بود که صفت ملی آن دربرگیرنده تمامی خرده‌هویت‌های این سرزمین باشد. در واقع دولت ایران اگر امکان و توان درک تنوع و گوناگونی جامعه ایران در معنای واقعی آن را داشته باشد، می‌تواند به‌خوبی پیش‌زمینه‌های ایجاد همبستگی ملی و تحکیم هویت ملی را فراهم نماید (ر.ک: صالحی‌امیری، ۱۳۸۵؛ قاسمی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۰).

۵. ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه

هویت ملی می‌تواند تحت‌تأثیر نیازهای مادی انسان‌ها دچار شدت و ضعف شود. براین اساس تخصیص منطقی منابع توسط دولت و ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه می‌تواند باعث تقویت گرایش آنان به هویت ملی گردد (احمدی، ۱۳۹۰؛ Beland and Lecoures, 2008). به‌طور کلی توزیع عادلانه ثروت میان مناطق گوناگون ایران یکی از نیازهای امروز کشور محسوب می‌شود. از آن‌جا که بیشتر مناطق و ساکنان محروم کشور را استان‌های حاشیۀ مرزها و اقوام ایرانی برخوردار از ویژگی‌های خاص مذهبی یا زبانی تشکیل می‌دهند، نیاز به توزیع برابر یا معتدل ثروت ملی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر نگرش این مناطق و گروه‌ها بر امر همبستگی ملی و چگونگی تلقی آن‌ها از هویت ملی بگذارد. دولت جمهوری اسلامی با به‌کار بستن هر چه مطلوب‌تر الگوی سیاستگذاری اجتماعی و ایجاد برابری ساختاری، رفع محرومیت‌ها، ارتقای سطح معیشتی مردم و ... در مناطق مختلف کشور می‌تواند موجبات افزایش تعلق خاطر مردم را نسبت به کلیت هویت ملیشان فراهم نماید (ر.ک: احمدی، ۱۳۹۰).

۶. فراهم نمودن زمینه‌های مشارکت فعالانه‌تر اعضای جامعه

میزان مشارکت افراد جامعه در فرایندهای سیاسی و اجتماعی، نقش مهمی در استحکام هویت ملی دارد. براین اساس نظام‌های سیاسی نمی‌توانند نسبت به این موضوع بی‌تفاوت باشند. «تهادهای مدنی نقشی کلیدی در وارد کردن عناصر مدرنی چون شهروندی و مشارکت فعال سیاسی به هویت ملی داشته و زمینه را برای تعریف نسبتاً آزاد هویت ملی و ایجاد اجماع بر سر تعریف هویت ملی فراهم می‌کنند» (قهرمانپور، ۱۳۸۵: ۵۸). به‌طور کلی از آن‌جا که تمامی مردمان ساکن در ایران اعضای دولت و کشور ایران هستند، بنابراین از حق مشارکت جدی‌تر و برابر در زندگی سیاسی و بنابر شایستگی‌های خود از حق برخورداری از فرصت‌های سیاسی و اجتماعی و عهده‌دار شدن نقش‌ها در نهادهای گوناگون سلسله‌مراتب قدرت سیاسی برخوردار می‌باشند (احمدی، ۱۳۹۰: ۴۲۱-۴۲۴). تقویت جامعه مدنی در کشور و مشارکت فعالانه‌تر اعضای جامعه ایران در فرایندهای سیاسی و اجتماعی موجب اعتقاد بیشتر آنان نسبت به کشور و هویت ملیشان می‌شود.

۷. تدوین سیاست‌های هویتی مناسب در نظام آموزشی

از آن‌جا که نظام آموزشی یکی از عوامل مهم در تکوین و تقویت هویت ملی است، بنابراین دولت جمهوری اسلامی ناگزیر از به‌کارگیری این ابزار برای مقابله با چالش‌های هویتی می‌باشد. از جمله مواردی که جهت تقویت گرایش افراد جامعه ایران نسبت به هویت ملی از طریق نظام آموزش و پرورش توصیه می‌گردند، عبارتند از: تشریح هویت ملی ایران و مؤلفه‌های 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؛ ایجاد تعادل بین سه فرهنگ ایران باستانی، اسلامی و مدرن. همچنین راهکارهایی نیز که در عرصه آموزش عالی پیشنهاد می‌شوند بدین ترتیب می‌باشند: جلوگیری از فرایند بومی‌شدن دانشگاه‌ها، اتخاذ سیاست‌های آموزشی با هدف از بین بردن شکاف‌های قومی در کشور، برنامه‌ریزی جهت تقویت آگاهی از هویت ملی در دانشگاه‌های کشور، و افزایش توجه به رشته‌های علوم انسانی و تلاش بیشتر اصحاب این حوزه به منظور تولید دانش و آگاهی درباره هویت ملی و تعامل بهتر با جریان‌های علمی خارج از کشور در جهت تقویت هویت ملی کشور.

۸. اتخاذ سیاست‌های هویتی منطقی در رسانه صدا و سیما

از آن‌جا که امروزه سیاست‌های حاکمیتی در عرصه رسانه کاربردشان را از دست داده‌اند بنابراین لازم است تا تجدیدنظری در اهداف و کارکردهای رسانه صدا و سیما جمهوری اسلامی صورت گیرد تا بدین وسیله بتوان به تقویت گرایش اعضای جامعه ایران نسبت به هویت ملی کمک نمود. باتوجه به ضریب نفوذ فضای مجازی در جامعه ایران، رسانه صدا و سیما می‌بایست با شناخت افکار عمومی و تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و محدودیت‌ها و برای افزایش ظرفیت‌ها، بهترین تدبیر را برای تحقق اهداف به عمل آورد. به‌طور کلی به دلیل جایگاه و نقش مهمی که رسانه صدا و سیما در کشور ایران دارد، کم‌توجهی آن به نگرش‌ها و خواسته‌های هویتی اقشار مختلف کشور می‌تواند در گرایش بیشتر آن‌ها به فضای مجازی نقش مهمی داشته باشد. براین اساس از جمله اقداماتی که می‌بایست توسط رسانه مذکور در جهت تقویت هویت ملی انجام گیرد، عبارت از این موارد می‌باشند: تمرکززدایی در حوزه فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی و هویتی در صدا و سیما و پرهیز از مستثنی کردن بخش‌هایی از ابعاد هویتی در حیات فردی و اجتماعی کشور و جامعه، مخاطب‌محوری و پاسخگویی به خواسته‌های اقشار مختلف با تمرکز بر هویت ملی، تاکید بر همبستگی ملی با در نظر گرفتن ترکیب چندقومی و تنوع فرهنگی جامعه و تقویت علاقه و احساس مشترک در میان آحاد جامعه، توجه به مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان به‌عنوان نمادهای مشترک میان تمام ایرانیان، حضور منظم و فعال در فضای مجازی.

نتیجه‌گیری

این مقاله به بررسی چالش‌های ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی برای هویت ملی ایران و ارائه راهکارهایی جهت مقابله با این چالش‌ها اختصاص داشت. در این‌جا عنوان شد که جهانی‌شدن

به عنوان فرایندی منسجم و یکپارچه توانسته است از طریق ابزارهای خود به‌ویژه فضای مجازی بر عرصه‌های مختلف زندگی بشری از جمله هویت ملی تأثیر بگذارد. به باور این مقاله، فضای مجازی توانسته است از یک‌سو موجب شکل‌گیری هویت‌های فراملی شده و از سوی دیگر هویت‌های فرومی (قومی) را تقویت کند، که این مسئله، هویت ملی را در جوامع گوناگون با چالش مواجه ساخته است.

نکته مهم از منظر پژوهش حاضر این بود که هویت ملی ایران به‌عنوان هویتی کهن و تاریخی نیز در حال حاضر با چالش‌های مذکور مواجه شده است، به طوری که در سال‌های اخیر و در نتیجه مواجهه ایرانیان با جهانی‌شدن و فضای مجازی، بسیاری از آنان در معرض پرسش‌های اساسی در زمینه کیستی و هویت ملی خود قرار گرفته‌اند. در این‌جا این‌گونه بیان شد که جهانی‌شدن در کشور ایران نیز از طریق فضای مجازی توانسته است از یک‌سو موجب شکل‌گیری هویت‌های فراملی و تقویت بُعد مدرن هویت ملی ایران شود و از سوی دیگر هویت‌های قومی را تقویت نماید و بدین‌وسیله بر گرایش بسیاری از ایرانیان نسبت به کلیت هویت ملیشان تأثیر منفی بگذارد. به عبارت دیگر، سخن مقاله این بود که به‌کارگیری فضای مجازی از سوی کاربران ایرانی توانسته است از یک‌طرف بر گرایش و احساس تعلق خاطر بسیاری از آنان نسبت به ابعاد قدیمی‌تر هویت ملیشان یعنی ایرانیت و اسلامیت تأثیر منفی گذاشته و بر گرایش آن‌ها نسبت به بُعد مدرن هویت ملی (هویت جهانی) بیفزاید و از طرفی دیگر، موجب افزایش گرایش تعداد زیادی از اعضای گروه‌های قومی ایرانی نسبت به هویت قومیشان شده و بر احساس تعلق خاطر آنان نسبت به هویت ملی تأثیر منفی بگذارد.

در این پژوهش به این نکته اشاره شد که استمرار وضعیت بحرانی فوق در صورت عدم اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب و کارآمد از سوی دولت جمهوری اسلامی می‌تواند به تضعیف هویت ملی ایران بینجامد. بر این اساس بیان شد که این دولت می‌تواند با اتخاذ سیاست‌هایی چون: مواجهه منطقی با فرایند جهانی‌شدن، بهره‌گیری مناسب از فرصت‌های فضای مجازی، اتخاذ رویکرد فراگیر نسبت به هویت ملی ایران، به‌کارگیری سیاست وحدت در کثرت در زمینه اقوام، ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه، فراهم‌نمودن زمینه‌های مشارکت فعالانه‌تر اعضای جامعه، تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های هویتی مناسب در نظام آموزشی و اتخاذ سیاست‌های هویتی منطقی در عرصه رسانه صدا و سیما به تقویت گرایش اعضای جامعه ایران نسبت به هویت ملیشان کمک کرده و بدین‌وسیله با چالش‌های هویتی عصر جهانی‌شدن مقابله و از هویت ملی ایران صیانت نماید.

منابع

الف. منابع فارسی

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۰). **فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی شدن**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ابوالحسن شیرازی، حبیب‌اله و امجدیان، فرامرز (۱۳۸۷). «تأثیر فدرالیسم کردستان عراق بر هنجارهای سیاسی و قومیتی کردهای ایران»، **فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی**، شماره ۱۴.
- احمدی، حمید (۱۳۸۳). «دین و ملیت در ایران: همیاری یا کشمکش؟»، در: حمید احمدی، **ایران، هویت، ملیت، قومیت**، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- احمدی، حمید (۱۳۹۰). **بنیادهای هویت ملی ایرانی: چارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور**، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ادریسی، فاطمه (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر نگرش جوانان نسبت به فرهنگ جهانی»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۳۲.
- امیرکافی، مهدی و حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۲). «نسبت هویت قومی و ملی در جامعه چندقومیتی ایران: بررسی و مقایسه سه رهیافت نظری»، **فصلنامه راهبرد**، شماره ۶۶.
- بابایی فرد، اسدالله (۱۳۹۲). **بحران هویت در جامعه معاصر ایران**، تهران: چاپخش.
- بابایی فرد، اسدالله و شرقی، خدیجی (۱۳۹۳). «اینترنت، هویت، زندگی روزمره دانش‌جویان دانشگاه‌های پیام نور و آزاد اسلامی رامسر»، **جامعه‌پژوهی فرهنگی**، سال ۵، شماره ۲.
- بروجدی علوی، مهدخت و صدیق یزدچی، امیرسعید (۱۳۹۶). «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۱۲.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۳). «توسعه سیاسی و بحران هویت ملی» (مصاحبه)، در: داود میرمحمدی، **گفتارهایی در هویت ملی ایران**، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- بی‌بک‌آبادی، غزال؛ سلطانی‌فر، محمد و دلاور، علی (۱۳۹۵). «مطالعه رابطه فرهنگ و زندگی روزمره در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک)»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۸۷.
- بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۵). «مهم‌ترین روش‌های جذب مخاطب در سه شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای سرگرمی‌محور»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۶.
- بیگدلو، مهدی. (۱۳۹۷). «بررسی رابطه فعالیت در تلگرام با فرهنگ سیاسی استادان دانشگاه‌های کلان‌شهرهای ایران»، **جستارهای سیاسی معاصر**، دوره ۹، شماره ۲.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۷). «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۳ و ۴.
- حکیمی، رویا (۱۳۹۰). «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت (مطالعه موردی فیس‌بوک و کاربران کرد)»، **فصلنامه جهانی رسانه**، شماره ۱۱.

- حیدری، حسین و شاوردی، تهمینه (۱۳۹۲). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال ۲۰، شماره ۷۶.
- دانایی، ابوالفضل و بابائی ساروئی، مصطفی (۱۳۹۶). «نقش رسانه‌های مجازی در گرایش به هویت ملی»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۷۱.
- 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.
- ذوالقدر، حسین و قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۲). «بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک)»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۷۵.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۷۳). **معرکه جهان‌بینی‌ها**، تهران: شرکت انتشارات احیا کتاب.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۶). **مشکله هویت ایرانیان امروز**، تهران: نشر نی.
- رحمتی، محمدمهدی و بخشی، سعادت (۱۳۹۴). «سبک زندگی و الگوی مصرف، مورد مطالعه: تلفن همراه»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**، دوره هشتم، شماره ۴.
- رسولی، رضا؛ معروفی، فخرالدین و خوانچه سپهر، شیرزاد (۱۳۹۲). «بازنمایی فرهنگی قومی در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال ۲۰، شماره ۲.
- رضایی، محمد (۱۳۹۴). **شکاف‌های جامعه ایرانی**، تهران: انتشارات آگاه.
- رمضان‌زاده، عبدالله و بهمنی‌قاجار، محمدعلی (۱۳۸۷). «هویت ایرانی و چندگانگی قومی»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۳۳.
- ساعی، منصور؛ حیدری، حسین و ساعی، احمد (۱۳۹۴). «بررسی و تحلیل تغییرات ارزش‌های اجتماعی جوانان با تاکید بر نقش تلویزیون‌های ماهواره‌ای»، **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۴۱.
- سلیمی، حسین (۱۳۹۲). **نظریه‌های گوناگون درباره جهانی‌شدن**، تهران: سمت.
- شهرام‌نیا، امیرمسعود (۱۳۸۶). **جهانی‌شدن و دموکراسی در ایران**، تهران: نشر نگاه معاصر.
- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۵). **مدیریت منازعات قومی در ایران**، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- طالبی، ابوتراب و عیوضی، یاور (۱۳۹۲). «هویت‌طلبی قومی در فضای مجازی»، **فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، شماره ۱۶.
- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰). **تأثیر اینترنت بر هویت ملی**، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید و کیانپور، مسعود (۱۳۹۲). «شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت ملی جوانان»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۵۶.

- علی‌عسکری، عبدالعلی؛ صلواتیان، سیاوش و ارجمندی، اسماعیل (۱۳۹۴). «الگوی طراحی آرایش رسانه‌ای صدا و سیما در فضای نوین رسانه‌ای جهان»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، شماره ۸۲. علیزاده، عبدالرحمان و زردار، زرین (۱۳۹۶). «عوامل موثر بر تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای «من و تو» توسط جوانان»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۱۲.
- علیزاده، توحید و محمدی، نریمان (۱۳۹۴). «بررسی نقش شبکه اجتماعی وایبر در برساخت هویت نسلی جوانان»، **فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات**، شماره ۳۲.
- فتحی، حبیب‌اله و جعفری، علی (۱۳۹۶). «رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۹.
- فرقانی، محمدمهدی و بدیعی، بهار (۱۳۹۴). «فرایند اهلی‌سازی تکنولوژی رسانه‌ای: تجربه زیست جوانان ایرانی در پذیرش تلفن همراه هوشمند»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۴.
- فکوهی، ناصر و عیاری، آذرنوش (۱۳۸۹). «اینترنت و هویت در پنج هویت قومی ایران»، **فصلنامه جهانی رسانه**، شماره ۷.
- قادرزاده، امید و احمدپور، مریم (۱۳۹۰). «کاربری اینترنت و تأثیر آن بر هویت اجتماعی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان»، **مطالعات جامعه‌شناختی**، شماره ۳۹.
- قاسمی، علی‌اصغر و ابراهیم‌آبادی، غلامرضا (۱۳۹۰). «نسبت هویت ملی و وحدت ملی در ایران»، **فصلنامه راهبرد**، شماره ۵۹.
- قربان‌زاده‌سوار، قربانعلی؛ رحمتی، مهدی و ناطقی، هاشم (۱۳۹۵). «رسانه و هویت ملی؛ مطالعه موردی تأثیر رسانه در شاخص‌های هویت ملی»، **دوفصلنامه رسانه و فرهنگ**، سال ۶، شماره ۱.
- قهرمانپور، رحمن (۱۳۸۵). «نقش نهادهای مدنی در فرایند تکوین هویت ملی در ایران»، در: داود غریبانی زندی، **نهادهای مدنی و هویت در ایران**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- کریمی، علی (۱۳۹۰). **درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی تنوع قومی؛ مسائل و نظریه‌ها**، تهران: سمت.
- کیان، مریم و قلی‌پور، زهره (۱۳۹۵). «آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان»، **فصلنامه رسانه**، سال ۲۷، شماره ۲.
- کیانپور، مسعود؛ عدلی‌پور، صمد و کیخانی، الهام (۱۳۹۲). «تبیین جامعه‌شناختی تأثیر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک بر هویت قومی کاربران ترک در ایران»، **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره ۵۲.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۹). **جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت**، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). **پیامدهای مدرنیت**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸ الف). **تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸ ب). **راه سوم، بازسازی سوسیال دموکراسی**، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران: شیرازه.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). **چشم‌اندازهای جهانی**، ترجمه محمدرضا جلابی پور، تهران: انتشارات طرح نو. گیویان، عبدالله و کریمی، امید (۱۳۹۱). «مصرف فرهنگی و استفاده از سریال‌های عامه‌پسند ماهواره‌ای»، **فصلنامه رسانه**، سال ۲۳، شماره ۳.

مدیرشانه‌چی، محسن (۱۳۸۴). «گوناگونی اقوام در ایران؛ زمینه‌ساز تکامل ملی و مرکزیت منطقه‌ای»، در: **داریوش قمری، همبستگی ملی در ایران**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.

مهدی‌زاده، شراره و خیلا، زهرا (۱۳۹۲). «تلفن همراه، روابط اجتماعی»، **فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، شماره ۳۲.

میرمحمدی، داود (۱۳۸۱). «جهانی شدن، ابعاد و رویکردها»، **فصلنامه مطالعات ملی**، شماره ۱۱. میرمحمدی، داود (۱۳۹۴). **فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی. نصیری، بهاره و شهاب‌الدین، پریا (۱۳۹۴). «بررسی میزان تأثیر تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای بر نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان»، **فصلنامه رسانه**، سال ۲۶، شماره ۴.

نظری، علی‌اشرف و سازمند، بهاره (۱۳۹۰). «مدل‌ها، الگوها و راهکارهای مدیریت تنوعات هویتی»، در: **مجتبی مقصودی، نهادهای اجتماعی و همبستگی ملی**، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.

نظری، علی‌اشرف و قلی‌پور، مجتبی (۱۳۹۵). «کنش‌ها و تعاملات قومی در فضای مجازی: فرصت‌ها و چالش‌ها»، **فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی**، شماره ۲۷.

نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۱). **تأثیر فرهنگ ملی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران**، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

واترز، مالکوم (۱۳۷۹). **جهانی‌شدن**، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی. هاشمی‌زاده، سیدرضا و انصاری‌نسب، بنیامین (۱۳۹۶). **عصر مجازی؛ تاملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه مجازی**، تهران: انتشارات تیسرا.

ب. منابع انگلیسی

Beland, Daniel and Lecoures, Andre (2008), *Nationalism and Social Policy; the Politics of Territorial Solidarity*, UK: Oxford University Press.

Poole, Ross (2003), "National Identity and citizenship", in the *Identities*, by: Lins, Martin, Alcoff and Eduardo Mendieta (Eds), U.K. Black well publishing.

Woodward, Kath (2000), *Questioning Identity: Gender, Class, Nation*, London: Rutledge.