

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فصلنامه علمی - تخصصی
پژوهش‌های سیاسی

سال چهارم، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۳

فصلنامه علمی - تخصصی پژوهش‌های سیاسی
دانشگاه اصفهان

صاحب امتیاز: انجمن علمی علوم سیاسی

مدیر مسئول: نجات محمدی فر

سردبیر: حمید نساج

نشانی: اصفهان - خیابان هزار جریب - دانشگاه اصفهان - دانشکده علوم اداری و اقتصاد

مدیر داخلی: صادق کرد و امیرحسین صانعی پور

طراحی جلد و لوگو: سجاد سلیمانی

ویراستار فارسی و لاتین: مریم پارسایی

نشانی الکترونیک: poec.mag@gmail.com

سایت اختصاصی: Poremag.blogfa.com

فصلنامه با حمایت مادی و معنوی اداره‌ی کل امور فرهنگی دانشگاه اصفهان چاپ و منتشر می‌گردد.

زیر نظر هیأت تحریریه:

استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر علیرضا آقاحسینی
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه رازی کرمانشاه	دکتر قدرت الله احمدیان
استادیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل دانشگاه دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر علی امیدی
استادیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل دانشگاه اصفهان	دکتر سید جواد امام جمعه زاده
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر محمد علی بصیری
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر عباس حاتمی
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر علی علی حسینی
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر حسین مسعودنیا
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر امیر مسعود شهرام نیا
دانشجوی دکترای علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	نجات محمدی فر
استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه اصفهان	دکتر حمید نساج
استادیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل دانشگاه اصفهان	دکتر سعید وثوقی
دانشیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل دانشگاه اصفهان	دکتر عنایت الله یزدانی

راهنمای تدوین مقاله

۱. در نگارش مقاله باید روش تحقیق علمی رعایت شود و از منابع معتبر و اصیل استفاده گردد.
۲. مقاله باید از جهت نگارش ساختاری محکم و استوار داشته باشد، عنوان کوتاه و گویا داشته باشد، در متن اصلی مقاله باید موضوع به طور روشن تحلیل شود و دارای نتیجه گیری دقیق باشد.
۳. چکیده حداکثر پانزده سطر (۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه) باشد و کلید واژه حداکثر شش کلمه باشد.
۴. مقالات مستخرج از پایان نامه باید تایید استاد راهنما را همراه داشته باشد.
۵. مقاله نباید در هیچ مجله یا همایشی ارائه شده باشد.
۶. ارجاعات متن باید داخل پرانتز به ترتیب نام نویسنده، سال و صفحه نوشته شود؛ مثال: (بشیریه، ۱۳۷۸: ۱۲۰).
۷. منابع و مآخذ پایانی باید به ترتیب زیر باشد:
الف: کتاب
نام خانوادگی (شهرت)، نام، سال انتشار (درون پرانتز)، نام کتاب، نام مترجم یا مصحح، محل نشر، نام ناشر.
ب: نشریه
نام خانوادگی (شهرت)، نام، سال انتشار (درون پرانتز)، عنوان مقاله (درون گیومه) نام نشریه، شماره دوره.
د: سایتهای اینترنتی
نام خانوادگی، نام، (آخرین تاریخ)، عنوان موضوع (درون گیومه)، نام و نشانی اینترنتی به صورت ایتالیک.
۸. مقاله باید تحت برنامه word با قلم zar فونت ۱۳ و به صورت ایمیل به آدرس فصلنامه ارسال شود.
یادآوری ۱: مجله در پذیرفتن یا نپذیرفتن مقاله، همچنین ویراستاری آن آزاد است.
یادآوری ۲: مقالات، نمودار آرای نویسندگان است و فصلنامه در قبال آنها هیچ گونه مسئولیتی ندارد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۸	برساختگی فرهنگ و هویت ملی در عصر جهانی شدن دکتر سید مهدی ساداتی نژاد، ناهید قمریان
۲۹	جایگاه نهادهای مالی بین‌المللی در تثبیت و تداوم هژمونی ایالات متحده دکتر هادی آجیلی، سمیه بهرامی
۶۰	سیر تکوینی دولت مطلقه مدرن در ایران دکتر محمدکریم یوسف جمالی، مسلم بیژنی
۷۹	تأثیر فرهنگ سیاسی بر وحدت ملی در ایران دکتر سیدجواد امام جمعه زاده، طاهر جعفری، وحید جعفری
۹۷	نقش شبکه‌های اجتماعی در احساس امنیت اجتماعی افراد رسول فرامرزی، دکتر حمید کشاورز
۱۱۶	جهانی شدن و تأثیر آن بر ساختار سیاسی امنیتی کشورهای جهان سوم محسن کرمی ناوه‌کش، دکتر عباس علیپور
۱۴۲	تجزیه و تحلیل تأثیر رسانه‌های جمعی بر فرهنگ عمومی مهری هاشمی، بهروز انصاری

برساختگی فرهنگ و هویت ملی در عصر جهانی شدن

دکتر سید مهدی ساداتی نژاد^۱، ناهید قمریان^۲

چکیده

هویت ملی یکی از عالی‌ترین سطوح هویتی برای هر فردی است که به لحاظ سلسله مراتبی برتر از سایر سطوح هویتی (هویت فردی و هویت اجتماعی) قرار گرفته و عواملی مانند تاریخ، فرهنگ، فضا، زمان، دین ... در ساخته شدن آن نقش دارند. از میان منابع تشکیل دهنده هویت ملی، فرهنگ از مهمترین عوامل آن است به طوری که هنگامی فرد در مقابل سوال از چیستی هویت ملی خود قرار بگیرد، خود را متعلق به کشوری می‌داند که به آن تعلق فرهنگی دارد. اما در عصر جهانی شدن و با فشردگی فضا و زمان، شکل‌گیری فرهنگ‌های مجازی، توسعه و گسترش رسانه‌ها و ابزارهای اطلاعاتی بحث فرهنگ و هویت ملی وارد فاز جدیدی شده است. برخلاف گذشته، امروزه رسانه‌ها و شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی یکی از منابع اصلی شکل‌دهنده به فرهنگ و به تبع آن هویت ملی افراد شده‌اند. دیگر اهمیت فضا و زمان کم‌رنگ شده و به دنبال آن افراد تجربه‌های جدیدی از چندگانگی فرهنگی و هویتی را تجربه می‌کنند. در این نوشتار ما بر اساس مفهوم جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز و نیز مفهوم هویت چهل تکه داریوش شایگان بر این مفروض استدلال خواهیم نمود که: فرهنگ و هویت ملی در عصر کنونی یک برساخته فرهنگی اجتماعی است. اکنون هویت ملی به مانند گذشته برترین شکل هویت فرد نیست و تنها یکی از منابع هویتی فرد در کنار دیگر منابع هویتی است که از فضای جهانی شده و جوامع اطلاعاتی کنونی تغذیه می‌کنند. در راستای مفروض خود بر اساس مفهوم "جامعه شبکه‌ای" مانوئل کاستلز و "هویت چهل تکه" داریوش شایگان بر این ایده استدلال خواهیم کرد که در جوامع شبکه‌ای شده کنونی با توجه به دسترسی آسان و آگاهی همگان از فرهنگ‌های مختلف، هویت افراد چهل تکه شده و دیگر هویت‌های یکدست و منسجم نداریم. هر اندازه که هویت و فرهنگ افراد متکثرتر شود، هویت ملی نیز به معنای متعارف آن دچار چالش شده و دیگر سخن از هویت ملی اصیل امری تاریخی است.

واژگان کلیدی: هویت ملی، جهانی شدن، جامعه شبکه‌ای، هویت چهل تکه، فرهنگ

۱- استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه تهران Msadatinejad@yahoo.com

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه تهران nghanaryan@gmail.com

مقدمه

در همه جوامع مجموعه‌ای از معانی و نمادها وجود دارد که در طول زمان نسبتاً پیوسته و ثابت است و به اعضای یک گروه یا جامعه اجازه می‌دهد در تاریخ، سرزمین و سایر عوامل فرهنگی - اجتماعی نظیر زبان، مذهب، آداب و رسوم، سنن و نهادهای اجتماعی سهیم و مشترک باشند تا از این طریق بتوانند خود را به عنوان یک مجموعه به هم پیوسته و واحد تلقی نمایند. از این مجموعه با نام "هویت ملی" یاد می‌شود که به عنوان یکی از عالی‌ترین سطوح هویتی افراد موجب شناسایی افراد سرزمین‌های مختلف از یکدیگر می‌شود. هویت ملی در روند جامعه‌پذیری و از مجاری سنتی مانند خانواده، سرزمین، تاریخ، مذهب، نظام قدرت و... شکل می‌گرفت و معنابخش به زندگی افراد بود. اما امروزه پدیده‌ای رخ داده که به دلیل گستردگی آن تمامی حوزه‌های زندگی افراد از جمله فرهنگ و هویت ملی را دستخوش دگرگونی و تحول نموده است. این روند که از آن با عنوان "جهانی شدن" یاد می‌شود، در قالب گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، منجر به تشدید یکپارچگی و در هم تنیدگی مناسبات گسترده در ابعاد و سطوح مختلف (اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و...) میان کنش‌گران اجتماعی شده است و موجب شده که فرهنگ‌ها و هویت‌های گوناگون در ارتباط با یکدیگر قرار بگیرند. در این فضای جدید افراد با استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و رسانه‌های ارتباطی دارای فرهنگ‌ها و هویت‌هایی افزون بر آنچه که تاکنون داشته‌اند، شوند به عبارتی افراد دست به‌گزینش‌گری و ساختن هویت خود می‌زنند.

این مقاله درصدد بررسی این فرضیه خواهد بود که: فرهنگ و هویت ملی در عصر کنونی یک برساخته فرهنگی اجتماعی است. فرهنگ و هویت ملی دیگر به مانند گذشته برترین شکل هویت فرد نیست و تنها یکی از منابع هویتی فرد در کنار دیگر منابع است که از فضای جهانی شده و جوامع شبکه‌ای تغذیه می‌کنند. در جامعه شبکه‌ای با توجه به دسترسی آسان و آگاهی همگان از فرهنگ‌های مختلف، هویت افراد چهل تکه شده و دیگر هویت‌های یکدست و منسجم نداریم و هر اندازه که هویت و فرهنگ افراد متکثرتر شود هویت ملی نیز به معنای متعارف آن دچار چالش شده و دیگر سخن از هویت ملی اصیل امری تاریخی است.

بر این اساس معتقدیم که فرهنگ و هویت ملی در عصر کنونی (جهانی شدن) یک برساخته فرهنگی - اجتماعی است نه انحصاراً میراثی که از گذشته تاریخی و فرهنگی (فرهنگ به معنای آداب و رسوم) که از گذشته به افراد رسیده است) یک قوم یا ملت خاص به جا مانده و اکنون باعث تمایز و تفاخر افراد و ملت‌ها باشد. برای بررسی فرضیه مذکور دو مفهوم "جامعه شبکه‌ای" مانوئل کاستلز و "هویت

چهل تکه“ داریوش شایگان، که هر دو در قالب جهانی شدن مطرح شده‌اند را، به کار می‌گیریم.

لازم به ذکر است که رویکرد این نوشتار به موضوع مورد بحث، رویکردی توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش گردآوری داده‌ها نیز اسنادی است و داده‌ها با استفاده از کتاب‌ها، مجلات تخصصی و سایت‌های تخصصی اینترنتی جمع‌آوری شده‌اند. در ابتدا به بررسی و تعریف مفاهیم اساسی این نوشتار، جهانی شدن و هویت، می‌پردازیم. سپس با بررسی دو مفهوم جامعه شبکه‌ای و هویت چهل تکه، چارچوب نظری مد نظر را تشریح و ارتباط منطقی آن را با موضوع پژوهش عنوان می‌کنیم و در نهایت به موضوع اصلی که همان جهانی شدن و برساختگی هویت ملی است، خواهیم پرداخت.

تمهیدات نظری

جهانی شدن هویت

جهانی شدن پدیده‌ای است که امروزه کلیه حوزه‌های زندگی انسان‌ها را در در نوردیده است. فرایند پیچیده‌ای است که ابتدا در عرصه اقتصاد رخ داد اما به سرعت به عرصه‌های دیگر فرهنگ، ارتباطات، سیاست و... تسری پیدا کرد. امروزه هر اندیشمندی از دریچه نگاه خود به تعریف این فرایند پیچیده می‌پردازد. رابرتسون جهانی شدن را دو فرایند همزمان عام‌گرایی و خاص‌گرایی می‌داند. به اعتقاد رابرتسون هم باید به خاص و تفاوت و هم باید به عام و انسجام توجه کامل نمائیم. ما شاهد و شرکت کننده در یک فرایند عظیم دو وجهی هستیم که همزمان عام گردانیدن خاص و خاص گردانیدن عام است (رابرتسون، ۱۳۸۵: ۲۱۳). این امر هم در عرصه فرهنگ و هم در حوزه هویت ملی تاثیر قابل مشاهده‌ای را بر جای گذاشته است.

اگر چه جهانی شدن از یک سو یک چارچوب مفهومی برای تبیین واقعیت‌های جاری جهان است و از سوی دیگر بیان‌گر نوعی جهان‌بینی و اندیشیدن درباره جهان به عنوان یک منظومه کلان به هم پیوسته (کاظمی، ۱۳۸۰)، اما همین فرایند ثبات، محدودیت و یکپارچگی جوامع را بر هم زده و جامعه همبسته و متحد را به یک فضای اجتماعی نفوذپذیر و پاره پاره تبدیل می‌کند. امروزه جامعه، نظام‌های اجتماعی محدود و معین نمی‌باشد بلکه پدیده‌ای است که به واسطه شبکه‌های اجتماعی فضایی همپوش و متقاطع ساخته می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱). این امر سبب شده عده‌ای از اندیشمندان از جهانی شدن با ویژگی متراکم شدن زمان و فضا یاد کنند. به طوری که هاروی جهانی شدن را مترادف با پسامدرنیته انعطاف پذیر دانسته که در بردارنده شدت یافتن تراکم و فشردگی زمانی- فضایی است. به عقیده هاروی زندگی

اجتماعی تا حدی سرعت گرفته که فضا کاهش یافته یا به کلی از بین رفته است، به طوری که ما این وضعیت را در مورد انتقال و دریافت فوری اندیشه‌ها در سراسر جهان با استفاده از ارتباطات ماهواره‌ای شاهد هستیم (هاروی^۱، ۱۹۸۹: ۲۴۱). در راستای این نگاه به جهانی شدن، گیدنز نیز معتقد است جهانی شدن، در هم تنیدگی رویدادها و روابط اجتماعی سرزمین‌های دوردست با تار و پود موضعی یا محلی جوامع دیگر است؛ پدیده‌ای که می‌توان آن را نوعی تلاقی حاضر و غایب دانست (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۲)، یا پدیده‌ای که زمان-مکان (تاریخ و جغرافیا) را سریع‌تر منتقل می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۴۰). با این وجود پیش از این اندیشمندان، هایدگر^۲ نیز محو فاصله‌های زمانی و مکانی را از ویژگی جوامع معاصر دانسته و می‌گوید: همه فاصله‌های زمانی و فضایی آب می‌روند و آدمی یک شبه به جاهایی می‌رسد که پیشتر مسافت به آنها ماه‌ها طول می‌کشید (هایدگر، ۱۹۷۱). امروزه انقلاب اطلاعات و جهانی شدن سبب دسترسی بیشتر به اطلاعات و درک و فهم اهمیت آن شده است. در حوزه اطلاعات نیز جهانی شدن به مثابه تسهیل جریان اطلاعات بر فراز مرزها یا بی توجه به مرزها در نظر گرفته می‌شود (ناییر^۳، ۲۰۰۳). مانوئل کاستلز با اشاره به عصر اطلاعات، جهانی شدن را ظهور نوعی جامعه شبکه‌ای می‌داند که در ادامه حرکت سرمایه‌داری، پهنه اقتصاد، جامعه و فرهنگ را در بر می‌گیرد (کاستلز، ج اول، ۱۳۸۰).

مالکوم واترز^۴ در رابطه با مفهوم جهانی شدن می‌گوید: جهانی شدن فرایندی است که منجر به ضعیف شدن قیدها و مرزهای جغرافیایی و اجتماعی و قراردادهای فرهنگی می‌شود. به حیثی که مردم نسبت به این ضعیف شدن مرزها آگاهی بیشتری پیدا می‌کنند (واترز، ۲۰۰۰).

در نهایت باید گفت که تعاریف عرضه شده از جهانی شدن دارای تنوع چشم‌گیری می‌باشند: «فشردگی جهان»، «وابسته‌تر شدن بخش‌های مختلف جهان»، «ادغام همه جنبه‌های اقتصادی در گسترده‌ای جهانی»، «پهناورتر شدن گسترده تاثیرگذاری و تاثیرپذیری کنش‌های اجتماعی»، «کاهش هزینه‌های تحمیل شده توسط فضا و مکان» ... البته در این گونه تعاریف و مفهوم بندی‌های متنوع و متفاوت، محورها و عناصر مشترکی را هم می‌توان شناسایی کرد (آرچر^۵، ۱۹۹۱: ۱).

1-Harvey

2-Heidegger

3-Nayyer

4-waters

5-Archer

هویت

هویت را می‌توان از زاویه دو مقوله شناختن و شناساندن مورد بحث قرار داد. هویت در واقع متضمن دو عمل شناخت خویشتن از یک سو و شناساندن خویش به دیگران از سوی دیگر است. بر این اساس هویت را می‌توان بنیادهایی دانست که براساس آن انسان خویشتن را می‌شناسد و بر همان اساس خویش را به دیگران می‌شناساند و خود را از دیگران در سطوح گوناگون متمایز می‌کند. با توجه به این نکته، هویت - یعنی عمل شناخت خود و شناساندن خود - متضمن وجود دیگری نیز هست، این عمل به ایجاد نوعی تفاوت گذاری و دگرگونه سازی نیز نیازمند است (احمدی، ۱۳۸۳: ۳)، این تفاوت گذاری در تعاملات فردی و اجتماعی رخ می‌دهد. به گونه‌ای که شناسایی و تعریف خویشتن که همواره نوعی برساختن محسوب می‌شود، هرگز به تمامی از چگونگی شناخته شدن توسط دیگران جدا نیست. فرایند معنا سازی و هویت‌یابی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی صورت می‌گیرد. در واقع فهم معنای کلیدواژه هویت بدون در نظر گرفتن مفهوم دیگری غیر ممکن است.

از دید جامعه شناسان، هویت‌یابی فرایندی است که مدام در معرض بازسازی است و عوامل این بازسازی به لحاظ اجتماعی، تاریخی و فرهنگی متفاوت‌اند (رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۳). به لحاظ سنتی سه عامل مهم در ساختن هویت نقش اساسی دارند که عبارتند از مکان (فضا)، زمان، و فرهنگ. مکان و سرزمین نه تنها با ممکن کردن مرزبندی‌های عینی به واسطه ویژگی‌های جغرافیایی مانند رودخانه، رشته کوه، دریا... نیاز به تمایز اجتماعی را برآورده می‌کند، بلکه با تقویت مرزهای طبیعی، اجتماعی و فرهنگی هویت‌سازی را آسان‌تر ساخته و به تأمین انسجام و همبستگی اجتماعی که احساس تعلق داشتن به جمع را ممکن می‌کند معطوف است. فضا نیز دیگر عامل هویت‌ساز است که با مکان در ارتباط تنگاتنگ است. که بر اساس آن انسان‌ها در زمان‌های مختلف هویت‌های مختلفی را بر می‌گزینند. در جامعه سنتی فضا کاملاً زیر سلطه و وابسته به مکان بود. حتی زمان نیز در ارتباط با فضا معنا پیدا می‌کرد. در چنین جوامعی فضا از مکان جدا نبود و زمان و فضا در بستر مکان به یکدیگر پیوند می‌خوردند (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۲۳۲-۲۳۰). لذا هویت‌سازی افراد با توجه به دو مقوله فضا و زمان شکل می‌گرفت و تداوم می‌یافت.

علاوه بر این دو مقوله، مقوله مهم و بنیادی دیگر هویت‌ساز، فرهنگ می‌باشد. فرهنگ مجموعه‌ای مبهم از مفروضات اساسی و ارزش‌ها، جهت‌گیری‌های زندگی، اعتقادات، سیاست‌ها، روش‌ها و کنوانسیون‌های رفتاری است که بین یک گروه از مردم مشترک بوده و بر رفتار هر یک از اعضای گروه و تفسیر آنها از معنای رفتار دیگری تأثیرگذار

است (اسپنسر^۱، ۲۰۰۸: ۱۸). ادگار شاین^۲ فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: «الگوی از مفروضات اساسی که یک گروه اجتماعی (گروه، سازمان و جامعه) برای حل دو مسئله بنیادین تطابق با محیط بیرونی (شیوه ادامه بقا) و ایجاد انسجام درونی (شیوه در کنار هم ماندن) خلق، کشف و یا ایجاد کرده است. این الگو در مسیر تداوم این گروه عمل کرده و به عنوان شیوه درست ادراک، تفکر، احساس و رفتار به نسل بعد انتقال می‌یابد. البته این الگوها نیز در رویارویی با مشکلات آموخته می‌شوند (شاین، ۱۹۹۲: ۱۲). گاهی از فرهنگ به عنوان بهترین چیزی که در جهان شناخته شده و درباره آن سخن گفته می‌شود، و یا تاریخ روح بشر نام برده می‌شود.

اگر چه فرهنگ به عنوان یک مفهوم انسان‌شناسی مدرن مورد استعمال قرار می‌گیرد اما به تمامی الگوهای یکپارچه رفتار انسانی و به صورت غیرقابل‌مقیاسی گسترده‌تر از بیان گسترده آن اشاره دارد. فراتر از آنچه که صرفاً غریزی و نیاموختنی است، فرهنگ بر هر چیزی که مرتبط به ما است، حاکم می‌باشد. حتی الگوهای اعمال غریزی و تمایلات طبیعی ما متأثر از فرهنگ است (فاروق^۳، ۲۰۰۴: ۸۵). با این وجود فرهنگ پدیده‌ای اکتسابی، انتقال‌پذیر، پویا و آموختنی است. اگر در گذشته فرهنگ تنها گرده خورده با مفهوم تاریخ و سرزمین بود امروز فرهنگ با زمان معنا می‌یابد، لذا دیگر نمی‌توان فرهنگ را صرفاً از یک بعد تاریخی نگریست (هرناندز و مایر، ۱۳۷۸). افراد با ارجاع به عناصر فرهنگی خاص خود که وابسته به فضا و زمان نیز می‌باشد هویت خویش را کسب می‌کنند. به عبارتی فرهنگ با ایجاد تفاوت میان فرد و دیگری (خودی و غیر) توانایی معنابخشی به زندگی فرد و شکل‌دهی به هویت را به خوبی دارا بود. از اینرو در تعاریف کلاسیک هویت عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ج دوم، ۱۳۸۰: ۲۲). هویت منبع معنا برای خود کنش‌گران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن ساخته می‌شود (کاستلز، ج دوم، ۱۳۸۰: ۲۳). برای فهم دقیق هویت لازم است یک طبقه بندی از هویت ارائه دهیم. در این طبقه بندی، هویت را به سه لایه هویت شخصی، هویت اجتماعی و هویت ملی تقسیم می‌کنیم و به تعریف هر قسم می‌پردازیم تا مفهوم هویت ملی را باز شناخته و به صورت شفاف به کار ببریم.

هویت فردی

بنیادی‌ترین و نخستین سطح هویت، هویت فردی است. هویت فرد با شکل، نام، باورها و سایر ویژگی‌های شخصی و ظاهری تعریف می‌شود. این وجه از هویت با هویت جمع ارتباط و وابستگی تنگاتنگی دارد (نقی زاده، ۱۳۸۴: ۲۵۴). این شناخت ابتدایی فرد از خویش براساس رابطه با خانواده و جنسیت است. بنابراین هویت فردی به رابطه میان فرد با خانواده و خویشاوندان و در درجه دوم به جنسیت خود بر می‌گردد. بدین ترتیب هویت شخصی از گوناگونی برخوردار نیست و فرد تنها دارای یک هویت خانوادگی و یک هویت جنسی (مرد یا زن) است (احمدی، ۱۳۸۳: ۸).

هویت اجتماعی (جمعی)

هویت اجتماعی (جامعه، ملت) با توجه به باورها، اعتقادات، سوابق و اشتراکات تاریخی، اهلیت و تعلق به مکان و زمان، آرمان‌ها، نژاد، فرهنگ و دین تعریف می‌شود (نقی زاده، ۱۳۸۴: ۲۵۴). این نوع هویت در برخی تقسیم‌بندی‌ها در برگیرنده هویت همسالان، هویت خانوادگی و هویت ملی نیز می‌شود.

هویت ملی

محتوای مفهومی هویت ملی آن‌قدر بزرگ و بی‌قاعده است که از یک تعریف دقیق و صریح سرباز می‌زند. همان‌طور که مفاهیمی مانند ملت، آگاهی ملی، شخصیت ملی، حس ملی، یا ذهن ملی را مورد استفاده قرار می‌دهیم، این مفاهیم توسط برخی از نویسندگان مترادف با هویت ملی درک می‌شود (ساکسی^۱، ۲۰۰۴). هویت ملی عالی‌ترین سطح هویتی هر فرد بشری است و معمولاً از ویژگی منحصر به فردی برخوردار است. این نوع رابطه هویتی که برخی آن را هویت محوری نیز نامیده‌اند، به لحاظ سلسله‌مراتبی بالاتر از سایر سطوح هویتی قرار می‌گیرد. هویت ملی از تعلق فرد به یک سرزمین و دولت ملی و یا به عبارتی به کشور خاصی سرچشمه می‌گیرد، و معمولاً افراد دارای یک هویت ملی بیشتر نیستند. اگر در برخی از کشورها پدیده‌ای چون تابعیت دوگانه (مضاعف) پذیرفته شده است و شخص به تناسب خود را برای مثال هندی یا امریکایی می‌خواند، در نهایت برای خود هویت واحدی را نیز در نظر می‌گیرد یعنی چنانچه در برابر این پرسش قرار گیرد که هویت ملی راستین و نخستین او چیست، خود را متعلق به کشوری می‌داند که به آن تعلق فرهنگی، خانوادگی و سرزمینی دارد (احمدی، ۱۳۸۳: ۹). به عبارت دقیق‌تر همان‌طور که ریچارد چنکینز^۲ می‌گوید: هویت ملی ریشه در احساس تعلق به طایفه و تیره و قبیله و ایل و قوم

1-sasaki

2-Richard Jenkins

دارد. اعضای یک طبقه که نیای مشترک دارند در سرزمین معین زیست می‌کنند، هم زبان‌اند، آداب و رسوم مشترک دارند و با یکدیگر در زمینه‌های اقتصادی همکاری دارند. رهبران مشترک دارند و برای دفاع از منافع طایفه می‌جنگند. معمولاً دارای نام معین و هویت جمعی هستند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵۳۴).

اسمیت^۱ نیز هویت ملی را به طور ویژه‌ای به عنوان بازتولید مداوم و پایدار الگوی ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌های شکل دهنده به میراث خاص ملت‌ها و هویت افراد می‌داند که با ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌هایشان در ارتباط است (اسمیت، ۲۰۰۱: ۲۱-۳۰). از اینرو هویت ملی، معناسازی انسان بر مبنای مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی، سیاسی و جغرافیایی است که طی آن افراد در چارچوب عضویت در جامعه سیاسی در قبال آن احساس همبستگی، تعهد و وفاداری می‌یابند (زهیری، ۱۳۸۴: ۳۰). لذا هویت یک امر رابطه‌ای است: هویت مشترک یک اجتماع در ابتدا توسط فرصت‌هایی برای متمایز کردن خودش از دیگر اجتماعات شکل گرفته است. تمامی هویت‌ها در درون یک سیستم روابط اجتماعی و نیاز به شناسایی متقابل دیگران ساخته شده است. بنابراین هویت نه به عنوان یک چیز بلکه به عنوان یک سیستم رابطه‌ای و بازنمایی در نظر گرفته می‌شود (ساسکی، ۲۰۰۴).

جامعه شبکه‌ای

در عصر جهانی شدن انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف عملاً فواصل زمانی را از میان برداشته و نظم طبیعی دوران قدیم چارچوب‌های مکانیکی جهان صنعتی را به کلی دگرگون ساخته (کاستلز، ج ۱، ۱۳۸۰: ۱۶)، و به این صورت جامعه جدیدی شکل گرفته است. در عصر جدید و با ظهور تکنولوژی‌های ارتباطی جدید که بر ارتباطات الکترونیکی مبتنی است، مختصات نویسی به لحاظ فرهنگی به جامعه نو حکمفرما شده است. از جمله این مختصات ظهور چیزی به نام جامعه شبکه‌ای است که در آن مفاهیم سنتی و آشنایی چون «هویت»، «فردیت»، «دولت»، «اقتدار» و ... ردا و کسوت جدیدی به تن کرده و از جهاتی با گزینه‌های سابق خود تفاوت دارند. در اثر سه فرایند انقلاب اطلاعات، تجدید ساختار سرمایه داری و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی و نهضت‌های فرهنگی دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ نظیر طرفداری از محیط زیست و جامعه زنان، جامعه جهانی به نحو بی‌سابقه‌ای به هم دوخته و شبکه‌ای شده است (کاستلز، ج ۲، ۱۳۸۰: ۱۶-۱۷). در این جامعه شبکه‌ای شده کلیه ساختارها و فعالیت‌های اجتماعی پیرامون

شبکه‌های اطلاعاتی الکترونیکی پردازش شده‌اند. در جامعه شبکه‌ای، افراد و جوامع درون قالب‌های تازه، هویت‌های تازه‌ای می‌گیرند و در این میان تعاریف تازه‌ای از انسان عرضه می‌شود و در عین حال خود این شبکه تحت تاثیر دینامیسم داخلی دست‌خوش تغییرات دائمی و در نتیجه ایجاد الگوهای جدید زیست و حیات در نقاط مختلف می‌شود. ویژگی‌هایی که جامعه شبکه‌ای دارد سبب شده معنا و مفهوم زندگی در هزاره سوم دگرگون شود. این ویژگی‌ها عبارتند از: اقتصاد اطلاعاتی، اقتصاد جهانی، فعالیت‌های شبکه‌ای، تحول و چگونگی انجام کار و ساختار اشتغال، ظهور قطب‌های متقابل، فرهنگ مجاز واقعی، سیاست بر بال رسانه، زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها (کاستلز، ج دوم، ۱۳۸۰: ۱۷).

از نگاه کاستلز در سرتاسر تاریخ فرهنگ‌ها را مردمی که مکان و زمان مشترکی داشته‌اند، پدید آورده‌اند. تحت شرایطی که روابط تولید، قدرت و تجربه آن را تعیین کرده و طرح‌های مردم آن را تغییر داده است. مردمی که برای تحمیل ارزش‌ها و هدف‌های خود بر اجتماع با یکدیگر به جنگ می‌پرداختند. به این ترتیب صورت‌بندی مکانی و زمانی نقشی حیاتی در معنای هر فرهنگ و در تکامل متفاوت آنها داشته‌اند. اما در پارادایم اطلاعاتی، فرهنگ جدیدی به یمن کنار گذاشتن مکان‌ها و نابودی زمان به دست فضای جریان‌ها و زمان بی‌زمان پدیدار شده است: فرهنگ مجاز واقعی (کاستلز، ج دوم، ۱۳۸۰: ۴۳۳). به عبارتی پیش از این معمولاً نوع گویش، برخورد، باور، نگاه ... به مثابه نمادهای فرهنگی برای بیان وجود مشترک یا متفاوت بود. اما امروزه واسطه‌های الکترونیک، ارتباط با مخاطب‌ها را کاملاً دگرگون نموده‌اند. افزایش کمی، تحول کیفی و نهایتاً تغییر گسترده در شیوه انتقال و دریافت پیام باعث رونق فرهنگ‌های مجازی شده است. رایانه‌ها و سایر حساسه‌های الکترونیک، تعادل عاطفی و دیداری افراد را تحت شعاع قرار داده‌اند (نصری، ۱۳۸۱: ۱۴۵). بنابراین این فرهنگ جدید، فرهنگی نیست که از طریق آداب و رسوم خانوادگی، قبیله‌گی و یا حتی ملی به انسان منتقل شده باشد. امری است که در زمان حاضر با استفاده از برخوردهای اطلاعاتی و فرهنگی ساخته می‌شود. در جامعه نوظهور (شبکه‌ای) تفکر فرهنگی دستخوش تحولات شگرفی می‌شود. در این قلمرو الگوهای مشابه شبکه‌ای شدن و انعطاف‌پذیری و ارتباطات نمادین زودگذر، حول و حوش یک نظام منسجم رسانه‌ای الکترونیکی و به طور مشخص اینترنت به وجود می‌آید. تجلیات فرهنگی از همه نوع، به طور فزاینده‌ای به وسیله این فضای الکترونیکی شکل می‌گیرد. رسانه‌های جدید، رسانه‌هایی یک طرفه و غیر متمایز توسط تعدادی کانال محدود نخواهند بود. رسانه‌ها به طور شگفت‌انگیزی از یکدیگر متمایز خواهند بود و پیغام‌ها و برنامه‌های هدفداری را برای

بخش‌های متنوع مخاطبان و خلق و خویهای متفاوت می‌فرستند (مددپور، ۱۳۸۳: ۱۴۷). بر این اساس فرهنگ عصر اطلاعات در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه‌های الکترونیک شکل می‌گیرد. این فضای مجازی حاوی اطلاعات متعدد و متکثر به صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید در می‌آید و فضای اصلی تعامل‌های معرفتی را کم و بیش در اختیار می‌گیرد (کاستلز، ج ۱، ۱۳۸۰: ۱۷-۱۶). در این فضای جدید افراد با گزینش نمادهایی از فرهنگ‌های مختلف که به صورت مجازی دریافت کرده‌اند دست به ساختن هویت فردی خویش زده و در نهایت و به تبع از هویت فردی چند گانه‌ای که کسب کرده‌اند هویت ملی نیز شکل نوینی به خود می‌گیرد. که متشکل از پاره‌هایی از فرهنگ خودی و غیر می‌باشد که در همزیستی و به گونه‌ای تعادل می‌باشند.

هویت چهل تکه

داریوش شایگان اندیشمند ایرانی و فیلسوف فرهنگ، مفهوم هویت چهل تکه را برای توصیف انسان در جوامع جدید به کار می‌برد. به باور شایگان، این سخن از آری دلوکا^۱ که می‌گوید: "هر یک از ما جمعیتی را درون خود نهان دارد" (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۳)، بیانگر وضعیت انسان امروزی است که دیگر نمی‌تواند وجود خود را در محدوده‌ی یک هویت معین حفظ کند. انسان امروز از لحاظ هویت دچار آسیب‌پذیری است زیرا هویت دیگر مجموعه‌ای یک‌دست از ارزش‌های ثابت و مطمئن نیست. در دنیای امروز هویت افراد دیگر درون مرزهای ملی دچار انحصار نیست، بلکه از آن فراتر رفته و شاید بتوان گفت نه تنها در سطح منطقه یا قاره بلکه به کل کره زمین گسترده شده است. انسان مدرن به یاری ابزارهای اطلاعاتی و آگاهی مضاعف خود، از جمعیت درون خود و تصاویر متفاوت آن‌ها، آگاه می‌شود و این تصاویر گوناگون شبکه‌ای از ارتباط‌های ظریف می‌تند و پارچه هزار رنگ لباس چهل تکه ما را مانند «آرلکن» می‌سازند (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۳۵-۱۳۴). به باور شایگان انسان از این افراد درون خود، فرهنگ‌ها و افکار و عقاید آنها را نیز کسب می‌کند و صاحب یک هویت جدید می‌شود. بی‌شک چندگانگی فرهنگی و آمیزش اقوام، اختلاط افکار و دورگه بودن ما را برای تصاحب یک هویت مرکب آماده می‌کند این امر در تقابل با هویت به مفهوم کلاسیک و یا حتی متداول آن قرار می‌گیرد. زیرا در هویت کلاسیک که هویتی یک دست تلقی می‌شود، هر هویت ضرورتاً مانع و نافی دیگری است، اما در هویت امروزی، هویت عامل و نتیجه گونه‌ای آمیختگی زبانی و نژادی است. یعنی هویت "ریزوم وار" است (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۳۶).

متعلقاتش شکل نمی‌گیرد، بلکه هویت‌های مرکب امروزی در سطح افقی و در ارتباط با هویت‌ها و فرهنگ‌های دیگر ساخته می‌شود. مفهوم ریزوم وار شایگان به خوبی ارتباط دارد با مفهوم ارتباط و تفکر ارتباطی، که در عصر جهانی شدن و با گسترش وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژیکی قابل فهم و تحلیل است.

مراد از چهل تکه در تفکر شایگان آن است که فضاهای مختلف و ناهمگونی که از لحاظ تاریخی و معرفت‌شناختی وجود ما را ساخته‌اند در سطح واحدی قرار ندارند. هر اقلیتی معرفت یک سطح آگاهی است. گویی ما در نتیجه فرایندی که ترک آن آسان نیست، همه اعصار تاریخ بشریت را به صورت درهم آمیخته در خود گرد آورده‌ایم. البته این سطوح، حیاتی بالقوه دارند و تنها به هنگام ارتباط فعلیت می‌یابند. اما از آنجا که ما در دنیایی با سطوح مختلف باز نمایی زندگی می‌کنیم و قالب‌های شناختی که این سطوح را در خود گرفته‌اند بسیار گونه‌گونند، تجلی آنها تنها به صورت اختلاط امکان پذیر است (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۵۵).

از دید شایگان اکنون فضاهای سازنده‌ی ما، فضاهایی متنوع و ناهمگون‌اند، ما دیگر ریشه‌ای واحد نداریم که تک و تنها در سرزمینی خاص فرو رفته باشد ما ریزوم‌هایی هستیم در ارتباط با دیگران، با فرهنگ‌ها، جهان‌ها و آگاهی‌های گوناگون. به عبارتی همه ما چهل تکه‌هایی در حال بافته شدنیم، مجموعه‌هایی شکل از تکه‌های به هم چسبیده، تکه‌هایی که ارتباط میان آن‌ها در سطح افقی بسیار راحت‌تر از سطح عمودی انجام می‌شود (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۵۳). جهانی شدن و فضای زمان‌ها این امر را تشدید کرده و دیگر مانند گذشته که ارتباط افراد با ریشه فرهنگی و تاریخی شکل دهنده به هویت وی بود، امروزه این امر هویت ساز نیست. بلکه روابط افقی با افراد و فرهنگ‌های دیگر از طریق فضاهای مجازی هویت بخش افراد شده است. فرد از هر هویت و هر فرهنگی عناصری را می‌گیرد، دیگر هویت اصیل و یکپارچه‌ای وجود ندارد بلکه هویت‌ها چهل تکه شده‌اند. اگر چه هویت‌ها به هم برخورد می‌کنند اما همدیگر را نفی نمی‌کنند و با آهنگ تند تبادل‌ها به هم می‌آمیزند، انسان‌ها متعدد و متکثر می‌شوند هم شمن هست هم لیبرال، هم تکنوکرات و هم جادوگر.

جهانی شدن و برساختگی هویت ملی

جهان ما و زندگی ما توسط دو روند متضاد جهانی شدن و هویت شکل گرفته است (کاستلز، ج ۱: ۱۳۸۰). بر طبق تعاریف کلاسیک از هویت گفته شد که فضا، زمان و فرهنگ از عوامل سازنده هویت به طور عام و هویت ملی به طور خاص است. با این حال فرهنگ به عنوان مهم‌ترین رکن سازنده هویت در نظر گرفته می‌شود که با گذشته تاریخی انسان ارتباط تنگاتنگی دارد. اما امروزه تحولات عظیمی در قالب

جهانی شدن و پست مدرنیته رخ داده که سبب شده فرهنگ در قالب-های جدیدی شکل گیرد و به هویت افراد شکل دهد. به عبارت دقیق‌تر، پست مدرنیته و جهانی شدن بنیان‌های نظم هویتی را به لرزه در آورده اند (برهانی و راسول، ۱۹۹۹). در طی تحولات جدید جهانی که مقوله‌هایی نظیر تنوع و تکرر اهمیت یافته‌اند، هویت به یکی از متغیرهای اصلی جهان امروز بدل شده است و به نوعی در حال دگردیسی به الگوهای تازه‌ای است (خانیک، ۱۳۸۳: ۲۸۶). گسترش وسایل ارتباطی و عرضه‌کننده فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های متنوع و متفاوت ظرفیت و توانایی جدیدی را به افراد برای شکل‌دهی به هویت خویش، بخشیده که در منابع جامعه‌شناختی گاه از آن به هویت بازتابی یا برساخته یاد می‌شود. اکنون بین هویت‌های بازتابی و ظرفیت‌های جدید برای شکل‌دهی به هویت (مانند ارتباطات و جامعه شبکه‌ای...) ارتباط معناداری وجود دارد. بدین گونه که ویژگی‌های جامعه شبکه‌ای واسطه‌ای برای افزایش نقش بازتابی هویت در چارچوب هویت چهل تکه، شده است. این امر بدان معناست که اکنون افراد آسان‌تر می‌توانند هویت‌های فردی و جمعی خود را بازسازی کرده و از نو بسازند. البته این بازسازی صرفاً به اراده افراد منوط نیست، بلکه رویدادهایی مانند جهانی شدن نیز در آن موثرند (معینی، ۱۳۸۴: ۸۵).

جهانی شدن که از آن به فشرده‌گی زمان و مکان تعبیر می‌شود فرهنگ‌های سنتی را در معرض تهدید قرار داده و موجب اشاعه ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ جهانی می‌شود. هم‌چنین در این فرایند هویت‌های دیگری مانند هویت‌های قومی، هویت‌های فمینیستی و نیز محیط زیست‌گرایان و... مجال برای معرفی خود می‌یابند. این امر سبب تغییرات شگرفی در عرصه‌های مختلف، از جمله در گونه‌های جمعی هویت افراد از جمله هویت ملی به عنوان فراگیرترین سطح هویت، شده است. اگر چه هویت به طور نزدیکی با ملیت مرتبط است و تجربه هم فرهنگ شدن با دیگر کشورها و ملت‌ها چیزی نیست که اکثر مردم آماده آن باشد، اما جهانی شدن به عنوان یک نیروی تمرکززا به ویژه در میان هویت‌های ملی در نظر گرفته می‌شود (وسلوکی، ۲۰۰۲). که می‌تواند تأثیرات دوسویه‌ای را بر هویت ملی برجای بگذارد. به طور کلی جهانی شدن فرایندی متمایز کننده و در عین حال همگون ساز است که از یک سو با پذیرش ارزش پاره فرهنگ‌ها و توانایی‌های محلی، جهان را به سوی کثرت‌گرایی فرهنگی سوق می‌دهد و به این ترتیب زمینه را برای طرح هویت‌های قومی در بستر جهانی فراهم می‌کند، و از سوی دیگر با برجسته کردن یک فرهنگ جهانی، فرهنگ‌ها و هویت‌های ملی و محلی را متأثر می‌سازد (مردانی گیوی، ۱۳۸۱: ۱۱۱). شیوه عمل

این فرایند نیز با انقلاب اطلاعات و تشکیل جوامع شبکه‌ای تسهیل شده است. درون جامعه شبکه‌ای انتقال آنی اطلاعات و داده‌ها و نیز امکان برقراری رابطه میان افراد در فرهنگ‌های مختلف عملاً فواصل زمانی را از بین برده و فرهنگ جدیدی شکل گرفته که از طریق آداب و رسوم خانوادگی، قبیله‌گی و یا حتی ملی به انسان منتقل نمی‌شود، بلکه امری است که در زمانه حاضر و با استفاده از برخوردهای اطلاعاتی و فرهنگی ساخته می‌شود. هویت ملی نیز چنین سرنوشتی را دارد. در واقع کنش‌گران به ویژه در جوامع معاصر یک هویت یکپارچه که تنها برگرفته از یک اجتماع، قویت یا ملیت واحد باشد، ندارند بلکه آن‌ها می‌کوشند همچون بریکولورها آنچه را می‌پسندند، از اجتماعات، قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف جمع کنند و درون خود ترکیبی خاص از آن‌ها به وجود آورند. این امر به ویژه با انقلاب رسانه‌ها و نقش مهمی که رسانه‌های نوین در ارتباطات اجتماعی بازی می‌کنند، تسریع شده است. اینترنت و فضای مجازی از سویی سبب شده است که نوعی همگرایی و حفظ هویت در اجتماعات پراکنده داخل و خارج از هر یک از دولت - ملت‌ها به وجود آید، از سوی دیگر به ایجاد نوعی بریکولاژ فرهنگی نیز مدد رسانده است. به بیان دیگر رسانه‌های نوین در قالب جامعه شبکه‌ای از سویی به تقویت و ارتقای وحدت و یکپارچگی هویت‌ها و از سوی دیگر به چندپارگی و تنوع یافتگی آنان کمک کرده‌اند (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۳۹). همان‌گونه که جان تامپسون^۱ استدلال می‌کند رسانه‌ها شیوه‌های جدیدی از عمومیت ایجاد می‌کنند که به موجب آن اخبار و تصاویری که ارائه می‌شوند نمی‌توانند به طور کامل تحت کنترل گروه‌های حاکم، خواه شرکت‌ها و خواه دولت‌ها، قرار گیرند. بنابراین، آن‌ها این امکان را فراهم می‌کنند که عقاید حاشیه‌ای نیز گوش شنوایی بیابند و مخاطبانی پیدا کنند (نش، ۱۳۸۹: ۱۲۴). افراد متأثر از این رسانه‌ها و در چارچوب‌های فرهنگ‌سازی که آنها ارائه می‌دهند، عمل می‌کنند. اکنون اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود که بازتاب این اطلاعات در زندگی، شالوده هویت فردی را می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲). اما دیگر درون ساختار جامعه شبکه‌ای عاملان (افراد و گروه‌ها) انفعالی عمل نمی‌کنند. بلکه با اعمال خود به شکل‌گیری و بازسازی و تجدید آن کمک می‌نمایند. بدین‌سان در ساختن شالوده هویت خود دارای سهم و نقش می‌شوند. درون چنین ساختار مبتنی بر اطلاعات و سیطره ارتباطات الکترونیکی، شاهد ظهور و به متن آمدن ذهنیت‌ها و هویت‌های چند لایه، پراکنده و گاه ناپایدار هستیم. از ویژگی‌های عصر ارتباطات، الکترونیک و استفاده از رسانه‌های مجازی این است که افراد می‌توانند در گروه‌های فرهنگی و هویتی مختلف و حتی متضاد با هویت ملی خود حضور یابند. و به سبب اینکه در فضای مجازی مراتب قدرت وجود ندارد لذا فردیت فرد حفظ

می‌شود و برخلاف جهان واقعی که قدرت‌گزینش‌گری و شکل‌گیری هویت افراد متأثر از عواملی مانند جبر زمانی و مکانی، فرهنگ، حکومت، عرف و... محدود شده، در فضای مجازی (جامعه شبکه‌ای) این مرزهای محدودکننده وجود نداشته و افراد در مقیاس جهانی با انتخاب‌های فراوانی جهت شکل دادن به هویت فردی و ملی خویش روبه‌رو هستند. لذا در جوامع شبکه‌ای امروزه تکثر و تنوع مجاری ارتباطی و قدرت انتخاب افراد در کانال‌ها و شبکه‌های ارتباطی موجب می‌شود تا مخاطبان تکه‌تکه و پاره‌پاره شوند (دانش، ۱۳۹۱).

با وجودی که عامل مهم و ابتدایی برای شکل‌گیری هویت فرد، تعاملات انسانی و اجتماعی‌ای می‌باشد که طی آنها فرد به تعریف هویت خود می‌پردازد، اما در عصر جوامع شبکه‌ای در امر هویت‌یابی تغییرات اساسی ایجاد شده است. به سبب انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود با ظهور فناوری جدید دستخوش دگرگونی بنیادین می‌شود (سلیمانی بشلی، ۱۳۸۹). این دگرگونی در حوزه فرهنگ و نظام‌های معنایی سبب تغییر در ساختار مناسبات اجتماعی شده، در نتیجه ما شاهد شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات مجازی انسان‌ها می‌باشیم که فرصت ایجاد هویت‌های جدید و گاه چندگانه را به آسانی در اختیار افراد قرار می‌دهد. به عبارت دقیق‌تر جهانی شدن در عرصه فرهنگ به منطقه‌زدایی فرهنگی می‌انجامد، یعنی وابستگی فرهنگی به محل، منطقه و سرزمین را از میان بر می‌دارد (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۰). در این حین هویت‌ها با یکدیگر برخورد می‌کنند اما همدیگر را نفی نمی‌کنند و با ضرباهنگ تند تبادل‌ها به هم می‌آمیزند. بنابراین انسان‌ها متعدد و متکثر می‌شوند یعنی هم شمن هست هم لیبرال، هم تکنوکرات و هم جادوگر (شایگان، ۱۳۸۰) و آدمی دست به‌گزینش هر یک از این شخصیت‌های درونی خویش زده و از این طریق هویت جدید و چهل تکه‌ای برمی‌سازد، که شایگان در استدلال به آن معتقد است: یک مجموعه‌ای از عوامل فرافرهنگی نیز در شکل‌گیری هویت ما دخیل‌اند، میراثی داریم که سرچشمه آن خارج از چارچوب فرهنگی ما است... ما با کسب شناخت‌هایی که از منابع گوناگون نشأت می‌گیرد به وجودمان غنا می‌بخشیم (شایگان، ۱۳۸۰: ۱۰۸)، بنابراین هویت حقیقی نوعی آفرینش است.

در روند تبادل اطلاعات، آگاهی و هویت‌ها نه تنها فرهنگ‌های گوناگون در دسترس افراد قرار می‌گیرد بلکه دنیاها و مرجع‌های اجتماعی آن‌ها هم افزون می‌شود. بنابراین اندک بودن مرجع‌های اجتماعی در جوامع سنتی که نیاز هویتی انسان را به آسانی تامین می‌کرد از بین می‌رود و فرد ناگزیر می‌شود با واحدهای اجتماعی بزرگ و کوچک مختلفی هویت‌یابی کند. لذا ارتباط مستقیم بین جهانی شدن و هویت به طور عام و

هویت ملی به طور خاص برقرار است به نحوی که هیچ‌کس قادر نیست از تحولات ناشی از جهانی شدن مصون بماند، چون خود مفهوم منفعلی نیست که صرفاً تحت تاثیر محیط بیرونی واقع شود، بلکه افراد ضمن ساختن و پرداختن هویت خویش از محیط جهانی و محلی خود بهره می‌گیرند (بی‌نا، ۱۳۹۱). در واقع انسان فارغ از قید و بندهای سنت و طبیعت دارای آزادی و استقلال عمل قابل ملاحظه‌ای می‌باشد و باید در فضای اجتماعی بسیار پهناور، دنیا و هویت خود را بسازد (گیدنز، ۱۹۹۴: ۷). با این اوصاف نه تنها فرهنگ، تاریخ و بستگی‌های زمانی و مکانی حس هویت ملی افراد را برمی‌انگیزد، بلکه نفوذپذیری مرزها و محو فاصله‌های زمانی و مکانی همراه با انفجار اطلاعات و آگاهی از انواع فرهنگ‌ها و پاره پاره شدن هویت فردی به‌عنوان زیر بنای هویت ملی افراد، هویت ملی فرد را بر می‌سازد. بنابراین یک جامعه بی‌قلمرو ایجاد شده که در آن آگاهی‌های بازتابیده سبب شکل‌گیری هویت ملی شده‌اند. با وجود اینکه به لحاظ سنتی انسانها تمایل دارند تابع هویت و فرهنگی باشند که به جامعه‌ای خاص تعلق داشته باشد، اما در دنیای امروز فارغ از تعلق به ویژگی‌های هویتی خاص، بسیاری از ما خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر انتخاب شیوه‌های زندگی خود از بازار بزرگ فرهنگی نیز هستیم (فکوهی، ۱۳۸۴). به میزانی که زندگی اجتماعی در معرض سبک‌های مختلف، مکان‌ها، مسافرت‌های بین‌المللی و تصاویر شبکه‌های جهانی و سیستم‌های ارتباطی قرار می‌گیرد، به همان اندازه نیز هویت‌ها از زمان، مکان، تاریخ و سنت فاصله بیشتری پیدا کرده و آزادانه تر عمل می‌کنند. ما با انواع هویت‌ها روبرو هستیم که احتمال انتخاب هریک برای ما وجود دارد (مردانی گیوی، ۱۳۸۹). واقعیت عصر ما آن است که دیگر در هیچ کشوری نمی‌توان از فرهنگ و هویت اصیل و ملی و از سنت پیشین، همچون واقعیت‌هایی دست نخورده و تام و تمام سخن گفت، زیرا فرهنگ و سنت در رابطه با مدرنیته متحول می‌شوند (یزدانی و مروتی، ۱۳۹۰: ۱۷). از آنجا که فرهنگ ملی بیشتر در معرض تاثیرات خارجی قرار می‌گیرد حفظ هویت به صورت دست‌نخورده از هر زمان دیگری دشوارتر می‌شود. اما بسیار بعید به نظر می‌رسد که جهانی شدن هویت‌های ملی را نابود کند بلکه به احتمال زیاد به طور همزمان هویت‌های جدید محلی و سیاره‌ای را پدید می‌آورد (مردانی گیوی، ۱۳۸۹). با این حال درون جوامع شبکه‌ای و در عصر اطلاعات فرهنگ و یا هویت ملی از بین نمی‌روند اما به مانند گذشته نیز نیستند، به گونه‌ای دیگر آرایش می‌یابند و به پدیده جدید و متفاوتی تبدیل می‌شوند که یک پا در گذشته سنتی و تاریخ و سرزمین خود دارند و یک پا در عناصر فرهنگی سایر هویت‌ها که توسط رسانه‌ها به آنها ارائه شده است. این فرهنگ و هویت ملی جدید که یک برساخته اجتماعی است ترکیبی

از عناصر سنتی هویت و عناصری که متأثر از مدرنیته و دیگر فرهنگ‌ها و هویت‌ها کسب و ساخته شده است. بی‌شک از این پس اشکال جدیدتری از هویت آشکار خواهند شد که متعلق به عصر جهانی شدن هستند. مهم در این میان حفظ سطوح مختلف هویت شهروندان در تعامل سازنده با جهان بیرون و استفاده از فرصت‌های جهانی از جمله فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی است نه ستیزه‌جویی و مفاصله با آن (یزدانی و مروتی، ۱۳۹۰: ۲۰). بدین معنی که ارتباطات الکترونیک محیطی را برای افراد ایجاد می‌کند که فرد در آن به صورت ناشناخته و گمنام به معرفی خود و فرهنگ و هویت ملی خود می‌پردازد و می‌تواند عضو اجتماعاتی شود که تاکنون هیچگاه فرصت مشارکت در آن‌ها را نداشته است و می‌تواند هویت‌های دیگری از ملیت‌های دیگر را که با علایق و سلایق خویش متناسب می‌بیند کسب کند و به نوعی از مرزهای ملی خود فراتر رود. همانگونه که استوارت هال استدلال می‌کند با نفوذپذیرتر شدن مرزهای ملی، حدو مرزهای هویتی در هم می‌ریزد و سلطه بلامنازع فرهنگ و هویت ملی مخدوش می‌شود (هال^۱، ۱۹۹۶: ۲۹۹).

نتیجه‌گیری

در مباحث عنوان شده در سطور پیشین، جهانی شدن را به عنوان جنبشی مد نظر قرار دادیم که در طی آن ایده جامعه شناختی کلاسیک درباره جامعه به عنوان نظامی منسجم، تبدیل به دیدگاهی می‌شود که حول چگونگی نظم‌یابی زندگی اجتماعی در راستای زمان و مکان تمرکز یافته است. این ویژگی‌های زمانی و مکانی که از کاهش فاصله‌ها و کوتاه شدن زمان ناشی می‌شود، از موثرترین جنبه‌های جهانی شدن است که بر هویت ملی اثر می‌گذارد. ما با استفاده از دو مفهوم جامعه شبکه‌ای و هویت چهل تکه استدلال نمودیم که در جامعه شبکه‌ای شده‌ی عصر جهانی، فرهنگ‌ها بصورت مجازی و با استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی که مرزهای همه‌ی جوامع را در نوردیده است ساخته می‌شود، دیگر فرهنگ‌های کهن و باستانی هر سرزمین، تنها فرهنگ حاکم بر آن سرزمین خاص نیست بلکه به یمن فضاها و رسانه‌های مجازی به فراسوی سرزمین خویش راه یافته است. رسانه‌ها افراد را در معرض فرهنگ‌های متفاوت و گاه متضاد قرار می‌دهند و فرد در این میان با کسب آگاهی از تنوعات فرهنگی دست به انتخاب زده و مجموعه‌ای از فرهنگ‌ها و نمادهای فرهنگی متفاوت را در خود گرد هم می‌آورد. هویت ملی افراد نیز که یکی از مهمترین عوامل ساخته شدن آن در طول تاریخ، فرهنگ، زمان و مکان بوده، اکنون با تحولاتی که در جوامع

اتفاق افتاده دچار تحول شده است. این تحول هویتی را بر اساس مفهوم جامعه شبکه‌ای و هویت چهل تکه عنوان کردیم.

بر اساس فرضیه برساختگی هویت ملی در چارچوب جامعه شبکه‌ای و هویت‌های چهل تکه بر این ایده استدلال کردیم که فرایندهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی در جوامع شبکه‌ای زمینه‌ی استقرار و تقویت هویت‌های فروملی و گاه به حاشیه رانده و فراموش شده را فراهم می‌کند. این گونه هویت‌ها به یمن شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی جهانی، خود را معرفی و به جهانیان عرضه می‌کنند، افراد از سراسر دنیا و با انواع هویت‌های ملی، فروملی و فراملی با آن‌ها آشنا شده و به فراخور میل و هماهنگی آن با شیوه زیست خود دست به گزینش‌گری زده و تمامی یا پاره‌هایی از این هویت‌ها را اخذ می‌کنند. به گونه‌ای که هویت ملی نه تنها از بین نمی‌رود بلکه در همزیستی با دیگر فرهنگ‌های ملی به حیات خویش ادامه داده و فرد ردای هویت چهل تکه‌ای مرکب از فرهنگ و هویت‌های متفاوت و متنوع به تن می‌کند. به این نتیجه رسیدیم که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید با ایفای نقش میانجی‌گرایانه میان افراد و هویت‌ها و فرهنگ‌های مختلف، افزایش قدرت انتخاب افراد، دادن اطلاعات و آگاهی از فرهنگ‌ها و هویت‌های مختلف به افراد جوامع در ساخته شدن هویت ملی نقش اساسی داشته و سبب ظهور افرادی با هویت‌های چهل تکه می‌شود. اینک ما شاهد انسان چهل تکه‌ای هستیم که دیگر به یک فرهنگ و هویت خاص تعلق ندارد، بلکه چندهویتی شده است. چون انسان خود با کسب آگاهی از فرهنگ‌ها و هویت‌های مختلف عناصری از آنان را جذب می‌کند و هویت جدید برای خود به وجود می‌آورد، معتقدیم که فرهنگ و هویت جدید، اموری بر ساخته هستند نه به مانند هویت ابا و اجدادی، تحمیلی باشد. هویت ملی هم چنان وجود خواهد داشت و از بین نمی‌رود، اما با هویت‌های دیگر ترکیب می‌شود. همان‌گونه که داریوش شایگان می‌گوید: در عصر حاضر فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و در هم آمیخته‌اند و تقدیر آدمیان نیز پذیرش این درهم آمیختگی است.

منابع

- احمدی، حمید (۱۳۸۳)، هویت ملی ایرانی: بنیادها، چالش‌ها و بایسته‌ها، نامه پژوهش فرهنگی، سال هفتم، دوره جدید، ش ۶.
- بی‌نا (۱۳۹۰)، بررسی تاثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، دوره ۲، شماره ۵، زمستان. در
- تامیلسون، جان (۱۳۸۱)، جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران: دفتر

پژوهش های فرهنگی - مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها
جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمدی، تهران: نشر
شیرازه.

دانش، ضیا (۱۳۹۱)، شکل گیری هویت ملی در فرایند ارتباطات مدرن، روزنامه
افغانستان در: http://www.dailyafghanistan.com/opinion_detail.125296=php?post_id

دوران، بهزاد (۱۳۸۷)، هویت اجتماعی: رویکردها و نظریه ها، تهران: سازمان انتشارات
دانشگاهی.

زهیری، علیرضا (۱۳۸۴)، چیستی هویت ملی، نشریه علوم سیاسی، ش ۲۹.
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (پیدایش جامعه ی
شبکه ای)، جلد اول، ترجمه احد علیقلیان و افشینخاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، (قدرت هویت)،
جلد دوم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات طرح نو.

کاظمی، علی اصغر (۱۳۸۰)، جهانی شدن فرهنگ و سیاست، تهران: قومس
کوثری، مسعود (۱۳۸۴)، جهانی شدن، هویت و بریکولاژ فرهنگی، مجموعه مقالات
هویت ملی و جهانی شدن، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی.
گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)، نگاهی به مفهوم و نظریه های جهانی شدن، فصلنامه
مطالعات ملی، سال سوم، ش ۱۱.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۰) جهانی شدن و بحران هویت، فصلنامه مطالعات ملی، سال
سوم، ش ۱۰، ص ۱۳-۴۸.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۶)، جهانی شدن فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی
گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹)، جهان رها شده (گفتارهایی درباره یکپارچگی جهانی)، ترجمه
علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران: علم و ادب.
گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید،
ترجمه ناصر موفقیان، تهران: قومس.

رابرتسون، رولاند (۱۳۸۰)، جهانی شدن؛ تئوری های اجتماعی و فرهنگ جهانی،
ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.

رفعت جاه، مریم (۱۳۸۳)، تاملی در باب هویت زنانه (اهمیت منابع فرهنگی و مادی در
بازتاب هویت اجتماعی زنان)، رساله دکتری دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
سلیمانی بشلی، محمدرضا (۱۳۸۹)، جهانی شدن؛ بحران هویت و تضعیف تربیت
دینی، فصلنامه اسلام و پژوهش های تربیتی، سال دوم، ش ۲، پاییز و زمستان ۱۳۸۹،
صص ۱۰۹-۱۲۵

شایگان، داریوش (۱۳۸۰)، افسون زدگی جدید؛ هویت چهل تکه و تفکر سیار، ترجمه فاطمه ولیانی، تهران: نشر فروزان روز
مددپور، محمد. فرهنگ و هویت در جامعه در جامعه شبکه ای، مجله ره آورد نور، ش ۹، ۱۳۸۳.

مردانی گیوی، اسماعیل (۱۳۸۱)، جهانی شدن و هویت ملی، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۷۹ و ۱۸۰، مرداد و شهریور.
معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴)، هویت و مجاز: تاثیر هویتی اینترنت، فصلنامه مطالعات ملی، ۲۴، سال ششم، شماره ۴.
نصری، قدیر. فرا روایت های کاستلز در عصر اطلاعات، راهبرد، ش ۲۴، تابستان ۱۳۸۱.

نقی زاده، محمد، جهانی شدن و نقش هنر در احراز هویت ملی، مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه انسانی، ۱۳۸۴.
نش، کیت (۱۳۸۹)، جامعه شناسی سیاسی معاصر؛ جهانی شدن، سیاست، قدرت، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: کویر

وارترز، مالکوم. جهانی شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و سیاوش مریدی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۷۹

هرناندز؛ک، مایر؛ ر (۱۳۷۸). یادگیری برای هزاره نوین چالش های یادگیری در قرن ۲۱، مرکز مطالعات استراتژیک وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح
یزدانی، عنایت اله و نادر مروتی (۱۳۹۰). جهانی شدن و چالش های فراروی هویت ملی در کشورهای در حال توسعه، فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین المللی دانشگاه آزاد اسلامی شهرضا، شماره ششم، بهار ۱۳۹۰، صص ۲۳-۱.

-Archer, M. Sociology for one world: unitary and diversity, International Sociology, 1991.

-Faroq Abd-Allah, Umar (2004), Islam and culture Imperative. www.unityfoundation.co.uk/docs/islam-culture-imperative.pdf

-Giddens. 1994. Living in post-Traditional society. In Beck, Giddens and Lash, Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order, University of Lon-

don, Goldsmiths College.

-Hall, Stuart. David Held, Don Rubert and Kenneth Thompson. (1996). *Modernity: An Introduction to Modern Societies*, Cambridge, Mass: Blackwell.

-Harvey, D (1989), *Condition of Postmodernity*, Oxford: Blackwell.

-Heidegger, Martin(1971). *The Thing, in peerty. Language, Thought*, New York: Harper&Row.

-Nayyer, K. (2003). *Globalization of information: Intellectcual Property Law implication*. *First Monday: free jornal on the internet* in: <http://www.firstmonday.dk/issues/issue1-7/nayyer/>

-Sasaki ,Masamichi.(2004), *Gelobalization and National Identity in Japan*, *International Jornal of Japanese Sociology*, Number 13, Pp 69- 87.

-Spenser, Oatey, H.(2008) *Culturally Speaking. Culture, Com- munication and Politeness Theory*. London: Continuum.

-Smith, Anthony D. 2001. *Interpretation of National Identity*. Pp. 21- 42. In: *Modern Roots: Studies of National Identity* (edited by Alain Dieckhoff and Natividad Gutierrez) Burlington, Vt: Ashghate.

-Shein, E, H. (1992), *Organizational Culture and Leadership* (2 ed), San Francisco: Jossey Bass.

-Waters, A.L.(2000). *Globalization, information and develop-*

ing countries: A selected guid information resources. Available at: <http://slis.ualberta.ca/issues/alg1/global.htm/>.

-Vesaloki, Funlayo(2002), The Effects of Globalization on Culture, A Study of the Experiences of Globalization among Finnish Travellers, University of Jyvaskyla, Department of Ethnology Jyvaskla, December 16th .

-Brehony, Kevin J andNaz Rassool(1999), Time, Biography and Ethnic and National Identity Formation. Pp. 194- 207. In: Nationalism Old and New (edited by) New York: St. Martin s Press.Roberts, Braian.