

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال پنجم، شماره ۲۰، تابستان ۱۳۹۲
صفحات: ۱۹۷-۱۷۹
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱/۱۵؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۳/۴

آسیب‌شناسی بعد سیاسی هویت ملی در عصر جامعه اطلاعاتی

دکتر بهناز اژدری*

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر پاسخ به این سوال می‌باشد که چه آسیب‌هایی متوجه بعد سیاسی هویت ملی افراد در عصر جامعه اطلاعاتی شده است. آزمون فرضیه تحقیق مبنی بر این است که، استفاده از تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی موجبات تضعیف بعد سیاسی هویت ملی را فراهم آورده است. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در جامعه اطلاعاتی، ابعاد سیاسی هویت ملی شهروندان، در نتیجه تحولات ناشی از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و استفاده بیشتر افراد از رسانه متعامل و غیر انحصاری اینترنت، خصلت چند ارزشی، بازتابی و سیال پیدا کرده و به همین سیاق هویت ملی آنان در ابعاد سیاسی نیز تضعیف شده است.

کلید واژه‌ها

جامعه اطلاعاتی، بعد سیاسی هویت ملی، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، اینترنت.

b_azhdari944@yahoo.com

* عضو هیات‌علمی و استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بافت

مقدمه

فضای سایبر به معنای فضای گسترده ارتباطی است که در اثر رشد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در دنیای حاضر بوجود آمده است. شیوه‌های تأثیر این فضا بر تحولات سیاسی-اجتماعی بسیار متنوع و گسترده است. فلاسفه، جامعه‌شناسان و بطور کلی اندیشمندان علوم انسانی و اجتماعی کوشیده‌اند تا این تأثیرات را در قالب‌های نظری به تصویر بکشند. بر این اساس آن‌ها برای توصیف این فضا و آثار آن بر تحولات سیاسی-اجتماعی، از تعابیر مختلفی همچون جامعه اطلاعاتی (دانیل بل)؛ جامعه ارتباطی (جیانی و اتیمو)؛ مدرنیته سیال (تیمون بومن)؛ جامعه شبکه‌ای (مانوئل کاستلز)؛ جامعه ریسک (اولریش بک)؛ و جامعه رفلکسیو (گیدنز، لش و یوری) استفاده کرده‌اند.

امروزه در ادبیات سیاسی و جامعه‌شناسی از تعابیر جدیدی همانند، «دموکراسی الکترونیک»، «تله‌دموکراسی» و «سایبر دموکراسی» صحبت می‌شود که به نظر می‌رسد این ابداعات مفهومی تلاشی جهت نشان دادن آثار جامعه اطلاعاتی (فضای سایبر) بر فرآیند سیاست و اجتماع می‌باشد.

با وجود اتفاق نظر در خصوص اصل تأثیرگذاری فضای سایبر بر حیات سیاسی-اجتماعی بشر و وجوه مختلف آن همچون هویت ملی، درباره میزان و نحوه این تأثیر و سوگیری و محتوای ارزشی آن اختلاف نظرهای فراوانی وجود دارد. بر همین اساس شماری از اندیشمندان و پژوهشگران نسبت به سوگیری مثبت این تأثیر، ابراز تردید کرده‌اند. آنان بر این باورند که این شکل از جامعه انسانی که کاملاً متفاوت از جامعه اطلاعاتی است، حوزه‌های مختلف بشری بویژه هویت ملی را دستخوش اختلالات و آسیب‌های گوناگون کرده است. این در حالی است که برخی دیگر اصرار می‌ورزند، رشد فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، فرصتهای کم نظیری را جهت بازسازی و بازاندیشی هویت افراد ایجاد می‌کند. گفتنی است، هویت ملی ابعاد مختلفی نظیر هویت جغرافیایی، هویت زبانی، هویت دینی، هویت سیاسی و هویت اجتماعی دارد. اما مقاله حاضر برای دوری از هر گونه کلی‌نگری تنها به آسیب‌شناسی هویت ملی در ابعاد سیاسی، می‌پردازد.

گفتار اول: کلیات تحقیق

الف) سوال تحقیق

پرسش اصلی در مقاله حاضر این است چه آسیب‌هایی در عصر جامعه اطلاعاتی متوجه بعد سیاسی هویت ملی شده است. بدیهی است که استخراج شاخص‌های مشخص شده برای ابعاد سیاسی هویت ملی نیز دشوار است، لیکن با عنایت به توافقی که برخی نظریه‌پردازان در این خصوص دارند، اعتماد سیاسی و آگاهی سیاسی افراد (به مثابه دو شاخص از بعد سیاسی هویت ملی) را مورد آسیب‌شناسی قرار خواهیم داد.

ب) اهمیت تحقیق

در بیان اهمیت پژوهش حاضر، این نکته قابل ذکر است که هویت ملی، مولفه‌ها و ابعاد آن، از آن جهت که فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش درباره گذشته، حال و آینده، خاستگاه اصلی و دائمی، منزلت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های برگرفته از تاریخ و گذشته خود است؛ اهمیت شناخت و بررسی دارد.

از طرف دیگر، گسترش ارتباطات و جهانی شدن آن که احتمال از هم پاشیدن مرزهای فرهنگی و جذب و ادغام فرهنگ‌های ضعیف در درون فرهنگ‌های مسلط را در پی دارد، از دیگر نکاتی است که مطالعه و آسیب‌شناسی در حوزه ابعاد سیاسی هویت ملی را در عصر جامعه اطلاعاتی با اهمیت می‌سازد.

ج) تعاریف مفاهیم، آرا و نظریه‌ها

۱- بعد سیاسی هویت ملی و مولفه‌های آن

تعلق خاطر افراد یک ملت به مبانی مشروعیت بخش و نظام سیاسی برآمده از آن که به شکل حکومت تجلی پیدا می‌کند، بعد سیاسی هویت ملی قلمداد می‌شود (شیخ‌آوندی، ۱۳۷۸: ۲۸).

بر این اساس تنها تعلق قانونی یا فیزیکی به یک نظام سیاسی، بعد سیاسی هویت را شکل نمی‌دهد بلکه احساس پذیرش و تعلق خاطر به مبانی ارزشی و نظام سیاسی برآمده از آن است که این پذیرش را جاری و محقق می‌سازد (گودرزی، ۱۳۸۱: ۳۰).

ابراهیم ابوالحسنی، رحمت اله معمار، ابراهیم حاجیانی، حسین گودرزی، بابک شمشیری و تنی چند از نویسندگان در خصوص مبحث هویت ملی، مولفه‌های عمده بعد سیاسی هویت ملی را در عناصر زیر معرفی می‌کنند: ۱. دانش سیاسی یا آگاهی از نحوه کار نظام سیاسی؛ ۲. مشارکت و نظارت به معنای آگاهی از اخبار و وقایع جاری و روزمره و آمادگی ذهنی و عملی برای مشارکت در آن (آگاهی سیاسی)؛ ۳. علاقه به ملت؛ ۴. تمایل به انجام فعالیت سیاسی؛ ۵. اعتماد و اطمینان به نظام سیاسی؛ ۶. پذیرش و مشروعیت و کارآمدی سیاسی؛ ۷. وفاداری به نهادهای سیاسی (گودرزی، ۱۳۸۱: ۳۰).

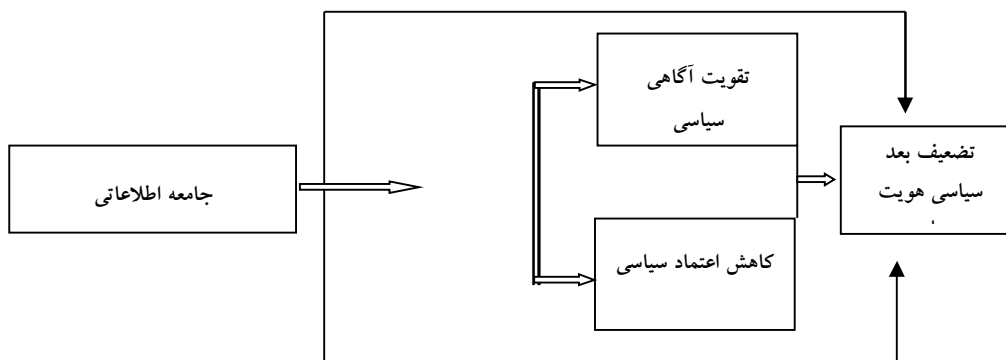
۲- جامعه اطلاعاتی

دانیل بل نیز با اشاره به جامعه اطلاعاتی می‌گوید: جوامع اطلاعاتی جوامعی هستند که فعالیت‌های اساسی‌شان در پردازش اطلاعات، بیش از تولیدات صنعتی و کشاورزی آنهاست با این حال «راف» معتقد است جامعه اطلاعاتی با قدرت سیاسی و فناوری اطلاعاتی مرتبط است و به واژه‌های جامعه فرا صنعتی، جامعه اطلاعاتی، جامعه اطلاع رسانی، جامعه آگاهان اطلاع رسانی، جامعه اطلاعاتی مرز نیز باید توجه شود (شکرخواه، ۱۳۸۱: ۲۰). با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تاثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که بسیاری از محققان ارتباطی آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۸۴). ماراسکو لورا اورستگا و سانچز و اندرسکت اگبرت در مقاله‌ای با عنوان «متخصص اطلاع رسانی در جامعه شبکه‌ای» توضیحاتی در مورد منشا اصطلاح «جامعه اطلاعاتی» داده‌اند.

از نظر آمریکایی‌ها، منشأ این اصطلاح، کتاب مک لوب با عنوان تولید و اشاعه دانش در ایالات متحده بوده که برای اولین بار این واژه در آن کتاب مورد استفاده قرار گرفته است. اما ژاپنی‌ها اذعان می‌دارند که این واژه نخست توسط تادئوآومه سائو (پروفسور دانشگاه کیوتو) در سال ۱۹۶۳ در مقاله‌ای درباره نظریه تعامل اجتماعی بر مبنای تراکم «منابع اطلاعات» به کار گرفته شده و یونه جی ماسودا در سال ۱۹۶۸ این واژه را به خاطر تحولات زبان خود به کار برده است (شکرخواه، ۱۳۸۱: ۲۲).

برای نخستین بار «جان نایسبت» در کتاب «روندهای بزرگ» از اصطلاح «جامعه اطلاعاتی» سخن می‌گوید. بسیاری جامعه اطلاعاتی را متعلق به جوامعی می‌دانند که در آن، بیشترین سهم تولید ناخالص ملی از کالاها و خدمات مربوط به اطلاعات و اطلاع رسانی حاصل می‌شود. با وجود این، اندیشه‌های مربوط به پیدایش و پیشرفت مفهوم جامعه اطلاعاتی برای نخستین بار در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ در آثار علمی چند تن از اقتصاددانان و جامعه‌شناسان دانشگاه‌های ایالات متحده و پیش از همه در کتاب‌ها و دیگر آثار فریتز مالکوپ و دانیل بل مطرح شدند. از نظراین محققان جامعه اطلاعاتی دارای سه ویژگی اساسی است؛ نخست این که کارگران اطلاعاتی در کشورهای صنعتی به وسیع‌ترین گروه در حال اشتغال تبدیل شده‌اند، به طوری که می‌توان گفت در این کشورها یک طبقه جدید معرفتی پدید آمده است. دوم، یک ساختار تکنولوژی فکر در این کشورها در کنار ساختار تکنولوژیکی صنعتی ایجاد شده است و سوم، اطلاعات بسته‌بندی شده به عنوان عنصر اصلی کالا و فرآورده‌های مورد استفاده در صنعت و زندگی خانگی کشورهای سرمایه‌داری و صنعتی را تشکیل می‌دهد.

(د) مدل نظری تحقیق



گفتار دوم: آسیب‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی بر ابعاد سیاسی هویت ملی

با ورود شبکه‌های الکترونیکی نظیر اینترنت، و هجوم فعالیت‌ها و تعاملات انسانی به درون سایبرسپیس^۱، امروزه سوالات جدیدی پیرامون آسیب‌های وارده بر هویت ملی افراد خصوصا در ابعاد سیاسی آن، نزد پژوهشگران مطرح شده است. به‌طور کلی امروزه حاکمیت جامعه اطلاعاتی به همراه فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، منجر به دگرگونی در عرصه زندگی نمادین بشر شده و از طریق منشاء تحولات عمده‌ای در دانسته‌های بشری می‌باشد. این فناوری‌ها همچنین مفاهیم بنیادین را در علوم اجتماعی دستخوش تغییرات و تحولات بنیادینی کرده است. از جمله مفاهیمی که در عصر ارتباطات الکترونیک، دچار تغییر و تحولات گسترده شده، مفهوم هویت ملی است.

الف) جامعه اطلاعاتی و تغییر در منابع هویت‌ساز

گسترش اطلاعات در سطح جهان فرایندی است که طی آن فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نقش مهمی در شکل دهی به گفتمان‌های فرهنگی و مدنی دارند. این فرایند جنبه‌های مثبت و منفی خاص خود را داراست. یکی از جنبه‌های مثبت آن، فراهم آوردن امکان مشارکت در فرهنگ جهانی برای افراد و جوامع گوناگون است که موجب می‌شود جریان اطلاعات در جهان به سرعت گسترش یابد و آنچه در اصطلاح، «دموکراسی اطلاعات» نامیده می‌شود، اتفاق افتد. با این حال جنبه‌های منفی آن، و آسیب‌های ناشی از آن بسیار بیشتر از جنبه‌های مثبت آن است. یکی از این آسیب‌ها، آسیب‌های وارده بر هویت ملی است.

هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی، به شدت تهدید می‌شود. در اجتماعات مجازی معمولا افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع (که همان دسترسی به اطلاعات است) هویت ملی آنان را می‌سازد. هویت افراد در اجتماعات مجازی «هویتی دیجیتال» است. امروزه سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد، هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند، بلکه منفعی که آنها را نزد هم جمع می‌کند، هویت آنها را می‌سازد (هوشنگی، ۱۳۸۷: ۵۷-۵۶).

1 - Cyberspace

جامعه اطلاعاتی، اجتماعات و هویت‌های جدیدی را خلق می‌کند. در جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای که ارتباطات الکترونیک در آن سیطره دارد، ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، چند لایه و پراکنده ظهور می‌کند. مارک پاستر در «عصر دوم رسانه‌ها» تاکید می‌کند در دوره جدید از عصر اطلاعات، اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویت‌ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است. هویت، در اجتماعات مجازی جامعه اطلاعاتی، در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع، ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که در صورت بندی‌های گفتار و عملکرد جان می‌گیرد. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به‌عنوان پدیده‌های چند لایه، تغییر پذیر، منفعل و تکه تکه است. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییر پذیر و منعطف انسان جدید است. جسیکا متیوز معتقد است: جوامع مجازی با از بین بردن مساله فاصله و مرز می‌تواند برداشت‌های افراد از جامعه را تغییر دهد و آن‌ها را از جوامع تاریخی خود منتزع سازد (Tomlinson, 1999: 51). آن‌ها می‌توانند منافع و هویت‌های منفرد را قادر به عرض‌انداز در سطح ملی و فرا ملی کنند و به این صورت، موجب چند پارگی اجتماعی و سیاسی شوند. جامعه مجازی، افراد را در معرض مرزهای جدیدی قرار می‌دهد.

کم رنگ شدن این منابع هویتی، به معنای از بین رفتن آنها نیست، بلکه به معنای «خود آگاه شدن روندهای انتخاب» است. فرد در گذشته، در یک تعامل ناخودآگاه، با منابع هنجاری ارتباط برقرار می‌کرد؛ ولی در روند جدید، به‌دلیل توسعه انتخاب‌ها، فرد نیازمند یک نظام ترجیحی است که او را به‌عنوان یک «انتخاب‌گر»، بر دیگری ترجیح دهد. امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به‌عنوان «واسطه ابزاری ارتباط» نقش مهمی در باز تعریف «مکان» و «زمان» یافته است (هوشنگی، ۱۳۸۷: ۱۷۷).

بیانات فوق نشانگر آن است که، با ورود به عصر جامعه اطلاعاتی و استفاده بیشتر از رسانه‌های الکترونیکی نظیر اینترنت، دیگر رسانه‌های سنتی تنها منبع هویت‌ساز برای افراد قلمداد نمی‌شوند بلکه این رسانه‌ها به‌دلیل خصلت تعاملی که دارند، مرزهای هویتی جدیدی را برای کاربران ایجاد می‌کنند که دائماً تغییرپذیر است و هر کس در آن، با گزینش شیوه‌های تازه

زندگی و افق‌های جدید معرفتی و شناختی، در جستجوی هویتی جدید در تمام ابعاد آن (فردی و جمعی) برای خویشتن است.

ب) جامعه اطلاعاتی و توسعه آگاهی‌های سیاسی و فراملی شهروندان

خصیصه‌های فنی عصر جدید، جهان را به آموزشگاه کوچکی مبدل ساخته است که در آن، دانش و اطلاعاتی که روزگاری در طلبش به همه جا می‌رفتند، هم اکنون از سراسر دنیا و از طریق یک خط تلفن با سهولت و سرعت، و با حجم زیاد و هزینه اندک در اختیار پژوهشگر و طالب علم قرار می‌گیرد. در عصر جدید، با تحول شیوه‌های انتشار علم، الگوهای ارائه اطلاعات دایره‌المعارفی نیز متحول شده است (مشیری، بی‌تا: ۳۲).

خودآگاهی به مجموعه ارزش‌ها، نمادها و جهان‌بینی‌هایی اشاره دارد که مردم آگاهانه برای معنابخشیدن به زندگی خود بدان‌ها متوسل می‌شوند و یا آن‌ها را تولید می‌کنند. از این رو خودآگاهی مقوله‌ای «طبیعی» یا «ذاتی» نیست؛ بلکه ماهیتی فرهنگی و تاریخی دارد. خودآگاهی‌ها در طی زندگی به دست می‌آیند و احتمالاً تحول می‌یابند. خانواده، مدرسه، رسانه‌های جمعی، دستگاه‌های دولتی، ساختارهای گفتمانی یا ایدئولوژیک، فرایند بسیج سیاسی و سایر عوامل در تشکیل یا تغییر خود آگاهی‌ها تأثیر می‌گذارند (بشیریه، ۱۳۸۲: ۸۰۲). بر اثر تغییر آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، دینی و جز این‌ها در مجموعه هویت ملی فرد نیز تغییراتی ایجاد خواهد کرد (رواسانی، ۱۳۸۵: ۲۲).

آگاهی سیاسی در برگیرنده طرز تلقی‌ها و ارزیابی از مسائل خاص سیاسی و یا از شخصیت‌ها و حوادث سیاسی است. به عبارتی، آگاهی سیاسی آگاهی‌ها، اطلاعات و دانسته‌های شهروندان درباره مفاهیمی مانند دولت، ملت، سیاست، حکومت، قدرت، اقتدار، مشروعیت، نفوذ سیاسی و غیره است که آنها را هر چه بیشتر برای احراز شان شهروندی در جامعه‌ای مردم سالار آماده می‌سازد (مسعودنیا، ۸۲: ۱۱).

چگونگی تأثیر اشکال فناوری بر تصورات انسان و پیوند او با زمان و مکان، پرسشی دیرپا و محوری در تکامل رسانه‌های ارتباطی بوده است. هارولد اینس، نخستین نویسنده‌ای بود که با شیوه‌ای سامان مند به این مسأله پرداخت. وی کار خود را با بررسی پیام‌های نهفته در ارتباطات همگانی یعنی جدایی پیام‌ها از فرستندگان آن‌ها و از زمان و بافتی که در آن پدید می‌آیند، آغاز

کرد. به باور او توانایی فراوان رسانه‌های جمعی در کاستن شدید شکاف طبیعی در ارتباطات انسانی در بنیاد خود شکلی از استعمار نو محسوب می‌شود (لال، ۱۳۷۸: ۳۶-۳۷).

جهانی شدن ارتباطات از یک طرف باعث فشرده شدن جهان در عالم واقعیت می‌شود و از طرفی باعث شکل گرفتن آگاهی نسبت به این جهان درهم فشرده می‌شود. بر مبنای این آگاهی، پدیده‌های اجتماعی در قالب پاره‌های جدا از هم و حتی گاهی متقابل با هم شناخته نمی‌شوند، بلکه همگی به عنوان بخش‌هایی از یک کلیت در هم تنیده به نام جهان فهمیده می‌شوند (سلیمی، ۱۳۸۴: ۲۷۱).

جهانی شدن ارتباطات، با نفوذ پذیر ساختن مرزها و افزایش چشمگیر برخوردهای فرهنگی، آگاهی انسان‌ها را از عناصر فرهنگی دیگر مانند هنجارها، ارزش‌ها، آداب و ادیان بیشتر می‌کند و این مهم، آگاهی از نسبی بودن دنیاهای اجتماعی- فرهنگی گوناگون و پرشمار است. در چنین شرایطی، باور داشتن به برتری دنیای خاص و دفاع کردن از درستی مطلق آن در برابر فرهنگ‌های دیگر بسیار دشوار می‌شود (تاجیک، ۱۳۸۴: ۲۸).

به نظر می‌رسد، اجتماعات فضای سایبر، به منبعی برای تضعیف حکومت در دنیای واقعی تبدیل شده است. چرا که اجتماعات اینترنتی نه تنها مشارکت معنادارتری را عرضه می‌نمایند، بلکه دانش را به شیوه‌ای تساوی طلبانه‌تری نشر و پخش می‌نمایند و طرف‌های ذینفع و علاقه‌مند را به یکدیگر متصل می‌سازند و بدین‌وسیله به اعضاء خود، برای عمل در دنیای مجازی و امور مورد نظرشان قدرت می‌بخشند و همچنین آنان را از وابستگی به خدمات تاکنون عرضه شده توسط رسانه‌های ملی، آزاد می‌سازند. این اجتماعات مجازی، به شیوه‌ای مخالف با شیوه‌های حکومت‌ها عمل می‌کنند زیرا بیشتر بر برابری مشارکت داوطلبانه متکی‌اند تا اعمال اقتدار و نابرابری‌های اساسی در قدرت. اجتماعات مذکور نظیر اینترنت، وفاداری را طلب نمی‌کنند، به خطوط ترسیم شده بر نقشه جغرافیایی وابسته نیستند و حق مشارکت همگانی را در صورت پیوستن به آن، برای تمامی افراد قائلند (ابو، ۱۳۸۵: ۱۲۴-۱۲۳).

امروزه انحصار حکومتی رسانه‌ها و خبرگزاری‌ها در هم شکسته است و بدون دخالت دولت‌ها (و گاه بدون رضایت آن‌ها) ملت‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و دیالوگی جهانی پدید آورده‌اند. امکان کنترل و نظارت حکومت‌ها بر جریان اطلاعات و اخبار به شدت کاهش یافته و سایت‌های اینترنتی، شبکه‌های رایانه‌ای و ایستگاه‌های ماهواره‌ای، با دادن آگاهی‌های جدید، مرزهای ملی را در نور دیده‌اند. بدین گونه، امکانات مخالفان حکومتی نیز در استفاده از تحولات

رسانه‌ای به شکل قابل توجهی افزایش پیدا کرده و اهرم‌های جدید قدرت در اختیار آن‌ها قرار گرفته است (اخوان کاظمی، ۱۳۸۱: ۸۶). در دنیایی که برخی آنرا انفجار اطلاعات می‌نامند باید اذعان داشت که در فرایند آگاهی بخشی و هویت سازی، صرف افزایش اطلاعات کافی نیست بلکه مساله مهم تر این است که افزایش اطلاعات می‌بایست با افزایش آگاهی و قدرت تحلیل ذهنی افراد همراه باشد (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۶۵). دلیل این امر را می‌بایست در دانش‌های خاص تولید شده در فضای گفتمانی جستجو کرد. کاستلز معتقد است: فرایند جهانی شدن موجب بوجود آمدن فرایند «خود سامان گر» شده است. فرایند خود سامانگر به لحاظ روان شناختی، ضریب پذیرش پیام را افزایش می‌دهد (عاملی، ۱۳۸۳: ۲۴).

مطالعات انجام شده نیز موید این مطلب است که عموم مردم، بیشترین سهم از آگاهی‌ها و اطلاعات را از رسانه‌های گروهی می‌گیرند (Tamson & Modogliani, 1989: 34). گیدنز به درستی خاطر نشان می‌سازد که جهان مدرن متاخر، به شدت بازتابی می‌باشد. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی افراد، شالوده هویتی آنان را می‌سازد (علمداری، ۱۳۸۴: ۱۱۷).

د) آسیب‌های وارده بر اعتماد سیاسی در عصر جامعه اطلاعاتی

همانطوری که پیشتر بدان اشاره شد، یکی از مولفه‌های بعد سیاسی هویت ملی در افراد، اعتماد سیاسی یا پذیرش مشروعیت و کارآمدی حکومت نزد افراد می‌باشد. اعتماد، نیرویی شگرف و پایان ناپذیر برای پیوند دادن حکومت و مردم، مردم و نهادهای حکومتی، آن هم از نوع مستمر، مستحکم، با دوام و مطمئن است (محرابی، ۱۳۸۹: ۲۶).

از نظر «آلبرت بندورا» اولین سطح از اعتماد سیاسی، اعتماد به دستگاه حاکمه می‌باشد که نشان از اطمینان فرد به نظام سیاسی‌اش، دارد. سطح دیگر، اعتماد به قواعد بازی در سیاست می‌باشد. اعتماد به قواعد بازی، متضمن پیدایش فرهنگ رقابتی و پذیرش قواعد رقابت از سوی بازیگران و نهادهای سیاسی است. براین اساس افراد زمانی وارد بازی سیاسی می‌شوند و از خود مشارکت سیاسی نشان می‌دهند، که به قواعد آن اعتماد داشته باشند.

و بالاخره آخرین بعد از اعتماد سیاسی، اعتماد به رقبای سیاسی می‌باشد. بدین معنا که رقبای سیاسی می‌بایست صحنه سیاست را صحنه رقابت دانسته (نه صحنه خصومت و دشمنی) و بازیگران سیاسی به رعایت قواعد بازی توسط رقبای اطمینان داشته باشند. این اعتماد متضمن

همزیستی بازیگران سیاسی همراه با رقابت سالم است. همچنین باید در نظر داشته باشیم که هر چه بازیگران سیاسی در مقایسه با یکدیگر درک نزدیک‌تری از مسائل داشته باشند، احتمال اعتماد به رقبای سیاسی افزایش می‌یابد.

با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی نظیر اینترنت، به نظر می‌رسد بی‌اعتمادی سیاسی نیز در میان افراد، شدت بیشتری بگیرد. چرا که پس از شیوع استفاده از اینترنت، به دلیل عدم نظارت کامل دولت بر آن و خصلتهایی چون ارزشی بودن، مجازی بودن، تعاملی بودن و جز این‌ها، آموزه‌هایی نظیر مردم‌سالاری، تساهل و تسامح، تکثر و پذیرش قرائت‌های مختلف از دین و سیاست نیز به شدت در میان افراد ترویج یافته و از این پس آنان خواستار این مطالبات از حکومت می‌شوند. در چنین شرایطی دولت تلاش می‌کند تا با گسترش نهادهای مدنی و سازمان‌های غیر دولتی، میزان مشارکت سیاسی افراد و اعتماد آن‌ها نسبت به نظام سیاسی را افزایش دهد، با این وجود، به دلیل در اختیار قرار گرفتن فضای مجازی اینترنت در دست همگان، این رسانه به عاملی قدرتمندتر از دولت جهت تاثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی مردم تبدیل شده است.

گفتنی است، در شرایطی که رسانه‌های سنتی نظیر رادیو و تلویزیون، از قوت و قدرت لازم جهت مقابله با رسانه متعامل اینترنت برای هویت‌سازی برخوردار نباشند، عوارضی سهمگینی مثل انزوا و عزلت‌گزینی اجتماعی-سیاسی، انفعال، تقدیرگرایی، بی‌اعتمادی و سیاست‌گریزی و نهایتاً تضعیف هویت ملی در ابعاد سیاسی آن را برای افراد به دنبال می‌آورد.

انقلاب اطلاعات موجب شده تا انتشار جهانی دانش اطلاعات که روزی در دسترس عده محدودی بوده است، در اختیار بسیاری از مردم به طور سریع و ارزان قرار گرفته است. نتیجه این کار انتشار سریع‌تر افکار و آرای نو می‌باشد که از مرزها عبور می‌کنند. این مهم موجب شده تا کشورهای فقیر، امکان دسترسی فوری به اطلاعات را داشته باشند و این چیزی است که روزی تنها به دنیای صنعتی اختصاص داشت. این انقلاب فناورانه با خود، الگوی تازه‌ای به وجود آورده است که بر همه عرصه‌های نظری سایه‌انداخته است و سرانجام این تحول به تکوین جامعه شبکه‌ای انجامیده است.

در جامعه شبکه‌ای، مخاطبان و مصرف‌کنندگان اطلاعات، صرفاً منفعل نیستند بلکه کنشگرانی به حساب می‌آیند که ارتباط متقابل برقرار می‌کنند. شاید رسانه‌های نوین را دیگر نتوان به مفهوم سنتی کلمه، رسانه‌های همگانی دانست که پیام‌های محدودی را برای انبوهی از

مخاطبان متجانس پخش کنند؛ زیرا به دلیل تعدد پیام‌ها و منابع، مخاطبان قدرت انتخاب بیشتری پیدا می‌کنند. در فرایند جهانی شدن و در دهکده جهانی، می‌توان این واقعیت را نیز دید که هرکس می‌تواند کلبه‌هایی فراخور حال هر منطقه و محل داشته باشد.

ه) حاکمیت منطق چندارزشی بر هویت ملی و شکل‌گیری هویت‌های فازی

با جهانی شدن ارتباطات، عناصر سازنده هویت ملی در حال دگرگونی است. به عبارتی، امروزه پیام‌هایی که از طریق اینترنت به افراد ارسال می‌گردد، به شدت بر دگرگونی هویتی آنان تأثیرگذار است. از آنجایی که محتوا و مضمون پیام‌های موجود در اینترنت چند ارزشی، و متکثر است، منابع هویت ساز در سطح فردی و ملی نیز بسیار متنوع شده است.

تحقیق حاضر معتقد است، تحت تأثیر چنین فضایی ابعاد سیاسی هویت ملی افراد نیز دگرگون خواهد شد. این تغییر در ساخت هویت ملی که تحت تأثیر فضای حاکم بر رسانه اینترنت در حال پایدار شدن است، بستر لازم جهت برسازی هویتی و شکل‌گیری نوع جدیدی از هویت، تحت عنوان «هویت فازی» را برای افراد پدید آورده است. اصل فازی بیان می‌دارد که همه چیز نسبی است. به عبارتی، فازی بودن به معنای چند ارزشی بودن است (کاسکو، ۱۳۸۰: ۴۱). بر این اساس، حالت فازی بیان می‌دارد که هویت در افراد، نسبی و سیال است. این شکل از هویت در نتیجه استفاده افراد از رسانه‌های دیجیتال نظیر اینترنت پدید می‌آید. چرا که رسانه‌های نوین به دلیل خصلت متعامل و غیر انحصاری، فرصت‌های جدیدی را جهت تعامل افکار و اندیشه‌ها برای افراد به دست می‌دهد. این مهم موجب سیالیت در هویت آنان شده و شکل جدیدی از هویت (هویت فازی) را به آنان عرضه می‌دارد.

به‌طور کلی نقش‌پذیری هویت افراد از رسانه‌ها را می‌توان به دو دوره تقسیم نمود:

۱- استیلای گفتمان منطق دو ارزشی (باینری) بر ساخت هویتی افراد (دوران حاکمیت رسانه‌های سنتی)

تا پیش از ورود رسانه‌های دیجیتال نظیر اینترنت، تنها منبع هویت ساز و هویت بان، دولت و مجموعه‌ای از نهادهای دولتی بود که با استفاده از رسانه‌های سنتی نظیر تلویزیون و رادیو، مدیریت افکار عمومی را در جهت یک‌ایده‌ولوژی واحد که همچون تئوری راهنمای عمل برای

هویت افراد بود، در دست داشت. دولت از طریق رسانه‌ها، به آموزش و تبلیغ ارزش‌ها و ایستارها پرداخته و از این طریق مرزهای خاصی را برای «سیاست هویتی» افراد ایجاد نموده و بر طبیعی‌سازی یک صورت بندی خاص از هویت ملی افراد می‌پرداخت، تا بدین شکل الگویی مشخص از «غیرت» ایجاد نماید.

در منطق دو ارزشی حاکم بر رسانه‌های سنتی، «ما» و «آنان» در کانون توجه قرار دارد. به عبارتی فضای حاکم بر این رسانه‌ها، فضایی دو ارزشی است که برای افراد در انتخاب ارزش‌ها و هنجارها تنها دو گزینه در اختیار قرار می‌دهد. این همان چیزی است که از آن تحت عنوان فلسفه غیریت سازی یاد می‌شود. در این شرایط محتوا به صورت همگن و در کانون ایدئولوژی واحدی به افراد عرضه می‌شد. بر این اساس هویت افراد بر اساس مونولوگ یا گفت و گوی یک طرفه شکل می‌گرفت. رسانه‌های سنتی به دلیل حاکمیت منطق دو ارزشی (باینری) بر آن، قادر بودند تا به تناسب یک ایدئولوژی واحد و راهبردهایی که در انطباق با هدف‌های ملی انتخاب می‌شد، به پایداری یا تغییر ارزش‌ها و هنجارهای سیاسی- فرهنگی کمک کنند.

در شرایطی که رسانه‌های سنتی به دلیل خصلت یک سویه و دو ارزشی (باینری)، مدیریت افکار عمومی را در دست داشتند، افراد تنها یک منبع جهت هویت‌سازی در اختیار داشتند. تحت تأثیر این فرایند، دولت بیشترین نقش در ساختن هویت ملی به‌طور عام و ابعاد سیاسی آن (نظیر آگاهی سیاسی و اعتماد سیاسی) بطور خاص را در جامعه بر عهده داشت و با سیطره خود بر نهادهای هویت ساز در جامعه، عنصر اصلی هویت ساز و واجد بیشترین توانایی در این خصوص بود.

۲- استیلای گفتمان منطق فازی (چند ارزشی) بر ساخت هویتی افراد (دوران جامعه اطلاعاتی و حاکمیت رسانه‌های دیجیتالی)

در این دوران، استیلای دیرین زندگی عمومی با ساختارهای تعیین شده توسط دولت، محدود به یک ناحیه جغرافیایی و تحت تأثیر رسانه‌های سنتی نظیر رادیو، تلویزیون، روزنامه و کتاب به پایان رسید. فضای متکثر شبکه‌ای، سلطه این ساختارها را به تدریج فرسوده ساخته و دیگر این فضاهای شبکه‌ای در کشورها در قید مستقیم یک قلمرو جغرافیایی خاص قرار ندارد. در این دوران ما شاهد ظهور و گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی نظیر رسانه متعامل اینترنت هستیم. از این زمان به بعد جوامع در چرخشگاه تمدنی جدید قرار گرفت و

بواسطه آزاد شدن جریان اطلاعات، تغییرات مهمی در عرصه‌های مختلف هویتی برای افراد ایجاد شد. به عبارتی، تنوع بیشتر محتوا و افزایش کنترل کاربران بر خود در محیط مجازی اینترنت، توان رسانه‌های سنتی را در مورد هدایت مخاطبان به یک محیط نمادین مشترک، کاهش داده است. از آنجایی که جهان بینی‌های متفاوتی از طریق اینترنت انتشار می‌یابد، تنوع در انتخاب ارزش‌ها برای افراد نیز افزایش می‌یابد. به همین میزان منابع هویت ساز آنان نیز متنوع و متکثر شده، زمینه را برای ایجاد هویت‌های چند ارزشی یا فازی فراهم می‌سازد.

به بیانی دیگر، امروزه دسترسی به حجم وسیع اطلاعاتی و برخورداری از امکانات و ابزارهای نوین فناوری ارتباطی، افق جدیدی را پیش روی افراد جهت هویت یابی خود، گشوده است و آنان نیز به مدد فضای سایبر، سهمی را در مبادلات معنا پیدا کرده‌اند. بر همین اساس، مرزهای هویتی جدید دائما تغییر پذیر است و هر کس با گزینش شیوه‌های تازه زندگی، در جستجوی هویتی جدید برای خویشتن است.

در حوزه عمومی مجازی اینترنت، امکان‌های جدیدی برای نقد تعریف رسمی از هویت ملی در ابعاد سیاسی آن توسط افراد بوجود آمده است. به بیانی دیگر، اینترنت به عنوان بارزترین وجه فضای سببرنتیک، دسترسی افراد را به اطلاعات مختلف افزایش داده، به ایجاد روابط دو سویه میان افراد، گروه‌ها و طرح و نقد دیدگاه‌ها و نظرات آن‌ها، یاری رسانده است.

در این دهه استفاده روز افزون از رسانه غیرانحصاری اینترنت موجب تحکیم پیوندهای سیاسی- فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی میان بازیگران در سطح ملی و فراملی شده است و در مقابل، دولت که زمانی مهمترین منبع هویت ساز مردم بود در برابر مراکز اقتدار فراملی (به مثابه منابع هویت ساز جدید) توانایی خود را جهت هویت سازی افراد کم رنگ‌تر از گذشته می‌بیند.

نتیجه‌گیری

بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی، بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های نوین ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر سبب گشایش مرحله تازه‌ای در جوامع بشری شده است؛ مرحله‌ای که با اصطلاحاتی نظیر: جامعه فراصنعتی (دانیل بل)؛ پست مدرنیسم (ژان بودریار)؛ گستره همگانی (هابرماس)؛ جامعه شبکه‌ای (مانوئل کاستلز)؛ و جامعه اطلاعاتی توصیف و تبیین شده است. در شناسه این جامعه، می‌توان

پدیده‌هایی از جمله اقتصاد اطلاعاتی جهانی، هندسه متغیر شبکه‌ای، فرهنگ مجاز واقعی، توسعه حیرت‌انگیز فناوریهای دیجیتال خدمات پیوسته، و نیز فشردگی زمان و مکان را برشمرد. ورود به جامعه اطلاعاتی، همچون مرحله گذر از جامعه کشاورزی به جامعه صنعتی، تمامی جنبه‌های حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده، عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را با انبوهی از فرصت‌ها و چالش‌های اساسی مواجه ساخته است و از این روست که مفهوم جامعه اطلاعاتی، امروزه، به سرچشمه‌ای از بحث‌ها و گفتمان‌های فراوان تبدیل گردیده است. انقلاب اطلاعات، ابعاد سیاسی هویت ملی افراد را نیز دستخوش تحول کرده است. خروج جوامع از پوسته سنتی و ورود به عرصه جدیدی از تغییرات به صورت طبیعی، همگان را در معرض تلقی جدیدی از مفهوم بعد سیاسی هویت ملی نظیر اعتماد سیاسی و آگاهی سیاسی قرار داده است. از این رو امروزه مولفه‌های مذکور، نه در مونولوگ (گفت و گوی یک طرفه) بلکه در فرایند دیالوگ (گفت و گوی بین‌الطرفینی) شکل می‌گیرند.

به همین منظور تحقیق حاضر به دنبال آزمون این فرضیه بود که جامعه اطلاعاتی موجب تضعیف بعد سیاسی هویت ملی افراد شده است. نتایج پژوهش نشان از تایید فرضیه فوق دارد. نتایج داده‌ها نشان از آن دارد که با شیوع استفاده از رسانه‌های الکترونیکی نظیر اینترنت، دیگر رسانه‌های سنتی، تنها منبع هویت‌ساز برای افراد قلمداد نمی‌شوند بلکه این رسانه‌ها به دلیل خصلت تعاملی که دارند، مرزهای هویتی جدیدی را برای کاربران ایجاد می‌کنند که دائماً تغییر پذیر است و هر کس در آن، با گزینش شیوه‌های تازه زندگی، در جستجوی هویتی جدید در تمام ابعاد آن (فردی و جمعی) برای خویشتن است.

امروزه افراد اطلاعات خود را از طریق اینترنت دریافت کرده و سپس در بستر ارتباط تعاملی که بیشتر جنبه گفتمانی دارد، آن را به پیروان خود منتقل می‌سازند. از این رو تک‌تک افراد را می‌توان ارسال‌کنندگان اطلاعاتی بانفوذ دانست که همچون یک رسانه عمل می‌کنند. این نکته موید نظریات «کاتز» و «لازارسفلد» است. چرا که آنان رهبران فکری را به عنوان افرادی تعریف می‌کنند که اطلاعات را از رسانه‌ها دریافت می‌کند و آن را به همگنان خود منتقل می‌سازند. به این ترتیب رهبران فکری، بخشی از گروه مرجع خود به شمار می‌روند.

به هر روی، تایید شدن فرضیه اصلی نشان می‌دهد که هرچه افراد در مواجهه با اینترنت، فعالیت و مشارکت بیشتری داشته‌اند، در تولید معنا سهم بیشتری پیدا کرده و به همین سیاق ابعاد سیاسی هویت ملی شان بیشتر از گذشته تحت تأثیر قرار می‌گیرد. همچنین، در شرایط

وفور ارزش‌ها (و متعاقب آن افزایش آگاهی سیاسی افراد) از آنجایی که دولت نیز قدرت خود در زمینه کنترل محتوای رسانه‌ها از دست می‌دهد، افراد به کارگزاری تبدیل می‌شوند که هویت ملی خود را در ابعاد مختلف آن و به دور از دیده‌گان دولت و متأثر از فضای چند ارزشی حاکم بر فضای متعامل اینترنت، می‌سازند.

افراد در فضای اینترنت، با خلق آثار و گزینش آزادانه محتوا، فرصت‌های جدیدی را برای برسازی هویت خود، با بهره‌گیری از ارزش‌های متنوع موجود در فضای اینترنت در تمام ابعادش پیدا کرده‌اند. در چنین شرایطی آنان هویت‌های فازی پیدا می‌کنند که متأثر از ارزش‌های متکثر موجود در فضای سایبر می‌باشد. همچنین، نتیجه داده‌ها می‌تواند تایید کننده نظریات سعیدرضا عاملی در مقاله دوجهانی شدن‌ها باشد. وی در این مقاله معتقد است، وقتی افراد ارتباطات بیشتری در شبکه اینترنت با هم دارند تاثیر پیام بر یکدیگر را افزایش می‌دهند. در این راستا می‌توان اذعان داشت که استفاده بیشتر افراد از اینترنت طی سال‌های متمادی باعث می‌شود یک پیام بطور مکرر و در قالب‌های متفاوت به آنان اعلام شود. در چنین شرایطی، ضریب اثرگذاری پیام بر افراد افزایش می‌یابد. همین امر، به دلیل تغییراتی که در برداشت‌های افراد ایجاد می‌کند، ابعاد سیاسی هویت ملی آنان را نیز در وضعیتی قرار می‌دهد که متفاوت و حتی مغایر با زمانی است که از اینترنت یا استفاده نمی‌کنند و یا کمتر استفاده می‌کنند.

در نهایت می‌توان اذعان داشت که عصر ارتباطات، عصر سیالیت در هویت‌ها است. بر این مبنی، پیام‌هایی که از طریق اینترنت به افراد ارسال می‌گردد، به شدت بر دگرگونی هویتی آنان تأثیرگذار است. این تغییر انگاره‌ها و ارزش‌ها، که تحت تأثیر رسانه اینترنت در حال پایدار شدن است، بستر لازم جهت برسازی هویتی افراد را پدید آورده و موجبات تضعیف بعد سیاسی هویت ملی آنان را نیز فراهم آورده است.

پیشنهادات

از آنجایی که هویت ملی عاملی مهم جهت همبستگی ملی محسوب می‌شود و از طرفی دیگر ابعاد سیاسی آن نیز در وفاداری افراد نسبت به نهادها، نظام حکومتی، ارزش‌ها و ایدئولوژی سیاسی جمهوری اسلامی ایران نقشی اساسی ایفا می‌کند لذا بر اساس تایید فرضیه اصلی، ضروری به نظر می‌رسد تا در راستای تقویت ابعاد سیاسی هویت ملی که در این تحقیق اعتماد سیاسی و آگاهی سیاسی می‌باشد، پیشنهاداتی به قرار زیر داده شود:

الف) در حیطه نحوه برخورد با پیام‌های رسانه اینترنت

در دنیایی که برخی آن را انفجار اطلاعات می‌نامند باید اذعان داشت که در فرایند آگاهی بخشی و هویت‌سازی، صرف افزایش اطلاعات کافی نیست بلکه مساله مهم‌تر این است که افزایش اطلاعات می‌بایست با افزایش آگاهی و قدرت تحلیل ذهنی افراد همراه باشد. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها می‌آموزد و در عین حال دیدگاهی تحلیلی و نقادانه نسبت به پیام‌های رسانه‌ای فراهم می‌سازد تا جایی که آنان به جای مصرف‌کنندگان فرهیخته، منتقدانی فرهیخته به حساب می‌آیند. به لحاظ نظری، با داشتن سواد رسانه‌ای در مقابل پیام‌های حاصل از رسانه اینترنت، می‌توانند آسیب‌پذیری کمتری را متوجه بعد سیاسی هویت ملی‌شان (اعتماد سیاسی، آگاهی سیاسی) کنند. زیرا از این طریق، پیام‌هایی را که به منظور تأثیر گذاری بر آنها طراحی و ارسال شده (در سطوح مختلف) مورد شناسایی قرار خواهند داد.

ب) در حیطه آگاهی سیاسی

- ۱- افزایش آگاهی سیاسی شهروندان توسط رسانه‌های ملی، به‌منظور پیشگیری از کسب آگاهی آنان از طریق رسانه اینترنت؛
- ۲- شفاف سازی و اطلاع رسانی به موقع و کامل توسط رسانه‌های ملی.

ج) در حیطه اعتماد سیاسی

- ۱- افزایش اطمینان شهروندان به امنیت در محیط بازی سیاسی؛
- ۲- افزایش احساس رضایتمندی در میان شهروندان از طریق توزیع عادلانه فرصت‌های سیاسی؛
- ۳- افزایش اطمینان شهروندان به پاسخگویی دولت؛
- ۴- افزایش اعتماد شهروندان به قابلیت‌های سیاسی خود در محیط سیاسی.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- اخوان کاظمی، مسعود (۱۳۸۱). «نظم نوین رسانه‌ای؛ ضرورتی در راستای گسترش صلح و امنیت جهانی»، نشریه رسانه، سال سیزدهم، شماره ۴.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۲). «تحول خودآگاهی‌ها و هویت‌های سیاسی در ایران»، **مطالعات ملی**، سال سوم، شماره ۱۱.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۱). **واژه‌نامه ارتباطات**. تهران: سروش.
- شهرام نیا، امیر مسعود (۱۳۸۶). **جهانی شدن و دموکراسی در ایران**. تهران: نگاه معاصر.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳). «دو جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های هم‌زمان»، **مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن**. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات**، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاک باز، جلد سوم پایان هزاره. تهران: طرح نو.
- کاسکو، بارت (۱۳۸۴). **تفکر فازی**، ترجمه علی غفاری. تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۴). «گفتمان‌های هویت ساز در عصر جهانی‌شدن»، **مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن**. تهران: مرکز تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۱). **مفاهیم بنیادین در مطالعات قومی**. تهران: تمدن ایرانی.
- جهانبگلو، رامین (بی‌تا). **موج چهارم**. تهران: نی.
- لال، جیمز (۱۳۷۸). **رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ**. تهران: موسسه ایران.
- محرابی، علیرضا (۱۳۸۹). «مبانی و مولفه‌های انسجام ملی»، **مجموعه مقالات کنکاشی در هویت ایرانی**، به کوشش ابراهیم حاجیانی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- مشیری، مهشید (بی‌تا). «دایرةالمعارف الکترونی، ابزاری برای برقراری ارتباط در قرن بیست و یکم»، **مجموعه مقالات ایران و جامعه اطلاعاتی**.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴). «هویت و مجاز: تأثیر هویتی از اینترنت»، **مطالعات ملی**، سال پنجم، شماره ۴.
- شیخاوندی، داور (۱۳۷۸). «میز گرد وفاق ملی»، **مطالعات ملی**، سال اول، شماره ۱.
- رواسانی، شاپور (۱۳۸۵). **زمینه‌های اجتماعی هویت ملی**. تهران: باز.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴). «انسان مدرن و معمای هویت»، **مطالعات ملی**، سال ششم، شماره ۱.

مسعودنیا، حسین (۱۳۸۲). «نقش رسانه‌های الکترونیکی در میزان آگاهی سیاسی دانشجویان اصفهان»، *مجله علمی - تخصصی پژوهش‌های سیاسی*، سال اول، شماره چهارم.
سلیمی، حسین (۱۳۸۴). *نظریه‌های گوناگون در جهانی شدن*. تهران: سمت.

(ب) منابع انگلیسی

- Tamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). "Media discourse and public opinion on nuclear power, A constructionist approach", *American Journal of sociology*, London: sage.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture* Cambridge, polity press.

