

مجموعه مقالات دهمین همایش ملی علمی - پژوهشی خلیج فارس



به اهتمام
بابک ارسیا
دکتر سیدسعید هاشمی

جلد اول

مجموعه مقالات دهمین همایش ملی علمی - پژوهشی خلیج فارس

سرشناسه : همایش ملی علمی - پژوهشی خلیج فارس (دهمین ۱۳۹۳)

عنوان و نام پدیدآور : مجموعه مقالات دهمین همایش ملی علمی - پژوهشی خلیج فارس / تهیه و تدوین بابک ارسیا، سید سعید هاشمی؛ [برای] جهاد دانشگاهی، مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران.

مشخصات نشر : تهران : جهاد دانشگاهی واحد صنعتی امیرکبیر

مشخصات ظاهری : ج۲: ۵۵۶ مصور، جدول.

شابک : ۴۵۰۰۰ ریال؛ ج ۲؛ ۵-۱۷۹-۲۱۰-۹۶۴-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت: واژه نامه.

موضوع : خلیج فارس — کنگره ها

موضوع : خلیج فارس — مقاله ها و خطابه ها

شناسه افزوده : ارسیا؛ بابک، ۱۳۵۳

شناسه افزوده : هاشمی؛ سید سعید ۱۳۴۶

شناسه افزوده : جهاد دانشگاهی. مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران.

شناسه افزوده : انتشارات جهاد دانشگاهی واحد صنعتی امیرکبیر

رده بندی کنگره : ۱۳۹۲ ۸۵ / هـ DSR۲۱۳۴

رده بندی دیویی : ۹۵۵/۷۳۵

شماره کتابشناسی ملی : ۲۳۴۳۲۹۵



مرکز گردشگری علمی - فرهنگی
دانشجویان ایران

به اهتمام: بابک ارسیا، دکتر سید سعید هاشمی

ویراستار: صدرا عمویی

طراحی جلد و صفحه آرایی: مهدی بهادرانی

ناشر: جهاد دانشگاهی واحد صنعتی امیرکبیر

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۳

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت دوره ۲ جلدی: ۴۵۰۰۰۰ ریال

جلد دوم

نمونه‌خوانی رابطه هویت و توسعه در دولت‌های نمانام حوزه خلیج فارس مطالعه موردی: امارات متحده عربی

دکتر مهدی نجف‌زاده^۱، سارا اکبری^۲، محدثه جزایی^۳

چکیده

رابطه میان هویت و توسعه متناقض‌نما است. افزون بر نوع رابطه‌ای که این دو مفهوم در تشکل دولت‌های مدرن دارند، تقدم و تاخر هر یک نیز همچنان از چالش‌های اکادمیک محسوب می‌شود. در تحلیل نوسازی غربی گفته می‌شود حل و فصل بحران هویت نقطه عزیمت توسعه سیاسی اقتصادی است. اما تجربه جدید نشان می‌دهد همیشه چنین اصلی شرط گذار به جامعه مدرن نیست. در یک فراگشت تاریخی، برخی از کشورهای خاورمیانه جهتی معکوس را پیموده‌اند به نحوی که به رغم علائم تشدید کننده بحران هویتی که جهانی شدن نیز بر دامنه آن افزوده است، برخی از کشورها به بساختن هویت ملی از رهگذر توسعه اقتصادی مبادرت کرده‌اند. نویسندگان مقاله حاضر به این کشورها عنوان «دولت‌های نمانام (برندینگ)» اطلاق کرده‌اند و معتقدند تصویرسازی از یک کشور خاص در محیط بین‌المللی، تصحیح تصاویر پیشین و اعطاء هویت‌های جدید به شهروندان تحت لوای دولت ملی از جمله اهداف و راهبردهای دولت‌های نمانام است.

بر اساس شواهد ارائه شده در این مقاله امارات متحده عربی به مثابه نمونه‌ای از این مدل توسعه، عمل کرده است. این کشور فاقد زمینه تاریخی و هویت سیاسی و اجتماعی نهادینه شده و طولانی است و در طی دهه اخیر کمتر از انسجام سیاسی و اجتماعی برخوردار بوده است. به رغم این واقعیت تاریخی، حکمرانان امارات از رهگذر توسعه شتابان اقتصادی، نمانام سازی ملی را به مثابه راه حلی برای حل و فصل بحران هویت انتخاب کرده‌اند. «بین‌المللی کردن امارات» از طریق سیاست‌های فرهنگی، ورزشی، رسانه‌ای، صنعت هواپیمایی و مراکز تجارت آزاد از جمله مهم‌ترین راه حل‌های این کشور برای خلق هویت ملی در سال‌های اخیر بوده است.

واژه‌های کلیدی: نمانام (برندینگ)، هویت، توسعه اقتصادی، خلیج فارس، امارات متحده عربی.

۱- استادیار علوم سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد، m.najafzadeh@um.ac.ir

۲- نویسنده مسئول، دانشجوی کارشناسی‌ارشد علوم سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد، sa_ak195@stu_mail.um.ac.ir

۳- دانشجوی کارشناسی‌ارشد علوم سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

توسعه کشورهای غربی و پیدایش نظام‌های مدرن ناشی از آن، به ویژه پس از جنگ جهانی دوم به عنوان یک الگوی جهانشمول تلقی شده و در متون کلاسیک نوسازی این انتظار وجود دارد که مشابه این ساختارهای سیاسی در کشورهای غیرغربی نیز یک تحول تاریخی برقرار شود. بر اساس مدل نوسازی دموکراتیک، صرف نظر از ناهمبندی‌های سیاسی اجتماعی، همه جوامع در گذار به توسعه سیاسی، از مسیرهای مشخص عبور می‌کنند. یکی از نظریاتی که چهارچوب منسجمی را در توضیح و تبیین این مسأله دارد، نظریه «بحران‌های سیاسی» است که توسط لوسین پای ارائه گردیده است. این نظریه تلاش دارد راه دستیابی به تجدد و توسعه را بر اساس حل و فصل بحران‌های چندگانه توضیح دهد. براساس این نظریه، هر جامعه از طریق پشت سر گذاشتن حداقل پنج بحران هویت^۱، مشروعیت^۲، مشارکت^۳، نفوذ^۴ و توزیع^۵ به توسعه دست می‌یابد (ساعی، ۱۳۸۶: ۳۷). در این بین بحران هویت اولین و مهم‌ترین مسأله‌ای است که باید حل شود، چراکه پرسش از جستی جوامع و پاسخ به آن شرط گذار به مراحل بعدی توسعه سیاسی است. تجربه موفق بسیاری از کشورهای غربی نشانگر این امر است.

در نگاهی تاریخی، تجربه سیاسی کشورهای غیرغربی و پیدایش انواع نظام‌های الیگارش، میلیتارستی و حکومت‌های اقتدارطلب، نشان داد که پیدایش و استقرار نظام‌های دموکراتیک بر اساس الگوی نوسازی دموکراتیک با مشکلات عمده‌ای مواجه است. ضمن این که در خصوص برخی از کشورها، رسیدن به شاخص‌های توسعه اقتصادی، بدون عبور از بحران هویت امکان پذیر بوده است. نمونه‌های جدید دولت‌ها در خاورمیانه و بویژه کشورهای عربی حوزه خلیج فارس این قاعده را تقویت می‌کند که انقلاب از بالا و مدل دولت اقتدارگرای توسعه می‌تواند در یک «فراگشت وارونه» به خلق و ساخت هویت‌های ملی حداقل در کوتاه مدت کمک کند.

بسیاری از واحدهای سیاسی واقع در حوزه خلیج فارس، که به لحاظ حقوقی عنوان دولت ملی دارند، حتی با گذشت چند دهه از استقلال هنوز نتوانسته‌اند روند دولت-ملت‌سازی به ویژه بحران هویت را به گونه‌ای مطلوب طی نمایند و از جنبه‌های مختلف از جمله همگرایی ملی و دستیابی به هویت منسجم، تثبیت نهادهای سیاسی و حاکمیت ملی با مشکلات زیادی روبه رو بوده‌اند. این موضوع ما را با پدیده جدید در فرایند توسعه با عنوان دولت‌های نمانم رهنمون می‌سازد.

1- Identitäts-Krise

2- Legalität-Krise

3- Partizipation-Krise

4- Einfluss-Krise

5- Verteilung-Krise

دولت‌های نمانام آنهایی هستند که از طریق توسعه اقتصادی، و تصویرسازی بین‌المللی مبادرت به برساختن هویت ملی خود می‌کنند.

در یک نمونه‌خوانی از اغلب کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، امارات متحده عربی از هنگام پاگرفتن در ۱۹۷۱ تاکنون با چالش‌های سنگین هویتی روبه رو بوده است. نوع ژئوپولتیک امارات متحده عربی و نیز اختلاف‌های دامنه دار سرزمینی آن کشور با همسایگان از یک سو و اختلاف دامنه‌دار هفت عضو فدراسیون امارات متحده عربی با یکدیگر، از جمله موانع اساسی در فرایند دولت-ملت‌سازی در این امارات متحده است. با وجود گذشت تقریباً چهار دهه از پیدایش این کشور اختلافات همچنان باقی است و در این مدت امارات متحده عربی کمتر «متحد» بوده است و حتی در سنجش با دیگر کشورهای حوزه خلیج فارس، سست‌ترین و ناهمبسته‌ترین نظام سیاسی را داشته است. فقدان زمینه‌های تاریخی و هویت سیاسی و اجتماعی نهادینه شده، اختلافات و رقابت‌های سیاسی و اقتصادی، اختلافات نژادی و قبیله‌ای و توسعه ناموزون اقتصادی میان هفت امارات سبب گردیده است که پروژه دولت-ملت‌سازی در این کشور به گونه‌ای ناقص رخ نماید که این امر عدم انسجام سیاسی و اجتماعی را در پی داشته است. قدرت سیاسی در هر یک از امارات منحصر در یک خانواده است و حکومت در این خانواده‌ها موروثی است. عدم شکل‌گیری هویت ملی و احساس تعلق و پای‌بندی به یک نظام سیاسی خاص در امارات متحده عربی یکی از مهم‌ترین مشخصه‌های این دولت در تکوین فرآیند توسعه سیاسی بوده است.

با این همه و علی‌رغم وجود نارسایی‌های ساختاری در این زمینه، امارات عربی متحده گام‌های بلندی در عرصه توسعه‌یافتگی و خصوصاً توسعه اقتصادی برداشته است؛ به گونه‌ای که اتحادیه امارات عربی را شاید بتوان بهترین نمونه پیشرفت سریع و آبادانی و عمران شهری در میان کشورهای منطقه خلیج فارس دانست. پیشرفت چشمگیر در عرصه‌های مختلف صنعت، انرژی، بانکداری، حمل و نقل و ارتباطات، صادرات و واردات، بازرگانی خارجی و صنایع غیر نفتی طی سال‌های اخیر، امارات عربی متحده را در میان کشورهای حوزه خلیج فارس و حتی خاورمیانه به لحاظ توسعه اقتصادی، بازده اجتماعی و توسعه انسانی در جایگاه بسیار بالایی قرار داده است؛ تاجایی که می‌توان آن را توسعه یافته‌ترین کشور در سال‌های اخیر در حوزه خلیج فارس معرفی نمود. در اصل دولت امارات متحده عربی در جریان توسعه اقتصادی مبادرت به خلق نمانام‌های تجاری-سیاسی کرده است. تأکید بر خواسته‌های هویتی از طریق برندسازی ملی، از جمله راهکارهایی است که کشورهای پیرامون خلیج فارس و به ویژه قطر و امارات متحده عربی در جهت غلبه بر بحران‌های هویتی تاریخی اتخاذ کرده‌اند. بر پایه این مفروض پژوهش حاضر نقطه عزیمت

خود را بر پایه این فرضیه قرار داده است که دولت‌های نمانام بر خلاف مدل‌های اصلی، تلاش می‌کنند، بحران هویت را از طریق برند ملی و نمانام شدن حل و فصل کنند.

مبانی نظری

الف) بحران‌های توسعه سیاسی

بر اساس مدل نوسازی سیاسی، توسعه سیاسی با شاخص‌هایی نظیر سازماندهی نیروهای اجتماعی، نهادمندی ساختار سیاسی، فرآیند سیاسی باز و فرهنگ دموکراتیک و انجام کار ویژه‌های اساس مورد انتظار از سوی دولت مورد شناسایی قرار می‌گیرد. از رهگذر این الگو، دولت ملت‌سازی پرسه‌ای است که از طریق آن امکان عبور از توسعه نیافتگی به توسعه‌یافتگی میسر می‌شود. به هر حال گذار به توسعه دموکراتیک مستلزم عبور از بحران‌های مختلف است. لوسین پای در کتاب «جنبه‌های توسعه سیاسی» از پنج بحران که در فرآیند دولت مدرن مهم و حائز اهمیت می‌باشند، سخن به میان آورده است. غایت حل این بحران‌ها، تکوین و تکمیل دولت مدرن به وجه دموکراتیک آن می‌باشد و مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱- بحران هویت: روش‌های متعددی برای توصیف و تعریف بحران هویت در فرآیند توسعه وجود دارد. از بسیاری جهات، مفهوم بحران هویت با عواطف مربوط به ناسیونالیسم و احساسات مردمی ارتباط می‌یابد که در یک جامعه مشترک گرد هم می‌آیند. این احساس که با یک نظام سیاسی خاص و یک محدوده تعریف شده ارضی همراه است در جوامع مدرن و با ثبات، بر دیگر احساسات فرعی مربوط به طبقه یا حرفه، منطقه یا محله غلبه دارد (پای و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۶۹) در واقع خواست دولت‌های ملی، ایجاد وفاداری‌های یکسان و هماهنگ است. از این رو ناسیونالیسم یکی از ابعاد مهم توسعه سیاسی تلقی می‌شود. البته در همه کشورها گروه‌های مختلف اجتماعی، هویت جمعی (قومی، زبانی، فرهنگی و...) متفاوتی دارند. برخی نظریه پردازان معتقدند که اگر وجه مشترکی در انواع هویت‌ها پیدا نشود، در آن صورت بحران هویتی شکل می‌گیرد و این بحران از تکوین دولت مدرن جلوگیری می‌کند. این بحران ممکن است ناشی از عواملی نظیر ضعف و زوال هویت سنتی، چندقابلیت هویت‌ها و عدم تکوین هویت ملی جدید در چهارچوب دولت‌های ملی باشد؛ البته این نکته را باید متذکر شد که امروزه بحران هویت ملی به گونه‌ای مطرح می‌شود که از چهارچوب دولت‌های ملی فراتر می‌رود. با توجه به تضعیف دولت‌های ملی در فرآیند جهانی شدن، در ادبیات جدید بحث هویت‌های فراملی و فرا فرهنگی نیز مطرح گردیده است (بشیریه، ۱۳۷۹: ۲۹۱).

در فرآیند توسعه سیاسی بحران هویت وقتی رخ می‌دهد که یک جامعه دریابد که آنچه را تاکنون به طور درستی و بی‌چون و چرا به عنوان به عنوان تعاریف فیزیکی و روان شناسانه «خود جمعی»

اش پذیرفته است، تحت شرایط جدید دیگر قابل پذیرش نیست. چهار شکل اصلی از بحران هویت وجود دارد. اولین نوع بحران مزبور به احساسات مربوط به سرزمین و رابطه فضای جغرافیایی با احساسات ناسیونالیستی ارتباط می‌یابد. دومین شکل آن وقتی رخ می‌نماید که ساختار اجتماعی و بویژه تقسیمات طبقاتی چنان گسترش یابد که مانع وحدت ملی کارآمد گردد. سومین صورت آن با تعارض بین هویت‌های قومی یا دیگر هویت‌های قرو ملی^۱ و تعهد به یک هویت ملی مشترک سرو کار دارد. چهارمین شکل بحران هویت در اثر پیامدهای روان شناسانه تغییر اجتماعی و احساسات دوگانه نسبت به بیگانگان ایجاد می‌شود این نوع از بحران هویت، عموماً شکل احساسات عمیقاً مختلط راجع به جهان مدرن و سنت‌های تاریخی یک فرد را به خود می‌گیرد. وقوع چهار شکل مذکور از بحران، امری امکان پذیر است چراکه مردم در روش‌هایی که بر اساس آنها هویت شان را نسبت به مکان، طبقه، قومیت و زمان یا تاریخ تعیین می‌کنند متفاوتند (پای و دیگران، ۱۳۸۰: ۱۱۷-۱۸۰).

۲- بحران مشروعیت: این بحران به تغییر در ماهیت اقتدار نهایی^۲ که التزام سیاسی مدیون آن است، اشاره دارد. همسان سازی مفهوم اقتدار سیاسی و تک منبعی نمودن اقتدار سیاسی برای گریز از کشمکش‌های ناشی از چندگانگی منابع مشروعیت بخش، شرط توسعه سیاسی است (بشیریه، ۱۳۷۹: ۲۹۲). ساده‌ترین نوع بحران مشروعیت وقتی رخ می‌دهد که رهبران حکومتی، که غالباً نیاز شدید به قدرت و ظرفیت پاسخ گویی بیشتر دولتی مواجه‌اند، نتوانند برای اقتدار گسترش یافته، مبنایی مردم پسند بیابند یا به‌این نتیجه برسند که ادعاهای تثبیت مشروعیت اولیای امور دولت جدید با دیگر اولیای امور موجود در جامعه، در تعارض است (پای و دیگران، ۱۳۸۰: ۲۰۹).

۳- بحران مشارکت: حالت عمده‌ای که در آن بحران مشارکت به ظهور می‌رسد، حالتی است که در آن تعداد اشخاص مشارکت‌کننده در فرآیند سیاسی افزایش می‌یابد. همراه با افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان، انتظار می‌رود که گروه‌های جدیدی که در گذشته نزدیک از مشارکت سیاسی مشروع (یا نامشروع) منع شده بوده‌اند، نیز به عرصه مشارکت سیاسی راه داده شوند (همان: ۸۹). به عبارت دیگر همه نظام‌های سیاسی که حق مشارکت در زندگی سیاسی را به گروه‌های معینی محدود می‌کنند و تقاضاها و یا رفتار افراد و گروه‌هایی که خواستار مشارکت در نظام سیاسی‌اند را غیر قانونی تلقی می‌نمایند، تعارضی روی می‌دهد؛ این تعارض را بحران مشارکت می‌نامند (بشیریه، ۱۳۷۹: ۲۸۰).

۴- بحران نفوذ: این مسأله به توسعه اداری و گسترش کارایی دستگاه‌های دیوانسالاری اشاره دارد، و از این ضرورت نشأت می‌گیرد که ساختارهای حکومتی موجود باید سیاستی را در پیش گیرند که قادر

1- Subnational

2- Ultimate Authority

باشد تمامی جمعیت را در بر گرفته و با زندگی روزمره مردم منطبق و سازگار باشد (بدیع، ۱۳۷۶: ۶۲). جوزف لاپالمبارا در این خصوص می‌گوید: به طور مشابه، وقتی که آن قسمت از منابعی که یک ملت باید به طور گسترده به نفوذ خود اختصاص دهد، محدود شود و دیگر فعالیت‌های آن، ملت را به خطر اندازد، نوعی بحران نفوذ وجود خواهد داشت. از لحاظ تحلیلی آنچه که بحران نفوذ را از سایر بحران‌ها متمایز می‌سازد، آن است که این بحران می‌تواند با فشارهای وارده بر نخبگان برای ایجاد تعدیل‌های نهادی یا نوآوری‌هایی در طیف توأم باشد (لاپالمبارا، ۱۳۸۰: ۳۱۴).

۵- بحران توزیع: دو مولفه اساس بحران توزیع را شکل می‌دهند: افزایش سریع تقاضاهای مادی مردم از حکومت و مسوولیت حکومت‌ها نسبت به زندگی مردم (بایندر، ۱۳۷۷: ۲۴۰). این پدیده به عنوان «انقلاب انتظارات فزاینده» توصیف می‌شود. بدیهی است که حکومت‌های سنتی مسائل و مشکلات توزیع را چندان تلقی نکرده و اساساً آنها را سیاسی نمی‌دانند. این گونه حکومت‌ها فقط با عده کمی از مردم و مقادیر نازلی از کالاهای مادی یا پول سرو کار دارند. همان طور که ایزنشتات گفته است حکومت‌های سنتی اهداف سیاسی خود را به صورت فرهنگی مشخص می‌کنند. هرگاه حکومت‌ها آنچه را که آرزوهای اهداف سیاسی مستقل نامیده، تعقیب کرده‌اند، بروز میزانی از آشفتگی در نظام کهن سنتی اجتناب ناپذیر بوده است بحران توزیع بازتاب وضعیتی از زمان حال است که در آن اهداف خرد فرهنگی و اهداف مستقل به اهدافی سیاسی تبدیل شده‌اند (بایندر، ۱۳۷۷: ۲۴۰).

عبور از مراحل بحران چندان هم آسان نیست. بحث بر سر این که دولت-ملت‌ها معمولاً در تجربه تاریخی راه‌های متعددی را طی می‌کنند. افزون بر این تمایز دقیقی میان دقایق بحران وجود ندارد. چنان که بحران‌ها ممکن است در یک فرایند تاریخی موجب تقویت و هم‌افزایی هم شوند. عموماً گفته می‌شود قرار گرفتن بحران‌ها می‌تواند مراحل توسعه سیاسی را به تاخیر بیندازد. بر اساس مدل غربی، دولت‌های اروپایی در یک گذرگاه تاریخی درازمدت، ابتدا از بحران هویت و عبور کرده و سپس بر بحران‌های مشروعیت و مشارکت فائق آمده‌اند. تجربه برخی کشورهای آسیایی از قبیل چین و کره جنوبی بر عکس از به تاخیر انداختن بحران مشارکت برای حل و فصل بحران توزیع و هویت حکایت دارد. به نظر می‌رسد در خصوص دولت‌های حاشیه خلیج فارس بحران توزیع زمینه ساز حل و فصل بحران‌های مشروعیت و هویت شده‌اند. به نحوی که توسعه سیاسی اقتصادی از دامنه بحران هویتی گریبانگیر این کشورها کاسته است ضمن این که دولت‌های اقتدارگرای عربی در زمینه حل و فصل بحران هویت بر نمادسازی‌های ملی تأکید ورزیده‌اند.

(ب) نمانام سازی ملی

یک تعریف ساده از برند، محصول یا خدماتی مشخص شده توسط برخی خصیصه‌ها و ویژگی‌های متمایز است. برند سازی متضمن قدرت است؛ چرا که حق برندسازی می‌تواند از محصول واقعی به عنوان دارایی مرکزی یک شرکت پیشی بگیرد (Peterson, 2006: 734). از دیرباز، تولیدکنندگان کالا برای متمایز نمودن محصولات خود از برند یا مارک‌های تجاری استفاده کرده‌اند. این برند برای مصرف کنندگان با عنوان ابزار شناخت و تعیین محصولات خود برای خرید مجدد یا پیشنهاد کردن آنها به سایرین می‌باشد. در عرصه خرد برندسازی از طریق کسب شهرت نام و کالای تولید شده توسط شرکت‌ها و مؤسسات حاصل می‌شود، اما در دهه‌های اخیر شاهد توسعه برندسازی از کنسرسیوم ارزش‌ها و باورهای فرهنگی، بویژه توسط مدارس، کلیساها، موزه‌ها، بیمارستان‌ها و همچنین در سیاست بوده‌ایم.

استفاده از ابزارهای برندسازی در سطح ملی پدیده نسبتاً جدیدی به حساب می‌آید. به نظر می‌رسد روندهای جهانی شدن موجب رقابت فزاینده ملتها در حوزه بازارهای داخلی و خارجی شده است. در عرصه اقتصادی این رقابت‌ها با هدف‌های مختلف جذب گردشگر، تشویق سرمایه‌گذاری خارجی و تقویت صادرات صورت می‌گیرد. برخی هدف‌های دیگر نیز وجود دارند که می‌توان آن را در زمره قدرت نرم کشورها به حساب آورد. امکان خلق مجموعه گسترده‌تری از مزایای بالقوه به کمک فرایند برندسازی ملی وجود دارد. از جمله می‌توان به ثبات اقتصادی، کسب وجهه بین‌المللی افزایش نفوذ سیاسی در عرصه بین‌المللی، و به ویژه نماد ملی (با ایجاد اعتماد به نفس، غرور، هماهنگی، جاه طلبی) اشاره کرد. تصویر سازی از یک کشور خاص در محیط بین‌المللی، تصحیح تصاویر پیشین و اعطاء هویت‌های جدید به شهروندان تحت لوای دولت ملی از جمله دیگر مزایای برندسازی ملی است.

نمانام سازی موجودیت‌های سیاسی یک پدیده اخیر پست مدرن است (اصغری ثانی، ۱۳۹۲: ۳۴). ونهام معتقد است که برند در بهترین حالت برای توصیف ایده مشتری در مورد یک محصول است، اما نمانام سازی یک کشور متضمن تصویری است که جهان از یک کشور خاص دارد (Van Ham, 2001: 2). مفهوم نمانام سازی ملی اگرچه نسبتاً جدید است، اما در پرتو تحولات جهانی شدن به موضوعی حیاتی و ضروری مبدل شده است. در حال حاضر، فضاهای مختلفی وجود دارد که کشورها در آن بصورت مستقیم و آشکارا با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. در هرکدام از این فضاها، کشورها به صفات ویژه‌ای شهرت می‌یابند و در همان زمینه در طرح‌ریزی برند ملی خود عمل

می‌کند. این فضاها عبارتند از: صادرات برند^۱، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، جهانگردی، ورزش، هنر، فرهنگ، بانکداری، صلح سازی و امور خیریه (اصغری ثانی، ۱۳۹۲: ۳۵). تلاش‌های آمریکا، انگلیس و فرانسه در حوزه دیپلماسی عمومی در سال‌های اخیر، رقابت‌های فشرده ترکیه بر سر عضویت در اتحادیه اروپا، میزبانی بازی‌های ملی و المپیک توسط اسپانیا، چین و قطر، تلاش‌های کشور فنلاند در جهت معرفی خود به عنوان قطب نوآوری صنعت اروپایی و تلاش‌های دولت کرواسی برای ارائه تصویر جدید از خود بعد از بحران کوزو همه از جمله اقدامات کشورها در پروسه نمانام سازی ملی به حساب می‌آیند.

برخی از کشورهای حوزه خلیج فارس همچون امارات متحده عربی و قطر نیز در دهه اخیر به مدد درآمدهای کلان نفتی و در نتیجه رشد اقتصادی، درصدد برندسازی ملی و حل بحران هویت در کشورهای خود به شیوه‌ای متمایز بر آمده‌اند. به گونه‌ای که با پیگیری روند مدرنیزاسیون و صنعتی سازی از بالا در پی دستیابی به هویت ملی در داخل کشور و شناسایی به عنوان یک دولت ملی در فضای بین‌المللی هستند. در این نوشتار به طور مشخص بر نمانام‌سازی امارات متحده عربی که یکی از شیخ نشین‌های مهم حوزه خلیج فارس محسوب می‌گردد، تأکید شده است.

پیشینه پژوهش

موضوع بحران‌های هویتی در منطقه خاورمیانه و به ویژه دولت‌های حاشیه خلیج فارس چندان جدید نیست. تقریباً اکثر منابع موجود بر این مسئله که پروسه دولت‌ملت‌سازی در کشورهای عربی با بحران جدی هویتی روبروست تأکید نظر دارند. برخی دلایل وجود چنین بحران‌هایی را در تعارض‌های ساختاری منطقه خلیج فارس می‌دانند. از آن جمله سیف زاده و روشندل (۱۳۸۲) در کتاب «تعارضات ساختاری داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی در خلیج فارس»، در پی پاسخگویی به پرسش علل بروز تعارض در منطقه خلیج فارس می‌باشد. نویسندگان با توجه به اینکه این منطقه مورد توجه قدرت‌های فرامنطقه‌ای بوده و در ماتریس پیچیده بین‌المللی و اعمال نفوذ قدرت‌های بزرگ قرار دارد، با طراحی چارچوب نظری مبتنی بر تحلیل نظام‌ها و عطف توجه به در محیط «فرومنطقه‌ای» و «فرامنطقه‌ای» به بررسی وضعیت پنج بحران اصلی در منطقه پرداخته‌اند. پژوهشگران در نهایت به تصویری تازه از اصول امنیت منطقه‌ای در چشم انداز جهانی دست یافته‌اند که بر تجمیعی از عوامل گوناگون در سه سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی استوار است.

برخی مطالعات دیگر گرایش‌های قومی و قبیله‌ای را عامل اساسی در فقدان پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه هویت ملی و دموکراسی خواهی می‌دانند. از آن جمله خلیل الله سردارنیا (۱۳۸۸) که «موانع عدم پیشبرد دموکراسی در شیخ نشین‌های خلیج فارس» را بررسی نموده است، بر این باور است که با وجود نوسازی در دهه‌های اخیر و تحولات چشمگیر در عرصه ارتباطی، آموزشی، اقتصادی و رفاهی به لحاظ سیاسی هنوز هویت قبیله‌ای و ارزش‌های وابسته به آن در این جوامع به شکل برجسته در نظام‌های سیاسی و تعاملات سیاسی تداوم یافته‌اند. بدین معنا که نظام‌های اقتدار گرای سنتی در این کشورها همچنان پابرجاست و علی‌رغم شکل‌گیری بسیاری از ابعاد توسعه، فرآیند توسعه سیاسی شکل نگرفته است.

در برخی از پژوهش‌ها بر تأثیرات جهانی شدن بر بحران‌های هویتی سیاسی این کشورها تأکید شده است. همایون شهبازی (۱۳۸۷) در بررسی خود با عنوان «بحران آینده در کشورهای کرانه جنوبی خلیج فارس»، پس از بررسی مشکلات ساختاری سیاسی-اجتماعی و اقتصادی کشورهای حوزه خلیج فارس، معتقد است که نظام‌های اقتدارگرای حوزه خلیج فارس با اینکه اغلب به لحاظ اقتصادی قدرتمند محسوب می‌شوند اما طی دهه‌های اخیر به دلیل تحولاتی چون جهانی شدن، سست بودن دولت-ملت‌ها، رنگ باختن هویت‌ها و... دچار ضعف داخلی شده‌اند، همچنین به دلیل فضای بسته و ایدئولوژیک این کشورها، راهیابی الگوهای دموکراتیک به آنها مشکل است در نتیجه این کشورها در آینده با تنش‌ها و مشکلات بسیاری مواجه خواهند بود.

پیروز مجتهد زاده (۱۳۷۵) در مقاله «امارات متحده عربی تا چه حد متحد است؟» به این موضوع پرداخته است که اگر چه امارات متحده عربی بر اساس آمارهای مربوط به توسعه، پیشرفت و عمران در سطح بالایی از توسعه‌یافتگی قرار دارد، در حقیقت با یک مشکل عمده روبه‌روست و آن اینکه میان هفت شیخ نشین این فدراسیون اختلافات گسترده سیاسی و اقتصادی وجود دارد، به گونه‌ای که امکان استقرار یک مرکز سیاسی با ثبات و مورد قبول تمام اعضای فدراسیون وجود ندارد.

رحمان قهرمان پور (۱۳۸۳) در مقاله خود «جهانی شدن و بحران هویت در کشورهای خاورمیانه»، معتقد است که رخدادهای خاورمیانه در چند دهه گذشته گویای وجود بحران‌های عمیقی از جمله بحران هویت در میان کشورهای منطقه و بخصوص عرب‌های حوزه خلیج فارس است. دلیل اصلی بحران هویت در این کشورها، نحوه عملکرد نخبگان سیاسی آنهاست که از هویت به عنوان ابزاری برای کسب مشروعیت خود بهره گرفته‌اند؛ در این بین کشورهای ثروتمند حاشیه خلیج فارس به دلیل درگیری با بحران هویت در وضعیت نا مطمئنی به سر می‌برند.

موضوع پیشرفت‌های شتابان اقتصادی، سیاسی ناشی از افزایش درآمدهای نفتی نیز در برخی از مقالات مورد تأکید قرار گرفته است. جهانگیر کرمی (۱۳۷۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «افزایش

درآمدهای نفتی؛ بحران و توسعه در خلیج فارس»، ضمن بررسی وضعیت درآمدهای نفتی کشورهای حوزه خلیج فارس و تحولات منطقه، معتقد است که اکثر کشورهای حوزه خلیج فارس علی رغم برخورداری از درآمدهای هنگفت نفتی و دستیابی به سطوح نسبتاً بالا در توسعه اقتصادی، به دلیل عدم توسعه سیاسی - به معنای حل نسبی بحران‌های هویت، مشارکت و مشروعیت - نتوانسته‌اند به ثبات سیاسی و اجتماعی دست یابند و همواره درگیر بحران، بی ثباتی، جنگ و چرخه‌ای از مسابقات تسلیحاتی و نظامی بوده‌اند.

به رغم فراوانی پژوهش‌ها در حوزه‌های هویتی و یا توسعه، پژوهش‌چندانی به ویژه درباره موضوع مقاله حاضر انجام نگرفته است و اغلب بر یکی از ابعاد توسعه اقتصادی و یا بحران‌های هویتی تأکید شده است. این پژوهش به ویژه بر موضوع نمانام‌سازی ملی به مثابه راه‌حلی کوتاه مدت در حل و فصل بحران هویت در گذار از توسعه اقتصادی تأکید ورزیده است.

بحث و بررسی

الف) مسئله هویت در کشورهای حوزه خلیج فارس

هویت، مقوله‌ای چند بعدی با کارکردهای مختلف است. از نظر تاریخی هویتها و بخصوص هویت ملی محصول دوران مدرن اند که از انقلاب صنعتی آغاز شد. پیش از دوران مدرن آنچه وجود داشت، تمایز بود؛ تمایزی که الزاما بعد سیاسی نداشت. در دوران مدرن و به تبع روند مدرنیزاسیون و صنعتی شدن در غرب بود که دولت - ملت‌ها در راستای انسجام بخشیدن به جامعه و به تبع، توسعه و پیشرفت مفهومی به نام هویت ملی را خلق و در خدمت خویش درآوردند. در نتیجه این امر وفاداری‌های فروملی تا حد زیادی جای خود را به وفاداری‌های ملی داد. پیدایش و تکوین فرهنگ و اقتصاد ملی هم به بارزتر شدن تفکیک و در نتیجه تقویت هویت ملی کمک کرد (قهرمان پور، ۱۳۸۱: ۴).

در رابطه با شکل‌گیری و تداوم روایت هویت ملی در غرب دو عامل نقشی کلیدی را ایفا نموده‌اند: یکی روند سکولاریزاسیون که نقش مهمی در تضعیف جایگاه سنت و مذهب و تقویت جایگاه مرزهای سرزمینی ملی، در هویت ملی ایفا کرده است؛ و دیگری نظام سرمایه‌داری. بندیکت اندرسون بر این باور است که دولت‌های مدرن سرمایه‌داری توانستند با تکیه بر ابزارهایی نظیر روزنامه، رسانه‌های جمعی، چاپ و نیز زبان مشترک، حس متفاوت بودن از دیگران را در جامعه و در میان افراد جامعه تداوم بخشیده و زنده نگه دارند. به گفته اندرسون دلایل بوجود آمدن مفهوم ملت متعدد است اما نظام سرمایه‌داری از همه مهم‌تر است. چون سرمایه‌داری مدرن نیازمند یک نظام آموزشی مشترک و نیز زبان مشترک در کارخانه‌های مدرن بود (Anderson, 1991: 205). نتیجه دو تحول مهم یاد شده، کسب هژمونی توسط دولت‌های مدرن غربی بود. هژمونی در تعبیر گرامشی آن

به دولت‌های مدرن و نخبگان سیاسی این امکان را داد تا برخی اهداف سیاسی خود را وارد جامعه کرده و زمینه عملی کردن این اهداف و حمایت از آنها را فراهم آورند. یکی از این اهداف مهم ایجاد هویت ملی به منظور افزایش وفاداری مردم به سرزمین، تفکیک آنها از ملت‌های دیگر و افزایش حس اعتماد به نفس در میان شهروندان بود.

نخبگان در این راستا از ابزارهای مختلفی بهره گرفتند که یکی از مهم‌ترین آنها ملی‌گرایی بود. از این منظر ملی‌گرایی را نیز می‌توان یک «برساخته سیاسی» تلقی کرد. در واقع نخبگان سیاسی هستند که حس تعلق به سرزمین را پیش می‌برند و ملت و ملی‌گرایی را تعریف می‌کنند. با وجود این، نباید تصور کرد ملی‌گرایی تنهاترین و موثرترین ابزار تکوین هویت ملی در دوران مدرن است. شهروندی به عنوان یک مفهوم حقوقی نیز در برخی موارد به تکوین هویت ملی منجر گردیده است. علاوه بر این نکته مهم دیگر اینکه فرآیند تکوین هویت ملی در غرب بدون دخال و حضور نیروهای فراملی و خارجی صورت پذیرفت.

شرایطی که در مورد کشورهای غربی اشاره کردیم، در خاورمیانه و کشورهای حوزه خلیج فارس وجود نداشته است. یکی از دلایل مهم این امر، وجود پیشینه‌های تاریخی متفاوت در غرب و کشورهای مورد بحث است. در نتیجه نخبگان خاورمیانه برای تعریف و ایجاد هویت ملی با شرایط کاملاً متفاوتی مواجه بودند؛ شرایطی که حتی در صورت شناخت و آگاهی نخبگان الزاماً قابل تغییر نبود. در چنین شرایطی هویت ملی نه تنها برآیند تحولات اجتماعی نبود، بلکه ابزاری برای ایجاد تحولات اجتماعی به شمار می‌رفت و نخبگان سیاسی می‌کوشیدند تا توسل به آن زمینه دگرگونی را در جوامع خود فراهم کنند، آن هم در حالیکه هنوز مذهب و سنت دو نیروی عمده اجتماعی به شمار می‌رفت. از این منظر نخبگان این کشورها در فرآیند ایجاد هویت ملی، مسیری متفاوت از غرب در پیش گرفتند و این در حالی بود که برخلاف موقعیت نخبگان غربی، قادر به نادیده گرفتن نفوذ نیروهای فراملی و خارجی نیز نبودند.

در میان کشورهای خاورمیانه، کشورهای حوزه خلیج فارس وضعیتی متفاوت داشته‌اند. اغلب این کشورها که از دهه ۷۰ به بعد به استقلال دست یافته‌اند، پس از استقلال نیز نتوانستند دولت‌های ملی تشکیل دهند و از طریق ملت‌سازی و کسب هویت اجتماعی بر بحران هویت غلبه کنند. به دلیل وجود رابطه تحکم محور، عدم وجود تعامل بین دولت و جامعه به طور کامل محرز است و دولت به عنوان سمبل روبنا فاقد هویت اجتماعی و ملی است (دهشیار، ۱۳۸۹: ۱۷۹). بواسطه وجود دولت‌های اقتدارگرا فرهنگ سیاسی در کشورهای حوزه خلیج فارس از نوع سنتی یا محدود (تبعی) است. در فرهنگ سیاسی تبعی شهروندان به عنوان اتباع حکومت نه به عنوان شرکت کنندگان در فرآیند سیاسی در نظر گرفته می‌شوند. افراد نسبت به نظام سیاسی در این نوع از فرهنگ سیاسی

حالتی از ترس را دارند و معتقدند که قادر به مشارکت در عملکرد آن نیستند، لذا حالت انفعالی دارند (بدیع، ۱۳۷۶: ۵۲).

در چنین شرایطی با وجود نوسازی در دهه‌های اخیر و تحولات چشمگیر در عرصه ارتباطی، آموزشی، اقتصادی و... هنوز هویت قبیله‌ای و ارزش‌های وابسته به آن در این جوامع به شکل برجسته در نظام سیاسی و تعاملات سیاسی تداوم یافته‌اند. در سطح نهادهای سیاسی، اساس و جوهر قبیله‌گرایی از طریق خانواده سلطنتی تجسم می‌یابند. تصلب ساختاری حکومت، ضعف قابل توجه نهادهای مدنی، نوگرایان مذهبی و سکولارها، چیرگی نهادهای سنتی و همچنین خدمات رفاهی- اجتماعی حکومت سبب تداوم و تشدید اقتدار گرایی و عدم توسعه سیاسی در شیخ نشین‌های خلیج فارس شده است (سردارنیا، ۱۳۸۸: ۱۴).

بحران هویتی به ویژه در کشور امارات متحده عربی به چشم می‌خورد. این کشور در سال ۱۹۷۱، با مدیریت انگلیسی‌ها و پیوستن هفت شیخ‌نشین ابوظبی، عجمان، فجیره، شارجه، دبی، رأس‌الخیمه و ام‌القوین، ایجاد شد. وسعت سرزمین این کشور ۸۳۶۰۰ کیلومتر مربع است و جمعیت آن در حدود هفت میلیون نفر است. اما از این تعداد جمعیت تنها یک میلیون را اماراتی‌های بومی و اصیل تشکیل می‌دهند و شش میلیون نفر دیگر از سایر کشورها و مناطق جهان به خصوص جنوب آسیا و ایران می‌باشند. امارات متحده عربی از نظر نرخ مهاجرت، در جهان رتبه اول را دارد (همدانی، ۱۳۸۷: ۱۹۲) در میان هفت امارت کشور امارات متحده عربی تفاوت‌هایی قابل توجه وجود دارد و چهار امارت بسیار مهم تلقی می‌شوند. ابوظبی که مرکز کشور است، بخش اعظم منابع و درآمد نفتی را به خود اختصاص داده است. دبی از منظر اقتصادی و تجاری در این کشور اهمیت بالایی دارد. شارجه از منظر فرهنگی جایگاه بالایی دارد. امارت رأس‌الخیمه نیز ولیعهد حاکم است. در میان این چهار امارت، ابوظبی مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود.

از منظر سیاسی و اجتماعی، امارات متحده عربی کشوری است که با چالش‌ها و مشکلات عمده‌ای مواجه است و طرح‌ها و برنامه‌های خاصی را برای حل و فصل این چالش‌ها دنبال می‌کند. از آنجایی که این کشور فدرالی و از به هم پیوستن شیخ‌نشین‌های مختلف تشکیل شده است، اختلافات و رقابت‌های مختلفی بین امارت‌های مختلف آن قابل مشاهده است؛ به خصوص می‌توان به رقابت‌ها و ناخرسندی‌های سایر امارات از ابوظبی اشاره کرد. حتی برخی مواقع امارت‌ها درصدد کسب حمایت خارجی در برابر امارت ابوظبی هستند. با این حال این امارت‌ها در برابر تهدیدات و چالش‌های مشترک خارجی، عمده‌تأ رویکرد و مواضع یکسانی را اتخاذ می‌کنند.

امارات متحده عربی فاقد زمینه تاریخی و هویت سیاسی و اجتماعی نهادینه شده و طولانی است و بر این اساس، انسجام سیاسی و اجتماعی لازم را ندارد. کم بودن جمعیت بومی و اصیل و افزایش

تعداد تبعه‌های خارجی در امارات، از معضلات اساسی این کشور محسوب می‌شود؛ به گونه‌ای که تنها یک هفتم ساکنین امارات متحده عربی بومی هستند. از این تعداد نیز بخش عمده‌ای را مهاجرین درون شبه جزیره عربستان به خصوص از منطقه نجد و ایرانی‌هایی تشکیل می‌دهند که از چند دهه قبل به حاشیه جنوبی خلیج فارس مهاجرت کرده‌اند. با توجه به نداشتن تاریخ و انسجام اجتماعی و سیاسی، یکی از برنامه‌های عمده اماراتی‌ها، هویت‌سازی است. در این مسیر ایجاد و شکل‌گیری نسل جدیدی از ملی‌گرایی اماراتی و تعصبات عربی خاص؛ درونی ساختن غیربومی‌ها از جمله بخش‌های جمعیتی مانند ایرانیان عرب ساکن امارات؛ نامگذاری‌های خاص و برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی مختلف و برجسته‌سازی اختلافات و تهدیدات بیرونی برای ایجاد انسجام درونی، از جمله اقدامات مهم تلقی می‌شود (مرکز تحقیقات استراتژیک، ۱۳۸۹).

مرزهای یک کشور، نشان دهنده هویت آن به عنوان یک واحد سیاسی مستقل است. اما امارات متحده عربی دارای اختلافات سرزمینی درونی و بیرونی گسترده‌ای است به گونه‌ای که این کشور را تنها کشور بی مرز در جهان می‌توان نامید. در واقع امارات متحده عربی نه تنها در درون خود با ژئوپلیتیک پیچیده مرزها روبه روست، بلکه ژئوپلیتیک مرزهای آن با همسایگانش در جهان بی همانند است. نابسامانی سیاسی - سرزمینی امارات از این حقیقت آشکار است که از هفت امارت تنها دو امارت آن (ابوظبی و ام القوین) واحدهایی یکپارچه‌اند و بقیه هریک به چند بخش تقسیم شده‌اند. مرزهای داخلی امارات، همواره عاملی کارساز در جلوگیری از دست‌یابی این کشور به یک هویت فدرالی راستین بوده است. گذشته از آن، همسایگان امارات از جمله عربستان و عمان هریک نسبت به بخش‌های پهناوری از خاک امارات ادعا دارند، و همین مانع از تحدید مرزهای آن کشور شده است (جعفری ولدانی، ۱۳۸۹: ۸۴). در مجموع این اختلافات مانع از شکل‌گیری یک هویت ملی منسجم و مستقل گردیده است و آنچه امارات هفتگانه را در چهارچوب یک فدراسیون به هم پیوند داده، همانا خطرها و بحران‌های بیرونی است، نه آنچه که هویت ملی نامیده می‌شود و ناسیونالیسم را در پی دارد.

از منظر سیاسی، امارات متحده عربی کشوری غیر دموکراتیک است که از سوی شورای عالی حکام، متشکل از شیوخ هفت امارت اداره می‌شود و دو امارت ابوظبی و دبی در این شورا از حق وتو برخوردار هستند. به رغم پیشرفت اقتصادی و رفاه سطح بالا در امارات، این کشور از نظر مشارکت و آزادی‌های سیاسی در سطح پائینی است و هنوز تقاضاهای عمده و عمومی در این زمینه در این کشور مشاهده نمی‌شود. اتکای حکومت به قبایل برای تامین مشروعیت سنتی و مذهبی مانع از آن شده‌اند که این نهادهای سنتی مدنی زمینه ساز اشاعه ارزش‌های مدنی و دموکراتیک و چالش‌گری سیاسی در ارتباط با حکومت باشد. نظام‌های سلطانی نفتی از دلارهای نفتی برای پیاده کردن

برنامه‌های رفاهی برای آرام سازی مردم و حق السکوت به نهادهای مدنی سنتی یاد شده استفاده کرده‌اند. این درآمدهای فزاینده، دولت را به یک دولت توزیعی، فراطبقاتی و بی نیاز از مالیات تبدیل کرده است. این وضعیت به شکاف میان دولت و جامعه انجامیده است (Smith, 2004: 233). شکاف میان دولت و ملت بیانگر این نکته است که روند توسعه سیاسی در امارات عربی متحده ناقص بوده است و بحران هویت به شکلی که در دولت‌های مدرن مطرح است حل نگردیده است. حاکمان امارات در پی اعطای منافع اقتصادی و آزادی‌های اجتماعی به اتباع خود بوده‌اند و از این طریق در پی کاهش تقاضاهای سیاسی هستند.

پدیده جهانی شدن و به موازات آن ورود نوگرایی (مدرنیسم) در ابعاد گوناگون، خطر دوگانگی و یا چندگانگی فرهنگی و اجتماعی در امارات عربی متحده را افزایش داده است. به دنبال نوسازی شهروندان این شیخ نشین‌ها بویژه نسل جدید با از خود بیگانگی و بحران هویت مواجه هستند. در اصل بخشی از مشکله هویتی پیشین با روندهای جهانی شدن تشدید یافته است. برخی معتقدند که در هیچ جای جهان و در هیچ عصری از تاریخ چنین تزیق خشنی از تجدد و ثروت به درون یک جامعه صورت نگرفته است (جعفری ولدانی، ۱۳۷۴: ۵۰). معیارهای سنتی (قبیله‌ای و مذهبی) دستخوش ضعف و دگرگونی شده‌اند و به جای آنها الگوهای نوینی در حال ظهور می‌باشند. تاکید ظاهری از جمله پوشیدن لباس‌های سنتی عربی، مسابقات شترسواری، حفظ و نگه داری ساختمان‌های قدیمی و... مانع جلوگیری از عوامل و تهدیدهایی که درون و عمق بافت اجتماعی و فرهنگ این کشور را تحت تاثیر قرار داده‌اند، نشده است (امامی، ۱۳۷۹: ۷۴۵). تشدید بحران‌های هویتی به ویژه در سالیان اخیر مقامات امارات متحده عربی را به نوعی سیاست «ملی‌گرایی جدید» حول محور نماتام سازی امارات متحده عربی در نقشه تجارت جهانی سوق داده است.

ب) خلق هویت ملی در پرتو توسعه اقتصادی

به نظر می‌رسد توسعه اقتصادی در سال‌های اخیر به مثابه بستری برای خلق برند بین‌المللی امارات عمل کرده است. از زمان کشف نفت در امارات، در حدود ۳۰ سال پیش، تاکنون این کشور از منطقه‌ای محروم و بیابانی به کشوری ثروتمند و دارای سطح زندگی بالا برای شهروندان اماراتی تبدیل شده است. این کشور دارای اقتصادی باز و مازاد تجاری بالا است. تلاش‌های موفق برای متنوع سازی اقتصاد باعث شده است تا سهم نفت و گاز در اقتصاد به حدود ۲۵ درصد کاهش یابد. دولت برای اشتغال‌زایی و توسعه زیرساخت‌ها هزینه‌های عمده‌ای کرده و فرصت‌های بسیاری را برای فعالیت بخش خصوصی ایجاد کرده است. مناطق آزاد تجاری امارات - که در آن خارجی‌ها می‌توانند مالکیت داشته باشند و از مالیات معاف باشند - کمک زیادی به جذب سرمایه‌گذاران

خارجی کرده است. سهم بخش‌های مختلف در GDP امارات متحده عربی عبارتند از: کشاورزی ۱/۱ درصد؛ صنعت ۴۸/۶ درصد و خدمات ۵۰/۲ درصد. تعداد نیروی کار این کشور ۳۱۶۹۰۰۰ نفر و نرخ بیکاری آن ۲/۴ درصد است. جمعیت زیر خط فقر این کشور ۱۹/۵ درصد است که عمدتاً از غیر اماراتی‌ها می‌باشند. نرخ سرمایه‌گذاری در امارات متحده عربی ۲۸/۹ درصد GDP است و امارات رتبه جهانی ۲۸ را در جهان در این خصوص دارد. نفت و پتروشیمی، ماهیگیری، آلومینیوم، کودشیمیایی و تعمیر کشتی مهم‌ترین صنایع امارات محسوب می‌شوند (شهباز زاده، ۱۳۹۱).

در زمینه نفت، ذخایر اثبات شده امارات ۹۷/۸ میلیارد بشکه است و این کشور رتبه هفتم را در جهان دارد. تولید نفت آن کشور ۳/۰۶۴ میلیون بشکه در روز است که رتبه هشتم جهانی را دارا می‌باشد. اما این کشور با صادرات ۲/۷ میلیون بشکه نفت در روز، رتبه سومین صادر کننده نفت جهانی را به خود اختصاص داده است. در زمینه گاز طبیعی، منابع اثبات شده امارات متحده عربی ۶/۹۷۱ تریلیون متر مکعب است که در این خصوص، رتبه هفتم جهانی را دارد. تولید گاز طبیعی آن کشور ۵۰/۲۴ میلیارد متر مکعب است که رتبه ۱۸ جهان را دارد. اما در خصوص صادرات گاز طبیعی، رتبه جهانی امارات ۲۴ است (لطیفان، ۱۳۷۲: ۱۸۵-۱۸۲). در این زمینه اماراتی‌ها با توجه به بلندپروازی‌های اقتصادی و نیاز به گاز بیشتر، به دنبال تامین گاز از ایران و سایر کشورها هستند. منابع اصلی تامین بودجه امارات شامل درآمدهای حاصل از فروش نفت خام و فراورده‌های نفتی، صادرات مجدد، تورسم و سرمایه‌گذاری خارجی است. مهم‌ترین گام‌های مؤثر در زمینه انجام اصلاحات و بهبود زیرساخت‌های اقتصادی دولت امارات را می‌توان در موارد ذیل بر شمرده: آزادسازی نظام تجاری و عدم مداخله در آن؛ محدودیت بسیار ناچیز بر واردات؛ بسیج کلیه امکانات دولتی جهت تشویق و گسترش مبادلات تجاری؛ ایجاد فضای مناسب جهت جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی؛ انجام سرمایه‌گذاری در دیگر کشورها؛ ایجاد مناطق آزاد تجاری و عدم دریافت مالیات بر درآمد و مصرف (پور احمدی و کرانی، ۱۳۸۸: ۱۱۴-۱۲۱).

در گزارش رقابت جهانی سال ۲۰۰۶-۲۰۰۷ اعلام شد که امارات از نظر قدرت اقتصادی در رتبه ۳۲ جهان قرار دارد. این کشور در میان کشوری‌های حوزه خلیج فارس رتبه اول را به خود اختصاص داده و کشورهای قطر، کویت و بحرین به ترتیب رتبه‌های ۳۸ و ۴۴ و ۴۹ را در این زمینه کسب کرده‌اند (WEF, 2007-2006).

از نظر ارزش تولید ناخالص داخلی، این کشور بعد از عربستان در میان کشورهای شورای همکاری خلیج فارس رتبه دوم و در میان کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا بعد از عربستان و ایران رتبه سوم را دارد. این کشور از نظر آزادی تجارت بین‌الملل نیز رتبه پنجم را در جهان دارد. این رتبه از زمانی به دست آمد که از سال ۲۰۰۲، بخش‌های دولتی امارات نیز به روی سرمایه‌گذاران خارجی

باز شد و با ایجاد پارک‌های تجاری و ارائه دهنده خدمات مالی در این کشور، بستر حضور سرمایه‌های کلان خارجی فراهم شد. ایجاد مناطق آزاد تجاری معاف از مالیات، گام مهمی در ارتباط با همین سیاست بوده است.

ایجاد تنوع در اقتصاد یکی از مهم‌ترین برنامه‌های دولت امارات بوده است که اصلی‌ترین دلیل باز شدن درهای اقتصاد این کشور به روی سرمایه‌های خارجی نیز محسوب می‌شود. امارات متحده عربی به منظور کاهش وابستگی اقتصادی به منابع طبیعی، به توسعه ساخت و ساز زیرساخت‌های تولید و بخش‌های خدماتی روی آورد. ارزش پروژه‌های عمرانی در دست اجرا در این کشور در سال ۲۰۰۷، ۳۵۰ میلیارد دلار بود. توسعه توریسم به اضافه اقداماتی مانند منطقه آزاد اینترنتی و رسانه‌ها و اقدامات مشابه باعث شد امارات، سومین GDP بزرگ غیر نفتی در جهان عرب را پس از مصر و مراکش داشته باشد. (شهپاززاده، ۱۳۹۱).

جدول شماره (۱) وضعیت تولید ناخالص داخلی کشورهای حوزه خلیج فارس

سال کشور	تولید داخلی (GDP) میلیارد دلار ۲۰۰۵	تولید داخلی (GDP) میلیارد دلار ۲۰۰۶	ناخالص اسمی میلیارد دلار ۲۰۰۶	نرخ رشد واقعی ۲۰۰۵-۲۰۰۶	تولید ناخالص داخلی (GDP) میلیارد دلار ۲۰۰۸
عربستان سعودی	۳۱۵/۵۸	۳۰۹/۸	۶/۶	۴۶۷/۶۰۱	
ایران	۱۹۲/۰۱	۲۲۲/۹	۵/۸	۳۸۵/۱۴۳	
امارات عربی متحده	۱۲۹/۷	۱۲۹/۷	۸/۵	۱۶۳/۲۹۶	
کویت	۸۳/۸۴	۸۰/۸	۸/۵	۱۱۲/۱۱۶	
قطر	۴۲/۴۶	۴۲/۵	۶/۱	۵۲/۷۲۲	
عمان	۳۰/۸۳	۳۰/۸	۵/۷	۳۵/۷۲۹	
بحرین	۱۶/۰۴	۱۲/۹	۶/۹	۱۵/۸۲۸	

مآخذ: www.worldbank.org

در پرتو درآمد نفت بنادر و فرودگاه‌های جدیدی ساخته شد، شبکه ارتباطات بین‌المللی گسترش یافت، صنایع سنگین در زمینه تولید فولاد، آلومینیوم و پتروشیمی بنیان گذاری شد (جعفری ولدانی، ۱۳/۹/۹۴) اما بتدریج به دلایلی که پیش از این به آنها اشاره شد، آشکار گردید که به رغم توسعه و عمران سریع شهرها و همچنین در زمینه‌های اقتصادی و تجاری و... روند دولت- ملت‌سازی و شکل‌گیری هویت ملی در امارات متحده عربی با مشکل مواجه بوده است، عدم تنیدگی بین اجتماع و دولت، عرصه سیاسی را به طور کامل متمایز و مجزا از عرصه اجتماعی نموده است و بحران هویت که از اصلی‌ترین بحران‌های توسعه سیاسی به شمار می‌رود، هم چنان باقی است. در واکنش به

بحران‌های هویتی پیش رو، حکمرانان اماراتی در اصل از این ظرفیت‌های اقتصادی به مثابه ابزاری برای نمانام‌سازی ملی سود جست‌ه‌اند. از جمله مهم‌ترین این اقدامات، تلاش در جهت ارائه تصویری نو از امارات به جهان بوده است. به طوری که می‌توان یکی از مهم‌ترین سیاست‌های این کشور در سال‌های اخیر را «بین‌المللی کردن امارات نامید». از جمله نمونه‌های اخیر این گونه تلاش‌ها، موفقیت در کسب مقر انرژی تجدیدناپذیر برای ابوظبی، در رقابت با کشورهای اروپایی مهمی مانند آلمان و اسپانیا بود که به واسطه تلاش‌های سیاسی و دیپلماتیک وسیع تحقق یافت. افزون بر این، بی‌طرفی در منازعات و در کنار آن تلاش برای ایفای نقش میانجیگری در درگیری‌های اخیر خاورمیانه بویژه مصر ([www. Peace- ipsc. org](http://www.Peace-ipsc.org)) افزایش مشارکت در سازمان‌های بین‌المللی مختلف، میزبانی از کنفرانس‌های بین‌المللی بویژه کنفرانس‌های تجاری و بازرگانی، مطرح شدن به عنوان کشور مهم تولید نفت، میزبانی تورنمنت‌ها و مسابقات ورزشی بین‌المللی از جمله گلف، تنیس و اسب سواری (غالباً در دبی و ابوظبی) اقدامات فرهنگی و آموزشی (شهباز زاده قدیم، ۱۳۹۱)، از جمله تلاش‌های دولت امارات برای تصویرسازی در سطح بین‌المللی در سال‌های اخیر بوده است. مهم‌ترین اقدامات حکمرانان امارات در خلق هویت جدید را می‌توان در محورهای زیر خلاصه کرد.

الف- گردشگری و هتلداری: یکی از منابع تصویرسازی بین‌المللی امارات متحده عربی، توسعه صنعت گردشگری و هتلداری آن است. این کشور در سال‌های اخیر جهت افزایش و تقویت تصویرش به عنوان مقصد گردشگری گام‌هایی اساسی برداشته است. استراتژی گردشگری امارات مبتنی بر ارائه این کشور به عنوان مقصدی در کلاس جهانی با خدمات خدمات کیفیت بالا، برای مکانی به منظور گردشگری انبوه است. در همین راستا دولت مردان شیخ نشین‌های امارات بویژه ابوظبی، دبی و تا حدی راس الخیمه توانسته‌اند با کمک مستشاران اروپایی و آمریکایی و به لطف رشوه‌های بسیار، رویدادهای بزرگ بین‌المللی را به داخل کشور خود هدایت کنند تا با این اقدام انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های صنعت گردشگری از جمله هتل‌ها، رستوران‌ها، مجموعه‌های تفریحی و فرودگاه‌ها فراهم شود. سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی گسترده در صنعت توریسم امارات متحده عربی را به یکی از مقصدهای اصلی گردشگری جهان تبدیل کرده است. دبی با داشتن بزرگ‌ترین و لوکس‌ترین مراکز خرید آسیا، بهترین فرودگاه‌های بین‌المللی، جاذبه‌های گردشگری سنتی و مدرن همچون تنها هتل هفت ستاره جهان (برج العرب)، بلندترین آسمان خراش‌های جهان، موزه‌های تاریخی، مساجد زیبا و منحصر بفرد و... در حال تبدیل به یک شهر بین‌المللی است. امارت ابوظبی که یک شهر پست مدرن محسوب می‌شود نه تنها به دلیل وجود آسمان خراش‌های تجاری، برج‌ها و هتل‌های مدرن مقصد بسیاری از

توریست‌هاست، بلکه به دلیل برگزاری لیگ برتر مسابقات گلف و جشنواره فیلم ابوظبی، کانون فرهنگی بین‌المللی نیز به شمار می‌رود. همچنین سایر امارت‌ها با داشتن موزه‌های تاریخی، سواحل زیبا، پارک‌ها و مراکز خرید مدرن البته با درجه‌هایی پایین‌تر در حال پیشرفت در عرصه گردشگری هستند. کسب اسکار گردشگری سال ۲۰۱۳ توسط امارات و معرفی شیخ نشین‌های دوی و ابوظبی به عنوان پیشرو در بخش‌های مختلف گردشگری از جمله هتلداری، مجتمع‌های گردشگری، خطوط هوایی و... بهترین شواهد موفقیت امارات در عرصه مورد بحث است.

ب- حمل و نقل هوایی: بخشی از استراتژی برندسازی بر روی صنعت هواپیمایی این کشور متمرکز شده است. امارات با داشتن فرودگاه‌های بین‌المللی مدرن یکی از مهم‌ترین مراکز هواپیمایی جهان محسوب می‌شود. در این بین خط هوایی «اتحاد» که خط هوایی ملی امارات محسوب می‌شود، در سال ۲۰۱۳ به شکلی مستقیم سهمی معادل $\frac{2}{3}$ میلیارد دلار از کل تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. هواپیمایی اتحاد که نقش پررنگی در توسعه اقتصادی امارات و بویژه ابوظبی دارد در سال ۲۰۰۳ تأسیس شده و به عنوان رکورد دار نرخ رشد و سودآوری در طی ده سال گذشته جایگاه منحصر بفردی را در صنعت هواپیمایی تجاری جهان بدست آورده است. این هواپیمایی همچنین نقش بسزایی در اتصال و پیوند ابوظبی به اقتصاد جهانی داشته و موجب رشد سرمایه‌گذاری خارجی و نیز کل امارات متحده شده است. نکته جالب اینکه خطوط هوایی اتحاد که در سال ۲۰۰۳ افتتاح شد تاکنون توانسته است ۷۰ مقصد را در سراسر جهان به هواپیمایی خود اختصاص دهد و ۱۲۰ پرواز در هفته به مقصد ۵۰ کشور داشته باشد. نرخ رشد شبکه بین‌المللی پروازهای اتحاد در چنین زمان کوتاهی در صنعت هوایی جهان بی سابقه بوده است. این رشد و توسعه سبب برند شدن خطوط اتحاد در سطح جهانی گردیده است (www.Ipcs.org). در عرصه تبلیغی نیز پرواز هواپیما با نام امارات در اغلب تابلوهای جهانی به چشم می‌خورد در اصل حکمرانان محلی از صنعت هواپیمایی افزون بر تصویرسازی پیشرفت، به مثابه عاملی برای تحکیم قدرت و کنترل دولت فدرال بر سراسر فدراسیون سود می‌جویند.

ج- فرهنگ، هنر و آموزش عالی: چشم‌اندازهای قدرت نرم فرهنگی نیز موبد تلاش‌های حکمرانان امارات در افزایش وجهه علمی این کشور است. در آخرین ربع قرن ۲۱، رهبران سیاسی امارات متحده عربی به اهمیت این مسأله پی بردند که سرمایه‌گذاری بر روی منابع انسانی بهترین سرمایه‌گذاری ملی درازمدت است و تنها قدرت یک ملت، با سرمایه و منابع طبیعی یا تعداد شهروندان و قدرت نظامی آن سنجیده نمی‌شود. به همین دلیل امارات عربی متحده سیستم آموزشی عالی و متنوعی را در مدت زمان کوتاهی پایه‌گذاری کرد. بومیان این کشور می‌توانند از سرویس تحصیلات تکمیلی دولتی به رایگان استفاده کنند و مؤسسات خصوصی متعددی دارای تأییدیه‌های

بین‌المللی مکمل بخش دولتی هستند. دانشگاه اماراتی العین، دانشگاه زاید، به همراه تعداد زیادی از مؤسسات خصوصی نیز در امارات فرصت‌های تحصیلی استثنایی را برای افراد مشتاق به تحصیل فراهم آورده‌اند. از مهم‌ترین این دانشگاه‌ها میتوان به دانشگاه آمریکایی شارجه (AUS) و دبی (AUD) دانشگاه شارجه، علوم و فن آوری عجمان (AUST) و کالج آمریکایی دبی (ACD) اشاره کرد. «دهکده دانش دبی» (DKV) که در سال ۲۰۰۳ افتتاح شده است، تنها منطقه آزاد دنیاست که مختص تحصیلات عالی و مدیریت منابع انسانی است؛ و هدفی جز هدفی جز تبدیل امارات عربی متحده به مرکز علمی منطقه و معرفی امارات به عنوان یک کشور دانش محور ندارد. در زمینه فرهنگی نیز مهم‌ترین جاذبه فرهنگی امارات سایت فرهنگی العین است که هر ساله پذیرای بازدیدکنندگان بسیاری می‌باشد موزه‌های تاریخی در شهرهای مختلف و همچنین سایت‌های باستان شناسی از دیگر جنبه‌های فرهنگی است. اقدامات اماراتی‌های برای ثبت برخی از آثار فرهنگی از جمله بادگیرها که در اصل ایرانی است را نیز در همین راستا باید ارزیابی کرد.

د- دیپلماسی ورزشی: دیپلماسی ورزشی به معنای استفاده از ورزش برای مقاصد ساسی و تامین منفعت ملی است. رقابت بر سر میزبانی مسابقات بین‌المللی و جهانی به مثابه یکی از مهم‌ترین دلمشغولی‌های کشورها در جریان نمانام سازی درآمده است (اصغری ثانی، ۱۳۹۲: ۷۴). بسیاری از کشورها با سرمایه‌گذاری‌های کلان در عرصه‌های مختلف ورزشی، طراحی و ایجاد امکانات منحصر بفرد و آغاز پروژه‌های عظیم ورزشی در راستای جذب رویدادهای مهم ورزشی به درون کشورهایشان، از یک طرف بدنبال توسعه صنعت توریسم خود و از سوی دیگر بدنبال معرفی و برند کردن خود در عرصه بین‌الملل هستند. امارات متحده نیز در این راستا تلاش‌های فراوانی را آغاز نموده است. اماراتی‌ها با تمهید امکانات ورزشی گسترده چه در فضای باز و چه در سالن‌های ورزشی مجهز فرصت‌های بسیاری را در اختیار متقاضیان عرصه ورزش قرار داده‌اند. ورزش‌هایی مانند گلف، تنیس، رانندگی در کویر، اسب سواری، ورزش‌های هوایی مانند کایت سواری و ورزش‌های آبی مانند شنا، غواصی، جت اسکی، موج سواری و قایق سواری از جمله محبوب ترین ورزش‌ها در امارات می‌باشند. همه ساله مسابقات بین‌المللی گلف، اسب سواری و تنیس در دبی برگزار می‌شود. این مسابقات در رده معتبرترین مسابقات جهانی قرار دارند. شهر ورزشی دبی با مساحتی به وسعت ۴۶/۵ میلیون متر مربع و تجهیزات ویژه برای تمامی ورزش‌ها در بالاترین سطح طراحی شده است. این شهر ورزشی عظیم نامزد بازی‌های آسیایی ۲۱۰۴ و المپیک ۲۰۱۶ خواهد بود. کسب میزبانی مسابقات بستکتبال جهان در سال ۲۱۰۴، سرمایه‌گذاری در باشگاه منچسترستی و خرید این باشگاه توسط شیخ منصور بن زاید آل نهیان نخست وزیر امارات در سال ۲۰۰۸ و... از دیگر جنبه‌های این موضوع هستند.

۵) ارتقاء شاخص‌های زندگی: بر اساس گزارش‌های توسعه انسانی وضعیت شاخص توسعه انسانی (امید به زندگی، آموزش و درآمد سرانه) این کشور در وضعیت مطلوب و سطح توسعه‌یافتگی بالایی برخوردار است. همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد بر اساس گزارش اخیر توسعه انسانی، امارات عربی متحده در بین ترکیبی از اجزای شاخص توسعه انسانی با شاخص درآمد سرانه ۱۰۰۰، شاخص آموزش ۸۳۸، و شاخص امید به زندگی ۸۷۲، رتبه دوم منطقه را پس از کویت از آن خود کرده است. از منظر سطح توسعه‌یافتگی نیز با کسب رتبه ۳۵ در جهان در گروه کشورهای با سطح توسعه‌یافتگی بسیار بالا قرار دارد (محمدعلیخانی، ۱۳۹۱: ۴۱۸-۴۱۹).

جدول شماره (۲) وضعیت شاخص توسعه انسانی کشورهای حوزه خلیج فارس

کشور	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷
کویت	۰/۸۹۱	۰/۹۱۲	۰/۹۱۶
امارات عربی متحده	۰/۸۶۸	۰/۹۰۳	۰/۹۰۳
بحرین	۰/۸۶۶	۰/۹۰۲	۰/۸۹۵
قطر	۰/۸۷۵	۰/۸۹۹	۰/۹۱۰
عمان	۰/۸۱۴	۰/۸۳۹	۰/۸۴۶
عربستان سعودی	۰/۸۱۲	۰/۸۳۵	۰/۸۴۳
ایران	۰/۷۵۹	۰/۷۷۷	۰/۷۸۲

مأخذ: <http://hdr.undp.org>

جدول شماره (۳) اجزای شاخص توسعه انسانی در کشورهای حوزه خلیج فارس

کشور	شاخص امید به زندگی	آموزش	درآمد سرانه
کویت	۰/۸۷۵	۰/۸۷۲	۱/۰۰۰
امارات عربی متحده	۰/۸۷۲	۰/۸۳۸	۱/۰۰۰
بحرین	۰/۸۴۳	۰/۸۹۳	۰/۹۵۰
ایران	۰/۷۷۹	۰/۸۲۸	۰/۸۱۲
...	...	...	...

مأخذ: Human Development Report, (2006)

از منظر آمارهای مربوط به میزان درآمد سرانه همان‌طور که جدول شماره ۴ نشان می‌دهد امارات متحده عربی در رتبه دوم قرار دارد؛ البته باید به این نکته نیز توجه داشت که میزان درآمد سرانه و بنابراین جایگاه سه کشور اول یعنی قطر، امارات عربی متحده و کویت دستخوش تغییر می‌شود و هر سه کشور برای کسب بیشترین درآمد سرانه که خود یکی از نشانگان مثبت برای پرستیژ یک

کشور محسوب می‌گردد. با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. درآمد سرانه بالا، ارتباط مستقیمی با بهبود بهداشت، آموزش، فرهنگ و اخلاق و در نهایت برخورداری انسان از زندگی طولانی و سالم که هدف نهایی توسعه است، دارد (محمدعلیخانی، ۱۳۹۱: ۴۲۲).

جدول شماره (۴) وضعیت درآمد سرانه کشورهای حوزه خلیج فارس

سال	درآمد سرانه ۲۰۰۰ (دلور)	درآمد سرانه ۲۰۰۵ (دلار)	درآمد سرانه ۲۰۰۶ (دلار)	نرخ رشد (۲۰۰۰-۲۰۰۶)	مقادیر افزایش درآمد سرانه (۲۰۰۰-۲۰۰۶)
کشور					
قطر	۰۰۰۰۰۰	۰۰۰۰۰۰	۷۲۹۶۹	۰۰۰۰۰۰	۰۰۰۰۰۰
امارات عربی متحده	۳۸۱۱۰	۰۰۰۰۰۰	۴۹۱۱۶	۲۸/۹	۱۱۰۰۶
کویت	۳۷۲۲۰	۴۹۹۷۰	۴۶۶۳۸	۲۵/۳	۹۴۱۸
بحرین	۲۳۹۳۰	۳۴۳۱۰	۳۴۵۱۶	۴۴/۲	۱۰۵۸۶
عربستان سعودی	۱۷۵۳۰	۲۱۲۴۰	۲۲۰۵۳	۲۵/۸	۴۵۲۳
عمان	۱۴۴۶۰	۱۹۷۴۰	۲۰۹۹۹	۴۵/۲	۶۵۳۹
ایران	۶۸۰۰	۹۱۴۰	۱۰۰۳۱	۴۷/۵	۳۲۳۱

مأخذ: www.worldbank.org

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

کشورهای حوزه خلیج فارس را بر اساس مسئله هویت به دو دسته می‌توان تقسیم کرد. کشورهایی با پیشینه تاریخی درازمدت که پیشینه هویتی آنان به دوران باستان می‌رسد. ایران، عراق و عربستان از این دسته از کشورها هستند. عموماً کشورهای با پیشینه هویتی باستانی، با معضل پاره‌های هویتی روبرو هستند به طوری که حداقل از سه پاره هویتی باستانی، اسلامی و مدرن در این کشورها می‌توان سخن گفت. این چند پاره‌گی در برخی اوقات منجر به تداوم بحران‌های هویت شده و به ویژه منازعه بر سر تعریف هویت ملی را تشدید کرده است. در دسته دوم کشورهایی قرار دارند که از تبار هویتی درازمدت برخوردار نیستند و فقدان گزاره‌های تاریخمند موجب بحران‌های هویتی شده است. کشورهای ذره‌ای خلیج فارس از جمله قطر و امارات از این دسته هستند. واقعیت این است که در برخی اوقات نبود پیشینه تاریخی و هویتی به عنوان عاملی برای موفقیت راهبرد انقلاب از بالا و «برساخته کردن هویت ملی» توسط نخبگان این کشورها عمل کرده است. نبود

منازعات درازمدت میان پیکره‌های هویتی، در گام نخست نخبگان سیاسی این کشورها را در پیشبرد راهبردهای توسعه اقتصادی کمک کرده و در گام بعدی آنان را به تدوین راهبردهای جدید برای «کسب هویت ملی» بر اساس توسعه اقتصادی مجاب کرده است.

نمانام‌سازی ملی که در دهه اخیر توسط کشورهایی همچون امارات در دستور کار قرار گرفته است، از رهگذر چنین راهبردهایی قابل فهم است. اگر چه هنوز ارزیابی دقیقی از این که مردمان این کشورها تا چه حد به هویت ملی خود آشنا بوده و یا از آن سخن می‌گویند وجود ندارد اما این موضوع که امارات متحده عربی به مثابه سمبلی از یک کشور پیشرفته در حوزه خلیج فارس است در اکثر گفت‌وگوهای تبلیغی و رسانه‌ای به چشم می‌خورد. به نظر می‌رسد نمانام‌سازی امارت در گستره جهانی به یکی از شاخص‌های اصلی توسعه در نزد دولت‌مردان امارات متحده عربی درآمده است.

مورد کشورهایی همچون امارات و قطر این پرسش اساسی را پیش می‌کشد که آیا نمانام‌سازی می‌تواند به عنوان عاملی در جهت «کسب هویت ملی» درآید و سوال مهم‌تر این که آیا چنین هویتی می‌تواند رازمدت باشد؟ این سخن پست‌مدرن‌ها که هویت برساخته‌ای اجتماعی است در تحولات اخیر مربوط به کشورها و گروه‌ها و جنبش‌های جدید اجتماعی کاملاً به چشم می‌خورد. مهم نیست که گروهی یا کشوری هویت خویش را بر تباری تاریخی بار کند و نشانه‌های هویتی از لابلای متون کلاسیک و کهن استخراج شود؛ مهم‌تر از آن هویتی است که کشورها و گروه‌ها برای خود و در خود از آن سخن می‌گویند.

منابع

الف) فارسی

- اصغری ثانی، حسین ۱۳۹۲. ارزیابی قدرت نرم قطر. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
- امامی، محمدعلی ۱۳۷۹. «سنت، نوگرایی و مشروعیت در کشورهای عرب خلیج فارس». فصلنامه سیاست خارجی. س ۱۴، ش ۳.
- بایندر، لئونارد ۱۳۷۷. «بحران‌های توسعه سیاسی»، ترجمه غلامرضا خواجه سروی. فصلنامه مطالعات راهبردی. دوره ۱، ش ۱. صص ۲۴۴-۲۳۳.
- برتران، بدیع ۱۳۷۶. توسعه سیاسی، ترجمه احمد نقیب زاده. تهران: قومس.
- بشیری، حسین ۱۳۷۹. «توسعه سیاسی و بحران هویت ملی». فصلنامه مطالعات ملی. س ۲، ش ۵. ۳۱۵-۲۸۷.
- پای، لوسین و دیگران ۱۳۸۰. بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی. ترجمه غلامرضا خواجه سروی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- پور احمدی، حسین و سید رسول حسینی کرانی ۱۳۸۸. «ژئوپلیتیک کشورهای نفتی خلیج فارس و چالش‌های جهانی شدن اقتصاد». فصلنامه ژئوپلیتیک. س ۵، ش ۱. صص ۱۳۶-۱۰۲.
- ثاقب، حسن، صادقی، ملیحه ۱۳۸۹. «مقایسه وضعیت شاخص‌های اقتصادی- تجاری ایران و کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس». مجله بررسی‌های بازرگانی. ش ۴۴.
- جعفری ولدانی، اصغر ۱۳۷۴. «نگاهی به مسائل داخلی امارات متحده عربی». نشریه علوم سیاسی- اطلاعات سیاسی- اقتصادی. ش ۹۴ و ۹۳. صص ۵۳-۴۵.
- جعفری ولدانی، اصغر ۱۳۸۹. «ژئوپلیتیک مرزهای امارات عربی متحده». نشریه علوم سیاسی- اطلاعات سیاسی- اقتصادی. ش ۲۷۳. صص ۸۵-۷۴.
- دهشیار، حسین ۱۳۸۹. «دولت در خاورمیانه عربی: رخنه ناپذیری نظام سیاسی». فصلنامه مطالعات خاورمیانه. س ۱۷، ش ۲. صص ۱۸۵-۱۶۳.
- ساعی، احمد ۱۳۸۶. توسعه در مکاتب متعارض. تهران: قومس. چاپ دوم.
- سردارنیا، خلیل الله ۱۳۸۸. «موانع عدم پیشبرد دموکراسی در شیخ نشین‌های خلیج فارس». فصلنامه مطالعات خاورمیانه. س ۱۶، ش ۳. صص ۳۲-۵.
- سیف زاده، حسین و جلیل روشن دل ۱۳۸۲. تعارضات ساختاری داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی در خلیج فارس. تهران: مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه.

- شهبازفر، همایون ۱۳۸۷. «بحران آینده در کشورهای کرانه جنوبی خلیج فارس». نشریه علوم سیاسی- اطلاعات سیاسی- اقتصادی. ش ۲۵۶. صص ۷۹-۷۱.
- شهباز زاده قدیم، حمید ۱۳۹۱. «وضعیت بازار سرمایه در امارات عربی متحده». بی نا.
- قهرمان پور، رحمان ۱۳۸۱. «تبارشناسی هویت ملی در خاورمیانه از فروپاشی امپراتوری عثمانی تا بحران نفتی دهه ۱۹۷۰». فصلنامه مطالعات خاورمیانه. س ۹، ش ۲. صص ۳۴-۱.
- _____ ۱۳۸۳. «جهانی شدن و بحران هویت در کشورهای خاورمیانه». فصلنامه مطالعات خاورمیانه. س ۱۱، ش ۴۳. صص ۴۱-۲۱.
- کاظمی، علی اصغر ۱۳۷۹. بحران نوگرایی و فرهنگ سیاسی در ایران معاصر. تهران: قومس.
- کرمی، جهانگیر ۱۳۷۷. «افزایش درآمدهای نفتی؛ توسعه و بحران در خلیج فارس». اولین کنگره سراسر نفت و توسعه، دانشگاه صنعت نفت آبادان.
- مجتهدزاده، پیروز ۱۳۷۵. «امارات متحده عربی تا چه حد متحد است؟». نشریه مسائل جهان. ش ۲۰۱.
- محمدعلیخانی، سلیمه و دیگران ۱۳۹۱. «بررسی شاخص توسعه انسانی در ایران و کشورهای منتخب». فصلنامه پایش. س ۱۱، ش ۴. صص ۴۲۳-۴۱۵.
- معاونت پژوهش‌های سیاست خارجی ۱۳۸۹. نشست تخصصی تحولات داخلی و روابط خارجی امارات متحده عربی.
- پامومبارا، جوزف ۱۳۸۰. بحران ظرفیت حکومت، در کتاب: پای و دیگران، بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی، ترجمه غلامرضا خواجه سروی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- لطفیان، سعیده ۱۳۷۲. «شاخص‌های توسعه؛ برآوردهایی برای خاورمیانه». نشریه حقوق دانشگاه تهران. ش ۲۹. صص ۱۹۸-۱۵۹.
- همدانی، علیرضا ۱۳۸۷. «فساد و حکمرانی خوب در کشورهای عربی؛ مطالعه موردی امارات متحده عربی». مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه. صص ۲۰۲-۱۹۲.

(ب) انگلیسی

- Anderson, Perry (2011). On The Concatenation in the Arab World. New Left Review. In(NLR). 68.
- Peterson, J. E. (2006). Qatar and the World: Branding For a Micro-State, Middle East Journal. Vole:60. P: 732-748.

- Hazime, Hanan (2011). From City branding to e-brands in developing countries: An approach to Qatar and Abu Dhabi. African Journal of Business Management, Vol. 5. p. 4731-4745 .
- Smith, Benjamin. (2004). Oil Wealth and Regime Survival in the Developing World, 1960-1991, American Journal of Political Science. Vol:48. P:232-245.
- Van Ham, Peter (2001). The Rise of Brand state: The Postmodern, Political Image and Reputation, Foreign Affairs, Vol. 80. P:2-6
- [http:// www. Worldbank. Org/Kam](http://www.Worldbank.Org/Kam). 2006-2007 .
- [http: // hdr. undp. Org/en/reports/global/hdr](http://hdr.undp.Org/en/reports/global/hdr) 2006
- -[http: // www. \(hdr\) Human Development Report](http://www.(hdr)HumanDevelopmentReport), 2006
- Word Economic Forum. Global Competitiveness Report 2006-2007 [http: //www. \(WEF\)](http://www.(WEF))