

گرایش به ارزش های مدرن و رابطه آن با هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی

علی اکبر آزادواری (دانشجوی دکتری تخصصی رشته جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی،

تهران، ایران)

azadvaria@yahoo.com

صدیقه محمد اسماعیل (دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی،

تهران، ایران، نویسنده مسئول)

m.esmaeili2@gmail.com

حسن خیری (استاد گروه جامعه‌شناسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

hassan.khairi@gmail.com

سمیه تاجیک اسماعیلی (دانشیار گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

s.t.esmaeili@gmail.com

فرهاد امام‌جمعه (استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

f.emamjome@yahoo.com

چکیده

گسترش ارزش های مدرن به مدد فضای مجازی تار و پود جامعه جدید را درهم تنیده است. این احتمال وجود دارد که گرایش به این ارزش ها بر اولویت ها و جهت یابی افراد تأثیر داشته باشد. مقاله حاضر که رهاورد یک تحقیق است با این هدف سازمان یافته که رابطه گرایش به ارزش های مدرن با هویت اجتماعی را بررسی نماید. الگوی نظری این تحقیق تلفیقی از نظریات، گیبینز، گیدنز و جیمسون می باشد. فرضیه تحقیق عبارتند از: هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت ملی، دینی و انقلابی آنها تضعیف خواهد شد. این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. جمعیت آماری تحقیق، شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تهران می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که گرایش به ارزش های مدرن رابطه ای معکوس و معنادار با هویت ایرانی، هویت اسلامی و هویت انقلابی دارد.

واژه های کلیدی: ارزش های مدرن، هویت ایرانی، هویت اسلامی، هویت انقلابی

۱. مقدمه

بحث درباره هویت^۱ در ایران امروز، به ویژه هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی در دهه های اخیر توجه بسیاری را در ایران برانگیخته است. هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی به دلیل اهمیت اساسی اش در جامعه امروز ایران نقش محوری در حفظ اتحاد و انسجام اجتماعی - سیاسی دارد، توجه بیش از پیش محافل عمومی و دانشگاهی را به خود جلب کرده است. امروزه با گسترش فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و ظهور پدیده ای به نام فضای مجازی، این ابعاد مهم هویتی دچار تهدیدات و تحولات فراوانی شده است. فناوریهای اطلاعاتی نوین با نفوذ در ابعاد مختلف زندگی امروز، سبک زندگی افراد جامعه - به ویژه جوانان را تحت تاثیر قرار داده اند و در حال دگرگون ساختن الگوهای ارزشی، مطالبات، کسب و کار، اوقات فراغت، آموزش و... در جامعه هستند. به عبارت دیگر، فناوریهای اطلاعاتی و جامعه مبتنی بر شبکه، الگوهای جدیدی از ساخت و رفتار اجتماعی ارائه می دهند که می توانند پیوندها و روابط بین شهروندان و جامعه را تضعیف و سست نماید. در نتیجه گسترش شبکه های اجتماعی ما شاهد ظهور ارزشها و معانی جهانی در روابط جوامع هستیم، اشاعه ارزشهای مدرن که با جهانی شدن (گسترش تکنولوژی های اطلاعاتی - ارتباطی نوین) همراه بوده از نظر کمی و کیفی گستره ارتباطات انسانی را بسط داده و ارکان مختلف حیات اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. در این راستا می توان به کاربرد روز افزون تویتر، فیس بوک، تلگرام، اینستاگرام، واتساپ و... در بین اقشار مختلف اشاره کرد. گروه های اجتماعی مختلف به میزان متفاوتی در معرض اشاعه ارزش های مدرن قرار می گیرند، اما شناسایی این پدیده در بین جوانان از جایگاهی ویژه برخوردار است. به دلیل مطالعه تأثیرات استفاده از شبکه های اجتماعی بر جوانان می توان بخشی از پیامدهای رواج تکنولوژی ارتباطی را آشکار ساخت. فرایند جهانی شدن که با گسترش فزاینده فناوری ارتباطات، بالاخص اینترنت و ماهواره و شکل گیری هویت های فراملی، فرهنگ سیاسی نوین بر پایه ارزشهای مدرن، تحول ساخت دولت - ملتها، دگرگونی مناسبات اجتماعی، گسترش جنبشها و حرکتهای نوگرایانه همراه بوده است،

جوامع را با مشکلاتی مواجه نموده است. بنابراین اگر بخواهیم این وضعیت را در جامعه ایران پیگیری نمائیم به نحوی است که با وقوع انقلاب اسلامی جامعه ما دچار تغییرات اساسی در حوزه ارزشها شده است و مدیریت جامعه تلاش نموده است تا در چارچوب نظام ارزشی خود احساس تعلق و تعهد جمعی شهروندان را حفظ نماید. بنابراین ضروری است تا تاثیر پذیری افراد از ارزش های مدرن جهانی شناخته شود تا بتوانیم هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی خود را حفظ و تقویت نماییم.

- پرسشی که در این مقاله مطرح شده و به صورت تجربی آزمون می شود این است که، گرایش افراد به ارزش های مدرن با تقویت یا تضعیف هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی آنها چه رابطه ای دارد؟
- اهداف تحقیق

۱- بررسی و شناخت میزان گرایش افراد به ارزش های مدرن.

۲- شناخت تاثیری که این فرایند روی نگرش و رویکردهای افراد نسبت به ابراز تعلق و تعهد ایرانی، اسلامی و انقلابی دارد.

۲. پیشینه نظری و تجربی

تیلر (۲۰۱۷) در تحقیقی تحت عنوان نتایج ناخواسته در زندگی دوم: سواد فرهنگی و هویت مجازی در دنیای مجازی نتیجه گرفته اند که افراد فرهنگ سوم (افرادی که در خارج از کشور برای مدت طولانی زندگی می کنند) بیشتر مستعد هویت چند گانه فرهنگی یا هویت چند فرهنگی هستند. آنها نشان دادند این افراد علاوه بر این که فاقد حس روشنی از تعلق هستند، این صلاحیت را دارند که از تجربه شان به نفع درک و ارتباطات میان فرهنگی استفاده کنند.

رن و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی تحت عنوان ساخت هویت بر روی فیس بوک نشان دادند که هویت یک ویژگی فردی نیست بلکه در محیط اجتماعی ساخته می شود. در این میان هویت کاربران فیس بوک به طرز متفاوتی در دو محیط واقعی و مجازی ساخته می شود. در واقع هویت حقیقی، هویت واقعی و امکان تحقق خویشتن، موقعیت های متفاوتی را به جای شخصیت های متفاوت در افراد ایجاد می کنند.

مطالعه چونگ و لی (۲۰۱۵) در باره تجربیات هویتی نوجوانان در اینترنت صورت گرفته، انگیزه هایی را که باعث می شود افراد به اینترنت روی آورند را مورد کاوش قرار داده است. بیش از ۵۰ درصد

کسانی که در این پیمایش شرکت کرده بودند، عنوان کرده اند که برای خود اکتشافی و سنجش واکنش دیگران نسبت به خود به اینترنت روی آورده اند. از موارد دیگر هویت یابی نوجوانان در این مطالعه جبران کمبودهای اجتماعی و تسهیل اجتماعی بود.

عادل پور و همکاران (۱۳۹۵)، مزینانی (۱۳۹۶)، ساروخانی (۱۳۹۱)، شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۳)، نوابخش و دیگران (۱۳۹۰)، محمدی، شیانی و روشنفکر (۱۳۸۹)، بیات (۱۳۸۹)، لی و لی (۲۰۱۶)، لانگ (۲۰۱۸) در تحقیقاتی که به بررسی هویت پرداخته اند، نشان داده اند که بین مدت زمان حضور، میزان مشارکت و نوع استفاده از شبکه های اجتماعی با هویت سیاسی، تاریخی، قومی و دینی کاربران ارتباط وجود دارد و جملگی نتایج ضمن اشاره به بدل شدن شبکه های اجتماعی به پدیده های اثر گذار در ارتباط و الگوهای تعاملی بین انسان ها، شبکه های اجتماعی نوین را در تغییر هویت کاربران موثر دانسته اند. برخی از یافته به نقش شبکه های اجتماعی در برجسته سازی هویت جمعی و افزایش مشارکت و سازگاری کاربران با منافع مدنی اشاره داشته اند، برخی به نقش این شبکه ها در همگن سازی جهان از نظر فرهنگ و عقاید اشاره نموده اند و در کل شبکه های اجتماعی را عامل موثر در اجتماعی شدن می دانند ولی هیچ کدام از آنها رابطه ارزش های مدرن با هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی را مورد ارزیابی قرار نداده اند.

۳. چارچوب نظری پژوهش

موضوع کنجکاو برانگیز تأثیر رسانه ها و مصرف رسانه ای (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۵) و ارزش های مدرن بر هویت اجتماعی افراد ذهن صاحب نظران حوزه ارتباطات جمعی را به خود مشغول داشته است. در عصر جهانی شبکه های اجتماعی جدید شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر هویت و رشد فردیت کمک می کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع تر می کند (سندی ولر و هند، ۲۰۰۲: ۲۰۲). جیمسون، نظریه پردازان هویت، معتقد است در نتیجه فرایند جهانی شدن که شاهد گسترش ارزش های مدرن در بستر شبکه های اجتماعی هستیم، کنشگران با دقت از اجتماعات مختلف محلی، ملی و فراملی چیزهایی را گزینش می کنند و هویت آنان تصویر رنگارنگی از این قطعات انتخاب شده است. بریکولورها یک نوع تیپ شخصیتی هستند که به طور کلی زندگی خود را از این طریق می گذرانند (عطاران، ۱۳۸۳: ۱۹۵). نظریه پردازان جدید هویت معتقدند آنچه در عمل اتفاق می افتد، با تلقی سنتی جامعه شناسی و روان شناسی در باره هویت متفاوت است. در واقع، کنشگران به ویژه در جامعه اطلاعاتی یک هویت یکپارچه که تنها برگرفته از یک اجتماع، قومیت یا ملت واحد باشد، ندارند، بلکه

آنان می‌کوشند همچون بریکولورها آن‌چه را می‌پسندند، از اجتماعات، قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف جمع‌کنند و در درون خود ترکیبی خاص از آنها به وجود آورند. این امر به ویژه با انقلاب رسانه‌ها و نقش مهمی که رسانهای نوین در ارتباطات اجتماعی باز می‌کنند، تسریع شده است (شایگان، ۱۳۸۲: ۱۶).

تأکید (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۶، گیدنز، ۱۳۷۹: ۹۶، کاستلز، ۱۳۸۴: ۲۷، ۹۳، ۲۰۰) بر تعاملات پایدار افراد در جامعه اطلاعاتی شکل‌گیری سبک زندگی مجازی را در پی خواهد داشت و هویت نامشخص و دائماً متحول در قالب عملکردهای اینترنتی جدیدی را در آنان پی‌ریزی خواهد نمود. ارزش‌های مدرن (به مدد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی) در جامعه اطلاعاتی نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسانها، بلکه ایستار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است. وسایل ارتباطی جدید دست کم می‌تواند در جوامع منشأ اثر باشند. خلق ارزش‌های جدید و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به شدت خاص می‌تواند تأثیرات هویتی عدیده‌ای بر جای‌گذارند (شیفرنت، ۱۹۸۹: ۱۸۵).

تعامل در جامعه اطلاعاتی با در هم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی، نیاز به تشابه و تمایز، بیشترین تأثیر را بر هویت اجتماعی طرف‌های تعامل می‌گذارد و از سوی دیگر گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در فضای سایبرنتیک امری ممکن و معمول است، به روشنی بر اهمیت و مرزبندی‌های گروهی و در نتیجه معنای هویت اجتماعی تأثیر دارد (جانس، ۱۹۹۸: ۶۴). در دنیای معاصر به واسطه رخنه کردن ارزش‌های مدرن در تار و پود جامعه، هویت که قبلاً عمدتاً محول و معین بود، اینک دائماً در تغییر، تحول و در بحران است (هاوارد، ۲۰۰۰: ۲۵).

گیدنز به درستی خاطر نشان می‌کند که جهان مدرن متأخر به شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی شالوده‌هویت فردی را می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲). این امر اهمیت ارزش‌های مدرن را دوچندان می‌کند. وجه بازتابی این ارزش‌ها اجازه می‌دهد که فرد بتواند ذخیره اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهد و با آن به زندگی نظم‌بخشد. به هر حال در جامعه اطلاعاتی ارزش‌های مدرن در بستر اینترنت و ماهواره فردیت جدیدی را در درون یک ساختار الکترونیکی مجازی می‌سازد و ظرفیت‌های فرد را برای به فعلیت بخشیدن به هویت‌های شخصی خود گسترش می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۱۸).

در پایان الگوی نظری این تحقیق تلفیقی است از نظریات گیبنز، گیدنز، جانس، هاوارد و جیمسون می‌باشد. محور مباحث مطرح شده این اندیشمندان بر موضوع از جا کنده شدن، جعل نام (به معنای پنهان

داشتن هویت) در معرض ارزش های غیر بومی (فراملی) قرار گرفتن، تکثرگرایی هویتی، ایجاد سردرگمی به لحاظ ارزش ها، باورها، اعتقادات، هنجارها، تعلقات و تعهدات و تشدید تقابل میان خاص گرایی و عام گرایی (جهان وطنی) است. این وضعیت مشکلات عدیده ای را برای مدیریت جامعه به وجود آورده است. تغییر جهت وفاداری شهروندان از تعلقات و تعهدات ملی و دینی به سوی اجتماعات فراملی خود می تواند نمودی از این تحول به شمار رود. مباحث نظری مطرح شده در فوق بر این امر دلالت دارند که در عصر ارتباطات افراد در تار و پود جامعه اطلاعاتی و ارزش های مدرن آن به هویت خود معنا می بخشند. ارزش های غالب در جامعه اطلاعاتی، ارزش های مدرن می باشد که بعضاً در تضاد با مبانی ارزشی و هنجاری ملی، دینی و انقلابی است. از این رو گرایش به ارزش های مدرن احتمالاً می تواند موجب تغییراتی در هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی افراد شود. به همین منظور در ادامه با بررسی ارزش های مدرن با این نوع ارزش ها بیشتر آشنا می شویم.

۴. ارزش های مدرن:

ارزش ها همان عقاید ماندگارمان در مورد هدف های مهم زندگی هستند که فراتر از محدوده موقعیت های خاص می باشند. کریستین وهوت، ارزش ها را یکی از جنبه های خود پنداره می داند که نقش اصول راهنما را برای انسان بازی می کند (فرانزوی: ۱۳۸۱: ۱۳۰). رفیع پور معتقد است که ارزش یک نوع درجه بندی، طبقه بندی و امتیاز بندی پدیده هاست از خوب تا بد یا از مثبت تا منفی (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۲۶۹). ارزش ها امور ذاتی و ثابتی نیستند، در حقیقت ارزش ها جزء عناصر فرهنگی هر جامعه می باشند. به همین خاطر از تنوع بسیار زیادی برخوردار می باشند. هر جامعه ای نظام ارزشی مختص به خود را دارد که از دل تاریخ و گذشته آن جامعه به جا مانده است. ارزش ها در اثر حضور در یک محیط فیزیکی، کنش متقابل میان مردمان درون یک سرزمین، کنش متقابل با مردمان سرزمین های دیگر و حتی متأثر از اندیشه ها و تخیلات متفکران و عامه مردم و همین طور از دل اسطوره ها و ادیان پدید می آیند. با توجه به تنوع هر یک از موارد فوق در جوامع بشری باورها و ارزش ها نیز بسیار متنوع می گردند. اما امروزه با توجه به گسترش ارتباطات، ارزش های مدرن توانسته اند با سرعت زیاد و در سطحی بسیار گسترده در جهان پراکنده و مطرح شوند.

ارزش های مبتنی بر مدرنیته پیچیده و گسترده هستند و علی رغم نزدیکی آرای صاحب نظران در مورد ارزش های مدرن، در آثار صاحب نظران، معمولاً یک یا چند ارزش مدرن که مرتبط با مبحث خاصی

هستند بررسی می شوند و کمتر پیش می آید نویسنده ای به مجموعه این ارزش ها پرداخته باشد. به همین خاطر، تلاش کردیم تا برجسته ترین ارزش های مدرن را که اجماع نسبی در مورد آن ها وجود دارد و به گسترش فرایند جهانی شدن بر واحدهای ملی تأثیر گذار است را از منابع گوناگون استخراج نمائیم. ارزش های مدرن استخراج شده عبارتند از، انسان گرایی، فرد گرایی (بایر، ۱۹۹۴: ۲۶)، مصرف گرایی (مایلز، ۱۳۹۶: ۳)، آزادی گرایی و افسون زدایی (جهانبگلو، ۱۳۷۴: ۵۲) که در ذیل هر یک توضیح داده می شود.

۴-۱. انسان گرایی

یکی از مهمترین ارزش های جامعه جهانی که شاید بتوان گفت در طول تاریخ بشر بی سابقه بوده و در هیچ فرهنگی تا قبل از آن وجود نداشته، انسان گرایی است که بر مبنای آن «همه چیز و همه کار» باید در «خدمت انسان» باشد. در حقیقت انسان مدرن، خدمت به انسان را یگانه و نخستین هدف خود می داند (ملکیان، ۱۳۸۱: ۴۴).

به این صورت انسان مدرن خود را از بندگی خدا، سنت و کلیه نیروها و موجودات ماوراء الطبیعه می رهاوند و خود را در محور کائنات قرار می دهد، کاجی در درآمد کتاب خود می نویسد که در فرهنگهای جنوب، نه تنها سنت برای خدمت به انسان نیست که انسان نیز برای خدمت به سنت می باشد. در حالیکه دنیای مدرن همیشه و همه جا از ما می خواهد که سنت را بری انسان بخواهیم و نه انسان را برای سنت (کاجی، ۱۳۷۸: ۲۳). تا پیش از عصر مدرن انسان خود را جزء ناچیزی از کائنات می شمرد. امروزه بر خلاف گذشته که «زندگی راستین» را «نوعی فعالیت به قصد آماده شدن برای دنیای دیگر» قلمداد می کردند (مهدی زاده طالشی، ۱۳۷۴: ۲۸، ۲۷)، انسان مدرن «مرکز و معنی زندگی و آرمان آن» را در خود «زندگی معمولی» و عادی انسان در این جهان جستجو می کند. این برداشت از زندگی، در بردارنده ژرفترین دریافتی از آزادی است که بشر مدرن به آن دست یافته است. بر اساس این برداشت مرکز و محور هستی انسان است و انسان موجودی خود سامان می باشد (نولان و لنسکی، ۱۳۸۰: ۳۴۵).

۴-۲. فرد گرایی

فردگرایی مبتنی بر حفظ حقوق و تضمین استقلال فردی انسانهاست، یعنی اینکه حق دارم همان گونه باشم که می خواهم و شخصیت های دیگر بر من تحمیل نشود، فرد باید بتواند «فردیت» خود را به شیوه ای که به نظرش «معقول می آید» پرورش دهد. (طالشی، ۱۳۷۴: ۱۴۲).

از نظر جهان‌نگلو «مهمترین محور تجدد شکل‌گیری فرد مدرن است» و آن را «چهره اصلی جهان مدرن» قلمداد می‌کند. به نظر او «تجدد را می‌توان نظامی از اندیشه‌ها و ارزش‌ها دانست که به پیدایش در جهان مدرن انجامیده است. از این جهت تمدن مدرن با سایر تمدن‌ها و فرهنگ‌ها از بنیاد متفاوت است، چون این تمدن اولین و تنها تمدنی است که به فرد به مثابه موجودی اخلاقی، خود مختار و مستقل بها می‌دهد (جهان‌نگلو، ۱۳۷۴: ۵۱-۵۲).

نکته قابل توجه در باره فرگرایی این است که فرد گرایی را بیشتر باید وظیفه تلقی کرد تا حق، یعنی اینکه فرد برای تحقق و حفظ حقوق و فردیت خود، قبل از هر چیز باید مراقب باشد که حقوق و فردیت دیگران را تضییع نکند، انسانها تا جایی حق دارند بر طبق «اراده خاص خود» عمل کنند که حقوق و آزادی‌های دیگران را زیر پا نگذارند (بوردو، ۱۳۷۸: ۴۷).

۴-۳. آزادی گرایی

آزادی به عنوان یکی از مهمترین ارزش‌های مدرن زمانی واجد معنی است که به موجب آن انسان خردمند به دنبال منافع خویش باشد. بنابر یک چنین نگرشی، آزادی تنها ابزاری است که به واسطه آن انسانها هر آنچه را که می‌خواهند به دست می‌آورند، لیبرال‌ها همواره آزادی را به طور نزدیکی با ذات انسان مربوط ساخته، به طوری که آزادی‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به منزله «ضرورت انسانی» و یک چیز ذاتاً خوب مورد توجه قرار می‌گیرد (توحیدفام، ۱۳۸۳: ۱۶۵).

جان استوارت میل خواهان آزادی‌گفتار، فکر و مذهب به عنوان حق هر انسان عاقل بود، به شرط آنکه این آزادی‌ها، موجب ضرر و زیان دیگران نگردد، درک آزادی‌های گفتار و انتخاب در محدوده سیاسی این قابلیت را فراهم می‌آورد، که افراد قادر به انتخاب بین آموزه‌های متفاوتی باشند (توحیدفام، ۱۳۸۳: ۱۶۵).

آزادی فردی به معنای واقعی شامل برخورداری از فرصت برای واقعیت بخشیدن به خود است (گری، ۱۳۸۱: ۹۴).

متفکران لیبرالی معتقدند، اگر آزادی فردی هدف نهایی انسانها باشد، هیچ کس حق ندارد دیگران را از آن محروم کند و به طریق اولی حق ندارد به بهای محروم کردن دیگران از آزادی، خود از آزادی بیشتری بهره‌گیرد (ساندل، ۱۳۷۴: ۳۰).

جفرسون، دوموند برک، توماس پین، و جان استوارت میل معتقدند، اگر نمی‌خواهیم «فطرت انسانی خود را تحقیر یا انکار کنیم، باید در حفظ حداقل قلمرو آزادی فردی تلاش کنیم، منظور از حداقل

آزادی، آن مقدار از آزادی است که از دست دادن آن تجاوز به جوهر طبیعت و سرشت انسانی است (ساندل، ۱۳۷۴: ۲۳).

۴-۴. مصرف گرایی:

مصرف گرایی عبارت است از خرید بیش از حد یا خرید کردن به میزانی بالاتر از سطح نیاز. مصرف و ایدئولوژی همبسته آن، یعنی مصرف گرایی، دین جوامع قرن حاضر محسوب می شود و کانون خانواده، معبد و پرستشگاه مجسم دین مذکور به حساب می آید (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). در جامعه جدید ابعاد هویتی و کلیت زندگی روزمره افراد بر حسب روابطشان با کالاهای مصرفی تعیین می شود (مایلز، ۱۳۹۶: ۳). به تعبیر بودریار امروزه افراد هویت چه کسی بودن خویش را از طریق مصرف کننده بودن تعریف می کنند. در جامعه مدرن کنش های مصرفی مبنای اصلی هویت اجتماعی فرد است. به اعتقاد بودریار در جامعه مدرن مصرف بیش از هر چیز حاکی از نشانه هاست، نه کالا. به زعم وی افراد حین مصرف کردن خودشان را تعریف می کنند، در نتیجه مردم چیزی هستند که مصرف می کنند. انگیزه مصرف نه برآوردن نیازهای انسانی، بلکه جستجوی تمایز و تشخیص است (ریترز، ۱۳۸۰:

729)

۴-۵. افسون زدایی:

افسون زدایی در اندیشه مدرن بیشتر معطوف به خرافه زدایی است. افسون زدایی فرایندی است که به واسطه آن حوزه های معین حیات اجتماعی مطابق معیارهای عقلانیت وسایل و اهداف سازماندهی می شود. (وبر، ۱۳۸۴: ۱۷۹). افسون زدایی فرایند تحول از خدا محوری به عقل محوری است. خرافه زدایی و پاک سازی باورها از سنت های انحرافی و فرهنگی و زدودن غبار جهل و نادانی از باورها و اعتقادات و آزمودن آنها در بوته خرد و عقلانیت جوهر اصلی افسون زدایی است (سروش، ۱۳۷۰: ۳۶). افسون زدایی به این معناست که حقایق هستی از راه برهان و استدلال عقلی اثبات می شوند. لذا با تأکید بیش از حد بر خرد، انسان چنین می پندارد که هیچ کس فوق سوال و چون و چرا نیست و فرد از همه دلیل می خواهد (ملکیان، ۱۳۸۱: ۴۰۵).

با توجه به مطالب مطروحه می توان انتظار داشت هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی آنها تضعیف خواهد شد. بر این اساس فرضیات تحقیق عبارتند از - هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت ایرانی آنها تضعیف خواهد شد.

- هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت اسلامی آنها تضعیف خواهد شد.

- هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت انقلابی آنها تضعیف خواهد شد.

۵. روش تحقیق:

در این تحقیق از آنجا که هدف آزمون رابطه بین گرایش به ارزش های مدرن و هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی بود، ضرورت داشت شمار واحدهای مورد مطالعه در حدی باشد که بتوان نتایج را به جمعیت مورد مطالعه تعمیم داد و آزمون های آماری لازم را به کار برد. به همین دلیل از روش پیمایشی استفاده شد و اطلاعات مورد نیاز در باره متغیرها از طریق پرسشنامه جمع آوری شد. همچنین با توجه به اینکه متغیرهای اصلی مورد بررسی در سطح ترتیبی سنجیده می شوند اما دامنه بلندی دارند، با تسامح از آزمون های آماری سطح سنجش فاصله ای استفاده شد که در پژوهش های اجتماعی معمول است. رابطه متغیرهای زمینه ای، که سطح سنجش اسمی داشته اند، با متغیرهای وابسته با مقایسه میانگین آزمون شده است. جمعیت مورد مطالعه شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تهران در سال ۱۴۰۲ بوده اند. از این جمعیت، یک نمونه ۸۰۰ نفره از طریق نمونه گیری چند مرحله ای انتخاب شد: که در مرحله اول: انتخاب تصادفی ۴۰ بلوک ساختمانی از بین آخرین نقشه شهر تهران با استفاده از برنامه کامپیوتری در نظر گرفته شده. مرحله دوم: انتخاب ۳۰ خانوار از بین خانوارهای ساکن در بلوک های نمونه طبق روش نمونه گیری سیستماتیک. بدین صورت که از بین خانوارهای ساکن در آن بلوک به صورت دو در میان انتخاب گردیده اند.

مرحله سوم: انتخاب افراد واجد شرایط از اعضای خانوارهای نمونه بر اساس روش نمونه گیری سهمیه ای. این سهمیه براساس ساختار سنی و جنسی جمعیت آن بلوک تعیین شده است.

۵-۱ ارزش های مدرن

سنجه ارزش های مدرن که حاصل جمع نمرات تمامی گویه های مربوط به پنج بعد انسان گرایی، فرد گرایی، آزادی گرایی، مصرف گرایی و افسون زدایی است، پس از بررسی آلفای کرونباخ و تحلیل عامل با ۶۱ گویه ساخته شد (جدول شماره ۲). ضریب آلفای کرونباخ این سنجه ۰/۸۸ و

سنجه كفايت نمونه گيري اولكين مايزر آنها برابر ۰/۹۲ مي باشد كه در حد كاملا رضاييت بخشي است.

جدول (۲). معرف هاي ارزش هاي مدرن

ارزش ها	معرف ها و شاخص ها	آلفاي كرونباخ	سنجه كفايت نمونه گيري اولكين - مايزر
انسان گرایی	ارزشمند بودن انسان، معيار بودن انسان ، دنياگرایی (نولان و لنسكي، ۱۳۸۰: ۳۴۵).	۰/۸۹	۰/۹۲
فرد گرایی	استقلال، اهداف شخصي ، رقابت (بورديو، ۱۳۷۸: ۴۷).	۰/۸۵	۰/۸۹
آزادی گرایی	آزادی اندیشه و مذهب، آزادی بیان، آزادی هنري و ادبي (گری، ۱۳۸۱: ۹۴)	۰/۸۸	۰/۹۳
مصرف گرایی	مصرف افراطي، تجمل، لذت گرایی و اشتياق مصرفي (بودريار به نقل از ريتزر)	۰/۷۹	۰/۸۴
افسون زدایی	راز زدایی از جهان، انكا به عقل در جامعه و مصلحت اندیشي اجتماعي (وبر، ۱۳۸۴: ۱۷۹)	۰/۷۶	۰/۸۱
شاخص کلی	ارزش هاي مدرن	۰/۸۸	۰/۹۲

۶-۲. هويت اجتماعي:

هويت اجتماعي احساس تعلق، تعهد و وفاداري به عناصر و نمادهای مشترك در جامعه است (يوسفي، ۱۳۸۲: ۱۷). بنا بر تعريف فوق، هويت اجتماعي را مي توانيم با توجه به احساس تعلق و تعهد فرد نسبت به نمادهای مشترك در اجتماع ملي، ديني و انقلابي به هويت ملي، هويت ديني هويت انقلابي تقسيم نماييم. از جمله شاخص ها و مؤلفه های مهم هويت ملي: سرزمين، آيين، آداب و مناسك، تاريخ، زبان، ادبيات و مردم (يوسفي، ۱۳۸۲: ۱۷). شاخص ها و مؤلفه های هويت ديني شامل اعتقاد به باورهای ديني شامل اصول توحيد، معاد، نبوت، عدل و امامت به عنوان اصول ديني شيعي و نماز و زكات و روزه ... (مير حيدري، ۱۳۹۳: ۱۸۶). شاخص ها و مؤلفه های هويت انقلابي شامل دشمن ستيزي و استكبار ستيزي، حساسيت به جريان هاي سياسي و اجتماعي، تعهد به حفظ انقلاب و نظام اسلامي، نوآنديشي و پويايي فكري و اجتماعي ، تأثير گذاري بر همگرایی اسلامي و منطقه اي ، حمايت از مستضعفان، اعتقاد و التزام به اندیشه های امام خميني (ره) و اعتقاد به اصل ولايت فقيه و اعمالی مانند

شهادت، ایثار و... (خسروانیان، ۱۳۸۷: ۷) اشاره کرد. این متغیر در سطح ترتیبی و با کاربرد ۵۹ گویه سنجیده شده است. همه سوالات هویت اجتماعی براساس مقیاس پنج قسمتی (کاملاً موافق و کاملاً مخالف) سنجیده شده و برای سهولت مقایسه، همه مقیاس ها به دامنه ۱ تا ۱۰۰ تبدیل شدند. سنجه هویت اجتماعی که حاصل جمع نمرات پاسخگویان از تمامی عناصر و نمادهای بالاست، پس از بررسی آلفای کرونباخ و تحلیل عامل محاسبه شد. آلفای کرونباخ این سنجه ۰/۷۱ و در ضمن تمام گویه ها توسط آزمون بارتلت (Kmo) تایید شده و سنجه کفایت نمونه گیری اولکین مایرز- کایزر آن ها ۰/۷۵ (با سطح معنی داری ۰/۰۰۰) و واریانس تبیین شده این سنجه ۰/۵۹ به دست آمد. بر اساس تحلیل عاملی که بر روی اجزای هویت اجتماعی انجام گرفته، این مفهوم در بین پاسخگویان دارای نوع (ملی، دینی و انقلابی) اساسی است.

۶. یافته های توصیفی:

از نمونه مورد بررسی (۸۰۰ نفر)، ۵۰/۵ درصد افراد مرد و ۴۹/۵ درصد زن هستند. میانگین سنی شهروندان ۴۵ سال با انحراف معیار ۱/۷ می باشد. حداقل سن ۱۵ و حداکثر سن ۶۱ سال است. علاوه براین به لحاظ مذهب، ۹۸/۵ درصد پاسخگویان شیعه، و ۱/۵ سنی هستند.

۱-۶. ارزش های مدرن

جدول (۱) گویای آن است که گرایش پاسخگویان به ابعاد مختلف ارزش های مدرن متفاوت است (دامنه ارزش ها از ۰ تا ۱۰۰ محاسبه شده است). عناصر تشکیل دهنده ارزش های مدرن مبین این واقعیت است که در جامعه، پاسخگویان گرایش بالایی نسبت به ارزش مصرف گرایی، گرایش متوسطی نسبت به آزادی گرایی و گرایش پایینی به فردگرایی دارند. بالاترین میانگین ارزش های مدرن (۷۰)، مربوط به انسان گرایی است و کمترین آن (۴۸/۰)، مربوط به فرد گرایی است. با این حال میانگین گرایش به ارزش های مدرن نزد پاسخگویان، در حد متوسط به بالا (۶۰/۴) می باشد. کمترین اختلاف نظر (۲۱/۸) مربوط به انسان گرایی و بیشترین اختلاف نظر (۲۴/۰) مربوط به افسون زدایی است. انحراف معیار حدود ۲۱ تا ۲۴ در همه ارزش های مدرن نشان دهنده آن است که پراکندگی پاسخگویان از حیث گرایش به این ارزش ها نسبتاً مشابه است.

جدول (۱) ارزش های مدرن و میزان موافقت پاسخگویان

ارزش های مدرن	بالا	متوسط	پایین	میانگین از ۱۰۰	انحراف معیار

۲۱/۸	۷۰/۰	۱۵/۰	۵۹/۵	۲۵/۵	شاخص انسان گرایی
۲۳/۲	۴۸/۰	۵۰/۷	۲۸/۷	۲۰/۶	شاخص فرد گرایی
۲۲/۰	۶۴/۰	۱۳/۷	۶۵/۸	۲۰/۵	شاخص آزادی گرایی
۲۴/۰	۵۹/۲	۲۶/۵	۵۳/۵	۲۰/۰	شاخص افسون زدایی
۲۲/۴	۵۹/۰	۲۶/۰	۴۸/۰	۲۶/۰	شاخص مصرف گرایی
۲۲/۶	۶۰/۴	۲۲/۴۶	۵۳/۰۴	۲۴/۵	شاخص ارزش های مدرن

اما میزان گرایش به ارزش های مدرن در بین زنان با میانگین (۴۵/۲۶) و مردان با میانگین (۴۵/۳۲) تفاوت معناداری وجود ندارد. بدین معنا که دو جنس گرایش نسبتاً یکسانی به ارزش های مدرن دارند، ($T = -۳/۴۶$ ، $Sig = ۰/۷۳$ ، $df = ۳۴۳$). همچنین میزان گرایش به ارزش های مدرن در میان افراد متعلق به مذهب شیعه با میانگین ۶۹/۷۲ و افراد متعلق به مذهب سنی با میانگین ۷۱/۱۴ تفاوت چندانی ندارد. نتایج آزمون t نشان داد که افراد شیعه و سنی (پیروان دو مذهب عمده در ایران) گرایش یکسانی نسبت به ارزش های مدرن دارند ($T = ۰/۳۴۶$ ، $Sig = ۰/۷۳۰$ ، $df = ۳۴۲$).

۶-۲. هویت اجتماعی

تقریباً بیشترین فراوانی پاسخ ها مربوط به بالاترین مرتبه تعلق و وفاداری (کاملاً موافق با گویه های مثبت و کاملاً مخالف با گویه های منفی) است و این امر حاکی از شدت علاقه و وفاداری شهروندان به اجتماع ملی است.

یافته های مربوط به هویت اجتماعی (جدول ۳)، که در سه نوع ملی و دینی، انقلابی سنجیده شده است، نشان می دهد که پاسخگویان از هویت اجتماعی بالایی برخوردارند.

بالاترین میانگین (۷۷/۹) هویت ملی مربوط به بعد احساس تعهد و وفاداری ملی است و کمترین آن (۷۵) مربوط به بعد احساس تعلق ملی است. با این حال میانگین هویت ملی نزد پاسخگویان در حد بالاست (۷۶/۴). کمترین انحراف معیار (۱۸/۰) مربوط به بعد احساس تعهد و بیشترین انحراف معیار (۲۳/۰) مربوط به بعد احساس تعلق ملی است. ارقام انحراف معیار گویای آن است که پراکندگی

دیدگاه شهروندان در بعد احساس تعلق بیشتر از بعد احساس تعهد و وفاداری ملی است. در مجموع بیشتر پاسخگویان (۶۸/۶) هویت ملی در حد بالایی دارند.

در هویت دینی بالاترین میانگین (۶۶/۲) مربوط به بعد احساس تعلق دینی است و کمترین آن (۶۵/۸) مربوط به بعد احساس تعهد دینی است. با این حال میانگین هویت دینی نزد پاسخگویان در حد متوسط به بالاست (۶۶/۰) می باشد. کمترین انحراف معیار (۲۱/۹) مربوط به بعد احساس تعلق و بیشترین انحراف معیار (۲۴/۹) مربوط به بعد احساس تعهد دینی است. ارقام انحراف معیار گویای آن است که پراکندگی دیدگاه شهروندان در بعد احساس تعهد بیشتر از بعد احساس تعلق است. در مجموع بیشتر پاسخگویان (۵۶/۷) هویت دینی در حد بالایی دارند.

در هویت انقلابی بالاترین میانگین (۶۲/۶۶) مربوط به بعد احساس تعلق انقلابی است و کمترین آن (۶۲/۲) مربوط به بعد احساس تعهد انقلابی است. با این حال میانگین هویت انقلابی نزد پاسخگویان در حد متوسط به بالاست (۶۶/۰) می باشد. کمترین انحراف معیار (۲۵/۴) مربوط به بعد احساس تعلق و بیشترین انحراف معیار (۲۷/۶) مربوط به بعد احساس تعهد انقلابی است. ارقام انحراف معیار گویای آن است که پراکندگی دیدگاه شهروندان در بعد احساس تعهد بیشتر از بعد احساس تعلق است. در مجموع بیشتر پاسخگویان (۶۲/۵) هویت انقلابی در حد بالایی دارند.

جدول (۳) هویت اجتماعی و میزان موافقت پاسخگویان با آن ها

انحراف معیار	میانگین	پایین	متوسط	بالا	هویت اجتماعی	
۲۳/۰	۷۵/۰	۱۸/۵	۱۶/۳	۶۵/۲	احساس تعلق	ملی
۱۸/۰	۷۷/۹	۹/۱	۱۸/۹	۷۲/۰۰	احساس تعهد	
۲۱/۰	۷۶/۴	۱۳/۸	۱۷/۶	۶۸/۶	شاخص هویت ملی	
۲۱/۹	۷۲/۰	۱۲/۷	۲۳/۴	۶۳/۹	احساس تعلق	

۲۴/۹	۷۰/۰	۳۱/۹	۱۸/۶	۴۹/۵	احساس تعهد	دینی
۷۲/۰	۷۲/۰	۲۲/۳	۲۱/۰	۵۶/۷	شاخص هویت دینی	
۲۵/۴	۶۶/۲	۲۶/۴۷	۱۰/۸۷	۶۲/۶۶	احساس تعلق	انقلابی
۲۷/۶	۶۵/۸	۲۹/۱۶	۸/۵۸	۶۲/۲۶	احساس تعهد	
۲۸/ ۴	۶۶/۰	۱۵/۲	۲۲/۳	۶۲/۵	شاخص هویت انقلابی	
۲۴/۱۳	۷۱/۴۶	۱۷/۱	۲۰/۳	۶۲/۶	شاخص هویت اجتماعی	

- معرف های هویت انقلابی: استکبار ستیزی، دفاع از حقوق مظلومان و محرومان، تقویت روحیه بسیجی و جهادی در خدمت به محرومان، پاسداری از انقلاب و دستاوردهای آن، عدالتخواهی و ظلم ستیزی، شهادت طلبی، مقاومت در برابر زورگویان، ولایت مداری

ضمناً میانگین هویت دینی به اشتباه برای انقلابی لحاظ شده بود که با تذکر داور محترم اصلاح گردید.

یافته های تبیینی : به منظور بررسی رابطه ارزش های مدرن با هویت اجتماعی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول (۴) رابطه همبستگی بین ارزش های مدرن و هویت اجتماعی

هویت اجتماعی	هویت انقلابی	هویت دینی	هویت ملی	ارزش های مدرن	
- ۰/۶۱	- ۰/۷۷	- ۰/۶۸	- ۰/۵۹	pearson correlation	آزادی گرای
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	sig	
- ۰/۷۷	- /۶۱	- ۰/۷۲	- ۰/۲۹	pearson correlation	انسان گرای
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۵	sig	
- ۰/۶۲	- ۰/۶۰	- ۰/۷۰	- ۰/۳۲	pearson correlation	فرد گرای
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۱	sig	
- ۰/۴۹	- ۰/۶۷	- ۰/۶۶	- ۰/۲۲	pearson correlation	

۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	مصرف گرایی
۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵	sig	
- ۰/۷۸	- ۰/۶۵	- ۰/۷۶	- ۰/۳۱	pearson correlation	افسون زدایی
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱	sig	
- ۰/۷۱	- ۰/۷۱	- ۰/۷۸	- ۰/۳۶	pearson correlation	شاخص ارزش های مدرن
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۵	sig	

داده های موجود در جدول فوق گویای این واقعیت می باشد که ارزش های مدرن انتخاب شده رابطه رابطه منفی و معنی دار با هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی دارند.

در هویت ملی این رابطه بجز ارزش آزادی گرایی که از شدت رابطه نسبتاً بالا (۰/۵۹-) برخوردار می باشد در مابقی ارزش های مدرن این رابطه در سطح پایین (زیر ۰/۳۲-) قرار دارد. شاخص ارزش های مدرن مبین این واقعیت است که مولفه ها و شاخص های اجتماعی توانسته اند ارتباط تعاملی- تقابلی با ارزش های مدرن برقرار نمایند. به این معنا که هر چه گرایش افراد به ارزش های مدرن افزایش یابد هویت اجتماعی آنها تضعیف می شود. تمام ارزش های مدرن رابطه معکوس با هویت ملی، دینی و انقلابی دارند. رابطه شاخص ارزش های مدرن با (۰/۷۸- هویت دینی، ۰/۷۱- هویت انقلابی و ۰/۳۶- هویت ملی) مبین این واقعیت است که گرایش به ارزش های مدرن می تواند بن مایه های هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی کنشگران اجتماعی را به چالش بکشد. در صورت گرایش بالای کنشگران به ارزش های مدرن احساس تعلق و تعهد نسبت به نمادهای مشترک ملی، دینی و انقلابی کاهش خواهد یافت.

جدول شماره ۵. ماتریس همبستگی هویت ملی، دینی و انقلابی

هویت ملی	هویت ملی	هویت ملی	هویت انقلابی
۱/۰	** ۰/۶۷	** ۰/۴۳	
** ۰/۶۷	۱/۰	** ۰/۷۰	
			هویت انقلابی

۱/۰	*۰/۷۰	*۰/۴۳	هویت انقلابی
-----	-------	-------	--------------

** سطح معناداری ۹۹ درصد

** سطح معناداری ۹۵ درصد

داده های موجود در جدول فوق گویای آن است که رابطه مثبت و معناداری میان هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی وجود دارد. نکته قابل تامل در این میان همبستگی بالای هویت ملی با هویت دینی و هویت دینی با هویت انقلابی است. این امر نشان دهنده این واقعیت است که این سه گونه هویتی، در کل، در راستای هم قرار دارند و برجستگی برابری را از خود نشان می دهند. در این زمینه می شود خاطر نشان کرد که هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی دارای مرزهای مشترکی هستند، یعنی هر چه یکی از انواع هویت ها در فرد قوی تر باشد، به همان اندازه هویت دیگر هم قوی تر می شود. همچنانکه برای مثال در دوران جنگ تحمیلی هشت ساله، این سه در کنار هم قرار گرفتند و تعلق به میهن و دفاع از حاکمیت ملی و ارزش های دینی و انقلابی برای کسب تقوی (پیروزی) بوده است.

تفکیک مفاهیم هویت های ایرانی و اسلامی و انقلابی، همراه با مؤلفه های گوناگون آنها، کار آسانی نیست و می بایست به مفاهیم و دیدگاه های مختلف در مورد این هویت ها توجه شود. البته با توجه به نظریات و رویکردهای مختلفی که در ایران وجود دارد، بسیاری از اندیشمندان، تفکیک هویت ایرانی و اسلامی و حتی انقلابی را بسیار دشوار می دانند. این تفکیک و درهم تنیدگی را در بسیاری از مؤلفه های موجود میان هویت ایرانی و انقلابی و یا هویت دینی و انقلابی نیز می توان یافت؛ برای مثال، در تلقی از اینکه در دفاع مقدس، انگیزه اصلی دفاع، انگیزه دینی بوده یا انگیزه ملی هم در بنای آن برای دفاع از سرزمین موثر بوده است - که قطعاً هر دو انگیزه در دفاع مقدس نقش چشمگیری داشته اند شاهد این درهم تنیدگی هستیم. در طول 200 سال گذشته نیز این درهم آمیختگی هویت اسلامی و ایرانی در مقاطع مختلف تاریخی به وضوح دیده شده است؛ مانند جنگ های ایران و روس، نهضت تنباکو، نهضت مشروطه، نهضت ملی کردن صنعت نفت، انقلاب اسلامی، دفاع مقدس و....

۷. نتیجه گیری

از آنجا که ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سنتی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل گیری هویت اجتماعی دارند، بالتبع، تحول در نظام های ارزشی می تواند دگرگونی های عمده ای در روند تکوین هویت اجتماعی ایجاد کند. به طور کلی ارزش های مدرن فرصت های نوینی را در جهت تعامل خود و فرایند شکل گیری

هویت به وجود آورده اند. با توجه به نتایج به دست آمده می توان دریافت در مجموع بیش از نیمی از افراد (۵۳/۰۴ درصد) در حد متوسط، ۲۴/۵ درصد به میزان زیاد و ۲۲/۴۶ درصد به میزان پایین به ارزش های مدرن گرایش پیدا کرده اند. میانگین شاخص گرایش به ارزش های مدرن در مجموع متوسط به بالا (۶۰/۰۴ درصد) می باشد.

بنا بر فرضیه تحقیق، گرایش به ارزش مدرن ارتباط معنا داری با هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی دارد. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه بین « میزان گرایش به ارزش های مدرن با هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی » تایید می شود. شدت ارتباط دو متغیر ارزش های مدرن و هویت ملی (۰/۳۶ -) در سطح پایین ارزیابی می گردد. ولی این ارتباط در مورد هویت دینی و انقلابی از شدت بالایی برخوردار است. همان طور که ملاحظه گردید، گرایش به ارزش های مدرن رابطه معکوس و معنا داری با هویت ملی، دینی و انقلابی دارند. وجود رابطه معکوس معنادار میان گرایش به ارزش های مدرن و هویت ملی، دینی و انقلابی از این جهت قابل توجه است که عناصر تشکیل دهنده هویت ملی، دینی و هویت انقلابی عناصر پایدار، پویا و فراگیری می باشند که در مقابل اشاعه ارزش های مدرن از خود مقاومت نشان می دهند و به سادگی با این ارزش ها کنار نمی آیند. از طرف دیگر ارزش های مدرن با هویت ملی، دینی و انقلابی تعامل انعطاف گونه ای دارند. وجود رابطه معکوس و معنادار حاکی از تأثیر و تأثر میان ارزش های مدرن با هویت ملی، دینی و انقلابی، نشان دهنده پیچیدگی رابطه و آثار متقابل و متفاوت سطحی، عمیق، کوتاه مدت و بلند مدتی است که میان این دو متغیر به ویژه در حضور دیگر متغیر های زندگی اجتماعی می توان تصور کرد. علاوه بر این با توجه به اثر گذاری تأخیری ارزش های مدرن چنین می نماید که تأثیر این ارزش ها در بلند مدت ضمن برخورد افراد با وقایع زندگی نمود بیشتری پیدا نماید. با وجود این همان گونه که ملاحظه گردید بر مبنای نتایج تحقیق ارزش های مدرن دارای رابطه معنا دار با هویت اجتماعی می باشد، روی دیگر این سکه بدین معناست که افراد وقتی به یک چیز احساس تعلق، تعهد و وفاداری می نمایند که آن چیز برای آنها ارزشمند باشد. اگر افراد به چیزی احساس تعلق و تعهد نمی کنند به این دلیل است که آن چیز برای آنها ارزشمند نیست. بنابراین، این ارزشمندی است که احساس تعلق و تعهد به وجود می آورد. پس ما می توانیم با تغییرات ارزشی در افراد تعلق، تعهد و وفاداری متفاوت به وجود آوریم. از اینرو نفس در معرض ارزش های مدرن قرار گرفتن همبستگی و تعلق به وجود نمی آورد. بلکه پذیرش و نهادینه کردن این ارزش ها احساس تعلق و تعهد به وجود می آورد. بنابر این با توجه به اینکه هویت فرد در تعیین نحوه انتخاب های وی بسیار موثر است، می

توانیم نتیجه بگیریم اگر میان عناصر ارزشی فرهنگ ملی با عناصر ارزشی فرهنگ فرا ملی تضاد وجود داشته باشد، نزاع هویتی رخ می دهد. هرچه برخورد عناصر ارزشی این دو فرهنگ شدید تر باشد، جذب و پذیرش این ارزش ها در جامعه مذکور (دست کم در مراحل اولیه) دشوارتر می شود. اما اگر بتوانیم اوضاع را به گونه ای هدایت کنیم که میان فرهنگ ملی و فرهنگ فراملی سازش حاصل شود، در این صورت احتمال بروز تنش های هویتی کاهش خواهد یافت. در نهایت بدون اینکه خواسته باشیم به یک داوری مثبت یا منفی مبادرت ورزیم، باید خاطر نشان کنیم که جامعه اطلاعاتی و ارتباطی مدرن این فرصت را در اختیار شهروندان قرار داده است که هویت جدیدی را در سپهر اجتماعی آماده کنند و مطابق با همین شکل به جهان پیرامون خود سامان بخشند. علاوه بر این از یک لحاظ هویت سازی که از طریق ارزش های مدرن صورت می گیرد به تغییر همه معادلات هویتی افراد نمی انجامد. در جوامعی که هویت های فردی تثبیت شده باشد و از انسجام لازم برخوردار باشند، ورود به عرصه تعاملات جهانی و آشنایی با ارزش های مدرن فراملی تحول جدی در هویت فردی پدید نمی آورد، بلکه حتی ارزش های مدرن فراملی می تواند به ابزاری برای استحکام بخشیدن به هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی تبدیل شود.

در این راستا به منظور استحکام و تقویت هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی پیشنهاد می شود:

۱. ارزش ها، علایق، نگرش ها و انتظارات افراد به منظور ایجاد تغییراتی مثبت در آنها شناسایی شود، تا بتوانیم هویت ملی، دینی و انقلابی خود را در جامعه متحول و دستخوش دگرگونی، حفظ نماییم.
۲. ارائه هر گونه الگو برای هویت ملی، دینی و انقلابی در عصر حاضر محتاج بازشناسی انتقادی شرایط گذشته و حال جامعه ایران از سوی فرهیختگان و نخبگان است.
۳. برای بومی ساختن مفاهیم و ارزش های مدرن، و حتی برای نفی و طرد این ارزش ها، شناخت دقیق و همه جانبه آن ضروری است. چنان که شناخت دقیق و همه جانبه توان و ظرفیتهای فرهنگ اسلامی، انقلابی و ملی مان نیز ضروری است.
۴. انجام این موارد بدون فراهم کردن زمینه مناسب برای گفتگو میان روشنفکران، نویسندگان و پژوهشگران جامعه ایران فراهم نمی شود.
۵. اهتمام جدی در زمینه بازشناسی هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی و روز آمد سازی فرهنگ ایرانی و اسلامی از طریق حمایت ویژه و همه جانبه از پژوهش های تاریخی، جامعه شناختی و دین شناختی ضروری است.
۶. طرح ابعاد گوناگون جهانی شدن در فضای عمومی، آگاه سازی و آموزش عمومی برای توانمند سازی در تعامل فرهنگ ایرانی، اسلامی و انقلابی با فرهنگ جهانی شده ضروری است.

۷. تقویت روحیه اعتماد به نفس ملی در مدیریت فرایند جهانی شدن با تأکید بر هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی و تجربه تاریخی تدام فرهنگ ایرانی، اسلامی در چالش های سیاسی و تمدنی ضروری است.
۸. برنامه ریزی برای مدیریت ایران دیجیتال و مشارکت فعال در فضای سایبرنتیک جهانی، برای ارائه تصویر صحیح و مثبت و مقابله با پردازش های منفی و خطر خیز از حیات و هویت ایرانی، اسلامی ضروری است.
۹. تلاش برای شکل دهی و تقویت عناصر هویتی ملی، دینی و انقلابی و توسعه همکاری رسانه ای، گسترش ارتباط فرهیختگان و متخصصان در سطح جهانی ضروری است.

منابع :

- آزادواری، علی اکبر (۱۳۸۷) در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن و رابطه آن با مشروعیت سیاسی، پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه خوارزمی تهران.
- استیون، مایلز (۱۳۹۶)، مصرف شیوه ای از زندگی، ترجمه فردین علیخواه، نشر جامعه شناسان
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران، نشر شیرازه
- بوردو، ژرژ (۱۳۷۸)، لیبرالیسم، ترجمه عبدالوهاب احمدی، تهران، نشر نی.
- بیات، بهرام، آزادواری علی اکبر (۱۳۸۹)، تاثیر جهانی سازی بر هویت ملی و هویت جهانی، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات امنیت اجتماعی، تابستان ۱۳۸۹، شماره ۲۲
- پاستر، مارک (۱۳۷۷)، عصر دوم رسانه ها، ترجمه غلام حسین صالحیار، تهران: انتشارات موسسه ایران
- توحید فام، محمد (۱۳۸۳)، چرخش های لیبرالیسم، تهران، انتشارات روزنه.
- جهانبگلو، رامین (۱۳۷۴)، مدرنیته، دموکراسی و روشنفکران، تهران، نشر مرکز
- پایان نامه کارشناسی ارشد ایران شناسی. دانشگاه شهید بهشتی و بنیاد ایران شناسی.
- دوران ، بهزاد (۱۳۸۱)، تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی ، پایان نامه دکتری جامعه شناسی دانشگاه تربیت مدرس
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸)، وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش های اجتماعی، تهران: کتاب فرا.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۰)، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی ، انتشارات علمی

- ساروخانی، باقر و خدیجه رضایی قادری(۱۳۹۱)، اینترنت و هویت ملی کاربران، نشریه فرهنگ ارتباطات، دوره دوم شماره پنجم، صفحه ۵۱- ۷۰
- ساندل، مایکل(۱۳۷۴)، لیبرالیسم و منتقدان آن، ترجمه احمد تدین، تهران انتشارات علمی - فرهنگی
- سروش عبدالکریم(۱۳۸۰)، قبض و بسط تئوریک شریعت، انتشارات موسسه فرهنگی صراط
- شایگان، داریوش (۱۳۸۲)، افسون زدگی جدید (هویت چهل تکه و تفکر سیار)، ترجمه فاطمه ولیانی، تهران، انتشارات فرزا
- شهرام نیا، سید امیر مسعود، راضیه مهرابی کوشکی(۱۳۹۳)، بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه پژوهش های راهبردی سیاست، دوره ۳، شماره ۹
- عادلپور، صمد (۱۳۹۵)، تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.
- عطاران، محمد (۱۳۸۳)، جهانی شدن، فناوری اطلاعات و تعلیم و تربیت، تهران، انتشارات موسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند
- عظیمی، فخرالدین(۱۳۷۱)، زمینه های فکری و تحقق تاریخی فرهنگ و جامعه مدرن، نشریه نگاه نو، شماره ۹، مرداد و شهریور ۱۳۷۱
- فرانزوی، استفن ال(۱۴۰۰)، روانشناسی اجتماعی، ترجمه منصور قنادان و مهرداد فیروز بخت، نشر رسا، چاپ هشتم
- قاضیان، محمد رضا(۱۳۷۱)، نظریه های توسعه و عواملی فرهنگی، مجله فرهنگ و توسعه، شماره ۴
- کاستلز، ایمانوئل(۱۳۸۴)، عصراطلاعات، اقتصاد جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، انتشارات طرح نو
- گری، جان(۱۳۸۱)، لیبرالیسم، ترجمه محمد ساوجی، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹) تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر تجدد) ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی
- محمدی، محمد علی و شیانی ملیحه(۱۳۹۳)، هویت شهروندی در ایران، تهران، انتشارات نور علم

- مزینانی، کاظم (۱۳۹۶)، بررسی رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی کاربران در بین دانشجویان شهر تهران، فصلنامه ره آورد نو، شماره ۶۴
- ملکیان، مصطفی (۱۳۸۱)، راهی به رهایی، جستارهایی در عقلانیت و معنویت، تهران، نشر نگاه معاصر
- مهدی زاده طالشی، محمد (۱۳۷۴)، اندیشه های سنت و تجدد در مطبوعات ایران، بررسی نسبت مولفه های سنت و تجدد در مجله کیان، نامه فرهنگ و فرهنگ و توسعه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی
- نولان پاتریک و لنسکی گرهارد (۱۳۸۰)، جامعه های انسانی، ترجمه ناصر موفقیان، نشر نی
- نوایخش، مهرداد، فاطمه هاشم نژاد و وحید زادشم پور (۱۳۹۰)، بررسی آثار شبکه های اجتماعی نوین و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵ - ۲۹ ساله استان مازنداران، نشریه جامعه شناسی جوانان، دوره ۱، شماره ۱
- وبر، ماکس (۱۳۸۴)، دین، قدرت و جامعه، ترجمه احمد تدین، تهران، نشر هرمس
- یوسفی، علی (۱۳۸۰)، همبستگی قومی و هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم تابستان ۱۳۸۰

- Beyer, P. 1994: Religion and globalization. London: Sage
- Castells, M. (1997), The power of identity, the Economy, society and culture, Oxford: Blackwell.
- Cheung, C. M. K., and Lee, M. K. O (2015) A theoretical model of intentional social action in online. Decision Support Systems, 49, 24-30
- Chou, A & Lim, B. (2015) "A framework for measuring happiness in online social network". Illinois state university
- Giddens A (1991) modernity of postmodernity. Cambridge: Polity Press
- Hand, M. and Sandy Well (2002) "E-topia as Cosmopolis or Citadel on the Democratizing and Democratizing logics of the Internet or, Toward a Critique of the New Technological Fetishism", Theory, Culture and Society, No. 1-2

- Howard, Judith A. (2000) " Social psychology of identities " , Annual Review of Sociology, Vol .26 ,pp. 367-393
 - Lee, J & Lee, H, (2016),”The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital”.New Media&Society.12 (5).711-727
 - Long, J. & et al. (2018), Impact of internet on adolescent self-identity.[http://: digitalcommons uri.edu/com_facpubs](http://digitalcommons.uri.edu/com_facpubs)
 - Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2016), Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities, Organization Studies: Online Communities, Organization Studies: <http://nms.sagepub.com>
 - Jones, Stevn G. (ed.) (1998) Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community, London, Sage
 - Tyler, T. (2017). Social networking and Globalization, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6, July 2013
 - Schifirnt,(1989); “ Youth as a new Element in the Evolution of Socity, " In Y. Simhadri,(ed), Development of Emerging World Youth , Delhi: Mittal Publication
- Swedish perspectiv, Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Abstract

. The spread of modern values with the help of virtual space has intertwined the fabric of the new society. It is possible that orientation towards these values has an effect on people's priorities and orientation. The present article, which is the result of a research, is organized with the aim of investigating the relationship between orientation towards modern values and social identity. The theoretical model of this research is a combination of the theories of Gibbins, Giddens and Jameson. The hypothesis of the research is: the more people tend to modern values, the more their national, religious and revolutionary identity will be weakened. This research was done by survey method. The statistical population of the research is citizens over 15 years of age in Tehran,. The

findings of the research show that the trend towards modern values has a negative relationship with national identity, religious identity and revolutionary identity.

Keywords: modern values, social identity, national identity, religious identity, revolutionary identity

نسخه
پیش
انتشار