

The Tendency Towards Modern Values and Its Relationship with Iranian, Islamic and Revolutionary Identity¹

Aliakbar Azadvari

PhD student in Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Sedighe Mohammad Esmail²

Associate Professor, Department of Information Science and Knowledge, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Hassan Khairi

Professor, Department of Sociology, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran

Somaye Tajik Esmaili

Associate Professor, Department of Social Communication, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Farhad Emamjomeh

Assistant Professor, Department of Sociology, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Received: 18 October 2024 Revised: 8 December 2024 Accepted: 19 February 2025

Abstract

Today, the development of modern information and communication technology and the emergence of cyberspace have given rise to global values and meanings in the relations of societies. On the other hand, these values and meanings may generate new demands, cause pessimism towards ideological teachings among citizens, and shape a type of multiple citizenship (meaning citizens who feel a sense of belonging to both national values, symbols and meanings and global meanings, symbols and values). As a result, we are witnessing value and identity pluralism among citizens. The spread of modern values, thanks to cyberspace, has intertwined the fabric of the new society. The tendency towards these values probably has an impact on the

1. This article is extracted from the doctoral dissertation of the first author submitted to the Islamic Azad University, Tehran Research Sciences Branch.

2. Corresponding Author. Email: m.esmaili2@gmail.com



©2024 The author(s). This is an open access article under the CC BY license: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

How to cite this article: Azadvari, A., Mohammad Esmail, S., Khairi, H., Tajik Esmaili, S. and Emamjomeh, F. (2025). The Tendency Towards Modern Values and Its Relationship with Iranian, Islamic and Revolutionary Identity. Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences, 22(1), 39-63. Doi: 10.22067/social.2025.87473.1496

priorities and orientation of individuals. Due to the lack of comprehensive control over modern means of communication, societies have lost the ability to inspire a sense of belonging and commitment to goals and values in people and to maintain identity-giving elements. The present paper aims to explore the relationship between the tendency towards modern values and social identity. The theoretical model of this research brings together the theories of Gibbins, Giddens, and Jameson. The underlying research hypothesis is that the more people move towards modern values, the more their national, religious and revolutionary identity will be undermined. This research was conducted using a survey method. The statistical population consisted of people over 15 years of age in Tehran. The findings suggest that the tendency towards modern values has an inverse and significant relationship with Iranian identity, Islamic identity and revolutionary identity.

Keywords: Modern Values, Iranian Identity, Islamic Identity, Revolutionary Identity.

گرایش به ارزش‌های مدرن و رابطه آن با هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی^۱

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

تهران، ایران)

azadvaria@yahoo.com

صدیقه محمداسماعیل (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، قم، 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، اراک، ایران)

f.emamjome@yahoo.com

چکیده

امروزه با گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و ظهور پدیده‌ای به نام فضای مجازی، از یک طرف شاهد ظهور ارزش‌ها و معانی جهانی در روابط جوامع هستیم، از طرف دیگر این ارزش‌ها و معانی ممکن است سبب شکل‌گیری تقاضاهای جدید، بدینی نسبت به آموزه‌های ایدئولوژیک در بین شهروندان شود و نوعی شهروندی چندگانه (منظور شهروندانی که هم به ارزش‌ها، نمادها و معانی ملی احساس تعلق می‌کنند و هم به معانی، نمادها و ارزش‌های جهانی) شکل گیرد، در نتیجه بین شهروندان شاهد تکرگرای ارزشی و هویتی هستیم. گسترش ارزش‌های مدرن به مدد فضای مجازی تاروپود جامعه جدید را درهم تنیده است. این احتمال وجود دارد که گرایش به این ارزش‌ها بر اولویت‌ها و جهت‌یابی افراد تأثیر داشته باشد. جوامع به دلیل فقدان کنترل همه‌جانبه بر وسایل ارتباطی نوین، توانایی اقناع احساس تعلق و تعهد به اهداف، ارزش‌ها و حفظ عناصر هویت‌بخش را از دست داده‌اند. مقاله حاضر

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول مقاله در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران می باشد.

که رهاورد یک تحقیق است با این هدف سازمان یافته که رابطه گرایش به ارزش‌های مدرن با هویت اجتماعی را بررسی نماید. الگوی نظری این تحقیق تلفیقی از نظریات گیبنز، گیدنز و جیمسون است. این پژوهش براساس این فرضیه شکل گرفته است که هر چه افراد بیشتر به ارزش‌های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت ملی، دینی و انقلابی آنها بیشتر تضعیف خواهد شد. این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. جمعیت آماری تحقیق، شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تهران است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که گرایش به ارزش‌های مدرن رابطه‌ای معکوس و معنادار با هویت ایرانی، هویت اسلامی و هویت انقلابی دارد.

واژگان کلیدی: ارزش‌های مدرن، هویت ایرانی، هویت اسلامی، هویت انقلابی.

۱. مقدمه

بحث درباره هویت^۱ در ایران امروز، به‌ویژه هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی در دهه‌های اخیر توجه بسیاری را در ایران برانگیخته است. هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی به دلیل اهمیت اساسی‌اش در جامعه امروز ایران نقش محوری در حفظ اتحاد و انسجام اجتماعی - سیاسی دارد و توجه بیش از پیش محافل عمومی و دانشگاهی را به خود جلب کرده است. امروزه با گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و ظهور پدیده‌ای 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 به‌ویژه جوانان را تحت تأثیر قرار داده‌اند 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 می‌دهند که می‌توانند پیوندها و روابط بین شهروندان و جامعه را تضعیف و سست نماید. در نتیجه گسترش شبکه‌های اجتماعی ما شاهد ظهور ارزش‌ها و معانی جهانی در روابط جوامع هستیم. اشاعه ارزش‌های مدرن که با جهانی شدن (گسترش تکنولوژی‌های 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 روزافزون توییتر، 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. با 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 ارزش های مدرن، تحول ساخت دولت - ملت ها، دگرگونی مناسبات اجتماعی، گسترش جنبش ها و حرکت های نوگرایانه همراه بوده است، جوامع را با مشکلاتی مواجه نموده است. با وقوع انقلاب اسلامی جامعه ما دچار تغییرات اساسی در حوزه ارزش ها 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 تأثیرپذیری افراد از ارزش های مدرن جهانی شناخته شود تا بتوانیم هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی خود را حفظ و تقویت نماییم.

• اهداف پژوهش

- ۱- بررسی و شناخت میزان گرایش افراد به ارزش های مدرن.
 - ۲- شناخت تأثیری که این فرایند روی نگرش و رویکردهای افراد نسبت به ابراز تعلق و تعهد ایرانی، اسلامی و انقلابی دارد.
- 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؟

۲. پیشینه نظری و تجربی

تیلر^۱ (۲۰۱۷) در تحقیقی تحت عنوان «نتایج ناخواسته در زندگی دوم: سواد فرهنگی و هویت مجازی در دنیای مجازی» نتیجه گرفته است که افراد فرهنگ سوم (افرادی که در خارج از کشور برای مدت طولانی زندگی می‌کنند) بیشتر مستعد هویت چندگانه فرهنگی یا هویت چندفرهنگی هستند. این افراد علاوه بر اینکه فاقد حس روشنی از تعلق هستند، این صلاحیت را دارند که از تجربه‌شان به نفع درک و ارتباطات میان فرهنگی استفاده کنند.

رن^۲ و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی تحت عنوان «ساخت هویت بر روی فیس‌بوک» نشان دادند که هویت یک ویژگی فردی نیست؛ بلکه در محیط اجتماعی ساخته می‌شود. در این میان هویت کاربران فیس‌بوک به طرز متفاوتی در دو محیط واقعی و مجازی ساخته می‌شود. در واقع هویت حقیقی، هویت واقعی و امکان تحقق خویشتن، موقعیت‌های متفاوتی را به جای شخصیت‌های متفاوت در افراد ایجاد می‌کنند.

مطالعه چونگ و لی^۳ (۲۰۱۵) درباره تجربیات هویتی نوجوانان در اینترنت صورت گرفته و انگیزه‌هایی را که باعث می‌شود افراد به اینترنت روی آورند را مورد کاوش قرار داده است. بیش از ۵۰ درصد کسانی که در این پیمایش شرکت کرده بودند، بیان کرده‌اند که برای خوداکتشافی و سنجش واکنش دیگران نسبت به خود به اینترنت روی آورده‌اند. از موارد دیگر هویت‌یابی نوجوانان در این مطالعه جبران کمبودهای اجتماعی و تسهیل اجتماعی بود.

عادل‌پور و همکاران (۱۳۹۵)، مزینانی (۱۳۹۶)، ساروخانی (۱۳۹۱)، شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)، نوابخش و همکاران (۱۳۹۰)، محمدی، شیانی و روشنفکر (۱۳۸۹)، بیات (۱۳۸۹)، لی و لی (۲۰۱۶)، لانگ^۴ (۲۰۱۸) در تحقیقاتی که به بررسی هویت پرداخته‌اند، نشان داده‌اند که بین مدت زمان حضور، میزان مشارکت و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هویت سیاسی، تاریخی، قومی و دینی کاربران ارتباط وجود دارد و جملگی نتایج ضمن اشاره به تبدیل شدن

1. Tiler

2. Ren

3. Cheung & Lee

4. Long

شبکه‌های اجتماعی به پدیده‌های اثرگذار در ارتباط و الگوهای تعاملی بین انسان‌ها، شبکه‌های اجتماعی نوین را در تغییر هویت کاربران مؤثر دانسته‌اند. برخی از یافته‌ها به نقش شبکه‌های اجتماعی در برجسته‌سازی هویت جمعی و افزایش مشارکت و سازگاری کاربران با منافع مدنی اشاره داشته‌اند، برخی به نقش این شبکه‌ها در همگن‌سازی جهان از نظر فرهنگ و عقاید اشاره نموده‌اند و در کل شبکه‌های اجتماعی را عامل مؤثر در اجتماعی شدن می‌دانند ولی هیچ کدام از آنها رابطه ارزش‌های مدرن با هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی را مورد ارزیابی قرار نداده‌اند.

۳. چارچوب نظری پژوهش

موضوع کنجکاوبرانگیز تأثیر رسانه‌ها و مصرف رسانه‌ای (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۵) و ارزش‌های مدرن بر هویت اجتماعی افراد ذهن صاحب‌نظران حوزه ارتباطات جمعی را به خود مشغول داشته است. در عصر جهانی شبکه‌های اجتماعی جدید شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر هویت و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند (سندی‌ولر و هند، ۲۰۰۲: ۲۰۲).

جیمسون^۱، از نظریه‌پردازان هویت، معتقد است در نتیجه فرایند جهانی شدن که شاهد گسترش ارزش‌های مدرن در بستر شبکه‌های اجتماعی هستیم، کنشگران با دقت از اجتماعات مختلف محلی، ملی و فراملی چیزهایی را گزینش می‌کنند و هویت آنان تصویر رنگارنگی از این قطعات انتخاب شده است. بریکولورها^۲ یک نوع تیپ شخصیتی هستند که به طور کلی زندگی خود را از این طریق می‌گذرانند (عطاران، ۱۳۸۳: ۱۹۵). نظریه‌پردازان جدید هویت معتقدند آنچه در عمل اتفاق می‌افتد، با تلقی سنتی جامعه‌شناسی و روان‌شناسی درباره هویت متفاوت است. در واقع، کنشگران به‌ویژه در جامعه اطلاعاتی یک هویت یکپارچه که تنها برگرفته از یک اجتماع، قومیت یا ملیت واحد باشد، ندارند؛ بلکه آنان می‌کشند همچون بریکولورها آن چه را می‌پسندند، از اجتماعات، قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف جمع کنند و در درون خود ترکیبی خاص از آنها

1. Gimsson
2. Briclorags

به وجود آورند. این امر به‌ویژه با انقلاب رسانه‌ها و نقش مهمی که رسانه‌های نوین در ارتباطات اجتماعی باز می‌کنند، تسریع شده است (شایگان، ۱۳۸۲: ۱۶).

براساس دیدگاه پاستر^۱ (۱۳۷۷)، گیدنز^۲ (۱۳۷۹) و کاستلز^۳ (۱۳۸۴) 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 دست‌کم می‌تواند در جوامع منشأ اثر باشند. خلق ارزش‌های جدید و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به‌شدت خاص می‌تواند تأثیرات هویتی عدیده‌ای بر جای گذارد (شیفرنت، ۱۹۸۹: ۱۸۵).

تعامل در جامعه اطلاعاتی با درهم‌شکستن 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، به‌روشنی 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 به‌درستی بیان می‌کند که جهان مدرن متأخر به‌شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می‌شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی شالوده هویت فردی را می‌سازد (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 نظم بخشد. به‌هرحال در جامعه اطلاعاتی ارزش‌های مدرن در بستر اینترنت و ماهواره فردیت

1. Paster

2. Gidens

3. Castels

جدیدی را در درون یک ساختار الکترونیکی مجازی می سازد و ظرفیت های فرد را برای فعلیت بخشیدن به هویت های شخصی خود گسترش می دهد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۱۸).

براین اساس الگوی نظری این تحقیق تلفیقی از نظریات گیبینز، گیدنز، جانس، هاوارد و جیمسون است. 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 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 است 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 ماندگار ما در مورد هدف های مهم زندگی هستند که فراتر از محدوده موقعیت های خاص می باشند. کریستین وهوت^۱، 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 امتیازبندی پدیده هاست از خوب تا بد یا از مثبت تا منفی (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 هستند. هر جامعه ای نظام

1. Crestien Voht

ارزشی مختص به خود را دارد که از دل تاریخ و گذشته آن جامعه به جا مانده است. ارزش‌ها در اثر حضور در یک محیط فیزیکی، کنش متقابل میان مردمان درون یک سرزمین، کنش متقابل با مردمان سرزمین‌های دیگر و حتی متأثر از اندیشه‌ها و تخیلات متفکران و عامه مردم و همین طور از دل اسطوره‌ها و ادیان پدید می‌آیند. با توجه به تنوع هر یک از موارد فوق در جوامع بشری باورها و ارزش‌ها نیز بسیار متنوع می‌شوند. اما امروزه با توجه به گسترش ارتباطات، ارزش‌های مدرن توانسته‌اند با سرعت زیاد و در سطحی بسیار گسترده در جهان پراکنده و مطرح شوند.

ارزش‌های مبتنی بر مدرنیته پیچیده و گسترده هستند و علی‌رغم نزدیکی آرای صاحب‌نظران در مورد ارزش‌های مدرن، در آثار صاحب‌نظران، معمولاً یک یا چند ارزش مدرن که مرتبط با مبحث خاصی هستند بررسی می‌شوند و کمتر پیش می‌آید نویسنده‌ای به مجموعه این ارزش‌ها پرداخته باشد. به همین خاطر، تلاش کردیم تا برجسته‌ترین ارزش‌های مدرن را که اجماع نسبی در مورد آن‌ها وجود دارد و به گسترش فرایند جهانی شدن بر واحدهای ملی تأثیرگذار است را از منابع گوناگون استخراج نماییم. ارزش‌های مدرن استخراج شده عبارتند از: انسان‌گرایی، فردگرایی (بایر، ۱۹۹۴: ۲۶)، مصرف‌گرایی (مایلز، ۱۳۹۶: ۳)، آزادی‌گرایی و افسون‌زدایی (جهانبگلو، ۱۳۷۴: ۵۲) که در ذیل هر یک توضیح داده می‌شود.

۴.۱. انسان‌گرایی

یکی از مهم‌ترین ارزش‌های جامعه جهانی که شاید بتوان گفت در طول تاریخ بشر بی‌سابقه بوده و در هیچ فرهنگی تا قبل از آن وجود نداشته، انسان‌گرایی 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 می‌داند (ملکیان، ۱۳۸۱: ۴۴).

به این صورت انسان مدرن خود را از بندگی خدا، سنت و کلیه نیروها و موجودات ماوراءالطبیعه می‌رهاند و خود را در محور کائنات قرار می‌دهد، کاجی در درآمد کتاب خود می‌نویسد که در فرهنگ‌های جنوب، نه تنها سنت برای خدمت به انسان نیست که انسان نیز برای خدمت به سنت می‌باشد؛ درحالی‌که دنیای مدرن همیشه و همه جا از ما می‌خواهد که سنت را

برای انسان بخواهیم و نه انسان را برای سنت (کاجی، ۱۳۷۸: ۲۳). تا پیش از عصر مدرن انسان خود را جزء ناچیزی از کائنات می‌شمرد. امروزه بر خلاف گذشته که «زندگی راستین» را «نوعی فعالیت به قصد آماده شدن برای دنیای دیگر» قلمداد می‌کردند (مهدی‌زاده 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 می‌کند. این برداشت از زندگی، در بردارنده ژرف‌ترین دریافت از آزادی است که بشر مدرن به آن دست یافته است. براساس این برداشت مرکز و محور هستی انسان است و انسان موجودی خودسامان می‌باشد (نولان و لنسکی، ۱۳۸۰: ۳۴۵).

۲.۴. فردگرایی

فردگرایی مبتنی بر حفظ حقوق و تضمین استقلال فردی انسانهاست؛ یعنی اینکه حق دارم همان‌گونه باشم که می‌خواهم و شخصیت‌های دیگر بر من تحمیل نشود. فرد باید بتواند «فردیت» خود را به شیوه‌ای که به نظرش «معقول می‌آید» 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، خودمختار و مستقل بها می‌دهد (۱۳۷۴: ۵۱-۵۲).

نکته قابل توجه درباره فردگرایی این است که فردگرایی 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).

۳.۴. آزادی‌گرایی

آزادی به‌عنوان 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 ساخته‌اند، 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^۱ خواهان آزادی گفتار، 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 که 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 بهره گیرد (ساندل، ۱۳۷۴: ۳۰).

جفرسون^۲، دوموند برک^۳، توماس پین^۴ 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. مصرف‌گرایی

مصرف‌گرایی عبارت است از خرید بیش از حد یا خرید کردن به میزانی بالاتر از سطح نیاز. مصرف و ایدئولوژی همبسته آن، یعنی مصرف‌گرایی، دین جوامع قرن حاضر محسوب می‌شود و کانون خانواده، معبد و پرستشگاه مجسم دین مذکور به حساب می‌آید (باکاک، ۱۳۸۱: ۲۶). در جامعه جدید ابعاد هویتی و کلیت زندگی روزمره افراد بر حسب روابطشان با کالاهای مصرفی

1. John Stuart mill

2. Jeffrson

3. Edmund Burke

4. Thomas Pain

تعیین می شود (مایلز، ۱۳۹۶: ۳). به تعبیر بودریار^۱ 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 (ریتزر، ۱۳۸۰: ۷۲۹).

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. (ویر، ۱۳۸۴: ۱۷۹). افسون زدایی فرایند تحول از خدامحوری 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 بوتۀ 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 مطرح شده می توان انتظار داشت هر چه افراد بیشتر به ارزش های مدرن گرایش پیدا کنند هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی آنها تضعیف خواهد شد. براین 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 ارزش‌های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت انقلابی آنها تضعیف خواهد شد.

۵. روش پژوهش

در این تحقیق از آنجا که هدف آزمون رابطه بین گرایش به ارزش‌های 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 آزمون‌های آماری لازم را به کار برد. به همین دلیل از روش پیمایشی استفاده شد و اطلاعات مورد نیاز درباره متغیرها از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. همچنین با توجه به اینکه متغیرهای اصلی مورد بررسی در سطح ترتیبی سنجیده می‌شوند اما دامنه بلندی دارند، با تسامح از آزمون‌های آماری سطح سنجش فاصله‌ای استفاده شد که در پژوهش‌های اجتماعی معمول است. رابطه متغیرهای زمینه‌ای که سطح سنجش اسمی داشته‌اند، با متغیرهای وابسته با مقایسه میانگین آزمون شده است. جمعیت مورد مطالعه شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تهران در سال ۱۴۰۲ بوده‌اند. از این جمعیت، یک نمونه ۸۰۰ نفره از طریق نمونه‌گیری چندمرحله‌ای 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 شد. مرحله دوم: انتخاب ۳۰ خانوار از بین خانوارهای ساکن در بلوک‌های نمونه طبق روش نمونه‌گیری سیستماتیک؛ به این صورت که از بین خانوارهای ساکن در آن بلوک به صورت دو در میان انتخاب گردیدند. مرحله سوم: انتخاب افراد واجد شرایط از اعضای خانوارهای نمونه براساس روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای. این سهمیه براساس ساختار سنی و جنسی جمعیت آن بلوک تعیین شده است.

۵. ۱. ارزش‌های مدرن

سنجه ارزش‌های مدرن که حاصل جمع نمرات تمامی گویه‌های مربوط به پنج بعد انسان‌گرایی، فردگرایی، آزادی‌گرایی، مصرف‌گرایی و افسون‌زدایی است، پس از بررسی آلفای کرونباخ و تحلیل عامل با ۶۱ گویه ساخته شد (جدول شماره ۱). ضریب آلفای کرونباخ این

سنجه ۰/۸۸ و سنجه کفایت نمونه گیری اولکین مایزر آنها برابر ۰/۹۲ می باشد که در حد کاملاً رضایت بخشی است.

جدول ۱. معرف های ارزش های مدرن

منبع: بخش نظری پژوهش

ارزش ها	معرف ها و شاخص ها	آلفای کرونباخ	سنجه کفایت نمونه گیری اولکین - مایزر
انسان گرایی	ارزشمند بودن انسان، معیار بودن انسان، دنیاگرایی (نولان و لنسکی، ۱۳۸۰: ۳۴۵).	۰/۸۹	۰/۹۲
فردگرایی	استقلال، اهداف شخصی، رقابت (پوردو، ۱۳۷۸: ۴۷).	۰/۸۵	۰/۸۹
آزادی گرایی	آزادی اندیشه و مذهب، آزادی بیان، آزادی هنری و ادبی (گری، ۱۳۸۱: ۹۴)	۰/۸۸	۰/۹۳
مصرف گرایی	مصرف افراطی، تجمل، لذت گرایی و اشتیاق مصرفی (بودریار به نقل از ریتزر)	۰/۷۹	۰/۸۴
افسون زدایی	راز زدایی از جهان، اتکا به عقل در جامعه و مصلحت اندیشی اجتماعی (ویر، ۱۳۸۴: ۱۷۹)	۰/۷۶	۰/۸۱
شاخص کلی	ارزش های مدرن	۰/۸۸	۰/۹۲

۵. ۲. هویت اجتماعی

هویت اجتماعی احساس تعلق، تعهد و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در جامعه است (یوسفی، ۱۳۸۲: ۱۷). بنابر تعریف فوق، هویت اجتماعی را می توانیم با توجه به احساس تعلق و تعهد فرد نسبت به نمادهای مشترک در اجتماع ملی، دینی و انقلابی به هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی تقسیم نماییم. از جمله شاخص ها و مؤلفه های مهم هویت ملی: سرزمین، آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان، ادبیات و مردم است (یوسفی، ۱۳۸۲: ۱۷). شاخص ها و مؤلفه های هویت دینی شامل اعتقاد به باورهای دینی شامل اصول توحید، معاد، نبوت، عدل و امامت به عنوان اصول دینی شیعی و نماز و زکات و روزه و... (میر حیدری، ۱۳۹۳: ۱۸۶) است. از شاخص ها و مؤلفه های هویت انقلابی می توان به دشمن ستیزی و استکبارستیزی، حساسیت به

جریان‌های سیاسی و اجتماعی، تعهد به حفظ انقلاب و نظام اسلامی، نواندیشی و پویایی فکری و اجتماعی، تأثیرگذاری بر همگرایی اسلامی و منطقه‌ای، حمایت از مستضعفان، اعتقاد و التزام به اندیشه‌های امام خمینی (ره) و اعتقاد به اصل ولایت فقیه 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 پرسش‌های هویت اجتماعی براساس مقیاس پنج قسمتی (کاملاً موافق و کاملاً مخالف) سنجیده شده و برای سهولت مقایسه، همه مقیاس‌ها 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 گویه‌ها توسط آزمون بارتلت (Kmo) تأیید شده و سنجه کفایت نمونه‌گیری اولیه را مایرز-کایزر ۰/۷۵ (با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰) و واریانس تبیین شده این سنجه ۰/۵۹ به دست آمد. براساس تحلیل عاملی که بر روی اجزای هویت اجتماعی انجام گرفته، این مفهوم در بین پاسخگویان دارای نوع (ملی، دینی و انقلابی) اساسی است.

۶. یافته‌های 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 می‌باشد. حداقل سن ۱۵ و حداکثر سن ۶۱ سال است. علاوه بر این به لحاظ مذهب، ۹۸/۵ درصد پاسخگویان شیعه، و ۱/۵ سنی هستند.

۶.۱. ارزش‌های مدرن

جدول (۲) گویای آن است که گرایش پاسخگویان به ابعاد مختلف ارزش‌های مدرن متفاوت است (دامنه ارزش‌ها از ۰ تا ۱۰۰ محاسبه شده است). عناصر تشکیل‌دهنده ارزش‌های مدرن مبین این واقعیت است که در جامعه، پاسخگویان گرایش بالایی نسبت به ارزش مصرف‌گرایی، گرایش متوسطی نسبت به آزادی‌گرایی و گرایش پایینی به فردگرایی دارند. بالاترین میانگین ارزش‌های مدرن (۷۰)، مربوط به انسان‌گرایی است و کمترین آن (۴۸/۰)، مربوط به فردگرایی است. با این حال میانگین گرایش به ارزش‌های 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 ۲. ارزش های مدرن و میزان موافقت پاسخگویان

منبع: یافته های پژوهش

ارزش های مدرن	بالا	متوسط	پایین	میانگین از ۱۰۰	انحراف معیار
شاخص انسان گرایی	۲۵/۵	۵۹/۵	۱۵/۰	۷۰/۰	۲۱/۸
شاخص فردگرایی	۲۰/۶	۲۸/۷	۵۰/۷	۴۸/۰	۲۳/۲
شاخص آزادی گرایی	۲۰/۵	۶۵/۸	۱۳/۷	۶۴/۰	۲۲/۰
شاخص افسون زدایی	۲۰/۰	۵۳/۵	۲۶/۵	۵۹/۲	۲۴/۰
شاخص مصرف گرایی	۲۶/۰	۴۸/۰	۲۶/۰	۵۹/۰	۲۲/۴
شاخص ارزش های مدرن	۲۴/۵	۵۳/۰۴	۲۲/۴۶	۶۰/۴	۲۲/۶

میان میزان گرایش به ارزش های مدرن در بین زنان با میانگین (۴۵/۲۶) و مردان با میانگین (۳۲/۴۵) تفاوت معناداری وجود ندارد؛ به این 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 ($T = ۰/۳۴۶$ ، $Sig = ۰/۷۳۰$ ، $df = ۳۴۲$).

۲.۶. 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. باین 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. باین حال میانگین هویت دینی نزد پاسخگویان در حد متوسط به بالاست (۶۶/۰). 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. باین حال میانگین هویت انقلابی نزد پاسخگویان در حد متوسط به بالاست (۶۶/۰). 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 آنها

منبع: یافته‌های پژوهش

هویت اجتماعی		بالا	متوسط	پایین	میانگین	انحراف معیار
ملی	احساس تعلق	۶۵/۲	۱۶/۳	۱۸/۵	۷۵/۰	۲۳/۰
	احساس تعهد	۷۲/۰۰	۱۸/۹	۹/۱	۷۷/۹	۱۸/۰
شاخص هویت ملی		۶۸/۶	۱۷/۶	۱۳/۸	۷۶/۴	۲۱/ ۰
دینی	احساس تعلق	۶۳/۹	۲۳/۴	۱۲/۷	۷۲/۰	۲۱/۹
	احساس تعهد	۴۹/۵	۱۸/۶	۳۱/۹	۷۰/۰	۲۴/۹
شاخص هویت دینی		۵۶/۷	۲۱/۰	۲۲/۳	۷۲/۰	۷۲/۰
انقلابی	احساس تعلق	۶۲/۶۶	۱۰/۸۷	۲۶/۴۷	۶۶/۲	۲۵/۴
	احساس تعهد	۶۲/۲۶	۸/۵۸	۲۹/۱۶	۶۵/۸	۲۷/۶
شاخص هویت انقلابی		۶۲/۵	۲۲/۳	۱۵/۲	۶۶/۰	۲۸/ ۴
شاخص هویت اجتماعی		۶۲/۶	۲۰/۳	۱۷/۱	۷۱/۴۶	۲۴/۱۳

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

منبع: یافته‌های پژوهش

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 -	۰/۶۱ -	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	فردگرایی

ارزش های مدرن					
هویت اجتماعی	هویت انقلابی	هویت دینی	هویت ملی		
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۵	۰/۰۱	sig	
- ۰/۴۹	- ۰/۶۷	- ۰/۶۶	- ۰/۲۲	pearson correlation	مصرف گرایی
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵	sig	افسون زدایی
- ۰/۷۸	- ۰/۶۵	- ۰/۷۶	- ۰/۳۱	pearson correlation	
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	شاخص ارزش های مدرن
۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱	sig	
- ۰/۷۱	- ۰/۷۱	- ۰/۷۸	- ۰/۳۶	pearson correlation	
۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	N	
۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۵	sig	

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

در هویت ملی این رابطه به جز ارزش آزادی گرایی که از شدت رابطه نسبتاً بالا (۰/۵۹-) برخوردار است در مابقی ارزش های مدرن این رابطه در سطح پایین (زیر ۰/۳۲-) قرار دارد. شاخص ارزش های مدرن مبین این واقعیت است که مؤلفه 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 ۵. ماتریس همبستگی هویت ملی، دینی و انقلابی

منبع: یافته های پژوهش

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

** 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 تأمل 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؛ همچنان که 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 تقوا (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 مؤثر بوده است - که قطعاً

هر دو انگیزه در دفاع مقدس نقش چشمگیری داشته‌اند- شاهد این درهم تنیدگی هستیم. در طول ۲۰۰ سال گذشته نیز این درهم آمیختگی هویت اسلامی و ایرانی در مقاطع مختلف تاریخی به وضوح دیده شده است؛ مانند جنگ‌های ایران و روس، نهضت تنباکو، نهضت مشروطه، نهضت ملی کردن صنعت نفت، انقلاب اسلامی، دفاع مقدس و....

۷. نتیجه‌گیری

از آنجا که ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سنتی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت اجتماعی دارند، بالتبع، تحول در نظام‌های ارزشی می‌تواند دگرگونی‌های عمده‌ای در روند تکوین هویت اجتماعی ایجاد کند. به‌طور کلی ارزش‌های مدرن فرصت‌های نوینی را در جهت تعامل خود و فرایند شکل‌گیری هویت به وجود آورده‌اند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان 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 ارزش‌های مدرن گرایش پیدا کرده‌اند. میانگین شاخص گرایش به ارزش‌های مدرن در مجموع متوسط به بالا (۶۰/۰۴ درصد) می‌باشد.

بنا بر فرضیه تحقیق، گرایش به ارزش مدرن ارتباط معناداری با هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی دارد. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر رابطه بین «میزان گرایش به ارزش‌های مدرن با هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی» تأیید می‌شود. شدت ارتباط دو متغیر ارزش‌های مدرن و هویت ملی (۰/۳۶-) در سطح پایین ارزیابی می‌گردد. ولی این ارتباط در مورد هویت دینی و انقلابی از شدت بالایی برخوردار است. همان‌طور که ملاحظه گردید، گرایش به ارزش‌های مدرن رابطه معکوس و معناداری با هویت ملی، دینی و انقلابی دارد. وجود رابطه معکوس معنادار میان گرایش به ارزش‌های مدرن و هویت ملی، دینی و انقلابی از این جهت قابل توجیه است که عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی، دینی و هویت انقلابی عناصر پایدار، پویا و فراگیری می‌باشند که در مقابل اشاعه ارزش‌های مدرن از خود مقاومت نشان می‌دهند و به‌سادگی با این ارزش‌ها کنار نمی‌آیند. از طرف دیگر ارزش‌های مدرن با هویت ملی، دینی و انقلابی تعامل انعطاف‌گونه‌ای 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 بلندمدتی است که میان این دو متغیر به ویژه در حضور دیگر متغیرهای زندگی اجتماعی می توان تصور کرد. علاوه بر این با توجه به اثرگذاری تأخیری ارزش های مدرن چنین می نماید که تأثیر این ارزش ها در بلندمدت 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 معنادار با هویت اجتماعی است. روی دیگر این سکه به این 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 این رو 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. بنابراین با توجه به اینکه هویت فرد در تعیین نحوه انتخاب های وی بسیار مؤثر است، می توانیم نتیجه بگیریم اگر میان عناصر ارزشی فرهنگ ملی با عناصر ارزشی فرهنگ فراملی تضاد وجود داشته باشد، نزاع هویتی رخ می دهد. هرچه برخورد عناصر ارزشی این دو فرهنگ شدیدتر 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 نمی‌آورد؛ بلکه حتی ارزش‌های مدرن فراملی می‌تواند به ابزاری برای استحکام بخشیدن به هویت ملی، هویت دینی و هویت انقلابی تبدیل شود.

۸. پیشنهادها

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

۱. ارزش‌ها، علایق، نگرش‌ها 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 ارزش‌های مدرن و حتی برای نفی و طرد این ارزش‌ها، شناخت دقیق و همه‌جانبه آن ضروری است. چنان که شناخت دقیق و همه‌جانبه توان و ظرفیت‌های فرهنگ اسلامی، انقلابی و ملی‌مان نیز ضروری است.
۴. انجام این موارد بدون فراهم کردن زمینه مناسب برای گفتگو میان روشنفکران، نویسندگان و پژوهشگران جامعه ایران فراهم نمی‌شود.
۵. اهتمام جدی در زمینه بازشناسی هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی و روزآمدسازی فرهنگ ایرانی و اسلامی از طریق حمایت ویژه و همه‌جانبه از پژوهش‌های تاریخی، جامعه‌شناختی و دین‌شناختی ضروری است.
۶. طرح ابعاد گوناگون جهانی شدن در فضای عمومی، آگاه‌سازی و آموزش عمومی برای توانمندسازی 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 چالش‌های 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.

کتابنامه

۱. آزادواری، ع. ا. (۱۳۸۷). در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن و رابطه آن با مشروعیت سیاسی. پایان نامه کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه خوارزمی تهران.
۲. استیون، م. (۱۳۹۶). مصرف، شیوه ای از زندگی. (علیخواه، ف، مترجم). تهران: نشر جامعه شناسان.
۳. باکاک، ر. (۱۳۸۱). مصرف. (صبری، خ، مترجم). تهران: نشر شیرازه.
۴. بوردو، ژ. (۱۳۷۸). لیبرالیسم. (احمدی، ع، مترجم). تهران: نشر نی.
۵. بیات، ب؛ و آزادواری، ع. ا. (۱۳۸۹). تأثیر جهانی سازی بر هویت ملی و هویت جهانی. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات امنیتی اجتماعی، تابستان ۱۳۸۹، شماره ۲۲، ۱۳۶ - ۱۵۰.
۶. پاستر، م. (۱۹۹۸). عصر دوم رسانه ها. (صالحیار، غ. ج، مترجم). تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
۷. توحیدفام، م. (۱۳۸۳). چرخش های لیبرالیسم. تهران: انتشارات روزنه.
۸. جهانبگلو، ر. (۱۳۷۴). مدرنیته، دموکراسی و روشنفکران. تهران: نشر مرکز.
۹. دوران، ب. (۱۳۸۱). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. پایان نامه دکتری جامعه شناسی دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۱۰. رفیع پور، ف. (۱۳۷۸). وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش های اجتماعی. تهران: کتاب فرا.
۱۱. ریتزر، ج. (۱۳۸۰). نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر. (ثلاثی، م، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
۱۲. ساروخانی، ب؛ و رضایی قادری، خ. (۱۳۹۱). اینترنت و هویت ملی کاربران. نشریه فرهنگ ارتباطات، ۲(۵)، ۵۱ - ۷۰.
۱۳. ساندل، م. (۱۳۷۴). لیبرالیسم و متقدمان آن. (تدین، ا، مترجم). تهران: انتشارات علمی - فرهنگی.
۱۴. سروش، ع. (۱۳۸۰). قبض و بسط تئوریک شریعت. تهران: انتشارات موسسه فرهنگی صراط.

۱۵. شایگان، د. (۱۳۸۲). *افسون‌زدگی جدید (هویت چهل‌تکه و تفکر سیار)*. (ولیبانی. ف، مترجم). تهران: انتشارات فرزا.
۱۶. شهرام‌نیا، س.ا.م؛ و مهرابی‌کوشکی، ر. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی دانشجویان دانشگاه اصفهان. *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست*، شماره ۳، ۵۶-۷۰.
۱۷. عادل‌پور، ص. (۱۳۹۵). *تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.
۱۸. عطاران، م. (۱۳۸۳). *جهانی شدن، فناوری اطلاعات و تعلیم و تربیت*. تهران: انتشارات مؤسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند.
۱۹. عظیمی، ف. (۱۳۷۱). زمینه‌های فکری و تحقق تاریخی فرهنگ و جامعه مدرن. *نشریه نگاه نو*، شماره ۹، مرداد و شهریور ۱۳۷۷، ۱۱۳-۱۲۵.
۲۰. فرانزوی، ا. (۱۴۰۰). *روانشناسی اجتماعی*. (قنادان.م و فیروزبخت. م، مترجمان). تهران: نشر رسا.
۲۱. قاضیان، م.ر. (۱۳۷۱). نظریه‌های توسعه و عوامل فرهنگی. *مجله فرهنگ و توسعه* شماره ۴، ۱۴۱-۱۵۷.
۲۲. -کاستلز، ا. (۱۳۸۴). *عصر اطلاعات، اقتصاد جامعه و فرهنگ*. (علیق‌لیان.ا و خاکباز.ا، مترجمان). تهران: انتشارات طرح نو.
۲۳. گری، ج. (۲۰۰۲). *لیبرالیسم*. (ساوجی. م، مترجم). تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
۲۴. گیدنز، آ. (۱۳۷۹). *تجدد و تشخیص (جامعه و هویت شخصی در عصر تجدد)*. (موفقیان. ن، مترجم). تهران: نشر نی.
۲۵. محمدی، م.ع؛ و شیانی. م. (۱۳۹۳). *هویت شهروندی در ایران*. تهران: انتشارات نور علم.
۲۶. مزینانی، ک. (۱۳۹۶). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دینی کاربران در بین دانشجویان شهر تهران. *فصلنامه رهاورد نو*، شماره ۶۴، ۶۷-۷۹.
۲۷. ملکیان، م. (۱۳۸۱). *راهی به رهایی، جستارهایی در عقلانیت و معنویت*. تهران: نشر نگاه معاصر.
۲۸. مهدی‌زاده‌طالشی، م. (۱۳۷۴). *اندیشه‌های سنت و تجدد در مطبوعات ایران، بررسی نسبت مؤلفه‌های سنت و تجدد در مجله کیان، نامه فرهنگ و فرهنگ و توسعه*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
۲۹. نولان، پ؛ و لنسکی گ. (۱۳۸۰). *جامعه‌های انسانی*. (موفقیان. ن، مترجم). تهران: نشر نی.

۳۰. نوابخش، م؛ هاشم نژاد، ف؛ و زادشم پور، و. (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، ۶۳-۸۰.

۳۱. ویر، م. (۱۳۸۴). *دین، قدرت و جامعه*. (تدین، ا، مترجم). تهران: نشر هرمس.

۳۲. یوسفی، ع. (۱۳۸۰). *همبستگی قومی و هویت ملی*. فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم تابستان ۱۳۸۰، ۸۶-۱۰۲.

33. Beyer, P. (1994). *Religion and globalization*. London: Sage
34. Castells, m. (1997). *the power of identity, the Economy, society and culture*, oxford: Dlachwell.
35. Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2015). A theoretical model of intentional social action in online. *Decision Support Systems*, 49, 24-30.
36. Chou, A., & Lim, B. (2015). *A framework for measuring happiness in online social network*. Illinois state university.
37. Giddens, A. (1991). *modernity of postmodernity*. comberidge: polity press.
38. Hand, M., & sandy. W. (2002). E- topia as Cosmopolis or Citadel on the Democratizing and Democratizing logics of the Internet or, Towerd a Critique of the New Technological Fetishism. *Theory, Culture and Society*, No.1-2
39. Howard, Judith A. (2000). Social psychology of identities. *Annual Review of Sociology*, Vol .26, pp. 367-393.
40. 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.
41. Long, J.H., & Chen.G.M. (2018). Impact of internet on adolescent self-identity Development. University of Rhode Island. [http://: digitalcommons uri.edu/com-facpubs](http://digitalcommons.uri.edu/com-facpubs).
42. 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>
43. Jones, Stevn. G. (ed.) (1998) *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*, London, Sage.
44. Tyler, T. (2017). Social networking and Globalization. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 6, July 2013, 78-93.
45. Schifirnt, C. (1989). *Youth as a new Element in the Evoluation of Socity*, In Y. Simhadri, (ed), *Development of Emerging World Youth*, Delhi: Mittal Publication. Swedish perspectiv, Stockholm: Almqvist & Wiksell International.