

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، تهران، ایران)

hassan.khairi@gmail.com

سمیه تاجیک‌اسماعیلی (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

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، بدبینی 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 تکثرگرایی ارزشی و هویتی هستیم.

گسترش ارزش‌های مدرن به مدد فضای مجازی تار و پود جامعه جدید را درهم تنیده است. این احتمال وجود دارد که گرایش به این ارزش‌ها بر اولویت‌ها و جهت‌یابی افراد تأثیر داشته باشد. جوامع

۱. این مقاله بر گرفته از رساله دکتری نویسنده اول مقاله در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران می‌باشد.

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال بیست‌ویکم، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴، شماره پیاپی ۵۱، صص ۶۴-۳۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۷ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸ تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۱۲/۰۱

به دلیل فقدان کنترل همه جانبه بر وسایل ارتباطی نوین، توانایی اقناع احساس تعلق و تعهد به اهداف، ارزش ها و حفظ عناصر هویت بخش را از دست داده اند. 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 است. این پژوهش براساس این فرضیه شکل گرفته است که هر چه افراد بیشتر به ارزش های 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. 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.

واژگان 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 و 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. فناوری های اطلاعاتی نوین با نفوذ در ابعاد مختلف زندگی امروز، سبک زندگی افراد جامعه - به ویژه جوانان را تحت تأثیر قرار داده اند و در حال دگرگون ساختن الگوهای ارزشی، مطالبات، کسب و کار، اوقات فراغت، آموزش و... در جامعه هستند. به عبارت دیگر، فناوری های 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 ارزش ها و معانی جهانی در روابط جوامع هستیم. اشاعه ارزش های

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 روزافزون 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. 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، بالاحص 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 تحقیق

- 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 میان‌فرهنگی استفاده کنند.

رن^۲ 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 می‌شود. در این میان هویت کاربران فیس بوک 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

^۱. Tiler

^۲. Ren

^۳. Cheung & Lee

^۴. 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 کنجکاو برانگیز تأثیر رسانه‌ها و مصرف رسانه‌ای (رفیع پور، 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 (سندی ولر 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. بریکولرها^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 می‌کوشند همچون

^۱. Gimsson

^۲. Briclorags

بریکولورها آن چه را می‌پسندند، از اجتماعات، قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف جمع کنند و در درون خود ترکیبی خاص از آنها 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).

بر اساس 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 (جانسن، 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 شالوده‌هویت فردی را می‌سازد (۱۳۷۹: ۶۲). این امر اهمیت ارزش‌های مدرن را دوچندان می‌کند. وجه بازتابی این

^۱. Paster

^۲. Gidens

^۳. Castels

ارزش ها اجازه می دهد که فرد بتواند ذخیره اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهد و با آن به زندگی نظم بخشد. به هر حال در جامعه اطلاعاتی ارزش های مدرن در بستر اینترنت و ماهواره فردیت 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 امتیاز بندی 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

^۱. *Crestien voht*

عناصر فرهنگی هر جامعه می‌باشند. به همین خاطر از تنوع بسیار زیادی برخوردار هستند. هر جامعه‌ای نظام 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 می باشد؛ درحالی که دنیای مدرن همیشه و همه جا از ما می خواهد 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 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: ۲۷، ۲۸)، 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 ژرف ترین 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 می باشد (نولان و لنسکی، ۱۳۸۰: ۳۴۵).

۲.۴. فردگرایی

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 «مهم ترین محور تجدد، شکل گیری فرد مدرن است» و آن را «چهره اصلی جهان مدرن» قلمداد می کند. به نظر او «تجدد را می توان نظامی از اندیشه ها و ارزش ها دانست که به پیدایش در جهان مدرن انجامیده است. از این جهت تمدن مدرن با سایر تمدن ها و فرهنگ ها از بنیاد متفاوت است؛ چون این تمدن اولین و تنها تمدنی است که به فرد به مثابه موجودی اخلاقی، خودمختار و مستقل بها می دهد (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، انسان ها تا جایی حق دارند بر طبق «اراده خاص خود» عمل کنند که حقوق و آزادی های دیگران را زیر پا نگذارند (بوردو، ۱۳۷۸: ۴۷).

۳.۴. آزادی گرایی

آزادی به عنوان یکی از مهم ترین ارزش های 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 انسان ها هر آنچه را که می خواهند به دست می آورند. لیبرال ها همواره آزادی را به طور نزدیکی با ذات انسان مربوط ساخته اند، به طوری که آزادی های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به منزله «ضرورت انسانی» و یک چیز ذاتاً خوب مورد توجه قرار می گیرد (توحیدفام، ۱۳۸۳: ۱۶۵).

جان استوارت میل^۱ خواهان آزادی گفتار، فکر و مذهب به عنوان حق هر انسان عاقل بود، به شرط آنکه این آزادی ها، موجب ضرر و زیان دیگران نگردد، درک آزادی های گفتار و انتخاب در محدوده سیاسی این قابلیت را فراهم می آورد که افراد قادر به انتخاب بین آموزه های 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 انسان ها 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 نمی خواهیم «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

^۱ . John Stuart mill

^۲ . Jeffrson

^۳ . Edmund Burke

^۴ . Thomas Pain

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 تعیین می‌شود (مایلز، ۱۳۹۶: ۳). به تعبیر بودریار^۱ امروزه افراد هویت چه کسی بودن خویش را از طریق مصرف‌کننده بودن تعریف می‌کنند. در جامعه مدرن کنش‌های مصرفی مبنای اصلی هویت اجتماعی فرد است. به اعتقاد بودریار در جامعه مدرن مصرف بیش از هر چیز حاکی از نشانه‌هاست، نه کالا. به زعم وی افراد حین مصرف کردن خودشان را تعریف می‌کنند، در نتیجه مردم چیزی هستند که مصرف می‌کنند. انگیزه مصرف نه برآوردن نیازهای انسانی، بلکه جستجوی تمایز و تشخیص است (ریتزر، ۱۳۸۰: ۷۲۹).

۴. ۵. افسون‌زدایی

افسون‌زدایی در اندیشه مدرن بیشتر معطوف به خرافه‌زدایی است. افسون‌زدایی فرایندی است که به واسطه آن حوزه‌های معین حیات اجتماعی مطابق معیارهای عقلانیت وسایل و اهداف سازماندهی می‌شود. (ویر، ۱۳۸۴: ۱۷۹). افسون‌زدایی فرایند تحول از خدامحوری به عقل‌محوری است. خرافه‌زدایی و پاک‌سازی باورها از سنت‌های انحرافی و فرهنگی و زدودن غبار جهل و نادانی از باورها و اعتقادات و آزمودن آنها در بوتۀ خرد و عقلانیت جوهر اصلی افسون‌زدایی است (سروش، ۱۳۷۰: ۳۶). افسون‌زدایی به این معناست که حقایق هستی از راه برهان و استدلال عقلی اثبات می‌شوند. لذا با تأکید بیش از حد بر خرد، انسان چنین می‌پندارد که هیچ کس فوق سوال و چون و چرا نیست و فرد از همه دلیل می‌خواهد (ملکیان، ۱۳۸۱: ۴۰۵).

^۱. Baudrillard

با توجه به مطالب مطرح شده می‌توان انتظار داشت هر چه افراد بیشتر به ارزش‌های مدرن گرایش پیدا کنند هویت ایرانی، اسلامی و انقلابی آنها تضعیف خواهد شد. براین اساس فرضیات تحقیق عبارتند از

- هر چه افراد بیشتر به ارزش‌های مدرن گرایش پیدا کنند، هویت ایرانی آنها تضعیف خواهد شد.
- هر چه افراد بیشتر به ارزش‌های 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 چند مرحله‌ای 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 گردیده اند. مرحله سوم: انتخاب افراد واجد شرایط از اعضای خانوارهای نمونه براساس 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، فردگرایی، آزادی گرایی، مصرف گرایی و افسون زدایی 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 شماره ۱. معرف های ارزش های مدرن

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 (بوردو، 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 هویت انقلابی تقسیم نماییم. از جمله شاخص‌ها و مؤلفه‌های مهم هویت ملی: سرزمین، آیین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان، ادبیات و مردم است (یوسفی، ۱۳۸۲: ۱۷). شاخص‌ها و مؤلفه‌های هویت دینی شامل اعتقاد به باورهای دینی شامل اصول توحید، معاد، نبوت، عدل و امامت به‌عنوان اصول دینی شیعی و نماز و زکات و روزه و... (میر حیدری، ۱۳۹۳: ۱۸۶) است. از شاخص‌ها و مؤلفه‌های هویت انقلابی می‌توان به دشمن‌ستیزی 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 اولکین 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. علاوه‌براین به لحاظ مذهب، ۹۸/۵ درصد پاسخگویان شیعه، و ۱/۵ سنی هستند.

۱.۶. ارزش های مدرن

جدول (۲) 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 فردگرایی 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 ۲. ارزش های مدرن و میزان موافقت پاسخگویان

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 (۴۵/۳۲) تفاوت معناداری وجود ندارد؛ به این معنا که دو جنس گرایش نسبتاً یکسانی به ارزش های مدرن دارند، ($T = -3/46$ ، $Sig = 0/73$ ، $df = 343$). 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 ارزش‌های مدرن دارند (۳۴۲) $(T=0.346, Sig=0.730, df=)$.

۲.۶. هویت اجتماعی

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

یافته‌های مربوط به هویت اجتماعی (جدول ۳)، که در سه نوع ملی و دینی، انقلابی سنجیده شده است، نشان می‌دهد 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. باین‌حال 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. باین‌حال 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. باین‌حال 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

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

ارزش های مدرن	هویت ملی	هویت دینی	هویت انقلابی	هویت اجتماعی
---------------	----------	-----------	--------------	--------------

ارزش های مدرن		هویت ملی	هویت دینی	هویت انقلابی	هویت اجتماعی
آزادی گرایی	pearson correlation	- ۰/۵۹	- ۰/۶۸	- ۰/۷۷	- ۰/۶۱
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۵
انسان گرایی	pearson correlation	- ۰/۲۹	- ۰/۷۲	- ۰/۶۱	- ۰/۷۷
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۱
فرد گرایی	pearson correlation	- ۰/۳۲	- ۰/۷۰	- ۰/۶۰	- ۰/۶۲
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۵
مصرف گرایی	pearson correlation	- ۰/۲۲	- ۰/۶۶	- ۰/۶۷	- ۰/۴۹
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱
افسون زدایی	pearson correlation	- ۰/۳۱	- ۰/۷۶	- ۰/۶۵	- ۰/۷۸
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۵
شاخص ارزش های مدرن	pearson correlation	- ۰/۳۶	- ۰/۷۸	- ۰/۷۱	- ۰/۷۱
	N	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰	۸۰۰
	sig	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۵

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 شماره ۵. ماتریس همبستگی هویت ملی، دینی و انقلابی

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 خاطرنشان 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 می‌دانند. این تفکیک و درهم‌تنیدگی را در بسیاری از مؤلفه‌های موجود میان هویت ایرانی و انقلابی و یا هویت دینی و انقلابی نیز می‌توان 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 درهم‌تنیدگی هستیم. در طول ۲۰۰ سال گذشته نیز این درهم‌آمیختگی 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 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 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 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.

۸. پیشنهادها

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 ظرفیت های 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 روزآمدسازی 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 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 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.

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/ امنیت اجتماعی، تابستان ۱۳۸۹، شماره ۲۲، صص ۱۳۶-۱۵۰.
۶. پاستر، م. (1998). عصر دوم رسانه ها. (صالحیار، غ. ح، مترجم). تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
۷. توحیدفام، م. (۱۳۸۳). چرخش های لیبرالیسم. تهران: انتشارات روزنه.
۸. جهانگللو، ر. (۱۳۷۴). مدرنیته، دموکراسی و روشنفکران. تهران: نشر مرکز.

۹. دوران، ب. (۱۳۸۱). *تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*. پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۱۰. رفیع‌پور، ف. (۱۳۷۸). *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی*. تهران: کتاب فرا.
۱۱. ریتزر، ج. (۱۳۸۰). *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. (ثلاثی. م، مترجم). تهران: انتشارات علمی.
۱۲. ساروخانی، ب؛ و رضایی‌قادری، خ. (۱۳۹۱). اینترنت و هویت ملی کاربران. *نشریه فرهنگ ارتباطات*، ۲(۵)، ۵۱-۷۰.
۱۳. ساندل، م. (۱۳۷۴). *لیبرالیسم و منتقدان 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)*. (ولیانی، 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، صص 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، صص 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 عواملی فرهنگی*. *مجله فرهنگ و توسعه* شماره ۴، صص 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. (2002). *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 شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت دینی کاربران در بین دانشجویان شهر تهران*. *فصلنامه ره آورد نو*، شماره ۶۴، صص ۶۷-۷۹.

۲۷. ملکیان، م. (۱۳۸۱). *راهی به رهایی، جستارهایی در عقلانیت و معنویت*. تهران: نشر نگاه معاصر.

۲۸. مهدی زاده طالشی، م. (۱۳۷۴). *اندیشه های سنت و تجدد در مطبوعات ایران، بررسی نسبت مؤلفه های سنت و تجدد در مجله کیان، نامه فرهنگ و فرهنگ و توسعه*. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی تهران.

۲۹. نولان، پ؛ و لنسکی، گ. (۱۳۸۰). *جامعه های 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، صص ۶۳-۸۰.

۳۱. وبر، 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، صص 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 Critigue 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.. & et al. (2018). Impact of internet on adolescent self-identity.[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,pp78-93
45. Schifirnt, (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.