

جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت ملی و جغرافیایی جمهوری اسلامی ایران بررسی پیمایشی از منظر دانشجویان گروه علوم انسانی و فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب^۱

جلیل فخار

دانشجوی دکتری علوم سیاسی - گرایش مسائل ایران، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محمدرضا دهشیری^۲

دانشیار علوم سیاسی، دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، تهران، ایران

مسعود مطلبی

استادیار علوم سیاسی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

محمد کمالی زاده

استادیار علوم سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۰

چکیده

جهانی شدن بعنوان پدیده‌ای برآمده از جهانگیر شدن مدرنیته، بر ابعاد مختلف هویتی جمهوری اسلامی ایران از جمله هویت ملی تأثیر گذار بوده است. آگاهی از روند جهانی شدن و رویارویی منطقی و اقتباس مشروط از آن، رویکرد ایرانیان در مواجهه با جهانی شده بوده است. سوال اساسی پژوهش که این پژوهش در پی آن است این است که جهانی شدن چه تاثیری بر هویت ملی ایرانیان داشته است. فرضیه پژوهش عبارت است از این که جامعه ایرانی به دلایل متعدد از جمله استفاده از رسانه‌های جمعی و اینترنت و تعاملات فرهنگی با کشورهای دیگر از روند جهانی شدن تأثیر پذیرفته است. روش تحقیق در این پژوهش به دو روش اسنادی و پیمایشی انجام شده است.

یافته‌های پژوهش حاکی است، دانشجویان در عین همبستگی و علاقه‌مندی به عناصر هویت ملی و جغرافیایی خود، همچون تاریخ، فرهنگ، زبان فارسی و آداب و سنن ایرانی تعامل با جهانی شدن و بهره‌گیری از عناصر مطلوب و ارزشمند آن را موجب تقویت هویت ملی می‌دانند. نتیجه کلی پژوهش نشان می‌دهد که با آزمون دو جمله‌ای گروه علوم انسانی با ۸۶٪ نمره بالای ۴۸ و گروه و فنی و مهندسی با ۸۸٪ نمره بالای ۴۸ دانشجویان در عصر جهانی شدن هویت ملی و جغرافیایی را بخشی از هویت سیاسی خود می‌دانند.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، هویت، هویت ملی، اینترنت، رسانه.

^۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول تحت عنوان «جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت سیاسی در جمهوری اسلامی ایران» می‌باشد.

^۲ نویسنده مسئول: mohammadrezadehshiri4@gmail.com

مقدمه :

هویتها هم در جامعه داخلی و هم در سیاست بین الملل برای اطمینان از حداقل قابل پیش بینی بودن و نظم، ضروری‌اند. انتظارات پایدار میان دولت‌ها نیازمند هویت‌های بین‌ذهنی است برای اطمینان از پیش‌بینی الگوهای رفتاری که به طور کافی باثبات هستند (Alikhani, 2017: 183).

چالش‌های هویتی، پدیده‌ای رایج در حیات بشری می‌باشد که متأثر از دو جزء وابستگی و شناخت است؛ نخست اینکه شخص به کدام جامعه تعلق دارد و دوم اینکه، چگونه شناسایی می‌شود. هویت، چگونگی شناخت فرد یا یک جامعه در مواجهه با دیگری است و لذا مسئله‌ای به نام «هویت ملی» در جامعه ساخته می‌شود (kalantar Mehrjerdi and Khorramshad, 2017: 72)

آنچه امروز در جهان رخ میدهد تأثیر عظیمی بر انسانها به ویژه جوانان می‌گذارد و هویت و معتقدات آنان را دگرگون می‌کند. این مشکل به خصوص در میان گروهی از جوانان که بیشترین وقت خود را با رسانه‌های جهانی پر می‌کنند، بسیار نگران کننده است. کار به جایی رسیده که امروز، در همه جای جهان، هر کودکی که به دبستان می‌رود، هر نوجوان و جوانی که در مدرسه یا دانشگاهی درس می‌خواند، و هر فردی که چشم و گوش خود را به این یا آن رسانه می‌سپارد یا کتاب و روزنامه‌ای می‌خواند، متأثر از دانش و فناوری و هنر و تبلیغات و برنامه‌های گوناگون جهانی است. این تأثیر به گونه‌ای است که اغلب انسانها را در معرض تضادها و بحرانهای مختلف فرهنگی، اجتماعی و هویتی قرار میدهد. چگونگی نگرش و برخورد با فرایند جهانی شدن و نوع واکنشی که انسانها در برابر این فرایند از خود نشان میدهند میتواند میزان و تأثیر این تضادها و بحرانها را تحت الشعاع قرار داده و بر آن اثر بگذارد (Tajik Ismaili, 2012: 3).

به طور معمول استدلال می‌شود که اگر چه جهانی شدن، فرایندی تقریباً فراگیر است، اما میزان فراگیری آن در میان کشورها، متفاوت است. استدلال رایج در اینجا این است که متغیرهای گوناگونی بر میزان جهانی شدن کشورها تأثیر گذار هستند اما در این میان، برخی از پژوهشگران استدلال می‌کنند که با وجود اینکه جهانی شدن تا حد زیادی یک الزام بیرونی است، اما پذیرش آن نیز بیشتر یک تصمیم سیاسی و ناگزیر، مقوله‌ای داخلی است. به نظر آنها، این دولت‌ها هستند که تصمیم می‌گیرند جهانی شدن را کمتر یا بیشتر بپذیرند یا اساساً در برابر آن مقاومت کنند (Hatami, 2017: 99).

با توجه به تأثیرات جهانی شدن بر ابعاد مختلف زندگی بشر در دنیای امروز و تبعاتی که جهانی شدن به همراه دارد تأثیرات متفاوتی در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و هویتی بر کشورها داشته است. هدف ما در اینجا پرداختن به تمامی تأثیرات جهانی شدن نیست بلکه صرفاً تأثیر جهانی شدن را بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی قرار می‌دهیم.

حال سوالی که مطرح می‌شود این است که جهانی شدن چه تاثیری بر هویت ملی ایران داشته است. فرضیه این پژوهش حاکی از آن است که جامعه ایرانی به دلایل متعددی از جمله افزایش رفت و آمدها به کشورهای خارجی استفاده از رسانه‌های جمعی ملی و بین‌المللی، استفاده از اینترنت و فضای مجازی، گسترش دانش عمومی نسبت به

کشورها و فرهنگ‌های دیگر از روند جهانی شدن تاثیر پذیرفته است. در این راستا ارزشها و عناصر مهم هویت ملی همچون خودآگاهی نسبت به تاریخ، تمدن، فرهنگ، جغرافیایی محل زندگی، زبان فارسی و آداب و سنن ایرانی و قومی باعث شده تا جامعه ایرانی خود را در جامعه جهانی بازتعریف کند.

اجرای این پژوهش به دو روش اسنادی و پیمایشی انجام می‌گیرد. در این پژوهش جهت سنجش میزان تاثیرگذاری جهانی شدن بر هویت ملی در ایران پژوهشی پیمایشی از طریق توزیع پرسشنامه بین دانشجویان گروه علوم انسانی و گروه فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران واحد جنوب به تعداد ۳۵۵ (حجم نمونه) در بین دانشجویان مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا انجام شده است. برای مقیاس و اندازه‌گیری نگرش دانشجویان فنی و علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب بعنوان متغیر مستقل از یک مقیاس و اندازه‌گیری فاصله‌ای بنام طیف لیکرت استفاده خواهیم کرد طیف لیکرت یک مقیاس فاصله‌ای است که از آن می‌توان برای سنجش توانایی، حساسیت، عقیده، باور، ارزش‌ها و همچنین نگرش افراد به مسائل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و مذهبی استفاده کرد. مراحل تهیه و مقیاس لیکرت عبارت است از:

۱- ابتدا شاخص‌ها را مشخص می‌کنیم. ۲- سپس بر اساس شاخص‌ها گویه‌های متعددی را جمع‌آوری می‌کنیم. ۳- این گویه‌ها را در غالب پرسشنامه به جامعه آماری خود (دانشجویان) ارائه تا میزان موافقت یا مخالفت خود را روی یک مقیاس ۵ درجه ای از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف مشخص کنند. ۴- سپس محاسبه نمره کلی برای هر پاسخگو با جمع کردن نمرات بدست آمده برای هر گویه و با توجه به مثبت یا منفی بودن سؤال انجام می‌شود. ۵- و در مرحله پایانی گویه‌ها را تحلیل می‌کنیم یعنی ارزش عددی پاسخگو در هر گویه باید با مجموع ارزش‌های عددی بدست آمده از کل گویه‌ها مقایسه شود در این مقیاس گویه‌هایی که با نمره کل همبستگی پایین یا منفی هستند حذف می‌شوند در این مقیاس با در اختیار داشتن امتیاز کل هر پاسخگو می‌توان نگرش او را تحلیل کرد.

مبانی نظری:

هویت ایرانی همچون دیگر هویت‌ها، همواره با هویت‌های دیگر تمدن‌ها، از جمله تمدن غرب در تعامل و تقابل بوده است. هویت ایرانی به دلیل ظرفیت‌های تاریخی، تمدنی، دینی و زبانی، منتقد جدی استیلای فرهنگ و هویت غربی است. بخش مهمی از این تقابل ریشه در وجود تفاسیر گوناگون طرفین مخاصمه از مفاهیم مربوط به عصر جهانی شدن دارد. زیرا هر دو نگاه، به دنبال تفسیر مفاهیم مربوط به عصر کنونی با قرائت خاص خود هستند؛ یک نگاه ایرانی که با تکیه بر داشته‌های خود در حوزه دین، فکر، هنر و اندیشه علاقه مند به تفسیر خاص خود از مفاهیم است و در مقابل، نگاه غربی - آمریکایی که با تکیه بر اندیشه‌های خاص گرایانه و استثنائگرایانه به تفسیر مورد نظر خود از مفاهیم می‌پردازد. علاوه بر این، در عصر کنونی، جهانی شدن امکاناتی را در اختیار کشورها قرار داده که آنها می‌توانند مفاهیم اساسی این عصر را با قرائت خاص خود در جهان اشاعه دهند و در جهت گسترش آن در گستره جهانی گام بردارند (Rezaei Jafari et al., 2019: 61). در واقع گسترش رسانه‌های ارتباطی و مهمتر از آن اثرات گسترش تکنولوژی‌های اطلاعات باعث تحول اساسی در زندگی اجتماعی انسان‌ها در عصر جهانی شدن شده

است. ظهور فرهنگ و هویت مدرن (غالباً غربی) باعث ظهور دگرگونی‌های عظیمی در حوزه‌های فرهنگ و هویت جوامع شده است از یک طرف هویت مدرن در پی هژمونی و تسلط خود در حوزه‌های دینی، فرهنگی، قومی و ملی است و از سوی دیگر مقاومت‌هایی در سراسر جهان در برابر آن پدیدار شده است. هویت ملی به معنای احساس تعلق است که شخص نسبت به یک ملت یا کشور دارد. عواملی همچون زبان، نشانه‌های ملی، تاریخ یک ملت، فرهنگ، موسیقی و غیره همگی در شکل دادن هویت یک ملت نقش مهمی ایفا می‌کنند (Afzali and Afshari, 2020: 173).

امروزه گسترش ارتباطات انسانی و اجتماعی باعث اشاعه‌ی مسائل فرهنگی و هویتی از یک جامعه به جامعه دیگر و حتی سراسر جهان شده است.

پس از انقلاب صنعتی و تحولات گسترده سده بیستم، فناوری پیشرفته با سرعت وارد زندگی بشر شد و آن را دچار تغییرات و تحولات اساسی کرد (Smaligo et al., 2019: 145).

از دهه ۱۹۸۰، جهانی شدن به عنوان یکی از موضوعات تعیین کننده زمان ما ظاهر شده است و موضوعی بحث برانگیز است (Sticker, 2017: 25). هیچ تعریف واحدی در مورد آن وجود ندارد، اما به عنوان یک فرآیند شامل افزایش جریانهای متقابل ملی (سرمایه، کالاها، خدمات، دانش، فرهنگ و مردم) و به تبع آن، درجه‌های بیشتر ارتباط، یکپارچگی بین ملت‌ها و وابستگی متقابل درک می‌شود (Boussebaa, 2020: 2). جهانی شدن از دیدگاه گیدنز عبارت است از فشرده شدن مناسبات اجتماعی جهان و تایید و تایر حوادث محلی و حوادثی در کیلومترها دورتر. امروزه در دورانی از دگرگونیهای اجتماعی به سر می‌بریم که بر اساس استانداردهای پیشین شگفت‌انگیز است. این دگرگونیها شامل جنبه‌هایی هستند که از دیدگاه نظریه‌پردازان جوامع فرا صنعتی عبارتند از: آهنگ سریع نوآوری تکنولوژیکی و به تبع آن تاثیر تکنولوژی اطلاعات، درگیری همه جوامع صنعتی در شبکه به هم پیوسته‌ایی از ارتباطات جهانی، و به تبع آن تحولات عمده در حوزه‌های فرهنگی (Lafafchi et al., 1399: 256) به اعتقاد نایت جهانی شدن مفهومی ایدئولوژیک است که به تاثیر تکنولوژیها ارتباطی جدید، سیاستهای جهانی و تاثیرات آنها بر اقتصاد، فرهنگ و سیاست در جهان اشاره دارد (Dehshiri et al., 2016: 68).

به نظر میرسد پذیرفته‌ترین راه حل برای درک جهانی شدن، در نظر گرفتن دوبعد پیوسته آن است؛ یعنی حوزه یا گستردگی و شدت یا عمق. به بیان دیگر، مفهوم جهانی شدن، فرایند جهانی یا مجموعه فرایندهایی را نشان میدهد که تعدد پیوندها و روابط متقابل بین دولت و جوامع و نظام جهانی مدرن را میسازند. به تعبیری شاید برخی عوامل در تضعیف هویت ملی و فرهنگ ملی بواسطه جهانی شدن نقش داشته‌اند و یا از طرف دیگر، فرایند جهانی شدن در بُعد ارتباطات بتواند باعث همگرایی اقوام و گروههای فروملی در یک سرزمین شود (Kiani Deh Kian et al., 2019: 174).

امروزه فناوری جدید ارتباطی باعث تسریع فرایند جهانی شدن و فشردگی زمانی - مکانی می شود؛ به نحوی که خودبسندگی و میل به انزوای محلی، اکنون جای خود را به همبستگی متقابل جهانی داده است (زارعی، ۱۳۹۸: ۷۱).

ارتباطات فزاینده در سراسر جهان مرزهای جغرافیایی را در نور دیده و فرهنگها و هویتها را به هم نزدیک کرده است. عده‌ای از صاحب نظران در ارتباط با پدیده جهانی شدن و تاثیرات ابزار مدرن آن همچون رسانه‌های جمعی بین‌المللی و اینترنت بر فرهنگ و هویت ایرانی معتقدند که ایرانیان به تمامی محصولات جوامع مدرن با توسل به مؤلفه‌ها و عناصر گوناگون هویتی و فرهنگی خود رنگ و بوی بومی زده‌اند بطور مثال ایرانیان از مدرنترین اتومبیل‌ها استفاده می‌کنند اما نشانه‌های ملی و مذهبی خود را بر روی آنها حک می‌کنند یا از امکانات تکنولوژیک رسانه‌های ارتباطی همچون اینترنت استفاده می‌کنند اما محتویات آنها را غالباً خودشان تهیه می‌کنند .

بطور کلی در مواجهه با پدیده جهانی شدن با سه رویکرد اساسی مواجه هستیم .

۱- طرفدار و دنباله‌روی بی‌حد و حصر ۲- مخالفت و طرد بی‌قید و شرط ۳- رویارویی منطقی و اقتباس مشروط .

ایرانیان در مواجهه با پدیده جهانی شدن برقراری ارتباط و تبادل سازنده و مثبت، رویارویی منطقی و اقتباس مشروط را برگزیده‌اند عقلانیت و خرد انسانی ایجاب می‌کند که از همه دستاوردهای بشری گذشته از اینکه به کدام بخش از جهان تعلق دارد اقتباس و استفاده کنیم .

در چارچوب نظری پژوهش از نظریات آنتونی گیدنز بهره خواهیم برد گیدنز جهانی شدن را تحکیم مدرنیته می‌داند او معتقد است جهانی شدن فرآیندی است تناقض آمیز سرشار از خطر و فرصت. خطر از حیث عدم اطمینانها مثل بحران هویت و فرصت برای هویتها و فرهنگها کوچکتر که در اثر جهانی شدن امکان یافته‌اند که جهانی شوند از نظر گیدنز بهترین نوع مواجهه با پدیده جهانی شدن تعامل و بهره‌گیری از عناصر مطلوب و ارزشمند آن است.

جدول ۱- مباحث نظری ارائه شده از سوی اندیشمندان در برابر جهانی شدن

نام رهیافت	توضیح در خصوص رهیافت	طرفداران
رهیافت نظام های جهانی	تقسیم بندی جهان به محور، پیرامون و شبه پیرامون	ایمانوئل والراشتاین و طرفداران وی
رهیافت فرهنگ جهانی	تاکید بر جهانی شدن فرهنگ، برتری فرهنگ بر اقتصاد و سیاست، چگونه هویت فردی یا ملی میتواند در برابر فرهنگ جهانی رو به رشد دوام آورد.	فدراستون در اثر معروف فرهنگ جهانی ۱۹۹۰
رهیافت جامعه جهانی	تاکید بر اندیشه آگاهی جهانی رو به رشد و تاثیرات آن بر جامعه، حکومت و امنیت جهانی (این رهیافت نقطه مقابل رهیافت فرهنگ جهانی است)	آنتونی گیدنز و رابرتسون
رهیافت سرمایه داری جهانی	این رهیافت، نیروهای جهانی مسل را در ساختارهای یک سرمایه‌داری جهانگرا قرار می‌دهد.	راسل، اسکلیر و تراشت

Source: Baybordi and Karimian, 2014

ملاحظه می شود که این رهیافت های چهارگانه، بر هر یک از زاویه های خاص مسئله جهانی شدن و تاثیر آن بر پدیده هایی چون دولت، هویت، قومیت و ملیت تاکید می‌کنند و تفسیر آنها از ماهیت جهانی شدن نه تنها متفاوت

است، بلکه در مورد تاثیر جهانی شدن بر پدیده‌های فوق با یکدیگر اختلاف اساسی دارند، یعنی از یکسو، برخی بر ایجاد یک هویت جهانی واحد تاکید داشته و برخی بر مقاومت‌های هویتی در برابر فرهنگ جهانی ناشی از رشد فراینده جهانی شدن تاکید می‌کنند (بایبوردی و کریمیان، ۱۳۹۳: ۸۳).

تعریف مفاهیم:

۱- جهانی شدن

مفهوم جهانی شدن و تعریف آن از زوایای گوناگونی مورد بررسی قرار گرفته است. برای نمونه، والرشتاین جامعه شناس و متفکر چپ گرای آمریکا و از بزرگترین متفکران سوسیالیست قرن ۲۱ است. او جهانی شدن را پیروزی اقتصاد جهانی سرمایه داری می‌داند که همراه با یک تقسیم کار جهانی است. این اقتصاد جهانی سرمایه داری توسط منطق انباشت سرمایه، هدایت می‌شود و سورنسن معتقدند که جهانی شدن یعنی تشدید و تقویت روابط اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در ورای مرزها. با این حال، اصطلاح «جهانی شدن» از یک سو، حاکی از واقعیتی است که به آن پروژه «جهانی سازی» اطلاق شده است؛ و از سوی دیگر، جهانی شدن به عنوان یک روند تاریخی - تمدنی و یا فلسفه سیاسی دوران معاصر تلقی می‌شود که باید در آن به دیده تأمل و دقت نگریست (ضابطی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۸).

۳- **هویت ملی** هویت ملی بعنوان فراگیرترین سطح هویت در تمامی نظامهای اجتماعی، تقریباً آخرین هویت اکتسابی است که توسط فرد طی فرآیندی جامعه‌پذیری از طریق خانواده، مدرسه و رسانه کسب میشود (دیلمقانی و قاسمی ترکی، ۱۳۹۷: ۲۱).

۴- اینترنت

اینترنت شبکه ارتباطی و اطلاعاتی قدرتمندی است که در وهله اول به عنوان یک طرح تحقیقاتی نظامی شروع به کار کرد و در اواخر دهه ۱۹۶۰ در وزارت دفاع آمریکا به عنوان یک پروژه تحقیقاتی ادامه یافت. با ظهور اینترنت، تفاوت فاحش بین سایر اشکال ارتباطات نظیر ارتباطات شفاهی، نوشتاری، چاپی و الکترونیکی را تا حدودی از بین می‌برد و اینترنت تمامی این اشکال ارتباطات را با همدیگر ترکیب میکند. از این رو از طریق این رسانه نو پدید، میتوان یک گفتار شفاهی را بالفاصله تبدیل به یک پیام نمود و همچنین آن را چاپ کرد و عالوه بر این آن را به صورت الکترونیک به تعداد نامحدودی از کاربران فرستاد. از این رو، میتوان گفت اینترنت یک رسانه تک بعدی، یک سویه و تک گویانه نیست. اینترنت این امکان را فراهم میکند که از یک نقش به نقش دیگر حرکت کرد و دوباره به نقش پیشین بازگشت. در فضای اینترنت، میتوان هم عمومی بود و هم خصوصی، به طور هم زمان، هم میتوان فرستنده بود و هم گیرنده (ساروخانی و رضایی قادی، ۱۳۹۱: ۵۸).

اینترنت یکی از ابزارهای ارتباطی مهمی است که توانسته است زندگی روزمره افراد را متحول کند و در خلق هویت و فرهنگ نوین نقش ایفا کند. اینترنت مردم سراسر جهان را با فرهنگها، هویتها، و سبک‌های گوناگون زندگی به یک جامعه عظیم جهانی، که در آن دیواری وجود ندارد، پیوند می‌دهد. اینترنت همانند هر تکنولوژی دیگر، به

خودی خود نه سازنده است و نه مخرب، اینترنت ابزار و فرآورده‌ای است انسانی و تحت اراده و اختیار و کنترل انسان و انسان نیز با توجه به مبانی ارزشی و اخلاقی خود می‌تواند در راه صلاح و آبادی جهان پیرامون خود و یا در راه تخریب آن استفاده کند. آنچه مسلم است اینترنت بعنوان یکی از مظاهر مدرنیته به اعتقاد برخی از صاحب‌نظران می‌تواند به وجود آورنده برخی آسیب‌های فرهنگی - سیاسی و اجتماعی خصوصاً در زمینه از خودبیگانگی و از بین رفتن هویتها و فرهنگ‌های بومی جوامع شود.

۵- رسانه

رسانه‌ها عرصه مناسبی برای تبادل افکار بشر فراهم آورده‌اند گرچه رسانه و فن آوریهای ارتباطی و اطلاع رسانی بشر امروز را با انبوهی از افکار مختلف که دربردارنده هویت‌های مجازی گوناگون است مواجه کرده است اما می‌تواند با تعقل و تفکر خود گزینش احسن از این افکار را رقم بزند.

در عصر جهانی شدن و فراگیری گسترده رسانه‌ها و فناوریهای ارتباطی باعث شده تا تمامی افراد از هر جنس، سن، ملیت و فرهنگ و با هر خواسته و هر موقعیتی در معرض اهداف رسانه‌ها قرار داشته باشند. رسانه‌ها و فناوریهای ارتباطی امکان ظهور جامعه‌ای شبکه‌ای را فراهم آورده که افراد و جوامع را در درون قالب‌های تازه هویت‌های تازه می‌بخشد و تعاریف تازه‌ای از انسان عرضه می‌کند. رسانه‌ها نقش خانواده، مدرسه و حکومتها را در اجتماعی شدن و جهت دهی به امیال و افکار انسانها را کمرنگ نموده و تغییرات اساسی در نحوه زندگی آداب و رسوم و ارزشها و نگرشها و به طور کلی هویت افراد به وجود آورده است (حسینی ۱۳۸۵: ۲۳)

رسانه‌ها با سیاست جهانی شدن فرهنگها درصدد هستند تا با سیطره یک فرهنگ پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرند و یک فرهنگ را بر همه افکار و تمدنها و فرهنگها حاکم سازند.

تاثیر جهانی شدن بر هویت ملی ایران

بدون تردید مهمترین مسئله ایران امروز و فردا در سطح ملی و قومی، مسوله هویت و جهانی شدن است. جهانی شدن یک پدیده دو چهره است که توامان فاصله زا و فاصله زد، پیوندزا و پیوندزدا، هویت زا و هویت زدا است. فرآیند جهانی شدن نه مثبت است و نه منفیم جهانی شدن نوعی انطباق است و به توان انطباق کشورها در شرای جدید وابسته است و شرط ورود توانایی و آمادگی رقابت از سوی کشورها است. جهانی شدن که لروماً منجر به حذف و نه منجر به تقویت هویت‌های ملی نمی شود، بلکه تاثیرگذاری آن مشروط است، هم می تواند به عنوان چالش و هم به عنوان فرصتی فراروی هویت‌های ملی باشد. با توجه به نقش هویت مشترک در شکل‌گیری جنبشها و اینکه پدیده جهانی سازی نیر به تبلور هویت های ملی و منطقه‌ای می انجامد تا آنجا که رابرتسون از مفهوم جدیدی بنام جهانی - محلی نام می برد می توان انتظار داشت تا در جامعه ایران با دو نوع جنبش اجتماعی در قبال جهانی شدن مواجه باشیم، یکی جنبش های مقاومت (مانند آن چیری که امروزه در اروپا شکل گرفته است تحت عنوان جنبش های ضدجهانی سازی البته با بافت ایرانی) و دیگری جنبش های انطباقی که متاثر از اشاعه کردارها، ارزش ها، فن آوری ها و دیگر محصولات جهانی در جامعه ایران است (بابیوردی و کریمیان، ۱۳۹۳: ۹۸). جهانی

شدن به شدت به سوق دادن مهاجران و جنبش‌های مردم در سراسر منطقه کمک می‌کند. رابرت کوهان^۱ معتقد است که این فرآیند نه تنها از طریق هم‌کاری بین‌ایالتی بلکه از طریق شبکه‌های فرا ملی تسهیل شده‌است. در مورد کشورچین، می‌توان اشاره نمود که جهانی شدن به افزایش روند مهاجرت آن به دیگر کشورها افزود ولی در آنها به هويت ملی خود وفادار بودند (موبه و آنابارجا،^۲ ۲۰۲۰: ۶۱).

اینترنت می‌تواند فضایی مناسب و دموکراتیک جهت بازنمود کردن هویت‌های گوناگون، از جمله هویت‌های نژادی، قومی، جنسیتی و ملی باشد. در چنین شرایطی، برداشت از هویت دیگران توسط کاربران عمیقاً تحت تاثیر بازنمودهایی خواهد بود که از سوی دیگران در اینترنت ارائه میشود. این ویژگی اینترنت سبب میشود بسیاری از برداشتهای قالبی از هویتها و فرهنگهای دیگر از بین بروند و کاربران بتوانند در یک فضای دموکراتیک به تبادل فکری و فرهنگی و آشنایی با دیگران بپردازند. در چنین شرایطی، حتی هویت نژادی، نه به عنوان یک واقعیت ذاتی و تغییر ناپذیر، بلکه به عنوان یک فرآورده ی اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته می‌شود (ساروخانی و قادی، ۱۳۹۱: ۵۸). بطور کلی می‌توان گفت یکی از مباحث مهم در فرآیند جهانی شدن تاثیر آن بر هویت‌های ملی است. در این فرایند برخی از متفکران اعتقاد دارند که اصولاً جهانی شدن باعث رشد هویت‌های ملی می‌شود و از سوی دیگر عده‌ای از اندیشمندان معتقدند که هویت‌های ملی و محلی باید در هویت‌های عام جهانشمول ادغام گردند. حال بینیمبا توجه به نظریات متفکران جهانی شدن چه تاثیری بر هویت ملی ما خواهد داشت. در این خصوص دو رویکرد وجود دارد.

۱- رویکرد سلبی

طرفداران این رویکرد معتقد هستند جهانی شدن هویت ملی را تضعیف کرده به گونه‌ای که هویت‌های فراملی و فروملی بر هویت‌های ملی غالب و چیره شده و فرهنگ جهانی و تحمیلی خود را که موجبات از خودبیگانگی فرهنگی و درهم ریختگی اجتماعی کشورها را فراهم می‌کند بر هویت‌های ملی و محلی مسلط می‌کند. (حاجیانی، ۱۳۸۸: ۳۳) در این رویکرد جهانی شدن از طریق سرزمین زدایی، تاریخ‌زدایی و نسبی کردن فرهنگ و هویت موجب تضعیف هویت ملی و نهایتاً بحران هویت در ایران خواهد شد.

۲- رویکرد ایجابی

در رویکرد ایجابی جهانی شدن نه تنها باعث تضعیف هویت‌های ملی نمی‌شود بلکه با حفظ آن به عنوان واسطه و میانجی میان فرد و فرهنگ‌های قومی و فرهنگ‌های جهانی درصدد شکل دهی براساس الگوی تعامل بین فرهنگی می‌شود و تنگ نظری‌های نژادی و قومی را از بین می‌برد.

پیروان این رویکرد بر این اعتقادند که جهانی شدن به لحاظ نظری و نیز با توجه به تحولات عملی در صحنه‌های بین‌المللی ممکن است تاثیرات معکوس به جای گذارد و نه تنها تاثیر چشمگیری بر تقویت هویت‌های قومی نداشته باشد بلکه به رشد هویت‌های ملی و تقویت نقش دولت ملی در فرآیند جهانی شدن منجر شود (تاجیک، ۱۳۸۸: ۲۸-)

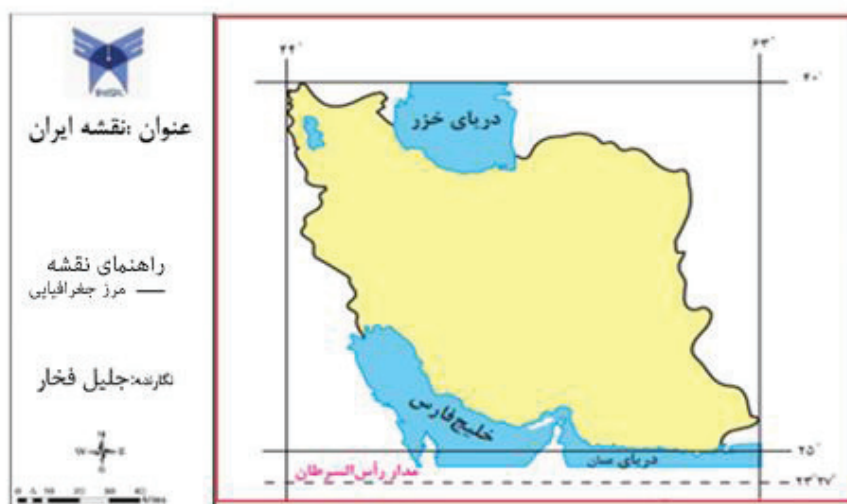
^۱ -Keohane

^۲ -Mubah & Anabarja

۳- جغرافیای منطقه:

منطقه مورد مطالعه

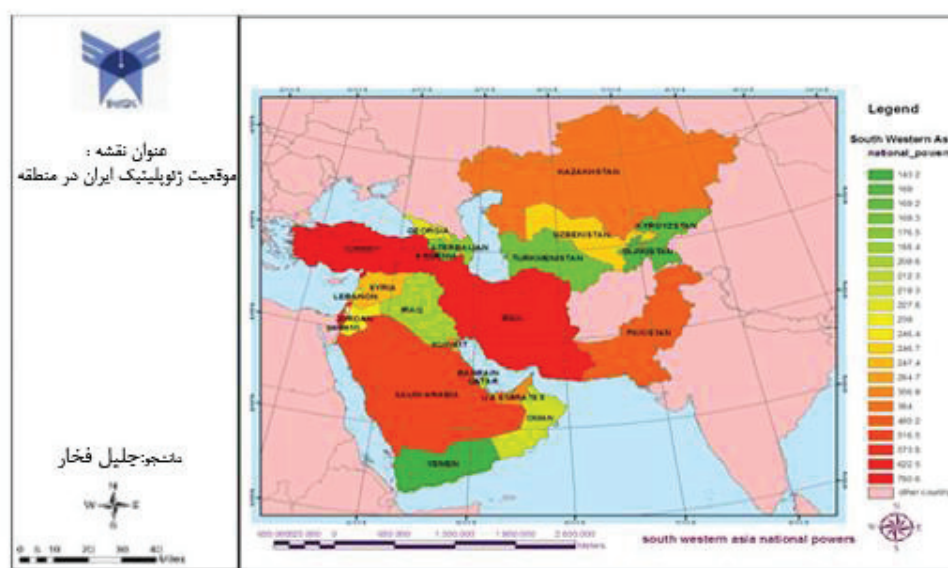
ایران یکی از کشورهای مهم خاورمیانه محسوب می شود که از نظر جغرافیایی، اقتصادی، سیاسی و نظامی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، از این رو همواره به دلیل موقعیت استراتژیک مورد توجه قدرت های منطقه ای و بین المللی بوده است. موقعیت جغرافیایی کشور ما به گونه ای است که به لحاظ برخورداری از عوامل مختلف ژئوپلتیکی دارای بسترهای لازم برای ایفای نقش موثر در منطقه خاور میانه و جهان می باشد. ایران در عرض جغرافیایی ۲۵ تا ۴۰ درجه در جنوب منطقه معتدله نیمکره شمالی و همچنین در ۴۴ تا ۶۳ درجه طول شرقی واقع شده است. گستردگی کشور ما در این عرض ها به تنوع آب و هوا در آن منجر شده است (Research and Planning Organization, 2018).



نقشه ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی ایران

Source: (Research and Planning Organization, 2018)

ایران با ۱۶۴۸۱۹۵ کیلومتر مربع مساحت از شمال با ارمنستان، آذربایجان، و ترکمنستان هر سه از جمهوری های شوروی سابق و دریای خزر، از مشرق با افغانستان و پاکستان، از مغرب با ترکیه و عراق و از جنوب با خلیج فارس و دریای عمان همسایه است. مساحت ایران یک پنجم مساحت آمریکا و تقریباً سه برابر فرانسه است. ایران در قلب خاورمیانه همچون پلی دریای مازندران بزرگترین دریاچه جهان را به خلیج فارس و دریای عمان، از شمال به جنوب وصل می کند و گذرگاهی است برای ارتباطات فرهنگی - سیاسی دنیای شرق و غرب.



نقشه ۲: موقعیت ژئوپلیتیک ایران در منطقه

Source: (Abasi semnani, 2013)

۴-تحلیل:

پس از گردآوری اطلاعات به روش پیمایش و از طریق نرم افزار آماری SPSS جهت استخراج و تجزیه‌تحلیل داده‌های پژوهش اقدام شده است. از تعداد ۳۵۵ نفر حجم نمونه، تعداد ۶۵ زن یعنی ۵۰٪ در گروه فنی و مهندسی، تعداد ۶۵ مرد یعنی ۵۰٪ در گروه فنی و مهندسی و تعداد ۱۲۹ زن یعنی ۵۷,۳۳٪ در گروه علوم انسانی و تعداد ۹۶ مرد یعنی ۴۲,۶۷٪ در گروه علوم انسانی در حال تحصیل می‌باشند.

جدول ۲- تعداد و درصد مقطع تحصیلی به گروه تحصیلی حجم نمونه

جمع کل درصد	دکتری تخصصی		کارشناسی ارشد		کارشناسی		مقطع تحصیلی
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	گروه تحصیلی تعداد/ درصد
۱۰۰٪	۴,۶٪	۶	۱۵,۴٪	۲۰	۸۰٪	۱۰۴	گروه فنی و مهندسی
۱۰۰٪	۸٪	۱۸	۲۷,۶٪	۶۲	۶۴,۴٪	۱۴۵	گروه علوم انسانی
۳۵۵	-	۲۴	-	۸۲	-	۲۴۹	جمع کل تعداد

Source: Authors, 2020

آمار توصیفی فرضیه هویت ملی گروه

علوم انسانی

جدول ۳- تجمعی میانگین، میانه، مد، واریانس و... گویه‌های فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی Statistics

Sum	Maximum	Minimum	Range	Variance	Std. Deviation	Mode	Median	Std. Error of Mean	Mean	N	
										Valid	Missing
842.00	5.00	1.00	4.00	.665	.81572	4.00	4.0000	.05438	3.7422	0	225
829.00	5.00	1.00	4.00	.940	.96962	4.00	4.0000	.06464	3.6844	0	225
883.00	5.00	2.00	3.00	.633	.79540	4.00	4.0000	.05303	3.9244	0	225
805.00	5.00	1.00	4.00	1.138	1.06672	4.00	4.0000	.07111	3.5778	0	225
993.00	5.00	1.00	4.00	.708	.84134	5.00	5.0000	.05609	4.4133	0	225
628.00	5.00	1.00	4.00	1.845	1.35815	4.00	3.0000	.09054	2.7911	0	225
839.00	5.00	1.00	4.00	.913	.95539	4.00	4.0000	.06369	3.7289	0	225
775.00	5.00	1.00	4.00	1.552	1.24563	4.00	4.0000	.08304	3.4444	0	225
795.00	5.00	1.00	4.00	1.116	1.05644	4.00	4.0000	.07043	3.5333	0	225
673.00	5.00	1.00	4.00	1.348	1.16109	3.00	3.0000	.07741	2.9911	0	225
691.00	5.00	1.00	4.00	1.423	1.19310	3.00	3.0000	.07954	3.0711	0	225
843.00	5.00	1.00	4.00	.931	.96492	4.00	4.0000	.06433	3.7467	0	225
871.00	5.00	1.00	4.00	.720	.84848	4.00	4.0000	.05657	3.8711	0	225
770.00	5.00	1.00	4.00	.834	.91341	3.00	3.0000	.06089	3.4222	0	225
821.00	5.00	1.00	4.00	.845	.91920	3.00	4.0000	.06128	3.6489	0	225
723.00	5.00	1.00	4.00	.883	.93960	3.00	3.0000	.06264	3.2133	0	225

Source: Authors, 2020

در جدول بالا، تعداد داده‌های معتبر (N)، تعداد داده‌های از دست رفته (Missing)، میانگین (Mean)، خطای معیار میانگین (Std. Error of Mean)، میانه (Median)، مد (Mode)، انحراف معیار (Std. Deviation)، واریانس (Variance)، دامنه (Range)، کمینه (Minimum)، بیشینه (Maximum)، جمع (Sum)، برای گویه‌های شماره ۱، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۹، ۳۳، ۳۷، ۴۱، ۴۵، ۴۹، ۵۳، ۵۷ و ۶۱ قابل مشاهده است.

بر اساس جدول و نمودارهای توزیع فراوانی تعداد و درصد موافقین، ممتنعین و مخالفین فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی، تعداد ۸۱ نفر یعنی ۳۶ درصد از پاسخگویان پرسش‌های شماره ۱، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۹، ۳۳، ۳۷، ۴۱، ۴۵، ۴۹، ۵۳، ۵۷ و ۶۱ موافق فرضیه مطرح شده (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی و تعداد ۱۴۳ نفر یعنی ۶۳،۶ درصد از پاسخگویان پرسش‌های شماره، رای ممتنع نسبت به فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی داشته‌اند و تعداد ۱ نفر یعنی ۰،۴ درصد از پاسخگویان، مخالف فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی بوده‌اند.

جدول ۴- جزئیات موافقین، ممتنعین و مخالفین فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

جنسیت/ مقطع		زن			مرد		
نظر/ تعداد/ درصد		مخالف	ممتنع	موافق	مخالف	ممتنع	موافق
کارشناسی	تعداد	۰	۶۱	۲۷	۱	۳۴	۲۲
	درصد	۰	۴۲،۱	۱۸،۶	۰،۷	۲۳،۴	۱۵،۲
کارشناسی ارشد	تعداد	۰	۲۰	۱۴	۰	۲۰	۸
	درصد	۰	۳۲،۳	۲۲،۶	۰	۳۲،۳	۱۲،۹
دکتری تخصصی	تعداد	۰	۳	۴	۰	۵	۶
	درصد	۰	۱۶،۷	۲۲،۲	۰	۲۷،۸	۳۳،۳

Source: Authors, 2020

آمار استنباطی فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

آزمون t- تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

هرگاه محقق با یک گروه از افراد و با یک متغیر عددی رو به رو باشد و بخواهد بداند آیا میانگین این متغیر برابر یک عدد خاص است یا خیر و یا از عدد خاصی بزرگ‌تر (یا کوچکتر) است یا خیر، از این آزمون استفاده می‌کند. در اینجا نیز محقق می‌خواهد «فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی» را مورد بررسی قرار دهد. از آنجایی ۱۶ سؤال مربوط به این فرضیه است، لذا می‌توان گفت که حداکثر نمره‌ای که یک فرد می‌تواند از مجموع این سئوال‌ات کسب کند، ۸۰ و حداقل آن ۱۶ است. لذا مقدار میانگین این دو نمره، یعنی ۴۸، را می‌توان به عنوان نقطه برش در نظر گرفت. بنابراین اگر میانگین نمره افراد به طور معنی‌داری بیشتر از این عدد باشد، فرضیه قبول، و در غیر این صورت رد می‌شود. برای این کار دو فرضیه H_0 و H_1 به صورت زیر تنظیم شده است:

H_1 : میانگین نمره پاسخگویان برابر یا بیشتر از ۴۸ است.

H_0 : میانگین نمره پاسخگویان کمتر از ۴۸ است.

نتیجه این آزمون با استفاده از نرم‌افزار SPSS به صورت زیر در دو جدول آمده است:

جدول ۵- اول آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

خطای معیار میانگین Std. Error Mean	انحراف معیار Std. Deviation	میانگین Mean	تعداد N	
۰,۵۱۰۲۸	۷,۶۵۴۱۹	۵۸,۸۰۴۴	۲۲۵	جمع Sum

Source: Authors, 2020

این جدول، آمار توصیفی مربوط به آزمون فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی را ارائه می‌کند و اعداد محاسبه شده به ترتیب تعداد داده‌ها، میانگین، انحراف معیار و خطای معیار میانگین را نشان می‌دهد. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که مقدار میانگین یعنی ۵۸,۸۰۴۴ از ۴۸ بزرگتر است، ولی این موضوع باید از طریق آمار استنباطی (آزمون فرض یا فاصله اطمینان) که در جدول بعدی تایید شود.

جدول 6- آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

نمره آزمون = 48.48 Test Value=						
دقت ۹۵٪ %95 Confidence Interval of the Difference		میانگین نمونه Mean Difference	معنی داری Sig (2-tailed) P-Value	درجه آزادی df	مقدار آماره t	
حد بالا Upper	حد پایین Lower					جمع sum
۹,۸۱۰۰	۷,۷۹۸۹	۸,۸۰۴۴	۰,۰	224	17.254	

Source: Authors, 2020

این جدول، مربوط به آمار استنباطی است و نتایج آزمون فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی را نشان می‌دهد. بر اساس مقادیر جدول، مقدار آماره t برابر 17.254 و درجه آزادی برابر ۲۲۴ است و سطح معنی داری ۰,۰ می‌باشد. از آنجایی که سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است (زیرا دقت ۰/۹۵ است) بنابراین نمی‌توان فرض H_0 (که بیان می‌کرد نمره افراد گروه علوم انسانی در پرسش‌های مربوط به هویت ملی بالاتر از ۴۸ است) را در سطح ۰/۰۵ رد کرد و فرض H_1 را پذیرفت. لذا علیرغم وجود میانگین ۵۸,۸۰۴۴ نمی‌توان گفت که نمره افراد به طور معنی داری بیشتر از عدد ۴۸ است. لذا فرضیه را در سطح معنی داری ۰/۰۵ پذیرفته نمی‌شود. پس فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی به وسیله آزمون پارامتری t- تک نمونه‌ای تایید نمی‌شود.

آزمون دو جمله‌ای^۱ برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه علوم انسانی

از آنجا که آزمون t- تک نمونه‌ای نتوانسته طور معنی دار، تأیید کند که آیا میزان میانگین نمرات گروه علوم انسانی از حجم نمونه، بالاتر از ۴۸ است، یعنی آنها با گویه‌های مربوط به هویت ملی موافقت دارند یا خیر بنابراین از آزمون دو جمله‌ای برای این آزمون استفاده می‌شود. این آزمون همانند آزمون میانگین یک جامعه آماری، برای تشخیص تأثیر یا عدم تأثیر یک متغیر در پدیده‌ای معین استفاده می‌شود. در این آزمون H_0 بیانگر عدم تأثیر متغیر و H_1 بیانگر تأثیر متغیر می‌باشد. در اینجا فرض H_0 بیانگر این است که نمره ۵۰٪ پاسخگویان به گویه‌ها برابر ۴۸ است و H_1 بیانگر آن است که نمره ۵۰٪ پاسخگویان برابر ۴۸ نیست، بلکه بیشتر یا کمتر است. توجه به این امر ضروری است

^۱ - Binominal Test

که این آزمون به علت ناپارامتری بودن، از دقت کمتری نسبت به آزمون پارامتری t -تک نمونه‌ای برخوردار است. نتیجه آزمون دو جمله‌ای برای فرضیه (هویت ملی) گروه علوم انسانی در زیر دیده می‌شود.

جدول ۷- آزمون دو جمله‌ای برای (هویت ملی) گروه علوم انسانی

نمره آزمون = ۴۸ Test Value= 48					
گروه‌ها	تعریف گروه‌ها	تعداد داده‌های هر گروه	نسبت مشاهده شده به درصد	نسبت آزمون	معنی داری Sig (2-tailed)
گروه مخالف	≤ 48	۳۲	۱۴٪	۵۰٪	۰,۰۰۰
گروه موافق	> 48	۱۹۳	۸۶٪		
جمع		۲۲۵	۱۰۰٪		

Source: Authors, 2020

در این آزمون برای فرضیه (هویت ملی) گروه علوم انسانی از آنجا که sig کمتر از ۰/۵۰ است، بنابراین H_0 رد می‌شود، یعنی نمره ۵۰٪ از پاسخگویان گروه به این فرضیه برابر ۴۸ نیست و تعداد موافقین و مخالفین با هم برابر نیست. بلکه از مجموع ۲۲۵ نفر گروه علوم انسانی تعداد موافقین برابر ۱۹۳ نفر یعنی ۸۶ درصد است و تعداد مخالفین ۳۲ یعنی ۱۴ درصد است. بنابراین موافقین با فرضیه (هویت ملی) گروه علوم انسانی بیشتر از ۵۰٪ هستند و به این ترتیب آنها با گزاره‌های متغیر هویت ملی موافقت دارند. با وجود ۶۳,۶٪ ممتنع، پاسخ افراد حول میانه بوده است. اما آزمون تک نمونه‌ای علیرغم میانگین ۵۸,۸۰۴۴ (در سطح ۰,۰۵) نشان نمی‌دهد که بیشتر افراد به هویت ملی به عنوان بخشی از هویت سیاسی خود می‌نگرند. با این حال آزمون دو جمله‌ای با ۸۶٪ نمره بالای ۴۸ نشان می‌دهد بیشتر افراد این گروه هویت ملی را بخشی از هویت سیاسی خود می‌دانند.

آمار توصیفی فرضیه گروه فنی و مهندسی

جدول ۸- تجمیعی میانگین، میانه، مد، واریانس و... گویه‌های فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

Statistics																
	q01	q05	q09	q13	q17	q21	q25	q29	q33	q37	q41	q45	q49	q53	q57	q61
N	Valid 130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
	Missing 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.7000	3.7385	3.8923	3.5385	4.3000	4.8077	5.7462	6.5769	7.4000	8.2880	9.2000	10.0000	10.7715	11.5369	12.3431	13.1385
Std. Error of Mean	.08220	.08428	.07894	.09340	.10948	.12623	.14381	.16255	.18145	.20000	.21800	.23500	.25200	.26900	.28600	.30300
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.93717	.96089	.99017	1.01497	1.03986	1.06472	1.08955	1.11435	1.13912	1.16389	1.18866	1.21343	1.23820	1.26297	1.28774	1.31251
Variance	.878	.923	.980	1.030	1.081	1.134	1.188	1.244	1.301	1.358	1.416	1.475	1.534	1.594	1.654	1.714
Range	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Sum	481.00	486.00	496.00	506.00	516.00	526.00	536.00	546.00	556.00	566.00	576.00	586.00	596.00	606.00	616.00	626.00

Source: Authors, 2020

در جدول ۸، تعداد داده‌های معتبر (N)، تعداد داده‌های از دست رفته (Missing)، میانگین (Mean)، خطای معیار میانگین (Std. Error of Mean)، میانه (Median)، مد (Mode)، انحراف معیار (Std. Deviation)، واریانس (Variance)، دامنه (Range)، کمینه (Minimum)، بیشینه (Maximum)، جمع (Sum)، برای گویه‌های شماره ۱،

۵، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۹، ۳۳، ۳۷، ۴۱، ۴۵، ۴۹، ۵۳، ۵۷ و ۶۱ قابل مشاهده است. Source: Authors, 2020

جدول ۹- توزیع فراوانی تعداد داده‌های معتبر و از دست رفته فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

تعداد داده‌های معتبر Valid	تعداد داده‌های از دست رفته Missing
۱۳۰	۰

Source: Authors, 2020

جدول ۱۰- توزیع فراوانی تعداد و درصد موافقین، ممتنعین و مخالفین فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

Valid	فراوانی هر طبقه Frequency	درصد داده های هر طبقه Percent	درصد داده های معتبر هر طبقه Valid Percent	درصد تجمیعی Cumulative Percent
مخالف Mokhalef	۱	۰,۸٪	۰,۸٪	۰,۸٪
ممتنع Momtane	۸۹	۶۸,۵٪	۶۸,۵٪	۶۸,۵٪
موافق Movafegh	۴۰	۳۰,۸٪	۳۰,۸٪	۳۰,۸٪
کل Total	۱۳۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

Source: Authors, 2020

بر اساس جدول و نمودارهای توزیع فراوانی (۹ و ۱۰) تعداد و درصد موافقین، ممتنعین و مخالفین فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی، تعداد ۴۰ نفر یعنی ۳۰,۸ درصد از پاسخگویان پرسش‌های شماره ۱، ۵، ۹، ۱۳، ۱۷، ۲۱، ۲۵، ۲۹، ۳۳، ۳۷، ۴۱، ۴۵، ۴۹، ۵۳، ۵۷ و ۶۱ موافق فرضیه مطرح شده (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی و تعداد ۸۹ نفر یعنی ۶۸,۵ درصد از پاسخگویان، رای ممتنع نسبت به فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی داشته‌اند و تعداد ۱ نفر یعنی ۰,۸ درصد از پاسخگویان، مخالف فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی بوده‌اند.

جدول ۱۱- جزئیات موافقین، ممتنعین و مخالفین فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

جنسیت/ مقطع			زن			مرد		
نظر/ تعداد/ درصد			مخالف	ممتنع	موافق	مخالف	ممتنع	موافق
کارشناسی	تعداد	۱	۱	۳۸	۱۵	۰	۳۳	۱۷
	درصد	۱	۳۶,۵	۱۴,۴	۰	۳۱,۷	۱۶,۳	
کارشناسی ارشد	تعداد	۰	۶	۲	۰	۱۰	۲	
	درصد	۰	۳۰	۱۰	۰	۵۰	۱۰	
دکتری تخصصی	تعداد	۰	۲	۱	۰	۰	۳	
	درصد	۰	۳۳,۳	۱۶,۷	۰	۰	۵۰	

Source: Authors, 2020

آمار استنباطی فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

آزمون t- تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

هرگاه محقق با یک گروه از افراد و با یک متغیر عددی رو به رو باشد و بخواهد بداند آیا میانگین این متغیر برابر یک عدد خاص است یا خیر و یا از عدد خاصی بزرگ‌تر (یا کوچکتر) است یا خیر، از این آزمون استفاده می‌کند. در اینجا نیز محقق می‌خواهد «فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی» را مورد بررسی قرار دهد. از آنجایی ۱۶ سؤال مربوط به این فرضیه است، لذا می‌توان گفت که حداکثر نمره‌ای که یک فرد می‌تواند از مجموع این سئوال‌ات کسب کند، ۸۰ و حداقل آن ۱۶ است. لذا مقدار میانگین این دو نمره، یعنی ۴۸، را می‌توان به عنوان نقطه برش در نظر گرفت. بنابراین اگر میانگین نمره افراد به طور معنی داری بیشتر از این عدد باشد، فرضیه قبول، و در غیر این صورت رد می‌شود. برای این کار دو فرضیه H_0 و H_1 به صورت زیر تنظیم شده است:

H_1 : میانگین نمره پاسخگویان برابر یا بیشتر از ۴۸ است.

H_0 : میانگین نمره پاسخگویان کمتر از ۴۸ است.

نتیجه این آزمون با استفاده از نرم افزار SPSS به صورت زیر در دو جدول ۱۲ و ۱۳ آمده است:

جدول ۱۲- آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

خطای معیار میانگین Std. Error Mean	انحراف معیار Std. Deviation	میانگین Mean	تعداد N	
۰,۵۷۸۹۱	۶,۶۰۰۵۸	۵۶,۱۴۶۲	۱۳۰	جمع Sum

Source: Authors, 2020

این جدول، آمار توصیفی مربوط به آزمون فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی را ارائه می‌کند و اعداد محاسبه شده به ترتیب تعداد داده‌ها، میانگین، انحراف معیار و خطای معیار میانگین را نشان می‌دهد. نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که مقدار میانگین یعنی ۵۶,۱۴۶۲، از ۴۸ بزرگتر است، ولی این موضوع باید از طریق آمار استنباطی (آزمون فرض یا فاصله اطمینان) که در جدول بعدی تایید شود.

جدول ۱۳- آزمون t تک نمونه‌ای برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

Test Value= 48 نمره آزمون = ۴۸						
%95 Confidence Interval of the Difference دقت ۹۵٪		میانگین نمونه Mean Difference	معنی داری Sig (2-tailed) P-Vale	درجه آزادی df	مقدار آماره t	
حد بالا Upper	حد پایین Lower					جمع Sum
۹,۲۹۱۵	۷,۰۰۸	۸,۱۴۶۱۵	۰,۰	۱۲۹	۱۴,۰۷۲	

Source: Authors, 2020

این جدول، مربوط به آمار استنباطی است و نتایج آزمون فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی را نشان می‌دهد. بر اساس مقادیر جدول، مقدار آماره t برابر ۱۴,۰۷۲ و درجه آزادی برابر ۱۲۹ است و سطح معنی داری ۰,۰ می‌باشد. از آنجایی که سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است (زیرا دقت ۰/۹۵ است) بنابراین نمی‌توان فرض H_0 (که بیان می‌کرد نمره افراد گروه فنی و مهندسی در پرسش‌های مربوط به هویت ملی بالاتر از ۴۸ است) را در سطح ۰/۰۵ رد کرد و فرض H_1 را پذیرفت. لذا علیرغم وجود میانگین ۵۶,۱۴۶۲ نمی‌توان گفت که نمره افراد به طور معنی داری بیشتر از عدد ۴۸ است. لذا فرضیه را در سطح معنی داری ۰/۰۵ پذیرفته نمی‌شود. پس فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی به وسیله آزمون پارامتری t- تک نمونه‌ای تایید نمی‌شود.

آزمون دو جمله‌ای^۱ برای فرضیه (هویت ملی) برای گروه فنی و مهندسی

از آنجا که آزمون t- تک نمونه‌ای نتوانسته طور معنی دار، تأیید کند که آیا میزان میانگین نمرات گروه فنی و مهندسی از حجم نمونه، بالاتر از ۴۸ است، یعنی آنها با گویه‌های مربوط به هویت ملی موافقت دارند یا خیر بنابراین از آزمون دو جمله‌ای برای این آزمون استفاده می‌شود. این آزمون همانند آزمون میانگین یک جامعه آماری، برای تشخیص تأثیر یا عدم تأثیر یک متغیر در پدیده‌ای معین استفاده می‌شود. در این آزمون H_0 بیانگر عدم تأثیر متغیر و H_1 بیانگر تأثیر متغیر می‌باشد. در اینجا فرض H_0 بیانگر این است که نمره ۵۰٪ پاسخگویان به گویه‌ها برابر ۴۸ است و H_1 بیانگر آن است که نمره ۵۰٪ پاسخگویان برابر ۴۸ نیست، بلکه بیشتر یا کمتر است. توجه به این امر ضروری است

^۱- Binominal Test

که این آزمون به علت ناپارامتری بودن، از دقت کمتری نسبت به آزمون پارامتری t - تک نمونه‌ای برخوردار است. نتیجه آزمون دو جمله‌ای برای فرضیه فرعی اول (هویت ملی) گروه فنی و مهندسی در زیر دیده می‌شود.

جدول-۱۴ آزمون دو جمله‌ای برای فرضیه (هویت ملی) گروه فنی و مهندسی

نمره آزمون = 48 ۴۸ = Test Value					
معنی داری Sig (2-tailed)	نسبت آزمون	نسبت مشاهده شده به درصد	تعداد داده‌های هر گروه	تعریف گروه	گروه‌ها
۰,۰۰۰	۵۰٪	۱۲٪	۱۵	≤ 48	گروه مخالف
		۸۸٪	۱۱۵	> 48	گروه موافق
		۱۰۰٪	۱۳۰	جمع	

Source: Authors, 2020

در این آزمون برای فرضیه (هویت ملی) گروه فنی و مهندسی از آنجا که sig کمتر از ۰/۵۰ است، بنابراین H_0 رد می‌شود، یعنی نمره ۵۰٪ از پاسخگویان گروه به این فرضیه برابر ۴۸ نیست و تعداد موافقین و مخالفین با هم برابر نیست. بلکه از مجموع ۱۳۰ نفر گروه فنی و مهندسی تعداد موافقین برابر ۱۱۵ نفر یعنی ۸۸٪ درصد است و تعداد مخالفین ۱۵ نفر یعنی ۱۲٪ درصد است. بنابراین موافقین با فرضیه (هویت ملی) گروه فنی و مهندسی بیشتر از ۵۰٪ هستند و به این ترتیب آنها با گزاره‌های متغیر هویت ملی موافقت دارند. با وجود ۶۸,۵٪ ممتنع، پاسخ افراد حول میانه بوده است. اما آزمون تک نمونه‌ای علی‌رغم میانگین ۵۶,۱۴۶۲ (در سطح ۰,۰۵) نشان نمی‌دهد که بیشتر افراد به هویت ملی به عنوان بخشی از هویت سیاسی خود می‌نگرند. با این حال آزمون دو جمله‌ای با ۸۸٪ نمره بالای ۴۸ نشان می‌دهد بیشتر افراد این گروه هویت ملی را بخشی از هویت سیاسی خود می‌دانند.

۴- نتیجه‌گیری و دستاوردهای علمی پژوهشی

به همان اندازه که میان صاحب‌نظران در تعریف پدیده جهانی شدن تفاوت رای وجود دارد، در خصوص تاریخچه پیدایش آن نیز این تفاوت آراء مشاهده می‌شود. برخی؛ جهانی شدن را پدیده بی‌جدید و در تداوم مدرنیسم می‌دانند، به گونه‌هایی که در دهه‌های پایانی سده بیستم مطرح شد و طی مدت زمان کوتاهی به شدت اوج گرفت و بخشهای گوناگون حیات بشری را متأثر ساخت. گروهی دیگر؛ جهانی شدن را پدیده‌ی قدیمی می‌دانند. این عده، آغاز این پدیده را با آغاز نظام سرمایه‌داری در سده شانزدهم میلادی و شروع استعمار همزمان می‌دانند و بر این اعتقادند که این پدیده ابتدا در حوزه اقتصاد اتفاق افتاد و اقتصاد جهانی را در هم ادغام کرد.

گسترش جغرافیایی و چگالی تجارت جهانی، توسعه شبکه‌های جهانی بازارهای پولی، رشد روز افزون قدرت شرکت‌های فراملی، تحقق انقلاب در فناوری اطلاعات و ارتباطات، تقاضای جهانی حقوق بشر و اصول دموکراسی، به راه افتادن جریان عمومی ذهنی توسط صنایع فرهنگساز جهانی، فقر جهانی، نابودی محیط زیست، تعارض میان فرهنگها، فراملی و چند مرکزی شدن سیاست جهانی، افزایش قدرت بازیگران فراملی، غیردولتی، شرکت‌های چندملیتی، سازمان ملل و در مقابل کاهش قدرت دولت-ملتها، به وجود آمدن نسل جدید رایانه‌ها که امکان مبادله آزاد کالا، خدمات و اندیشه‌ها را فراهم ساخته‌اند.

اینها همگی از جمله شاخصهایی هستند که می توان از طریق آنها جهانی شدن و تحقق وضعیت جهانی را شناسایی کرد. درخصوص اهمیت، ضرورت و کارکردهای جهانی شدن، دو دیدگاه کاملاً متفاوت و حتا متضاد از سوی اندیشمندان مطرح شده است. برخی از موضع مخالف به این پدیده نگریسته و برداشت و نگاهی منفی و حتا مخرب نسبت به آن دارند و عده یی دیگر برداشت مثبت و موافق از مفهوم جهانی شدن، نیروهای پیش برنده و پیامدها و آثار آن دارند و به آن با دید فرصت جهانی می نگرند. فرایند جهانی در تمامی سطوح تاثیرات عمیق از خود به جا گذاشته، بویژه در کشورهای جهان سوم، که مردم در آن تمایل بیشتری به پذیرش نوآوریهای در اکثر زمینه بدون توجه به پیامدهای آن دارند.

از لحاظ تاریخی فرآیند جهانی شدن تحولی برگشت ناپذیر در دنیای امروز است به طوری که متوقف کردن و یا حتی کندتر کردن شتاب آن غیر ممکن است. کارکرد فناوری در بستر جهانی شدن امری اجتناب ناپذیر است که با مقولاتی از جمله حد و مرز زدایی، انعطاف پذیری، و کم شدن فاصله ها همراه است. این مقوله را نه تنها در ابعاد کالبدی و فیزیکی بلکه در جنبه های مختلف فرهنگی، اجتماعی نیز میتوان جستجو کرد جهانی شدن مبحثی چند بعدی بوده که از زوایای مختلف قابل بررسی می باشد. یکی از بحث هایی که در این خصوص باید مورد توجه قرار گیرد ارتباط جهانی شدن با مفهوم سرزمین و هویت است. جهانی شدن می تواند دسترسی انسان ها را به منابع مختلف هویتی تسریع سازد و این دسترسی می تواند به ترتیب منجر به دید بهتر در منابع هویتی سابق بحران هویت و شکل گیری تصاویر هویتی جدید گردد. چنین تحولی می تواند هم به صورت فرصت و هم به صورت تهدید نمود یابد، به این صورت که فرد می تواند با استفاده از این فرصت خود را بهتر بشناسد و در اتخاذ تصمیمات مهم زندگی بهتر اقدام نماید و یا این که فرد دچار از خود بیگانگی گردد. هر چند به نظر می رسد جهانی شدن از طریق فرهنگ استعلایی خود درصدد تضعیف هویت های ملی و فرهنگی است. هویت ملی در یک کشور به شهروندان، مسوولیت و علایق شدید ملی ایجاد می کند و بر عکس، ابهام و تردید در هویت ملی، از تعهد، علاقه و احساس وطن دوستی و مسوولیت پذیری می کاهد. در واقع می توان گفت افراد با توجه به موقعیت های زمانی و مکانی در برابر جهانی شدن واکنش های متفاوتی نشان می دهند، گاهی با ادغام در فرهنگ جهانی، نمی توانند وفاداری به فرهنگ خود را حفظ نمایند و گاهی با حفظ تعهد به وطن، می توانند از این فرصت استفاده بهینه نمایند. هویت ملی، حلقه وصل تمام گروه های مختلف قومی و فرهنگی در یک کشور کثیرالاقوام است. در این راستا یگانه راه حفظ و تقویت هویت ملی، گسترش ارتباطات جهانی، آموزش و تربیت صحیح در جهت شناخت ارزشها و هویت های ملی است. این شناخت و آگاهی از طریق آموزش تاریخ و تمدن کهن ایران، استفاده از شعائر دینی و مذهبی، حمایت از زبان فارسی در کنار گویش های اقوام ایرانی و دیگر نشانه های هویت ملی مقدور خواهد بود. این آگاهی بخشی از طریق بستن راه های ارتباطی حاصل نمی شود بلکه از طریق شناخت کامل و مرزبندی میان عناصر مطلوب و مضر هویتی حاصل خواهد شد. ترس و طرد پدیده جهانی شدن راه حل مطلوب برای حفظ و ارتقای هویت ملی نخواهد بود بلکه با استفاده از استراتژی خاص گرایی فرهنگی باید به گزینش عناصر مطلوب جهانی شدن

پرداخت. در پژوهش موردی در خصوص دانشجویان گروه علوم انسانی و فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب نیز نشان می‌دهد که دانشجویان به عناصر مهم هویت ملی همچون تاریخ، تمدن، زبان فارسی، شعائر دینی و مذهبی و آداب و رسوم ملی خود اهمیت داده و در شکل‌گیری شخصیت سیاسی و اجتماعی آنان نقش بسزایی دارد لیکن راه‌های تعامل با پدیده جهانی شدن و بهره‌گیری از عناصر مطلوب و ارزشمند آن را برای ارتقای علمی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه ایرانی لازم و حتمی می‌دانند.

در صورتی که منتقدان و مخالفان؛ جهانی شدن را از منظر تئوری توطئه تحلیل می‌کنند و آن را توطئه بی‌بین‌المللی و جهانی می‌دانند که پیامدهای زیر را در بر دارد: ثباتی و توزیع ناعادلانه ثروتهای اقتصادی جهان، گسترش شکافهای طبقاتی و اجتماعی، تشدید فاصله میان کشورهای استعمارگر و سرمایه‌داری از یک سو و کشورهای تحت ستم و جهان سوم. که نقش تأمین‌کننده مواد خام و اولیه و نیروی کار را دارند. از سوی دیگر، دامن زدن به بحرانهای هویتی، جهانی کردن نامنیها، ایجاد نژادپرستی از نوع جدید، تحمیل خواستههای شرکتی فراملی به دولتها و ملت‌های فقیر، مداخله گستاخانه قدرتها در امور داخلی کشورهای جهان سوم در سرتاسر جهان، دامن زدن به جنگهای منطقه‌یی و کشتار و هلاکت انبوه مردم، تهدید و نابودی محیط زیست، جهانی سازی مصرف‌گرایی، حاکمیت فرهنگ و تمدن غرب در جهان، غربی سازی یا آمریکایی سازی فرهنگ، اقتصاد و ارزشهای ملل جهان، تهاجم به ابعاد معنوی و ارزشهای محلی و بومی اقوام و اقلیتها، به کمک تهاجم همه جانبه رسانه‌های فراگیر و انحصاری نظام سرمایه‌داری حاکم بر جهان، گسترش فرهنگ ابتذال، اعمال شیوه‌های امپریالیستی فرهنگی و اطلاعاتی در پوشش گردش آزادانه اطلاعات و ایده‌های مطیع ساختن مردم جهان از طریق بازی با احساسات و شعور آنان، تبدیل بشریت به توده‌های بی‌روحي که تابعان معماران و سازندگان نظم تازه جهانی از طریق یکسان سازی معنوی جهان هستند. تبعیض جانی و زوال هویتها، جهانی شدن مشکلات و معضلاتی مثل فقر و گرسنگی، جرم و جنایت، بینظمی، ناامنی و نظامیگری جان‌کلام مخالفان در این نکته خلاصه می‌شود که به علت آن که هدایت و رهبری جهانی شدن در دست نیروها و قدرتهای خاص قرار دارد و با برنامه ریزی هدایت می‌شود، به عنوان پروژه‌یی به حساب می‌آید که کل جهان مورد بازتعریف قرار خواهد گرفت و هدف آن نیز کسب منافع ویژه برای اقلیتی است که به قیمت هزینه‌های سنگینی از منافع ملی جمع‌کنندگی از کشورهای جهان تمام می‌شود. به همین دلیل، از این پدیده به عنوان پروژه‌یی جهانی با ماهیتی تبعیض‌آمیز و نابرابری که گستره آن در سطح جهان است. یاد می‌شود و آن را مجموعه‌یی از تضادها و تناقضات می‌دانند که هر لحظه متراکمتر می‌شود.

جهانی شدن پدیده‌یی جهانشمول و همه‌گیر است، به‌گونه‌ایی که برای جوامع گریزی از آن نیست. از این رو؛ فرهنگ، سیاست، اقتصاد و علم، به‌عنوان بخشهایی از نظام اجتماعی در این فراگرد قرار خواهند گرفت. به‌دیگر سخن؛ با وجود اختلاف نظرها و برداشتهای متفاوت و حاضد و نقیضی که میان صاحب‌نظران، سیاستمداران، جامعه‌شناسان و اقتصاددانان پیرامون تعاریف مختلف و مفهوم سازی، قدمت، پیامدها و آثار جهانی شدن وجود دارد، اما، در عین حال همه آنها در باب این مقوله توافق دارند که جامعه بشری با سرعت هر چه تمامتر مسیر یکپارچگی را

می پیماید و در آینده نه چندان دور با اقتصاد، فرهنگ، سیاست و مبادلات جهانی فراتر از مرزهای ملی روبه روست. بنابراین تضمین بقای هویت ملی ایران در عصر جهانی شدن در کاربرد ترکیبی و مناسب از همه مولفه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و شناختی کاملاً آگاهانه واقع گرایانه از تحولات جهانی امکان پذیر خواهد بود. با تقویت فرهنگ بومی می توان در برابر جهانی شدن خود را ایمن کرد و استفاده مناسب از آن نمود. در واقع باید در برابر جهانی شدن در عین تاکید بر مسایل هویتی، از انعطاف لازم برخوردار بود.

References

1. Afzali, Katayoun. Afshari, Haleh. ۲۰۲۰. Reflecting the National and Religious Identity of Translators in the Translation of Eclectic Novels: A Review of Turquoise Duma's Translated Novels, *Language and Translation Studies*, 53 (2), 201-181.
2. Ali Hosseini, Ali Imam Juma Zadeh, Seyed Javad. ۲۰۱۹. Threats to Shiite political Islam in the context of globalization, *Islamic Revolution Studies*, 16 (57), 136-125.
3. Alikhani, Mehdi .1396. Identity in Saudi Foreign Policy and Its Regional Implications, *Quarterly Journal of International Studies*, 4 (3), 210-181.
4. Baybordi, Ismail. Karimian, Alireza ۲۰۱۴. Globalization of Culture and Its Impact on Iran's National Identity, *Quarterly Journal of International Relations Studies*, 7 (28), 102-77.
5. Boussebaa, M. 2020. Identity regulation and globalization. *The Oxford Handbook of Identities in Organizations*. Oxford: Oxford University Press. Forthcoming.
6. Dehshiri, Mohammad Reza Taheri, Mehdi Ranjbar, Hamed ۲۰۱۶. The Internationalization of Higher Education in the National Interests of the Islamic Republic of Iran, *Quarterly Journal of International Studies*, 13 (3), 86-65. Dilmaghani, Farshid.
7. Hajiani, Ibrahim .2000. Sociological analysis of national identity in Iran and the design of several hypotheses, *Quarterly Journal of National Studies*, Second Year, No. 5 Fall.
8. Hatami, Abbas ۲۰۱۷. Comparative Analysis of Political-Economic Globalization in the Government of Khatami and Ahmadinejad, *Journal of Political Science*, 13 (1), 130-97.
9. Hosseini, Seyed Mostajad. ۲۰۰۴. Pathology of promoting the culture of self-sacrifice and martyrdom, the site of the culture of self-sacrifice.
10. Ismagilova, E., Hughes, L., Dwivedi, Y. K., & Raman, K. R. 2019. Smart cities: Advances in research—An information systems perspective. *International Journal of Information Management*, 47, 88-100.
11. Mubah, A. S., & Anabarja, S. 2020. Globalization, National Identity and Citizenship: Dilemma of Chinese Indonesians in Indonesian Nation-Building. *Tamkang Journal of International Affairs*, 23(3), 55-101.
12. Qasemi Turki, Mohammad Ali .2018. The position of national identity in Iran A look at historical evolution, patterns and policies of national identity, *Journal of History*, 13 (52), 17-44.
13. Rezaei Jafari, Mohsen Ali Hosseini, Ali. Aqahsini, Alireza Dehshiri, Mohammad Reza .2019. Strategic possibilities and political consequences of adopting a hermeneutic approach in the confrontation between Iran and the West in the era of globalization, *Socio-Cultural Strategy*, 8 (3), 87-57.

14. Sheriff Mehrjerdi, Alireza. Khorramshad, Mohammad Baqir. ۲۰۱۷. Political intellectual discourses and the issue of national identity before the Islamic Revolution, *Approach Quarterly*, 11 (41), 96-71.
15. Steger, M. B. 2017. *Globalization: A very short introduction* (Vol. 86). Oxford University Press.
16. Tajik, Mohammad Re. ۲۰۰۹. Identity in Iran Today, *Journal of the Strategic Research Institute of the Expediency Discernment Council*, No. 46
17. Zarei, Ghaffar. 1398. The role of ethnic identity in national solidarity after the Islamic Revolution; Multicultural Approach, *Approach Quarterly*, 13 (47), 62-43. Sarukhani, Baqir Rezaei Qadi, Khadijeh. 2012. Internet and National Identity among Users, *Communication Culture Quarterly*, 2 (5), 70-52. Officer, Deputy.
18. kiani. Hooshang. Ameri Golestani, Hamed. Akbarzadeh, Fereydoun. Yousefi, Bahram .2019. Globalization of communication and its effect on strengthening the identity of the Lor people and the Iranian-Islamic identity. *Approach Scientific Quarterly*, 13 (47), 171-192.
19. lafafchi. Mazin Dehbashi, Sharif. Etesam, Iraj. 2020. Identifying and prioritizing architectural and cultural indicators based on the application of technology in the era of globalization (Case study: Tehran), *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 20 (59), 267-253.
20. Hafeznia, M. & Romina, A., 2017, The Impact of Geopolitical Interests of Iran and Saudi Arabia in Creating Regional Challenges in Southwest Asia, *Geographical Research Quarterly*, Year 32, Issue 2, Summer 2018, consecutive (125).
21. Kamran, H., Gholami, B., Yari, A., Hosseini Amini, H., and Khaledi, H., 2010, Geography and National Power of Iran, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, Volume 13, Number 16.

Globalization and its impact on the national and geographical identity of the Islamic Republic of Iran A survey of students from the perspective of the Department of Humanities, Engineering and Technology of Islamic Azad University, South Tehran Branch

Jalil Fakhar

PhD Student in Political Science, Islamic Studies, Islamic Azad University, South Tehran Branch

Mohammad Reza Dehshiri*

Associate Professor of Political Science, Faculty of International Relations, Ministry of Foreign Affairs

Masoud Motalebi

Assistant Professor of Political Science, Islamic Azad University, Research Sciences Branch

Mohammad Kamalizadeh

Assistant Professor of Political Science, University Jahad Institute of Humanities

Abstract

Globalization and its impact on political identity in the Islamic Republic of Iran." A Globalization, as a phenomenon resulting from the globalization of modernity, has affected various aspects of the identity of the Islamic Republic of Iran, including national identity. The main question of this research that this research seeks is what effect has globalization had on the national identity of Iranians. The research hypothesis is that Iranian society has been affected by the globalization process for various reasons, including the use of mass media and the Internet and cultural interactions with other countries. Research Method In this research, it has been done in two methods: documentary and survey. Findings indicate that students, while correlating and interested in the elements of their national and geographical identity, such as history, culture, Persian language and Iranian customs and traditions, interacting with globalization and using its desirable and valuable elements strengthen national identity. The overall result of the research shows that with the two-sentence test, the Department of Humanities with 86% above 48 and the Department of Engineering with 88% of students in the era of globalization make national and geographical identity part of their political identity.

Keywords: Globalization, Identity, National Identity, Internet, Media.

* (Corresponding Author) mohammadrezadehshiri4@gmail.com

This article is taken from the first author's doctoral dissertation entitled "