

اثربخشی آموزش ارزش‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت ملی نوجوانان

ساره پیمان^۱

کوروش محمدی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثربخشی آموزش ارزش‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت ملی نوجوانان انجام شد. روش این پژوهش از نوع نیمه تجربی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان دختر شهر تهران در سال ۱۳۹۵ بود. حجم نمونه اولیه به تعداد ۱۰۰ نفر انتخاب شد و سپس ۳۰ نفر که نمره‌ی آنان از پرسشنامه‌ی نگرش ملی یک انحراف معیار پایین‌تر از میانگین بود انتخاب و به‌صورت تصادفی در دو گروه آزمایش و کنترل گمارده شدند (هر گروه ۳۰ نفر). ابزار اندازه‌گیری پژوهش شامل پرسشنامه سؤالی ۱۴ هویت ملی (احدی و همکاران، ۱۳۸۵) بود. سپس گروه آزمایش طی ۸ جلسه‌ی ۹۰ دقیقه‌ای آموزش ارزش‌های اجتماعی را دریافت کرد، در حالی که گروه کنترل هیچ‌گونه آموزشی دریافت نکرد. نتایج پژوهش نشان داد تحلیل کوواریانس پس‌آزمون نمرات هویت ملی پس از تعدیل پیش‌آزمون، نشان می‌دهد که با حذف اثر نمره‌های پیش‌آزمون، اثر متغیر مستقل بر نمره‌های پس‌آزمون معنادار است ($F=10.7/56, df=1,27, P</math> / 0.01).$

واژگان کلیدی: ارزش‌های اجتماعی، آموزش، هویت ملی.

۱. دانشجوی دکتری روانشناسی دانشگاه آزاد واحد بندرعباس

۲. استادیار دانشگاه هرمزگان

۱. مقدمه

دو معنای اصلی هویت، تمایز و تشابه مطلق است. جنکینز (۱۳۹۱: ۵) هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن مفهوم تشابه مطلق را بیان می‌کند؛ این با آن مشابه است. معنای دوم آن تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد. مفهوم هویت، هم‌زمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد؛ شباهت و تفاوت. هویت داشتن یعنی یگانه بودن، ولی از دو جنبه متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان. هویت اجتماعی به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود. این ویژگی‌ها را می‌توان نشانه‌هایی تلقی کرد که نشان می‌دهند هر شخص معینی، اساساً چه کسی است. در عین حال، این ویژگی‌ها شخص مذکور را به افراد دیگری مربوط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند. همچنین هویت‌های اجتماعی بعد جمعی دارند. آن‌ها مشخص می‌کنند که افراد چگونه و از چه نظر «شبهه» دیگران هستند. اگر هویت‌های اجتماعی نشان‌دهنده شیوه‌های همسانی افراد با دیگران هستند، هویت شخصی، ما را به‌عنوان افرادی جدا و مجزا از یکدیگر متمایز می‌کند. هویت شخصی به معنای رشد و تکوین شخصی است که از طریق آن ما معنای یگانه و منحصربه‌فردی از خویش‌ثمنان و مناسبت‌مان با جهان پیرامون خود خلق می‌کنیم (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۶). با توجه تعاریف صورت گرفته از هویت، می‌توان نتیجه گرفت که هویت برساخته‌ای اجتماعی است. کیفیتی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه ساخته می‌شود و سپس در تعامل با دیگران تغییر می‌کند. دوم این که هویت توأم با احساس تعلق است. جزء ذاتی این که بدانیم چه کسی هستیم عضویت در گروه یا گروه‌های اجتماعی است که از اعضای شبیه به یکدیگر تشکیل شده‌اند. سوم این که مسئله هویت به تفاوت ما با دیگران نیز مربوط می‌شود. بخشی از دانستن این که چه کسی هستیم دانستن این است که چه کسی نیستیم. چهارم، از آنجاکه هویت اکتسابی است انعطاف‌پذیر نیز هست و در برخی از جوامع انعطاف‌پذیرتر از برخی دیگر است. هویت در سطوح و ابعاد مختلف واکاوی شده است. هویت ملی، هویت دینی، هویت جهانی و مواردی از این قبیل. هنگامی که از هویت دینی سخن به میان می‌آید، در واقع به ابعاد کارکردی و عینی دین اشاره می‌شود. هویت دینی آن احساس خاصی است که پیروان یک دین را به یکدیگر پیوند می‌دهد و ایشان را در تعلقشان به یک هویت جمعی تعریف می‌کند (گزارش راهبردی، ۱۳۸۵: ۱۴). هویت ملی را می‌توان نوعی احساس تعلق به ملتی خاص دانست. ملتی که نمادها، سنت‌ها، مکان‌های مقدس، آداب و رسوم، قهرمانان تاریخی و فرهنگ و سرزمین معین دارد. هویت ملی یعنی احساس تعلق به گروهی از انسان‌ها، به واسطه اشتراک داشتن در برخی عناصر فرهنگی و شبه‌فرهنگی (حاجیان، ۱۳۸۸: ۳۶۱). اسمیت هویت ملی را بازتولید و باز تغییر پایدار ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، افسانه‌ها و سنت‌ها می‌داند که عناصر تمایز بخش هر ملتی هستند. هویت ملی عبارت است از نوعی احساس تعلق فرهنگ محور، تمایز آفرین و تداوم‌بخش به یک ملت که دولت و گفتمان‌های مسلط با بهره‌برداری از منابعی معین آن را به وجود آورده و حفظ و تعریف می‌کند. وی اضافه می‌کند که هسته هویت ملی تداوم و تمایز است. درجایی دیگر اشاره شده که هویت ملی فرایند پاسخ‌گویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌های پیرامون خود، گذشته، کیفیت، زمان تعلق، خاستگاه اصلی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های مهم از هویت تاریخی خود است (گودرزی، ۱۳۸۴: ۱۰۵). هویت ملی از تعلق فرد به یک سرزمین و دولت ملی یا به عبارتی به کشور خاصی سرچشمه می‌گیرد. به بیان دیگر، هویت ملی به معنای احساس همبستگی با کل اعضای ساکن در یک چارچوب

سرزمینی مشترک است. به طوری که نسبت به موجودیت کل آن آگاهی و به آن احساس وفاداری دارند. ارزش به معنای «تلقی خوب یا بد یک فرد از یک چیز» است. به عبارتی دیگر، «ارزش آن چیزی است که از نظر فرهنگی، خوب و مطلوب و مناسب، یا بد و غیر مطلوب و نامناسب تلقی می‌شود» (غفاری، ۱۳۸۶: ۹ و ۸). ارزش‌ها بر رفتار افراد اثر می‌گذارند و به عنوان ضابطه‌ای برای ارزیابی اعمال دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرند. معمولاً رابطه مستقیمی میان ارزش‌ها با نحوه عکس‌العمل جامعه وجود دارد. برای مثال، جامعه‌ای که ارزش زیادی برای ازدواج قائل است، عمل زنا را محکوم و مجازات می‌کند. یا در جامعه‌ای که به اموال خصوصی افراد احترام گذاشته می‌شود و مالکیت، ارزش تلقی می‌شود، قوانینی علیه سرقت و تاراج اموال دیگران به وجود می‌آید (محسنی، ۱۳۸۶: ۲۴۶). لذا می‌توان گفت: «ارزش‌های اجتماعی، مجموعه‌ای آرمانی هستند درباره آنچه که درست یا نادرست، شایسته یا ناشایست، مطلوب یا نامطلوب و خوب یا بد می‌باشد و برای هر جامعه‌ای مورد نیاز، محترم، مقدس، خواستنی و مطلوب تلقی می‌شوند.» مانند: نجابت، درستکاری، شرافت، احترام به حقوق دیگران و تقوا (ستوده، ۱۳۸۶: ۲۹). افراد از الگوهای نسبتاً واحدی پیروی می‌کنند؛ چراکه قواعد و ارزش‌های اجتماعی که به عنوان احکام جمعی مورد پذیرش جامعه و یا گروه قرار گرفته‌اند مبنای عمل، رفتار و قضاوت درباره رفتارها، وقایع و پی آمده‌ای اجتماعی هستند (غفاری، ۱۳۸۶: ۹ و ۸). این که افراد پول یا درآمد خود را در چه راه‌هایی صرف می‌کنند، چه دوستانی را و با چه خصوصیات اخلاقی برای معاشرت با خود برمی‌گزینند، در راه رسیدن به چه اهدافی ایثار و از خودگذشتگی می‌کنند و چه اعتقادات مادی یا معنوی دارند، همه گویای نوع ارزش‌های افراد در جامعه می‌باشد. معمولاً ارزش‌های اجتماعی به ۶ دسته تقسیم می‌شوند: ۱- ارزش‌های اخلاقی: احکام و رفتارهای دستوری که سعی در سوق دادن جهت رفتار و اندیشه انسان‌ها دارد و شامل تشویق به اعمالی مانند: احسان کردن، ایثار کردن و یا خودداری از اعمالی مثل: دروغ، دزدی، قتل و تجاوز می‌شوند. ۲- ارزش‌های اقتصادی: ارزش‌های مادی که شامل: پول، دارایی و تملک کالاها می‌شود. ۳- ارزش‌های ملی و سیاسی: مانند: احترام به اصول ناب ملی یا انقلابی مردم، عدالت اجتماعی و تأمین رفاه اجتماعی. ۴- ارزش‌های دینی: ارزش‌های مقدس و معنوی زندگی انسان‌ها که تقریباً در اکثر جوامع از مهم‌ترین و قدرتمندترین ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌روند. ۵- ارزش‌های قانونی و حقوقی: قوانین، تجلی ارزش‌های حقوقی و ضمانتی اجرایی برای آن هستند. همگان احترام به قوانین و مقررات جامعه اعم از: موازین، قاضی و پلیس را ارزشمند تلقی می‌کنند. ۶- ارزش‌های فرهنگی: هر آنچه که در رابطه با فرهنگ مشترک و عمومی مردم برایشان حائز اهمیت باشد مانند: دانش و احترام با سالمندان ارزش‌های فرهنگی خوانده می‌شوند (صداقتی فرد، ۱۳۸۸: ۹۵). بنابراین می‌توان گفت ارزش‌های اجتماعی مقاصد و هدف‌های مطلوبی هستند که افراد جامعه برای دستیابی به آن‌ها فعالیت می‌کنند تا به این وسیله نیازها و خواسته‌های خود را برآورده سازند. هم‌چنین یکی از ابزارها و وسایلی می‌باشند که جامعه از آن برای نظم اجتماعی سود می‌برد؛ زیرا وجود ارزش‌های اجتماعی در جامعه و کوشش افراد برای دستیابی به آن‌ها باعث فعالیت افراد و موجب شکل‌گیری ایده آل‌ها و آرمان‌ها می‌شود. این جریان برای هر جامعه‌ای حیاتی و ضروری است. آرمان‌ها و اهداف اجتماعی با توجه به ارزش‌های اجتماعی پدید می‌آیند و شکل می‌گیرند. پایه و اساس ارزش‌های اجتماعی بر نهادها و نیازهای جامعه استوار است. اعضای جامعه نیز برای دستیابی به ارزش‌ها که نتیجه آن مرتفع شدن نیازهاست، نقش‌هایی را به عهده می‌گیرند. هر جامعه‌ای باید برای رسیدن به هدف‌ها و دستیابی به ارزش‌های اجتماعی، وسایل و امکانات لازم را در اختیار اعضایش قرار دهد تا به این وسیله سازگاری اجتماعی و «هم‌نوایی (Concord)» یعنی پذیرش

هنجارها به وجود بیاید و قوت بگیرد. اما در صورتی که جامعه، هدفها و ارزشهای اجتماعی خود را تعیین کرده باشد، ولی وسیله و راه رسیدن به آنها را در اختیار افراد قرار نداده باشد، نابهنجاریها و ناسازگاریهای اجتماعی به وجود می‌آید. در حالی که هرچه ارزشهای اجتماعی بین مردم عادلانه‌تر توزیع شوند، هماهنگی و همبستگی بین افراد جامعه بیش‌تر خواهد شد. البته ارزشهای اجتماعی بر اثر تغییر و تحولی که در جامعه پدید می‌آید متحول می‌شوند (سیف الهی، ۱۳۸۶: ۱۲۵-۱۲۳). با تمام آنچه که گفته شد در این پژوهش به بررسی آموزش ارزشهای اجتماعی بر شکل‌گیری هویت ملی نوجوانان پرداخته خواهد شد.

۲. روش پژوهش

۲-۱- روش‌شناسی

طرح تحقیق پژوهش به صورت نیمه آزمایشی و با طرح پیش‌آزمون، پس‌آزمون - پیگیری تک گروهی اجرا شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان دختر منطقه ۱۲ شهر تهران بودند که در سال ۹۵-۹۶ مشغول به تحصیل هستند. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر نمونه به روش تصادفی بود، دانش‌آموزان و خانواده‌هایشان برای شرکت آنها در جلسات رضایت و آمادگی خود را اعلام کرده‌اند، ۱۵ نفر بعد از اجرای پرسشنامه غربالگری تشخیص داده شده‌اند، انتخاب و روش آموزش در مورد آنها انجام شد.

۲-۲- ابزار پژوهش

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه هویت ملی این پرسشنامه توسط احدی و همکاران (۱۳۸۵) تدوین شد و شامل ۱۴ سؤال می‌باشد. هر چه نمره کسب‌شده از این پرسشنامه بیشتر باشد نشان‌دهنده برخورداری فرد از هویت ملی بالاتر است. به منظور بررسی قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرون باخ استفاده شده است؛ مقدار آلفای کرون باخ برای پرسشنامه مذکور برابر ۰/۷۸ می‌باشد. ابتدا با توجه به نتایج ارزیابی اولیه هر فرد با توجه به وضعیت و شرایط او الگوی وضعیتی کلی تنظیم شده و بعد جلسات به شکل زیر اجرا گردید.

الف- آموزش هنجارهای دینی: هنجارهای دینی معلول آموزش دینی هر جامعه مفروش هستند. برای مثال، فقه و شرع مقدس اسلام از جمله هنجارهای دینی هستند که از تعالیم دینی سرچشمه گرفته‌اند. هنجارهای اخلاقی را نیز می‌توان در مقوله هنجارهای دینی قرارداد.

ب- آموزش هنجارهای رسمی: هنجارهای رسمی مشتمل بر قوانین تشکیلاتی، اداری و مالی کشورها و واحدها و مؤسسات تابعه هستند. مانند: قانون اساسی، قانون مدنی، قوانین حقوقی و جزایی.

پ- آموزش هنجارهای سنتی یا غیررسمی: هنجارهای سنتی هنجارهایی هستند که توسط فرد یا افرادی وضع نشده‌اند؛ بلکه خودبه‌خود و به صورت تدریجی از اتفاقات زندگی روزمره زندگی سرچشمه گرفته و خاستگاهی جز جامعه ندارند. به عنوان نمونه، آداب و رسوم، هنجارهایی هستند که مشخص می‌کنند افراد در فعالیت‌های روزانه خود به چه شیوه‌های مورد قبولی باید رفتار کنند.

۲-۳- شیوه اجرای پژوهش

هدف این پژوهش تفهیم مفهوم " ارزشهای اجتماعی در جامعه ایران " برای گروه برای دانش‌آموزان می‌باشد.

برای انتقال و تفهیم این مفهوم پیشنهاد شد، از وقایع مهم اجتماعی استفاده شود. انتخاب باید به گونه‌ای باشد که ارزش‌های گروه یکی از گروه‌های اجتماعی مورد خدشه قرار گرفته شده باشد یا باعث بالندگی گروه شده باشد. واقعه را برای دانش‌آموزان به‌طور خلاصه تعریف می‌نماید.

خشنودی اعضای گروه از تحقق اهداف

به‌عنوان یک مثال برای نشان دادن این‌که اعضای گروه از تحقق یافتن ارزش‌ها خشنود می‌شوند می‌تواند با مثال زیر یا مثال‌هایی از این دست آغاز نماید:

پیروزی‌های ملی در میداين ورزشی:

" نسبت به نام حسین رضازاده چه حسی دارید؟ زمانی که حسین رضازاده در سال ۲۰۰۴ در المپیک آتن توانست مدال طلا کسب در بین مردم ایران شادمانی و شغف زیادی پدید آمد و دل ملت ایران شاد شد " پس از ارائه این توضیحات می‌بایست سؤال چالشی خود را برای مشارکت دانش‌آموزان مطرح شد.

" به نظر شما علت این شادمانی و شغف ملت ایران چه بود ؟ " پاسخ‌های دانش‌آموزان را به سمت اهداف درس هدایت کند: " بالا بردن پرچم ایران در جهان. ایجاد غرور ملی. بالا بردن عزت ایران، این‌ها مواردی است که مردم سرزمین ایران با به دست آوردن آن‌ها شاد می‌شوند. به این موارد ارزش‌های گروه سرزمینی یا ملت می‌گویند. " برای تحقق اهداف حاضرند جان خود را بدهند: برای تبیین این قسمت از مثال‌های خوبی که در قرن حاضر در ایران اتفاق افتاده است کمک گرفته شد تا جانبازی افراد برای رسیدن به ارزش‌هایشان را به دانش‌آموزان نشان دهد. مثال‌هایی از قبیل وقایع خونین پیروزی انقلاب اسلامی - میدان شهدا، قیام پانزده خرداد، دهه فجر، جنگ تحمیلی، وقایع مشروطه.

پرسشی با عنوان این‌که چرا این افراد باید جان خود را بدهند؟ با هدایت پاسخ‌های دانش‌آموزان به تبیین ویژگی دیگری از ارزش می‌پردازد. " حاضرند جان خود را برای ارزش‌هایشان بدهند. توهین به این امور مهم و جلوگیری از تحقق آن‌ها موجب ناراحتی و واکنش اعضا می‌شود: برای این قسمت نیز می‌تواند از مثال دلاوری‌های جوانان ایرانی در هشت سال دفاع مقدس استفاده نماییم. که جوانان ایران چگونه پس از شنیدن خبر حمله دشمن بعثی به ایران از تمام نقاط ایران برای دفاع از اسلام و ایران در مقابل دشمن بعثی قرار گرفتند. علت این جان‌فشانی‌ها را بین دانش‌آموزان به سؤال بگذارید و سؤال را به سمت هدف مورد نظر پیش ببرد.

ارزش

با تداوم زندگی گروهی، به تدریج امور خاصی برای همه یا بیشتر افراد گروه مهم تلقی می‌شود. آن‌ها از تحقق این امور احساس خشنودی می‌کنند و حاضرند برای تحقق آن‌ها گاهی جان خویش را به خطر اندازد. توهین به این امور مهم یا جلوگیری از تحقق آن‌ها موجب ناراحتی و واکنش افراد گروه می‌شود. به این امور که برای گروه اهمیت دارد، ارزش‌های گروه گفته می‌شود.

۳. یافته‌ها

جدول ۱: وضعیت تحصیلی دو گروه آزمایش و کنترل

گروه	گروه آزمایش		گروه کنترل	
	وضعیت تحصیلی	فراوانی	درصد	فراوانی
پایه هفتم	۳	۲۰	۲	۱۳/۳۳
پایه هشتم	۲	۱۳/۳۳	۳	۲۰
پایه نهم	۳	۲۰	۲	۱۳/۳۳
پایه اول دبیرستان	۳	۲۰	۳	۲۰
پایه دوم دبیرستان	۲	۱۳/۳۳	۳	۲۰
پایه سوم دبیرستان	۲	۱۳/۳۳	۲	۱۳/۳۳
کل دانش آموزان	۱۵	۱۰۰	۱۵	۱۰۰

با توجه به جدول ۱، از بین شرکت‌کنندگان در گروه آزمایش ۲۰ درصد پایه هفتم، ۱۳/۳۳ درصد پایه هشتم، ۲۰ درصد پایه نهم، ۲۰ درصد پایه اول دبیرستان، ۱۳/۳۳ درصد پایه دوم دبیرستان و ۱۳/۳۳ درصد پایه سوم دبیرستان تحصیل می‌کنند. همچنین در گروه کنترل ۱۳/۳۳ درصد پایه هفتم، ۲۰ درصد پایه هشتم، ۱۳/۳۳ درصد پایه نهم، ۲۰ درصد پایه اول دبیرستان، ۲۰ درصد پایه دوم دبیرستان و ۱۳/۳۳ درصد پایه سوم دبیرستان تحصیل می‌کنند.

جدول ۲: نتایج آزمون لوین برای نمره هویت ملی

متغیر	F	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	سطح معنی‌داری
هویت ملی	۲/۰۶	۱	۲۹	۰/۱۲

بر اساس جدول ۲، فرض همگنی خطاهای هر دو گروه برای نمره هویت ملی تأیید شد ($p > ۰/۰۵$). برای بررسی فرضیه پژوهش از آزمون تحلیل کوواریانس تک متغیره استفاده شد. جدول شماره ۳ نتایج آزمون تحلیل کوواریانس تک متغیره نمره پس‌آزمون کل هویت ملی در دو گروه آزمایش و کنترل را نشان می‌دهد.

جدول ۳: نتایج آزمون تحلیل کوواریانس تک متغیره نمره پس‌آزمون کل هویت ملی در دو گروه آزمایش و کنترل

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی‌داری	ضریب ایثا
گروه	۲۶۴۲/۷۵	۱	۲۶۴۲/۷۵	۱۰۷/۵۶	۰/۰۰۱	۰/۸۱
تحلیل کوواریانس با کنترل مقادیر پیش‌آزمون	۱۰۹۹/۳۳	۱	۱۰۹۹/۳۳	۴۴/۷۴	۰/۰۰۱	۰/۵۸
خطا	۶۶۳/۳۳	۲۷	۲۴/۵۷			

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، تحلیل کوواریانس پس‌آزمون نمرات هویت ملی پس از تعدیل پیش‌آزمون، نشان می‌دهد که با حذف اثر نمره‌های پیش‌آزمون، اثر متغیر مستقل بر نمره‌های پس‌آزمون معنادار است ($F=107/56, df=1, 27, P < /0.01$).

۴. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها پژوهش حاضر نشان می‌دهد که می‌توان گفت که آموزش ارزش‌های اجتماعی باعث افزایش هویت ملی دانش‌آموزان می‌شود. ملت و کشور ایران که از ملل محدود دیرپا و کهن گذشته است همواره در فرآیند تاریخی سعی کرده است هویت و موجودیت خود را در برابر اقوام و ملل دیگر حفظ نماید. (ابوالحسنی، ۱۴: ۱۳۸۸) وجود اقوام مختلف در درون جامعه کهن ایران، موجبات دادوستد فرهنگی و اجتماعی را در طول تاریخ فراهم آورده است. این امر که درعین حال مفید و کارساز بوده و مانع از ایستایی و خمودگی جامعه ایران شده، به مؤلفه مهم هویت فرهنگی ایران تبدیل شده و پویایی آن را رقم زده است. (صالح، ۱۲۱: ۱۳۸۸) دوام و استمرار هویت فرهنگی ایرانی در طول تاریخ، مدیون گروه‌های مختلف قومی نظیر کردها، آذری‌ها، لرها، بلوچ‌ها، ترکمن‌ها، عرب‌ها و فارس‌ها بوده است. (صالح، ۱۳۰: ۱۳۸۸) با توجه به پویایی فرهنگ ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی در ایران در دهه‌های اخیر، مردم ایران درک جامع‌تری از جهان و فرهنگ جهانی و فرهنگ ایرانی‌شان یافته‌اند. این شناخت و آگاهی، بی‌تأثیر از شرایط محیط داخلی و خارجی نبوده است. افزایش رفت‌وآمد شهری و استانی در ایران، مساعد شدن شرایط ارتباط بین حوزه‌های فرهنگی در ایران و اقدام به مسافرت به کشورهای خارجی، استفاده از رسانه‌های جمعی (ملی و بین‌المللی)، گسترش دانش عمومی نسبت به کشورها و فرهنگ‌های دیگر، مشارکت سیاسی و اجتماعی، تغییر در شرایط جهانی و توسعه روابط بین فرهنگی، موجب شده تا مردم ایران، بیشتر خود را در جامعه جهانی تعریف کنند. باید توجه داشت ارزش‌های اجتماعی هر کشوری، حقیقتی زنده و زاینده است که مدام در حال تطور می‌باشد و مرگ آن هنگامی رقم خواهد خورد، که به واسطه تقلید مسخ گردد. از این رو در شرایط کنونی ما نیز به‌عنوان یک کشور اسلامی باید با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از روند جهانی‌شدن، خود را برای مواجهه با این پدیده مهیا ساخته و با اتکا به داشته‌های فرهنگ غنی-ایرانی اسلامی خود علاوه بر حفظ هویت خویش، با بهره‌گیری از ابزار برآمده از فرهنگ جهانی، درصدد جهانی کردن آن باشیم. چراکه فرهنگ، محصول آفرینش نیروهای انسانی و اجتماعی است که ظرف و مظهر آن را نیز تعیین می‌کند. بنابراین، فرهنگ بیش از هر

بخش دیگری با جهانی شدن در ارتباط است. هویت‌های فرهنگی، ملی، دینی و اخلاقی بر بستر جهانی شدن شکل جدیدی به خود خواهند گرفت. پس نباید آن‌ها را چون سنتی ثابت و تغییرناپذیر تقدیس کرد، بلکه می‌بایست این عناصر را فرآیندی شکل‌پذیر دانست که نه تنها می‌توانند خود را با وضعیت‌های نوین تطبیق دهند، بلکه در عین حال، اهداف و غایت آن را بازتعریف نموده و در عین انعطاف‌پذیری، انسجام خود را در عصر جهانی شدن حفظ کنند و بی‌گمان ایران جهانی شده نیز در حفظ هویت خویش، بیش از یک ایران منزوی و عقب‌مانده موفق خواهد بود چراکه بدون جهانی شدن ما ایرانی نخواهیم داشت. جامعه ایرانی نیازمند تلاش برای یافتن جایگاه و منزلتی است که بتواند خود را به‌عنوان موجد و معمار حوادث اتفاقی در محیط ملی و فراملی مطرح نمایند.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶)، فرهنگ و هویت ایرانی و جهانی‌شدن، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۸)، تعیین و سنجش مؤلفه‌های هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- احمدپور، مریم و قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵: ۷۵-۹۹.
- تورن، آلن (۱۳۸۰)، نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- ربیعی، علی (۱۳۸۷)، «رسانه‌های نوین و بحران هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، سال نهم، شماره ۴: ۱۴۹-۱۷۶.
- رفعت‌جاه، مریم و علی شکوری (۱۳۸۷)، «اینترنت و هویت اجتماعی»، فصلنامه جهانی رسانه، شماره ۵: ۱-۱۷.
- قاسمی، فرزانه (۱۳۸۳)، مراتب و مؤلفه‌های هویت در مبانی نظری هویت و بحران هویت، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- صالح، فروغ (۱۳۸۸)، «هویت ملی، هویت قومی و وفاق ملی»، پژوهشنامه هویت اجتماعی، شماره ۴۹، ۱۳۸۸.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲)، «دو جهانی‌شدن-ها و جامعه جهانی اضطراب»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۱: ۱۴۳-۱۷۴.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاوشیان، جلد ۲، تهران: طرح نو.
- کوهی، کمال و حسینی، محمدرضا (۱۳۹۱)، «رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره: ۱۰۹-۱۳۰.
- گودرزی، حسین (۱۳۸۴)، گفتارهایی درباره جامعه‌شناسی هویت در ایران، تهران: موسسه مطالعات ملی.
- گیبینز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۸)، سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- **Adrian, A. (2008)**, "No One Knows You Are a Dog: Identity and Reputation in Virtual Words", *Computer Law and Security Report*, Vol. 24: 366- 374.
- **Bartle, R. (2004)**, *Designing Virtual Worlds*, London: Routledge.
- **Bell, D. (2001)**, *An Introduction to Cyberspace*, London: Rutledge.
- **Bell, D.; Kennedy, B. (2000)**, *The Cybercultures Reader*, London: Rutledge.
- **Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007)**, "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- **Pempek, -T., & et al. (2009)**, "College students' social networking experiences on Facebook", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227-238.
- **Praprotnik, T. (2004)**, "How to Understand Identity in Anonymous, Communication?"

Available in: www.hsd.hr/revija/pdf/1-2-2004/01-praprotnik.pdf.

- **Katz, S.; Marshal, B. (2006)**, “New Sex for Old: Life Style, Consumerism and the Ethics of Aging Well”, *Journal of Aging Studies*, Vol. 17: 3- 16