

تحلیل گفتمان ادبیات پژوهشی هویت فرهنگی ایرانیان

(صفحات ۶۷ تا ۱۰۴)

علیرضا حسینی پاکدهی^۱ * آرش حیدری^۲ * یعقوب مرادیان^۳

پذیرش: ۹۴/۴/۱۵

دریافت: ۹۴/۲/۱۵

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی هویت فرهنگی و بحرانی برساختن آن در ادبیات پژوهشی ایران است. بدین منظور با مرور متون پژوهشی چاپ شده در نشریات داخلی به واکاوی چفت و بست‌های گفتمانی حاکم بر آنها در بحرانی برساختن مفهوم هویت فرهنگی ایرانیان می‌پردازیم. بدین منظور با مروری بر نسبت هویت فرهنگی با امپریالیسم فرهنگی و جهانی شدن به بررسی انسجام کلی، گره‌گاه‌ها، چشم‌اندازهای متن، عناصر مثبت و منفی مطرح شده در متن، تقیدها و پیش فرض‌ها و معانی ضمنی این متون پرداختیم. در مرحله دوم برای نشان دادن اینکه آیا وضعیت هویت فرهنگی واقعا بحرانی است یا خیر؟ پژوهشی میدانی انجام دادیم. این پژوهش در بین ۷۵ دانشجوی مشغول به تحصیل در خارج از کشور

۱. استادیار علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی (a.hosseini@atu.ac.ir)

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی (arash.heydari83@gmail.com)

۳. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی؛ نویسنده مسئول (yaghoub.moradian@gmail.com)

و ۷۵ دانشجوی مشغول به تحصیل در داخل صورت گرفت. نتایج نشان داد که وضعیت هویت فرهنگی ایرانیان داخل و خارج بر خلاف مدعای گفتمانی مبنی بر بحرانی بودن هویت، در وضعیتی بحرانی به سر نمی‌برد و بحرانی دیدن وضعیت هویت فرهنگی محصول نگاهی فراتاریخی و صلب به هویت فرهنگی است. دیگر نتایج بخش کمی و تجربی حاکی از بالاتر بودن وجوه دینی و اسلامی هویت فرهنگی در نمونه داخل نسبت به نمونه خارج از کشور بود. همچنین بین دو نمونه تفاوت معناداری در نمره هویت فرهنگی با تأکید بر عناصر ملی مشاهده نشد اگرچه در مرز معناداری بود. هویت فرهنگی دانشجویان خارج از کشور در بعد عناصر ایرانی و ملی بالاتر از نمونه داخل بود. دیگر یافته حاکی از نبود تفاوت معنادار بین دو نمونه در نمره کلی هویت فرهنگی بود. یافته‌های کمی در نسبت با یافته‌های حاصل از تحلیل گفتمان مورد بررسی قرار گرفت.

واژگان کلیدی: هویت فرهنگی، تحلیل گفتمان، امپریالیسم فرهنگی، جهانی شدن، بحران هویت.

۱. مقدمه

هویت فرهنگی در سال‌های اخیر دغدغه‌ای جدید برای والیان فرهنگ شده است. پرداختن به هویت فرهنگی در برنامه‌های توسعه و پیوند دادن آن با توسعه فرهنگی موجب شده است که این مقوله در سال‌های بعد از ۷۶ بدل به یکی از مجادلات عمده، هم در فضای سیاسی و هم در گفتارهای علمی شود. اینکه هویت فرهنگی ایرانیان چیست و چگونه باید باشد مورد بیشترین مجادلات قرار گرفته است. به نظر می‌رسد که هویت ایرانی/اسلامی در گفتارهای سیاست‌مردان و بسیاری از تحقیقات علمی، هویتی اصیل، فراتاریخی، گذشته‌محور، مبتنی بر اصول صلب و سخت، و ریشه دار در تاریخ و فرهنگ ایران است و به شدت از منابع سنت تغذیه می‌کند. این نوع نگاه به وضوح در برنامه‌های توسعه دیده می‌شود و به شکلی ظریف خود را در تحقیقات و گفتارهای علمی محققان علوم اجتماعی نشان می‌دهد. همین نوع نگاه باعث می‌شود که مواجهه با مدرنیته، جهانی شدن، و دگرگونی‌های فرهنگی جدید به صورت خطری جدی برای هویت ایرانی/اسلامی دیده شود و هویت ایرانیان در این بستر به صورتی بحرانی بر ساخته شود. وجود سبک‌های زندگی جدید، مصرف فرهنگی و... همه و همه به عنوان جنگی دیده می‌شود که در صدد تخریب هدفمند هویت ایرانی/اسلامی است. با این وصف به نظر می‌رسد که گفتمان حاکم بر سیاست‌های فرهنگی کشور از ایده امپریالیسم فرهنگی دفاع نموده و به جنگی فرهنگی باور دارد که می‌باید در برابر آن مجهز باشد و از هویت آرمانی ایرانی/اسلامی دفاع کند. منابع دانشی که این گفتمان از آن تغذیه می‌کند اگرچه مدعای بومی بودن و اسلامی بودن را در درون خود دارد اما همدستی گفتمانی جدی با نظریه‌های امپریالیسم فرهنگی و متفکران انتقادی از قبیل متفکران مکتب فرانکفورت را دارد و ایده‌هایی مانند صنعت فرهنگ‌سازی را جذاب می‌یابد و از آنها تغذیه می‌کند. چنین تغذیه‌ای خود را بیشتر در مقالات و متون پژوهشی پیرامون هویت فرهنگی نشان می‌دهد و جهانی شدن، هیبرید شدن هویت، مصرف و سبک زندگی متکثر را به عنوان بحران و خطر بر می‌سازد. این در حالی است که چنین پدیده‌هایی در ذهن سوژه ایرانی ممکن است همزیستی مسالمت آمیز داشته باشند و مسأله تغییر باشد و نه بحران. اما گفتمان سیاست فرهنگی و پرداختن به هویت

فرهنگی در متون پژوهشی و برنامه‌های توسعه آن را به صورت بحرانی برمی‌سازد. با این شرح در پژوهش حاضر تلاش می‌شود با شرحی از مفهوم هویت فرهنگی و نسبت آن با جهانی شدن و نظریه‌های امپریالیسم فرهنگی به تحلیل گفتمان متون علمی این حیطه پرداخته شود. در پژوهش حاضر با ارجاع به متون علمی این حیطه در دو بخش نظری و تجربی خواهیم دید آیا هویت ایرانیان چنان که در گفتمان حاکم بحرانی دیده می‌شود به راستی در چنین وضعیتی است؟ لذا مفروض اصلی پژوهش حاضر این است که هویت فرهنگی ایرانیان برخلاف آنچه گفتمان حاکم آن را بحرانی برمی‌سازد در وضعیتی بحرانی نیست. ابتدا به شرحی از هویت فرهنگی می‌پردازیم، سپس به امپریالیسم فرهنگی و نظریه‌های موجود در این حیطه، در ادامه به جهانی شدن و مواجهه ایران با جهانی شدن و اثرات آن بر هویت فرهنگی خواهیم پرداخت. در مرحله بعد نشان خواهیم داد که چگونه با تکنیک تحلیل گفتمان، هویت فرهنگی اصیل ایرانیان به شکلی فراتاریخی و گذشته‌گرا و با هراس از جهانی شدن در گفتمان‌های علمی، هم‌سو با گفتارهای سیاسی، بر ساخته می‌شود. در بخش دوم پژوهشی میدانی صورت خواهد گرفت تا هویت فرهنگی دانشجویان ایرانی داخل و خارج از کشور با هم مقایسه شود و در نسبت با گفتمان حاکم بر هویت فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد.

۲. مفاهیم

۲-۱. هویت فرهنگی

هویت فرهنگی به هویت یک گروه یا فرهنگ اشاره دارد و یا بر میزان تعلق و دلبستگی فرد به فرهنگ یا گروهی که بدان تعلق دارد، دلالت می‌کند. این احساس تعلق گذشته تاریخی و بومی فرد را در بر می‌گیرد اما همیشه به زمان حال تعلق دارد (هنری، ۱۳۷۴). به نظر کاستلز هویت عبارت است از فرایند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای از پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). با این وصف هویت بومی و محلی ترکیبی از گرایش‌ها، احساسات، و ادراکات مربوط به عناصر و وابستگی‌های اجتماعی-فرهنگی است که موجب وحدت و انسجام اجتماعی شده و در کل، بخشی از هویت فرد را تشکیل

می‌دهد (برنج و دیگران، ۲۰۰۰: ۷۷۸).

به نظر می‌رسد هویت فرهنگی در وهله اول ریشه‌ای بومی و محلی داشته باشد و با ارزش‌ها، نمادها و زبان و تاریخ خاص یک گروه اجتماعی رابطه داشته باشد. گرومن^۱ (۱۹۹۹) معتقد است که مفهوم هویت در علوم اجتماعی و فرهنگی ریشه در روان‌شناسی دارد. در دهه ۱۹۸۰ تا جفل^۲ (۱۹۸۲) نظریه هویت اجتماعی را بر اساس تجارب گروه‌ها مطرح کرد. این نظریه بر فرایندهای مقوله‌بندی ادراکات تأکید دارد. که در مورد خود و دیگران صورت می‌گیرد. آنچه در نظریه تا جفل اهمیت دارد این است که کارکردهایی اجتماعی در پس این فرایندها قرار دارند و به ارزیابی و تعیین بسترهای اجتماعی در مقوله‌بندی کمک می‌کند. با چنین تمایزی، بین اعضای گروه خودی و غیر خودی یک مرزبندی ایجاد می‌شود. در این معنا از نظر تا جفل فرایندی فردی به بن‌مایه‌های گروهی پیوند می‌خورد.

گرومن (۱۹۹۹) هویت اجتماعی را به هویت فرهنگی نسبت می‌دهد. هویت سه وجه دارد: هویت بخشی به دیگران، هویت بخشی به خود، و هویت یافتن از طریق دیگران. از نظر او ارزش‌ها در این فرایند نقشی عمده بر عهده دارند و این ارزش‌ها همان بستر فرهنگی فرد است. در این معنا ارزش‌ها هویتی فرهنگی به فرد عطا می‌کنند که یک ویژگی انسجام‌بخش است. گرومن معتقد است که بررسی هویت فرهنگی دشواری‌های زیادی دارد چرا که این مفهوم هم با گذشته پیوند دارد، هم با آینده و هم با زمان حال، لذا حالتی پویا به خود می‌گیرد.

باید توجه کرد که با در نظر گرفتن بنیادی فرهنگی برای هویت، هویت ماهیتی جمعی خواهد یافت که در فرد تجلی می‌کند و بدین وسیله فرد خود را در فرهنگ بازمی‌شناسد.

هانسن^۳ (۱۹۹۵) معتقد است که هویت فرهنگی بر رفتارها و ارتباطات فردی هم در سطح ذهنی اثرگذار است و هم در کنش‌هایی که خود و دیگری را از هم تفکیک می‌کنند (۱۹۹۵: ۱۱۳) باید خاطر نشان کرد که هویت فرهنگی حالتی پویا دارد و در

1. Grauman

2. Tajfel

3. Hansen

طول زمان تغییر می کند. سکسر^۱ (۱۹۹۵) معتقد است که هویت فرهنگی به شیوه های مختلفی ظهور و بروز می یابد و در قالب ارتباطات متعدد تغییر می کند. نظریه پردازان مطالعات فرهنگی، فرهنگ را عامل مهمی در شکل گیری هویت می دانند. برخی معتقدند که فرایند جهانی شدن و جهان وطنی لزوماً به ویرانی هویت فرهنگی نمی انجامد بلکه موجب می شود افراد احساسات و باورهای مشترک بیشتری پیدا کنند که خود در خدمت فرهنگی بومی و در عین حال جهانی است (براون، ۲۰۰۱). در عصر حاضر مفهوم هویت فرهنگی لزوماً بر تعامل رودر روی فرد با یک گروه اجتماعی دلالت ندارد بلکه تعامل فرد در شبکه های پیچیده و تودرتوی رسانه ای و جهانی را نیز در بر می گیرد. افراد از طریق این تعاملات با ارزش ها و باورهای فرهنگی متعددی آشنا می شوند و آنها را در هویت فرهنگی خود جذب می کنند (سینگ، ۲۰۱۰).

۲-۲. امپریالیسم فرهنگی

امپریالیسم، به طور خلاصه، به مفهوم تسلط یک ملت بر دیگری است. این سلطه ممکن است به صورت مستقیم یا غیر مستقیم باشد، و ممکن است بر مبنای ترکیبی از کنترل های نظامی، سیاسی و اقتصادی باشد (بشیر و محمدی، ۱۳۸۲). امپریالیسم فرهنگی، این مسأله را توضیح می دهد که یک کشور قدرتمند در سطح وسیعی از ابزارهای فرهنگی برای دستیابی یا حمایت از اهداف سیاسی و اقتصادی امپریالیسم استفاده می کند؛ اهدافی که در طول تاریخ از طریق نیروی نظامی و اشغال به دست می آمد. در این دیدگاه، ابزارهای فرهنگ می توانند راه را برای سلطه بر مردم از طریق در معرض قرار دادن آنها نسبت به سبک زندگی برای ایجاد اشتیاق و آرزو در آنها، محصولات و کالاها برای ایجاد میل در آنها و حتی ارائه تابعیت، هموار نماید. به طور کلی، مفهوم امپریالیسم فرهنگی در نقد برنامه سازی های رسانه ای قابل توجه ایالات متحده نسبت به کشورهای دیگر ایجاد شده است. کسانی که مفهوم امپریالیسم فرهنگی را قبول دارند- به طور عمده در میان پژوهشگران، نخبگان سیاسی، فعالان و بازیگران

1. sexer

عرصه دیپلماتیک - ادعا می‌کنند که فیلم‌ها، نمایش‌های تلویزیونی و کالاهای غربی در خدمت تبلیغ یک مدل سرمایه‌داری از جامعه مبتنی بر مصرف‌گرایی به کار می‌رود (فرهنگ مصرف‌کننده). حاصل این مدل برای پیروان آن، چنین است که آنها استدلال می‌کنند که این مسأله برای منافع غرب به خصوص ایالات متحده، بازارهای خارج از کشور و محیط‌های سیاسی مطلوب ایجاد می‌کند (آمریکایی‌سازی رسانه‌ها). در این روند، استقلال کشورها پس از دریافت فرهنگ غرب و همچنین فرهنگ، ارزش‌ها و هویت آنها، تضعیف و یا نابود خواهد شد (موریس، ۲۰۰۸).

ریشه‌های فکری تز امپریالیسم فرهنگی در نظریه نظام جهانی (گالتونگ، ۱۹۷۱؛ والرشتاین، ۱۳۸۱؛ ۱۳۸۴/۱۹۷۴) قرار می‌گیرد، که کشورهای جهان را بر اساس درجه‌ای از توسعه و سلطه تجاری طبقه‌بندی می‌کند. در این مدل، کشورهای توسعه یافته - مرکز - بر کشورهای غیر صنعتی - حاشیه - تفوق دارند و به طریقی است که به کشورهای پیرامونی اجازه ایجاد مسیرهای خاص خود را نمی‌دهند. نظریه وابستگی، که نسخه آمریکای لاتینی از نظریه نظام جهانی است که در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برجسته شد، با شفافیت این مفهوم را شرح و بسط می‌دهد و عقب ماندگی کشورهای توسعه نیافته را به سبب مزیت‌های ساختاری در کشورهای توسعه یافته می‌داند. بنابراین این مفهوم در جهت منافع کشورهای قدرتمند برای حفظ سلطه خود بود.

در طول همان دوره، تجزیه و تحلیل تجارت جهانی در محصولات سرگرمی، به ویژه فیلم و برنامه‌های تلویزیونی، این مسأله را که ایالات متحده در یک اقدام بزرگ، صادرکننده اصلی کالاهای سمعی و بصری بود در حالی که واردات بسیار کمی داشت را تأیید می‌کرد (واریس و نوردنسترنگ، ۱۹۷۴). این مفاهیم مرکز و پیرامون، با هم به نفع کشورهای صنعتی سلطه، و جریان یک طرفه کالاهای سمعی و بصری بین‌المللی بود که به این اتهام کمک می‌کرد که آنها در تمام جستجوی خود برای بازارهای جهانی و جمعیت‌های ایدئولوژیک دلسوز، در واقع دولت‌ها و شرکت‌های فراملی در حال امپریالیسم فرهنگی بودند.

از نظر هربرت شیلر (۱۹۶۹) که معروفترین نظریه‌پرداز امپریالیسم فرهنگی است فعالیت‌هایی که برچسب امپریالیسم فرهنگی خورده‌اند، تهدیدی برای تمامیت فرهنگی جوامع ضعیف که میراث ملی، منطقه‌ای، محلی و یا قبیله‌ای آنها شروع به انقراض

کرده، ایجاد می کنند. او در اثر معروف خود/ارتباطات و سلطه فرهنگی (۱۹۷۶) اصطلاح «امپریالیسم فرهنگی» را به کار برد و آن را به عنوان فرایندی جهانی در فضای مدرن دانست. از نظر شیلر مهم ترین ابزار امپریالیسم فرهنگی، رسانه های جمعی اند که از دیدگاه او این یک اقدام عمدی بود که دولت ایالات متحده و بخش تجارت آن اقدام به تحلیل ارزش ها و نهادهای کشورهای در حال توسعه و مؤسسات به نفع اهداف ایالات متحده کرده است.

مفهوم امپریالیسم فرهنگی در ایران عمیقاً با مفهوم جهانی سازی پیوند خورده است. فارغ از داوری ارزشی در این مورد، مروری بر متون منتشر شده در مورد جهانی شدن در ایران، چه در معنای توصیفی-تحلیلی و چه نوع نگاه انتقادی (با بکارگیری واژه جهانی سازی) نشان می دهد که این پدیده دغدغه ای در بین جامعه فکری و حتی سیاسی ایران شده است. متون منتشر شده در این حیطه به بررسی اثر جهانی شدن بر اقتصاد (آرمن، ۱۳۹۰)، سینما (بنگرید به فصل نامه سینما ۱۳۹۱، شماره ۳۲) ادبیات (علایی ۱۳۹۱؛ سمی ۱۳۹۱)، شهرها (عباسی، ۱۳۹۰)، حقوق و قضا (جلالی و مقامی، ۱۳۹۰) ژئوپولیتیک (ویسی و حافظ نیا، ۱۳۹۰) برنامه های درسی و فضای آکادمیک (کریمی مله، ۱۳۸۹)، دین (سیدیان، ۱۳۹۰) و بسیاری حوزه های دیگر پرداخته اند.

اگر تنها به این متون منتشر شده اکتفا کنیم صرف فراوانی و جذابیت این موضوع برای پژوهش و قلم فرسایی در این حیطه، نشانگر این است که جهانی شدن در ایران به یک مسأله مبدل شده است. رویکردهای مختلف و تضارب آرا در این حیطه نیز نشان می دهد که جامعه ایران در معرض چنین پدیده ای قرار دارد که دامنه آن روز به روز رو به افزایش است.

مروری بر دسترسی ایرانیان به فضای مجازی طی ۱۰ سال اخیر و آمارهای منتشر شده نشان می دهد که دسترسی به اینترنت به عنوان یکی از شاخص های جهانی شدن رو به افزایش است. همچنین مسأله ماهواره و تقابل های سیاست های فرهنگی حاکم با این پدیده نیز نشانگر قرار گرفتن ایران در معرض تبادل اطلاعات به صورت جهانی است. یک نمونه ساده از چنین پدیده ای آمارهای غیر رسمی است. برای مثال آمارهای غیر رسمی حاکی از این است که ۱۷ میلیون ایرانی عضو فیس بوک هستند. حتی اگر ۱۰ میلیون این رقم واقعی باشد رقمی قابل چشم پوشی نیست.

در حیطه‌های مختلفی مانند ادبیات و سینما نیز این روند بسیار چشم‌گیر است. سبک‌های جدید رمان نویسی، شعر و تولیدات سینمایی با تکنیک‌ها و سبک‌هایی که کمتر از چند دهه از عمر آنها می‌گذرد در عرصه هنر و سینمای ایران قابل ردگیری است (آنچه که هنر پست مدرن نامیده می‌شود و طرفدارانی هم خصوصاً در بین جوانان دارد). دیگر حوزه‌هایی مانند اقتصاد و تجارت اینترنتی، جنگ الکترونیک (که وارد ادبیات سیاستمداران ایرانی نیز شده است) و... همه و همه نشانگر همه‌گیر بودن پدیده جهانی شدن در ایران است. در این بین سیاست‌های موجود در جامعه ایران در مواجهه با این پدیده کاملاً متناقض و چندپهلوست. از نفی تام و تمام این پدیده گرفته تا تقابل و در برخی حیطه‌ها، آشتی با این پدیده دیده می‌شود.

بنی‌فاطمه (۱۳۷۹) تهاجم فرهنگی را به‌طور جامعه‌شناختی بررسی کرده و معتقد است تهاجم فرهنگی غرب، از یک تفکر سلطه‌جویانه و انحصارطلبانه نشأت گرفته است که غرب را محور تمدن بشری و دیگران را جیره‌خواران آن تلقی می‌کند. این تفکر با پیشرفت تکنولوژی‌های مدرن به‌ویژه در بخش ارتباطات، جلوه گسترده و جهانی به خود گرفته، چهره دیگری از سلطه امپریالیسم فرهنگی به‌شمار می‌رود. امپریالیست‌های فرهنگی در تحقق اهداف خود یعنی نفوذ و سلطه فرهنگی به شیوه‌های متعددی متوسل می‌شوند. این مقاله معتقد است که غرب راه‌حل‌های نظامی و اقتصادی را در مورد ایران کنار گذاشته و به راه‌حل‌های فرهنگی روی آورده است تا فرهنگ ملی را نابود کند. سایر پژوهش‌های این حیطه نیز نتیجه‌ای مشابه می‌گیرند.

۲-۳. جهانی شدن و هویت فرهنگی

هیچ اتفاق نظری بین دانشمندان در مورد تعریف دقیق این واژه وجود ندارد. برخی به تبیین این مفهوم در چارچوب کلی تحولات فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و زیست محیطی پرداخته‌اند، در حالی که جمعی دیگر کوشیده‌اند جهانی شدن را به‌عنوان مفهومی صرفاً اقتصادی تعریف کنند. به عبارت دیگر می‌توان تعاریف ارائه شده را به دو دسته کلی تقسیم نمود که در یک دسته، جهانی شدن به معنای عام آن تعریف شده و دسته‌ای دیگر تنها به جهانی شدن در یک بُعد اشاره دارند. از نظر گیدنز جهانی شدن تشدید روابط اجتماعی در سراسر جهان است که مکان‌های دور از هم را چنان به هم

مرتبط می‌سازد که رخداد‌های هر محل، زاده حوادثی است که کیلومترها دورتر به وقوع می‌پیوندد. در حالی که ساتکلیف و گلین علاوه بر گسترش سرمایه داری، جهانی شدن را با «به هم پیوستگی بیشتر اقتصادها» مشخص می‌کنند (مالک، ۱۳۸۲: ۲۵).

کاربرد اصطلاح «جهانی شدن» به دو کتابی برمی‌گردد که در سال ۱۹۷۰ منتشر شد. کتاب نخست، جنگ و صلح در دهکده جهانی، تألیف «مارشال مک لوهان» و کتاب دوم، نوشته «برژینسکی» مسئول سابق شورای امنیت ملی آمریکا بود. مباحث کتاب اول، حول پیشرفت وسایل ارتباطی و نقش آن در تبدیل جهان به «دهکده واحد جهانی» متمرکز بود؛ در حالی که کتاب دوم، در مورد نقش آمریکا در رهبری جهان و ارایه نمونه جامع مدرنیسم صحبت می‌کرد (عادل عبدالحمید، ۱۳۸۸).

به نظر جهان‌گرایان، نظام‌های ارتباطی جهانی جدید در حال تغییر شکل دادن روابط میان موقعیت‌های محلی فیزیکی و شرایط اجتماعی هستند، و جغرافیای موقعیتی زندگی سیاسی و اجتماعی را تغییر می‌دهند، این امور ممکن است در خدمت گسستن یا برکندن هویت‌ها از زمان‌ها، مکان‌ها و سنت‌های خاص درآیند (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۲: ۵۸).

تحولات و امکانات ارتباطی، زمینه‌ساز شکل‌گیری و افزایش روابط و نهادهایی هستند که اجزا و عناصر اصلی جامعه‌های فراملی را در راستای اهداف مجریان این پروژه تشکیل می‌دهند. گسترش جریان‌های جهانی و شکل‌گیری جامعه فراملی، بحران هویت را نیز به دنبال خواهد داشت. با فرسوده‌تر و نفوذپذیرتر شدن مرزهای ملی، حد و مرزهای هویتی در هم می‌ریزد و سلطه بلا منازع هویت و فرهنگ ملی مخدوش می‌شود و در این عرصه جدید نهادهای ملی یا مذهبی چندان محلی از اعراب نداشته و تلاش برای بازسازی هویت ملی راه به جایی نمی‌برد (گل محمدی، ۱۳۸۲: ۹۰-۹۱).

در مورد اهمیت بُعد فرهنگی جهانی شدن می‌توان به ارتباطات فرهنگی اشاره نمود. به عقیده جهانی‌گرایان، امروزه سطح، شدت، سرعت و حجم ارتباطات فرهنگی جهانی بی‌سابقه است. به‌عنوان نمونه، ارزش صادرات و واردات فرهنگی بارها طی دهه‌های گذشته افزایش یافته، داد و ستد محصولات تلویزیون، رادیو و فیلم گسترش زیادی داشته، نظام‌های ملی پخش برنامه، تحت سلطه رقابت شدید بین‌المللی و کاهش میزان مخاطبان هستند، و همچنان که الگوهای ارتباطی به‌طور روزافزونی از مرزهای

ملی فراتر می‌رود، ارقام اتصال به اینترنت و کاربران آن به‌طور تصاعدی در حال رشد است (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۲).

نوع واکنش فرهنگی در مقابل جهانی شدن، بستگی زیادی به غنای فرهنگ بومی و میزان اثرگذاری آن در هویت بخشی به افراد، و سایر شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارد و در طیف گسترده‌ای از انفعال مطلق تا ستیزه جویی در مقابل جهانی شدن فرهنگ را در بر می‌گیرد. با این وجود می‌توان واکنش‌های فرهنگی به این فرایند را در قالب سه دسته کلی طبقه‌بندی کرد: خاص‌گرایی فرهنگی، آمیزش و تحول فرهنگی و همگونی فرهنگی.

خاص‌گرایان بر مقاومت و تمایز تأکید دارند، معتقدان به آمیزش و تحول فرهنگی بر دگرگونی و دادوستد فرهنگی تأکید دارند و معتقدان به همگونی فرهنگی بر یکدست شدن و از میان رفتن تمایزها.

با این وصف به نظر می‌رسد جامعه ایران به خاطر وضعیت حاشیه‌ای که در نام جهانی دارد و مشکلات اقتصادی-سیاسی و فرهنگی زیادی که گریبانگیر جامعه ایران است چندان توان مقاومت جدی و یا حتی داد و ستد فرهنگی را نداشته باشد و بیشتر در معرض همگون شدن با فرهنگ جهانی قرار دارد. طرح این گزاره به این معنا نیست که تمایزات و تفاوت‌های فرهنگی از بین می‌روند بلکه بدین معناست که به نظر می‌رسد جامعه ایران با تضعیف هویت‌های محلی مواجه است - که برخی پژوهش‌ها که در ادامه می‌آیند بر آن تأکید داشته‌اند - اما تمایزات فرهنگی جدیدی در حال شکل‌گیری است و هویت ایرانی در حال دگرگونی است. برای مثال حرکت رو به رشد مطالبات زنان، اقلیت‌های قومی و دینی، مطالبات سیاسی گسترده و... هر یک نشانگر برساخته شدن صورت جدیدی از هویت ایرانی است که با رنگ باختن هویت‌های قومی و قبیله‌ای در حال قوام است.

۳. تحقیقات داخلی

دهشیری (۱۳۷۹) به آثار مثبت و منفی جهانی شدن می‌پردازد، او معتقد است که بالا رفتن امکان تعاملات، انعطاف و بازتولید آگاهی‌های بشری از پیامدهای مثبت جهانی

شدن بوده و در عوض پیامدهای منفی آن در جامعه ایران عبارتند از تضعیف هویت ملی، یکسان‌سازی فرهنگی و افزایش تعارضات هویتی.

همچنین حبی و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهشی میدانی نشان دادند که هرچه فرد بیشتر در روند جهانی شدن قرار گیرد هویت محلی او بیشتر تضعیف می‌شود.

بشیر و محمدی (۱۳۸۲) معتقدند که ایران در عصر پهلوی عمیقاً زیر سلطه امپریالیسم فرهنگی بوده و شاهد این ادعا هم برنامه‌ها و محتوای رسانه‌های عمومی بودند که تمام عیار زندگی و الگوی غربی را پیشنهاد می‌کردند. در این معنا انقلاب ۱۳۵۷ واکنشی به این امپریالیسم فرهنگی و گونه‌ای بازبانی هویت ایرانی/اسلامی بوده است.

جعفری‌نژاد (۱۳۸۵) در پژوهشی به بررسی جهانی شدن و امپریالیسم و اثرات فرهنگی آن می‌پردازد. او در این پژوهش به این نتیجه می‌رسد که اولاً امپریالیسم فرهنگی بعد رسانه‌ای قدرتمندی دارد اما میزان اثر آن منوط است به قدرت رسانه ملی در تولید و توزیع فرهنگ و توان تبلیغ و انتشار جهانی فرهنگ خودی.

امیری (۱۳۹۰) نیز در مقاله‌ای ضمن تأیید فرایند امپریالیسم فرهنگی بر مفهوم مقاومت فرهنگی و بازبانی هویت بومی تأکید دارد. مقاومت فرهنگی تنها راهکار بقا در جوامعی است که ضمن استفاده از دستاوردهای فرهنگ غرب مسیر توسعه را می‌پیمایند.

اکبریان (۱۳۸۳) معتقد است که بحران هویت به معنای امتزاج غیر منطقی پاره‌های مختلف هویتی است و زمانی به وجود می‌آید که جامعه نسبت به ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات و میراث فرهنگی خود دچار تعارض شود.

رهبری (۱۳۸۷) معتقد است که گفتمان انقلاب گرچه بر اساس احیای سنت بوده است اما در مواجهه با مدرنیته دچار تعارض شده است. او معتقد است که غفلت از بنیادهای معرفتی دنیای غرب، ما را از شناخت آن بازداشته و نمودش بحران هویتی است که با آن مواجه شده است. (در اینجا مقصود از بحران هویت از نظر نویسنده بحران در معرفت از ساختارهای هویتی و فرهنگی است).

او با بررسی مواجهه ایرانیان با مدرنیته از مشروطه به این سو معتقد است یک قرن است مدرنیته هویت فرهنگی ایرانیان را به چالش می‌طلبد. ناامنی، بحران، تردید، خلا

معنایی، و ناامیدی اکثریت جامعه را در بر می‌گیرد که حاصل بحران هویت و برخورد با مدرنیته است.

عبدی و گودرزی (۱۳۷۸) در پژوهشی کمی نشان می‌دهند که ۴۹/۷ درصد از دانش‌آموزان به موسیقی غربی علاقه‌مندند و این نمودی است از روی آوردن به فرهنگ غرب و گریز از هویت فرهنگی بومی.

پورجلیلی (۱۳۷۹) با یک بررسی بر روی دانش‌آموزان بیان می‌کند که «متاسفانه گرایش به فرهنگ بیگانه بالا است».

ورجانوند (۱۳۶۸) معتقد است که باید دستاوردهای فرهنگی غربی را از صافی گذراند و به ایران وارد کرد. او با تأکید به الگوی هند و ژاپن در پی مدرنیته درونزا و هویت فرهنگی متناسب با آن است. از نظر ورجانوند پذیرش تکنولوژی به پذیرش عناصر فرهنگی غربی انجامیده و قدرت فرهنگ بومی را ویران می‌کند.

عیوضی و هراتی (۱۳۸۸) بر توسعه برونزا و اثرات منفی آن بر هویت فرهنگی تأکید دارند. آنها معتقدند ارزش‌های غربی با ارزش‌های بومی در تضاد است و ورود آنها به ایران تضاد ارزشی پدید آورده است. نمود آن تحول اخلاقی و بدل شدن ثروت و مادیات به امر ارزشی است که با ارزش‌های دینی در تضاد می‌افتد.

عیوضی و هراتی (۱۳۸۹) معتقدند که بهره‌گیری از الگوهای بیگانه برای ایرانیان چالش هویتی پدید آورده است. از نظر نویسندگان اگرچه تلاش‌های زیادی از سوی نهادهای هویت‌ساز صورت گرفته اما چون با الگوی توسعه مربوطه به آن ناهمخوان است در مجموع موفق عمل نکرده است. نمود آن پوشش و لباس، اغتشاشات اجتماعی و نوع رفتار مردم است.

مرادی (۱۳۹۰) معتقد است که هویت فرهنگی عبارت است از گذشته تاریخی، حماسه‌های آبا و اجدادی، زبان مادری، سرزمین نیاکان، اسوه‌های دینی، عصیت قومی، هنر و ادبیات موروثی. او معتقد است که مواجهه با جهانی شدن این میراث هویتی را تضعیف و موجب تضعیف هویت فرهنگی شده است. او بر بازگشت به خویشتن تأکید می‌کند.

کفاش و فربدی (۱۳۷۵) معتقدند که کمبود امکانات رفاهی، عدم توجه به نیاز جوانان، عدم توجه به فرهنگ اصیل ایرانی و در دسترس بودن فیلم‌های مستهجن غربی

و ماهواره علل بحران هویت فرهنگی اند.

اشرفی (۱۳۷۷) گرایش جوانان به موسیقی سبک غربی مانند رپ و هوی متال را دلیل بر از خودبیگانگی فرهنگی می‌گیرد. او نشان داده حتی در بین کسانی که ظاهراً گرایشی به غرب ندارند استفاده از عناصر فرهنگ غربی رایج است و این را بحران می‌داند.

آشنا (۱۳۸۹) نیز معتقد است که پنج مولفه هویت فرهنگی ایرانیان عبارتند از دیانت، زبان، جغرافیای فرهنگی، تاریخ و حافظه فرهنگی و نظام اجتماعی. او معتقد است که این عناصر تضعیف شده‌اند.

شرفی (۱۳۸۵) معتقد است که رویکرد ایران به فرهنگ غرب دوگانه‌ای است از طرد کامل تا مرعوب شدن و خودباختگی و گزینشی آگاهانه در این زمینه صورت نمی‌گیرد.

۴. روش پژوهش

با توجه به موضوع تحقیق و سؤال‌هایی که در بخش قبل مطرح شد، برای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق از روش تحلیل گفتمان استفاده خواهد شد.

تحلیل گفتمان، روشی است که در زمره تحلیل‌های کیفی قرار می‌گیرد و به‌عنوان یک روش پژوهشی در حوزه نسبتاً وسیع زبان‌شناسی، نقد ادبی، قدرت و سیاست، رسانه‌ها و ارتباطات، قوم‌شناسی و تبعیض و نابرابری اجتماعی، قومی، جنسی و سیاسی کاربرد دارد. تمام ادعای تحلیل گفتمان این است که تحلیل‌گر در بررسی یک متن (اعم از نوشتار یا گفتار) از خود متن فراتر می‌رود و وارد بافت یا زمینه متن می‌شود.

اصطلاح تحلیل گفتمان همانند مفهوم گفتمان از نظر معنایی با سیر تکاملی همراه بوده است. این اصطلاح ترکیبی اولین بار در سال ۱۹۵۲ در مقاله‌ای از «زلیک هریس» زبان‌شناس معروف انگلیسی به کار رفته است (بهرام‌پور، ۱۳۸۷: ۲۲). هریس در این مقاله دیدی صورت‌گرایانه از «جمله» به دست می‌دهد و تحلیل گفتمان را صرفاً نگاهی صورت‌گرایانه و ساختارگرایانه به «جمله» و «متن» برمی‌شمارد. بعد از هریس بسیاری از زبان‌شناسان تحلیل گفتمان را نقطه مقابل «تحلیل متن» دانسته‌اند (فرقانی، ۱۳۸۲: ۶۹).

به عقیده این عده، تحلیل گفتمان شامل تحلیل ساختار زبان گفتاری (مانند گفت‌وگوها، مصاحبه‌ها و سخنرانی‌ها) و تحلیل متن شامل تحلیل ساختار زبان نوشتاری (مانند مقاله‌ها، داستان‌ها و گزاره‌ها) است.

چندی بعد از زلیک هریس، بعضی از زبان‌شناسان، تحلیل گفتمان را در معانی متفاوتی به کار گرفتند. این گروه معتقد بودند که تحلیل گفتمان نزد این عده عبارت بود از شناخت رابطه جمله‌ها با یکدیگر و نگرستن به کل آن چیزی که نتیجه این روابط است.

ون دایک معتقد است که تحقیقی که به روش تحلیل گفتمانی انجام می‌شود عمدتاً باید بر چگونگی استفاده از قدرت و باز تولید آن، سلطه و نابرابری به وسیله متن و گفت‌وگو متمرکز شود (وندایک، ۱۹۹۸).

به نظر «شیفرین»^۱ تمام تعریف‌های تحلیل گفتمان حول سه محور اصلی می‌چرخند:

- معنای نهفته در کلمات و جملات.
- استفاده از زبان
- دامنه‌ای گسترده از پراکتیس (عمل) اجتماعی که در برگیرنده رخدادهای زبانی و غیرزبانی می‌باشد.

لیچ و شیفرین (۱۹۹۴) بین دو روش یا دیدگاه تمایز قائل می‌شوند: ۱- روش «صوری یا تفصیلی»^۲: که گفتمان در اینجا به عنوان یک واحد زبان که آن سوی جمله است تعریف می‌شود. ۲- روش «کارکردی»^۳: که گفتمان را چگونگی استفاده از زبان تعریف می‌کند (هندرسون^۴، ۲۰۰۵)

به‌طور کلی زبان‌شناسان تحلیل گفتمان را در دو بعد سامان داده‌اند: اول، بسط رویه‌ها و روش‌های معمول در زبان‌شناسی توصیفی و کاربرد آنها در سطح فراجمله (متن)، و دوم رابطه بین اطلاعات زبانی و غیرزبانی - مانند رابطه زبان و فرهنگ، محیط و اجتماع. در بعد اول صرفاً اطلاعات زبانی مدنظر است، ولی در بعد دوم اطلاعات

1. Schiffrin

2. Formal approach

3. functional

4. Henderson

غیرزبانی - مثل فرهنگ، محیط، اجتماع و سیاست که خارج از حیطه زبان‌شناسی است - در تحلیل متن مورد توجه قرار می‌گیرد. (فرقانی، ۱۳۸۲: ۷۰)

بدین ترتیب با در نظر گرفتن متونی که در مورد هویت فرهنگی ایرانیان منتشر شده‌اند و در فضای مجازی در دسترس‌اند با نمونه‌گیری در دسترس از این متون تلاش می‌شود محورهای گفتمانی آنها مورد تحلیل قرار گیرد.

۵. نتایج

هژمونی مفهومی و نظری با متونی است که بر بحران و از میان رفتن فرهنگ بومی و ملی در مواجهه با فرهنگ جهانی تأکید دارند، اما در این بین تحقیقات و پژوهش‌هایی نیز وجود دارند که بر این منظر تأکید ندارند. بخشی از این پژوهش‌ها، پژوهش‌هایی کمی‌اند که حاکی از بالا بودن نمره هویت فرهنگی ایرانیان هستند برای مثال حیدری (منتشر نشده) در پژوهشی کمی نشان داد که میانگین نمره هویت فرهنگی دانش‌جویان بالاست و از این حیث وضعیتی بحرانی ندارد. یا در پژوهش دیگری جوادی یگانه و عزیزی (۱۳۸۷) نشان می‌دهند که ۷۵ درصد اعضای نمونه نمره بالایی در هویت فرهنگی کسب کرده‌اند. پژوهش بین دانش‌آموزان انجام شد و حاکی از تعلق بالای دانش‌آموزان به عناصر فرهنگ ایرانی/اسلامی بود. یا خادمی (۱۳۸۷) نشان می‌دهد که میانگین نمره هویت فرهنگی از حداکثر ۱۸۵، نمره ۱۴۲ است که بالا محسوب می‌شود. در مجموع میانگین نمره هویت فرهنگی دانش‌آموزان در پژوهش او بالا است. این گزاره‌ای که در نتیجه‌گیری پژوهش خادمی (۱۳۸۷) آمده است حاوی تلویحاتی جدی است «باید تدبیری اندیشید که جوانان جذب هویت غربی نشوند» این بدان معنا است که اگرچه پژوهش عینی خادمی حاکی از بحرانی نبودن وضع هویت دارد ولی باز هم باید به خطرات واقف بود. این یعنی پژوهشگر هنوز در مسأله بحرانی بودن هویت و خطر فرهنگ غرب به سر می‌برد و حتی داده عینی و کمی حاصل شده در پژوهش، او را وادار می‌دارد که از این مسأله گسست کند.

نکته جالب توجه در این متون منتشر شده این است که بر بحرانی بودن وضعیت هویت فرهنگی ایرانیان تأکید می‌کنند اینها پژوهش‌هایی نظری و مروری بوده‌اند و از

روش پژوهش مشخصی بهره نمی‌برند. پژوهش‌های روش‌مند خلاف این مسأله را نشان می‌دهند. برای مثال توسلی و قلی‌پور (۱۳۸۷) از همزیستی مسالمت‌آمیز بسیاری از عناصر فرهنگ جهانی در کنار هویت فرهنگی قوم لک سخن می‌گویند. آنها نشان دادند که قومیت لک در ایران علی‌رغم تفاوت‌های فرهنگی که در میان خویشان دارند، برخی خصیصه‌های فرهنگی مشترک دارند که مشخصاً بیانگر هویت قومی آنهاست؛ لک‌ها بخش دیگری از هویت فرهنگی خود را به شیوه‌ای عام‌گرایانه بازسازی می‌کنند. یعنی با پذیرفتن عناصر مدرن و جهانی در کنار عناصر محلی و قدیمی، ترکیب ظریفی از امر محلی و جهانی را به وجود آورده‌اند؛ تمام عناصر فرهنگی در میان این قوم از قدرت هویت‌سازی همسانی برخوردار نیستند عناصری که در درون فرایندهای قدرت، تفاوت و مقاومت قرار می‌گیرند توان هویت‌سازی بالاتری دارند. سایر متونی که بر خلاف گفتمان غالب پژوهشی در مورد هویت هستند به شرح زیرند:

- شیخاوندی (۱۳۸۲) معتقد است که مواجهه با فرهنگ جهانی لزوماً به ویرانی هویت بومی نمی‌انجامد.
- امینی (۱۳۸۷) معتقد است که جهانی شدن در ایجاد هویت‌های فرد و اجتماعی با الگوی غربی اثری چشمگیر دارد اما این بدان معنا نیست که قادر باشد الگوی خود را عیناً به جوامع دیگر تحمیل کند، بلکه هر جامعه با توجه به بسترهای فرهنگی خود به این فرایند واکنش نشان می‌دهد.
- مردانی گیوی (۱۳۸۱) معتقد است جوامع پیرامونی و کشورهای در حال توسعه همواره در معرض نفوذ فرهنگی غرب بوده‌اند و نمی‌توان جوامع مذکور را جوامعی بسته تلقی کرد. جهانی شدن بر همه جا از جمله غرب اثر می‌گذارد و جوامع پیرامونی نیز هرچند آهسته‌تر و ناموزون‌تر، اثر کثرت‌گرایانه آن را تجربه می‌کنند. در عصر ارتباطات جهانی، غرب مکان مطلوبی برای مردم جهان سوم به‌شمار می‌رود. اما این مردمان خود دارای فرهنگی هستند که بر مردمان جهان پیشرفته تأثیر می‌گذارد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود فراوانی این متون در مقابل متونی است که بر وجه

بحرانی بودن وضعیت هویت فرهنگی و اثرات ویرانگر فرهنگ جهانی تأکید دارند. و همان‌طور که مشاهده می‌شود روش‌مندی متونی که بر بحران تأکید می‌کنند بیشتر عینیت‌گریز است و در قالب متون مروری و بررسی‌های نظری مطرح می‌شود. فهمی که از هویت فرهنگی در این متون وجود دارد به شکلی چفت و بست می‌شوند که وضع موجود هویت فرهنگی ایرانیان در نسبت با وجهی ایده‌آل و بعضاً تعریفی که این متون از هویت فرهنگی می‌دهند طبعاً بحرانی است. برای مثال مرادی (۱۳۹۰) معتقد است که هویت فرهنگی عبارت است از گذشته تاریخی، حماسه‌های آبا و اجدادی، زبان مادری، سرزمین نیاکان، اسوه‌های دینی، عصیت قومی، هنر و ادبیات موروثی. او معتقد است که مواجهه با جهانی شدن این میراث هویتی را تضعیف و موجب تضعیف هویت فرهنگی شده است. او بر بازگشت به خویش‌تأکید می‌کند. این در حالی است که هویت جهان‌مدرن نه لزوماً بر اساس آنچه که در این متون گفته شده بلکه حاوی عناصر و وجوهی از جهان‌مدرن مانند مصرف، سبک زندگی و جهان‌مجازی است. زمانی که تعریف هویت را تنها به عناصری در سنت فرومی‌کاهیم و راه‌های هویت‌یابی در جهان‌مدرن را نمود بحران می‌گیریم به تعریفی از هویت خواهیم رسید که طردکننده و صلب است. نسبت هویت با مصرف در بسیاری از متون مورد توجه قرار گرفته است. اساساً هویت فرهنگی در نسبت با کالاهای فرهنگی خود را نشان می‌دهد و معنایی که کنش‌گر به کالای مصرفی و فرایند مصرف می‌دهد نمودی از هویت‌یابی است (برای نسبت هویت با مصرف بنگرید به فریدمن، ۱۹۹۴) الگوهای هویت‌یابی در جهان‌مدرن دچار تغییر تحول و تحول شده‌اند و این تحولات در جهان سوم چشم‌گیر است. این الگوها در عین حفظ بسیاری از عناصر سنتی الگوهای هویت‌یابی‌مدرن را ذیل مصرف و سبک زندگی خلق می‌کنند و هویت‌هایی ترکیبی را بر می‌سازند (بنگرید به بنگ هاوت، ۲۰۰۰).

به نظر می‌رسد این تحول برای گفتمان حاکم بر پدیده هویت‌خطرناک است و تحولات ارزشی و فرهنگی ایجاد شده در ایران را خطرناک برای امر اصیل می‌بیند. تحولات فرهنگی و تغییر شیوه‌های دینداری، مصرف و مواجهه با مدرنیته برای حاملان

1. Friedman
2. Beng-Huat

گفتمان فرهنگ اصیل غیر قابل قبول و در مقام انحراف از مسیر اصلی دانسته و هویت را به شکلی فراتاریخی برمی‌سازد برای مثال اشرفی (۱۳۷۷) گرایش جوانان به موسیقی سبک غربی مانند رپ و هوی متال را دلیل بر از خودبیگانگی فرهنگی می‌گیرد. و یا عیوضی و هراتی (۱۳۸۹) معتقدند که بهره‌گیری از الگوهای بیگانه برای ایرانیان چالش هویتی پدید آورده است. نمود آن پوشش و لباس، اغتشاشات اجتماعی و نوع رفتار مردم است. یا عبدی و گودرزی (۱۳۷۸) در پژوهشی کمی نشان می‌دهند که ۴۹/۷ درصد از دانش‌آموزان به موسیقی غربی علاقه‌مندند و این نمودی است از روی آوردن به فرهنگ غرب و گریز از هویت فرهنگی بومی.

این در حالی است که مسأله از میان رفتن گرایش به موسیقی و نمودهای هنری داخلی نیست بلکه بیشتر گونه‌ای همه‌چیزخواری فرهنگی است که به نظر می‌رسد در ایران شایع شده است و بحرانی دیدن این پدیده تنها با شرط پذیرفتن اصالت فرهنگ داخلی است و پذیرفتن آن لزوماً از یک ادله متقن پیروی نمی‌کند. پرسش این است اگر این اصالت برساخته‌ای نظری باشد، آیا مصرف و ذائقه‌اینچینی لزوماً بحرانی است؟ اینکه چه چیز اصیل است و چه چیز غیر اصیل بیش از آنکه محصول حقیقتی ذاتی و نهفته در دل یک اثر هنری باشد محصول میدان‌های مشروعیت بخش به آن امر هنری و الگوهای تمایزبخشی در نسبت با قدرت است (بنگرید به بوردیو، ۱۳۹۱). احساس خطر والیان فرهنگی از رواج الگوهای مصرف کالاهای دیگرگون بیشتر اضطراب ناشی از کمرنگ شدن مرزهای نخبه/توده و اصیل/غیر اصیل است تا اضطراب ناشی از نابود شدن اصالت راستین. شاید از همین روست که مفهوم صنعت فرهنگ‌سازی آدورنو و هورکهایمر را جذاب می‌یابند. اما مسأله این است که هنر نخبه‌گرا و به اصطلاح اصیل از بین نمی‌رود بلکه در رابطه‌ای عرضی با سایر الگوهای هنری قرار می‌گیرد و نه طولی و همین امر مصرف‌کنندگان این هنر نخبه‌گرا را دچار اضطراب منزلتی می‌کند و فریاد ویرانی عرصه فرهنگ را سر می‌دهند (این مسأله در آرای باومن به خوبی واکاوی می‌شود. بنگرید به باومن، ۱۳۸۸). همین نوع نگاه را می‌توان به مسئله پوشش جوانان و اعتراضات فرهنگی آنها دانست. مسأله تحول فرهنگی و ارزشی در ایران است که مطابق با آرای اینگلههارت (۱۳۸۲) و تحقیقاتی داخلی که روی آن انجام شده است مشهود است ولی این تحول در قالب جنگ

رسانه‌ای و از خودیگانه کردن جوانان بر ساخته می‌شود.

مسئله دیگر تضادی است که بین هویت فرهنگی اصیل و فرهنگ غربی مطرح می‌شود. این تضاد بیش از آنکه واقعی باشد به نظر می‌رسد بر ساخته‌ای نظری است. تضاد سنت/مدرنیته؛ فرهنگ غرب/فرهنگ بومی و... ریشه در آرای روشنفکری ما دارد. این تضاد از منظری فکری و معرفت‌شناسانه بررسی می‌شود و سپس به زندگی روزمره ایرانیان تسری داده می‌شود. مفروض گرفتن این تضاد موجب می‌شود که برای رفع این تضاد بر ساخته و گفتمانی و در بسیاری از موارد خیالی، مهندسی فرهنگی و دگرگون کردن سبک‌های زندگی در دستور کار قرار گیرد. مسئله این است که تضاد مذکور بیشتر معرفت‌شناسانه است تا واقعی. سوژه ایرانی با سبک زندگی خود لزوماً رابطه‌ای آنتاگونیستی بین عناصر سنت و مدرنیته نمی‌بیند. از برگزار کردن مراسمات مذهبی با به کارگیری الگوهای مدرن گرفته تا ترکیب و تلفیق عناصر مدرن و سنتی بدون اینکه تضادی در سطح پدیدارشناختی تجربه کند. گرایش به معرفت‌شناسی، تاریخی طولانی در فضای فکری و گفتمان‌های ایران زمین دارد. معرفت‌شناسی و بررسی رابطه منطقی گزاره‌ها بیش از بررسی اعیان و نمودهای زندگی روزمره برای متفکران و پژوهش‌گران جذابیت دارد. ذکر این نکته از این حیث ضروری است که معرفت‌شناسی لزوماً جامعه‌شناسی معرفت نیست. معرفت (چه علمی و نخبه‌گرایانه و چه در سطح معرفت و شناخت عامیانه) محصول جامعه است و نه چیزی در ذهن کنش‌گر منفرد بیرون از جامعه. معرفت وقتی از این زاویه دید بررسی می‌شود موضوع جامعه‌شناسی معرفت می‌شود و خود را به تاریخ و عرصه حیات عینی مقید می‌کند. معرفت کنش‌گران در فرایند هویت‌یابی متأثر از بستر اجتماعی است و از فرایندهای جهانی اثر می‌پذیرد. لذا وقتی با معرفت‌شناسی فلسفی و با اصول صلب و سخت فراتاریخی به صادر کردن حکم راجع به معرفت اصیل و غیر اصیل، معرفت درست/غلط و... می‌پردازیم لزوماً راه به تبیین معرفت و شناخت نمی‌بریم و در بهترین حالت به بحثی صرفاً متافیزیکی و مبتنی بر اصول منطقی روی می‌آوریم بی‌آنکه ریشه‌های اجتماعی این شناخت را در نظر بگیریم.

نویسندگان این نوشتار، از وضعیت پست مدرن در هویت ایرانیان دفاع می‌کنند. مقصود پست مدرنیته به مثابه یک حالت است و نه معرفت‌شناسی. وضعیت پست مدرن

در فضای هویتی ایرانیان و هم عرض شدن دال‌ها و گزاره‌های سنت و مدرن در کنار یکدیگر ترکیب‌ها و تلفیق‌هایی را پدید آورده است که نه سنت ناب هستند و نه مدرنیته ناب بلکه تلفیق‌ها و تلفیق‌هایی است که در سطح تجربه سوژگی قابل بررسی است. یعنی مدرنیته ایرانی که در هویت تجلی کرده است. یعنی تغییر وضعیت و نه لزوماً بحران. تغییری که گفتمان پیشین توان تبیین آن را ندارد و با بحرانی برساختنش سعی در مداخله نرم و گاهی عریان در این روند دارد و طبعاً واکنش تند واقعیت عینی را به همراه خواهد داشت و تشکیل الگوهای مقاومت در برابر اعمال زور. هراس از چنین وضعیتی را در پژوهش اکبریان (۱۳۸۳) می‌توان دید که معتقد است بحران هویت به معنای امتزاج غیر منطقی پاره‌های مختلف هویتی است و زمانی به وجود می‌آید که جامعه نسبت به ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات و میراث فرهنگی خود دچار تعارض شود. این گزاره نمودی است از تداخل معرفت‌شناسی با تبیین اجتماعی. باید پرسید حال منظور از منطقی چیست و چه کسی، چگونه این منطق درست را تشخیص و تحمیل می‌کند؟ و یا رهبری (۱۳۸۷) که از تضاد معرفت‌شناسانه در مواجهه با جهان مدرن سخن می‌گوید و معتقد است که باید بنیادهای معرفتی را به درستی شناسایی کرد و بعد پذیرفت. پیامد این نوع نگاه این است که والیانی برای پالایش باید در نظر گیریم که با معرفت‌شناسی دقیق، عناصر درست و کارآمد را تعیین و تبلیغ کنند. برای مثال ورجاوند (۱۳۶۸) معتقد است که باید دستاوردهای فرهنگی غربی را از صافی گذرانند و به ایران وارد کرد. این نوع نگاه به مهندسی فرهنگی و تبلیغ غالباً ناکارآمد الگوهای بسته‌بندی شده و گاه برخورد قهری با سبک‌های زندگی متفاوت می‌انجامد که الگوهای هویت مقاومتی در ایران را پدید آورده و به عرصه‌ای برای مواجهه فرهنگی بین‌توده و حاکمیت انجامیده است

لذا نتایج تحلیل نظری را به‌طور خلاصه می‌توان چنین ارائه کرد:

۱. انسجام کلی

۱-۱. سرفصل‌های متن

- در اثر تهاجم فرهنگی و امپریالیسم فرهنگی غرب، هویت اصیل ایرانی / اسلامی دچار بحران شده است.
- برای مواجهه با این پدیده می‌باید به فرهنگ اصیل ایرانی / اسلامی توجه

بیشتر کرد.

۲-۱. گره گاه‌ها

- هویت فرهنگی
- بحران هویت
- غرب زدگی

انسجام کلی: انسجام کلی سند چشم‌انداز برنامه چهارم توسعه در وجه فرهنگی و همچنین غالب پژوهش‌های علمی در این حیطه حول محور بحرانی دیدن فضای هویت فرهنگی می‌چرخد. کلیت این متون بر بازگشت به ارزش‌های اصیل با تأکید بر ارزش‌های دینی می‌چرخد. دال مرکزی اسناد بالادستی و بسیاری از پژوهش‌های منتشر شده حول بحران و جنگ فرهنگی می‌چرخد.

۲. چشم‌اندازهای متن

چشم‌اندازهای متون پژوهشی و اسناد بالادستی وجهی دوسویه دارد. نگاهی به آینده و نگاهی به گذشته. در رجوع به گذشته احساس نوستالوژی نسبت به گذشته فرهنگی که در متون علمی و اسناد بالادستی به صورت گذشته‌ای با شکوه بر ساخته می‌شود. در ارجاع به آینده حالتی دوگانه وجود دارد از یک سو خطر مواجهه با مدرنیته و ویرانی مفرط و از دیگر سو امید به انجام اقداماتی ضربتی برای جلوگیری از ریشه دارتر شدن بحران و به کارگیری واژه فرهنگ‌سازی در بسیاری از متون برای گریز از خطر و ترسیم آینده‌ای شبکه‌مند. این چشم‌انداز بیشترین نمود را در اسناد بالادستی دارد. ساختار روایی این متون به شکلی است که می‌تواند خط سیری این‌چنینی را برای آنها در نظر گرفت. گذشته باشکوه - مواجهه با مدرنیته زوال و از میان رفتن - جنگ بزرگ فرهنگی پیروزی و فراگیری هویت اصیل ایرانی / اسلامی.

۳. عناصر مثبت و منفی مطرح شده در متن

- منفی: غرب، امپریالیسم، فرهنگ بیگانه، هالیوود، موسیقی غربی، سبک زندگی غربی.
- مثبت: سنت، اسلام، ایران، هویت بومی، مقاومت، فرهنگ سازی، میراث فرهنگی.

۴. پیش فرض‌ها و معانی ضمنی

- روند کنونی هویت، بحرانی است.
- جوانان دچار از خود بیگانگی شده اند.
- غرب به صورتی نیت‌مند ایران را آماج حملات فرهنگی قرار داده است.
- تضاد فرهنگ بومی و غربی

۵. تقیدها

- باید فرهنگ اصیل را احیا کرد، باید فرهنگ‌سازی کرد.
- باید به جنبه‌های اصیل هویتی پایبند بود.
- باید جوانان را از خطرات فرهنگ بیگانه آگاه کرد.

۶. بخش دوم (پژوهش میدانی)

با نظر به اینکه اساس پژوهش حاضر تحلیل گفتمان است و برای نشان دادن اثر مواجهه گفتمانی بر ابزارسازی و سنجش تلاش شده است مطالعه‌ای تجربی از منظری دیگرگون و از زاویه گفتمانی دیگری صورت گیرد مطالعه‌ای تجربی نیز در ادامه می‌آید. باید توجه کرد که این مطالعه میدانی به هیچ رو در صدد یافتن رابطه‌ای احتمالی و یا درگیر شدن در پوزیتیویسم رایج در متون پژوهشی نیست بلکه تنها تلاش دارد نشان دهد که با تغییر ابزار اندازه‌گیری (که محصولی گفتمانی است و بر خلاف ادعای بی‌طرفی ارزشی در تحقیقات پوزیتیویستی به شدت متأثر از ارزش‌های پژوهشگر است) چگونه نتایجی دیگرگون حاصل می‌شوند. بدین ترتیب ابزار ساخته شده که از منظر گفتمانی دیگرگونی هویتی (و نه لزوماً بحران هویتی) ساخته شده است برای نشان دادن سازمان‌های گفتمانی و اثر آن بر پژوهش‌های به اصطلاح عینیت‌گرا به کار برده شده است. اگر بتوان نتایج دیگرگونی (بر خلاف روند رایج پژوهش‌های به اصطلاح عینیت‌گرا) یافت آنگاه می‌توان نشان داد که این بازنمایی گفتمانی است که به پژوهش‌های به اصطلاح عینی جهت می‌دهد نه اینکه این پژوهش‌ها لزوماً از ارزش‌های گفتمانی محقق تهی باشند.

بدین ترتیب به صورت نمونه‌گیری در دسترس دو نمونه ۷۵ نفری از دانشجویان داخل و خارج از کشور مورد مقایسه قرار می‌گیرند و نتایج آنها در ادامه می‌آید تا

بتوان این نتایج (که به هیچ رو ادعای جامعیت و انجام پژوهشی میدانی و معرف را ندارد و تنها در جهت بررسی اثر گفتمان بر شیوه سنجش است) را با یافته‌های روند رایج پژوهشی (نه از منظر اعداد و ارقام بلکه از منظر اثر گفتمان بر ابزار سنجش) مقایسه کرد.

روش پژوهش بخش دوم میدانی است. ۱۵۰ پرسشنامه در بین دانشجویان مشغول به تحصیل در داخل و خارج از کشور توزیع شد. ۷۵ پرسشنامه در بین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی به صورت تصادفی و در دسترس در دانشکده‌های علوم اجتماعی و روانشناسی دانشگاه علامه طباطبایی و همچنین ۷۵ پرسشنامه به صورت در دسترس در بین دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های استرالیا (کوینزلند) به صورت در دسترس توزیع شد. ۸۵ نفر مرد و ۷۲ زن با میانگین سنی ۲۲/۱۳ و انحراف استاندارد ۱/۰۲ نمونه تحقیق را تشکیل دادند. با توجه به اینکه غالب دانشجویان ایرانی که در خارج از کشور در مقاطع تحصیلات تکمیلی مشغول به تحصیلند لذا هر دو نمونه داخل و خارج از کشور در مقاطع تحصیلات تکمیلی گرفته شد تا متغیر سن و مقطع تحصیلی در نتایج مداخله نکند.

۶-۱. ابزارها

هویت فرهنگی: به نظر کاستلز هویت عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). با این وصف هویت بومی و محلی ترکیبی از گرایش‌ها، احساسات، و ادراکات مربوط به عناصر و وابستگی‌های اجتماعی-فرهنگی است که موجب وحدت و انسجام اجتماعی شده و در کل بخشی از هویت فرد را تشکیل می‌دهد (برنچ و دیگران، ۲۰۰۰: ۷۷۸).

برای عملیاتی کردن این سازه با استفاده از مقیاس‌هایی از جمله اندرسون و دیگران^۱ (۱۹۹۳)، بری^۲ (۲۰۰۱) و کولار^۳ (۱۹۸۰)، حیدری (منتشر نشده) و همچنین گویه‌های

1. Anderson
2. Barry
3. Cullar

محقق ساخته ۱۸ گویه طراحی شد. ۱۶ گویه از مقیاس مذکور در پژوهش حیدری (منتشر نشده) در بین ۱۷۰ دانشجو مورد بررسی قرار گرفت و همبستگی‌های معناداری با شکاف نسلی و فردگرایی نشان داد. اعتبار صوری و محتوی نیز اعتبار پرسشنامه را تأیید نمود.

ساختار پرسشنامه به گونه‌ای است که عناصر هویت ایرانی/اسلامی و میزان تعلق خاطر فرد به هر یک از آنها را بررسی می‌کند. همچنین ۶ گویه بر عناصر اسلامی هویت فرهنگی تأکید دارد و نسبت آنها با هویت ایرانی را (تلفیق یا جدایی) مورد سؤال قرار می‌دهد. پاسخ‌ها روی طیف لیکرت ۵ درجه‌ای - «کاملاً موافق = ۵» تا «کاملاً مخالف = ۱» - مرتب شدند. ضریب پایایی این مقیاس ۰/۷۹ بود.

۲-۶. نتایج

توزیع جنسیتی نمونه بدین ترتیب بود که ۷۹ نفر مرد و ۷۱ نفر زن بودند. همچنین میانگین سنی کل نمونه ۲۷/۷۸ با انحراف استاندارد ۳/۷۴ بود. توزیع جنسیتی نمونه ایران ۳۸ مرد و ۳۷ زن با میانگین سنی ۲۶/۶۸ و نمونه خارج متشکل از ۴۱ مرد و ۳۴ زن با میانگین سنی ۲۸/۸۹ بود.

میانگین نمونه هویت فرهنگی در کل نمونه ۶۳/۴۷ با انحراف استاندارد ۱۱/۳۰ بود. این میانگین برای عناصری که بر فرهنگ ایرانی تأکید دارند (از حداکثر ۶۰) با انحراف استاندارد ۹/۰۶ و برای عناصر دینی و مذهبی (از حداکثر ۳۰) با انحراف استاندارد ۶/۷۴. نتایج در جدول ۱ ارائه شده‌اند.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

هویت فرهنگی (عناصر ایرانی) (نمره کلی)	هویت فرهنگی (عناصر اسلامی)	هویت فرهنگی (عناصر ایرانی)	
۶۳/۴۷	۲۰/۷۲	۴۲/۸۱	میانگین
۱۱/۳۰	۶/۷۴	۹/۰۶	انحراف استاندارد

همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین نمره هویت فرهنگی به صورت کلی و همچنین در ابعاد اسلامیت و ایرانیت بالاتر از حد وسط مقیاس است و این نشانگر بالا بودن نمره

هویت فرهنگی کل نمونه است. این یافته توصیفی نشان می‌دهد که وضعیت از خودبیگانگی و ویرانی هویت فرهنگی در حد بحرانی نیست و حتی وضعیتی نسبتاً مناسب دارد.

آزمون تی بین دو نمونه برای مقایسه هویت فرهنگی (نمره کلی) در بین دو نمونه دانشجویان ایرانی داخل و خارج از کشور حاکی از این است که بین دو نمونه تفاوت معناداری در میزان تعلق خاطر به عناصر هویتی ایرانی/اسلامی وجود ندارد. اگرچه میانگین نمره دانشجویان ایرانی (۶۴) بالاتر از دانشجویان خارجی است (۶۲/۹۶) است اما این تفاوت معنادار نیست و می‌توان گفت دو نمونه در تعلقات هویتی خود تفاوت چشمگیری ندارند.

جدول ۲. آزمون تی گروه‌های مستقل برای مقایسه هویت فرهنگی دو نمونه

آزمون تی					آزمون برابری واریانس‌ها	
Std. Error Difference	Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	.Sig	F
۱/۸۶	۱/۰۴	۰/۵۷۶	۱۴۷	۰/۵۶۰	۰/۳۹۹	۰/۷۱۶
۱/۸۶	۱/۰۴	۰/۵۷۶	۱۴۶/۹۶	۰/۵۶۰		

آزمون تی گروه‌های مستقل بین دو نمونه نشان داد که تفاوت معناداری بین دو نمونه در میانگین نمره عناصر ملی و ایرانی هویتی دیده نمی‌شود اگرچه نزدیک به مرز معناداری است. شاید اگر حجم نمونه بالاتر بود این رابطه معناداری بود. میانگین نمره هویتی در عناصر ایرانی در نمونه خارج از کشور ۴۴/۱۳ و دانشجویان ایرانی ۴۱/۴۹ است. اما این تفاوت معنادار نیست اگرچه میانگین نمره هویت فرهنگی در بعد عناصر ایرانی و ملی بالاتر است. نتایج آزمون تی در جدول ۳ ارائه شده‌اند.

جدول ۳. آزمون تی گروه‌های مستقل برای مقایسه هویت فرهنگی (در بعد ایرانی/ملی) در دو نمونه

آزمون تی					آزمون برابری واریانس‌ها	
Std. Error Difference	Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	.Sig	F
۱/۴۷	-۲/۶۴	۰/۰۷۴	۱۴۸	-۱/۸۰	۰/۸۹۸	۰/۰۱۷
۱/۴۷	-۲/۶۴	۰/۰۷۴	۱۴۷/۳۶	-۱/۸۰		

آزمون تی گروه‌های مستقل بین دو نمونه نشان داد که بین دو نمونه در میزان تعلق به عناصر هویت اسلامی تفاوت معناداری وجود دارد. میانگین نمونه دانشجویان خارج از کشور ۱۸/۸۳ و میانگین نمونه دانشجویان داخل کشور ۲۲/۶۴ بود و این تفاوت معنادار بود. نتایج در جدول ۴ ارائه شده‌اند.

جدول ۴. آزمون تی گروه‌های مستقل برای مقایسه هویت فرهنگی (در بعد ایرانی/ملی) در دو نمونه

آزمون تی					آزمون برابری واریانس‌ها	
Std. Error Difference	Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	.Sig	F
۱/۰۶	۳/۸۲	۰/۰۰	۱۴۷	۳/۵۹۶	۰/۰۰۰	۲۳/۷۱۰
۱/۰۶	۳/۸۲	۰/۰۰	۱۲۹/۷۱	۳/۶۰۵		

۷. نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث مطرح شده در مورد هویت فرهنگی و گفتمان حاکم بر پژوهش‌های داخلی می‌توان نتیجه گرفت که بحرانی دیدن وضعیت هویت فرهنگی ایرانیان بیش از آنکه پدیده‌ای واقعی باشد برساخته‌ای نظری و گفتمانی است. در پژوهش حاضر نشان دادیم که دل‌بستگی به وجه فراتاریخی و اصیل آنچه هویت فرهنگی نامیده می‌شود مواجهه با تغییر و ترکیب‌های هویتی در بستر سبک زندگی را بحرانی می‌بیند. این نوع نگاه حاصل مواجهه تروماتیک با جهانی شدن و خطر دیدن جهانی شدن است. فرایند خرد کننده جهانی شدن و تعدیل‌ها و ترکیب‌هایی که این فرایند در امور و سطوح

فرهنگی انجام می‌دهد گفتمانی که بر اصالت و ریشه تأکید دارد را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. خلاقیت و امکاناتی که جهانی شدن در پی دارد ترکیب های هویتی جدیدی پدید می‌آورد که لزوماً از امر پیشین و تاریخی تهی نیستند بلکه بازخوانی جدیدی از آنها صورت می‌گیرد و در قالب‌های مختلفی از سبک زندگی گرفته تا مصرف کالاهای فرهنگی نمود پیدا می‌کند.

از این منظر، هویت فرهنگی جدید ایرانیان نه تنها کاملاً غربی نشده بلکه الگوهای فرهنگی خود را به غرب تحمیل کرده و امر بومی را جهانی نموده است.

بدین ترتیب عملاً فرایندها، تعاملات و متأثر از آن، پدیده‌های ترکیبی شکل گرفته که برگشت‌ناپذیر به نظر می‌رسند و مداخلات قهری در فرایند آن عملاً با شکست مواجه می‌شود. نمود این مسأله را می‌توان در فرایند فیلترینگ اینترنت و برخورد با شبکه‌های اجتماعی مجازی دید. اینترنت و شبکه‌های مجازی تأثیری عمیق بر فرایند هویت‌یابی ایرانیان گذارده است و به عرصه‌ای برای جذب و تکثیر الگوهای فرهنگی مدرن بدل گشته است. مواجهه امنیتی با این شبکه‌ها و فیلترینگ گسترده و کوچک کردن پهنای باند اینترنت عملاً نه تنها موفق نبوده بلکه خلاقیت در دور زدن فیلترینگ و استفاده بهینه از اینترنت با تمامی مشکلاتش را بدل به الگویی مقاومتی برای سوژه ایرانی و هویت‌یابی او کرده است.

درباره امپریالیسم فرهنگی و نسبت آن با هویت، نخستین چیزی که به نظر می‌رسد، پژوهش‌های کم‌عمق و توأم با داوری ارزشی در این حیطه، در داخل کشور هستند. در وجود پدیده امپریالیسم فرهنگی و مباحث نظری گسترده این حیطه خاصه کارهای هربرت شیلر، شکی نیست. این پدیده به وضوح قابل مشاهده است که قطب‌های صنعتی جهان غرب در ترویج فرهنگ خود و حمله به فرهنگ‌های بومی از هیچ کوششی دریغ نمی‌کنند. از پدیده‌هایی مانند اسلام‌هراسی گرفته تا تقبیح و تحقیر هویت سایر کشورهای پیرامون گرفته تا تقسیم‌بندی جهان به دو قطب وحشی و متمدن و بر طبل جنگ تمدن‌ها کوفتن. اما مسأله‌ای که اهمیت دارد این است که غالب تحقیقات داخلی در این حیطه کار گزار محور هستند. آیا آنچه امپریالیسم فرهنگی نامیده می‌شود، فرایندی آگاهانه است؟ آیا کشورهای غربی به صورتی نیت‌مند در صدد چیره کردن فرهنگ خود بر دیگران هستند یا اینکه این روندی است اجتناب‌ناپذیر برای منطق

سرمایه داری بین‌المللی؟ آیا نمی‌توان گفت که هر کشوری که قدرت سیاسی/اقتصادی عظیمی دارد، با بسط مداخلات اقتصادی-سیاسی در سایر نقاط جهان خواه‌ناخواه به ترویج عناصر فرهنگی خود دست می‌زند؟ به عبارت دیگر هر کشوری برای بقای سیاسی فرهنگی و کسب وجهه بین‌المللی نیاز به ترویج عناصر فرهنگی خود دارد. طرح این پرسش برای جامعه ایران از این رو اهمیت دارد که ادبیات غالب بر نیت‌مند و عامل محور بودن این فرایند تأکید دارند و دیگرگونه قرائت کردن فرایند امپریالیسم راهکارهای بدیل و کارآمدتری را برای شیوه مقاومت در برابر این فرایند پیش می‌کشد.

از دیگر سو در مورد مسأله هویت باید گفت که چنین دیدی به امپریالیسم فرهنگی یادآور نوع نگاه فرانکفورتی‌هاست که سوژه را در قبال پذیرش عناصر فرهنگ سرمایه‌داری دست و پا بسته و بی‌خلاقیت می‌دید. به جرأت می‌توان گفت که اگرچه ایران در معرض امپریالیسم فرهنگی است اما عناصر فرهنگ بومی با ظرافت در این فرایند جا داده می‌شوند. از الگوهای غذایی که ایرانیان ساکن آمریکا در فرهنگ این کشور رایج کرده‌اند گرفته تا مباحث اخیری که در آمریکا وجود دارد که زبان فارسی باید یکی از زبان‌های رایج در آمریکا دیده شود. بسیاری از عناصر فرهنگ ایرانی/اسلامی هنوز هم سر جای خود قرص و محکم ایستاده‌اند و به بقای خود ادامه می‌دهند و حتی وجهی جهانی نیز یافته‌اند. از عید نوروز گرفته تا برگزاری مراسم محرم. با این وصف به نظر می‌رسد نسبت هویت ایرانی و امپریالیسم فرهنگی می‌باید دیگرگونه قرائت شود و عناصر مقاومتی که در درون توده وجود دارند به جای الگوی مقاومت تجویزی سیاست‌های فرهنگی بنشینند تا بازایی هویت بومی و ملی راهی بهتر را بیمایند.

عرصه فرهنگ در ایران عناصر موجود در فرهنگ جهانی را با توجه به بسترهای فرهنگی و تاریخی خود دستکاری و جرح و تعدیل می‌کند و همین مسأله بستری برای دگرگونی فرهنگی پدید می‌آورد. این مسأله در ایران از چند منظر دیده می‌شود. گروهی آن را یک تهدید و بحران جدی تلقی می‌کنند و قرار گرفتن در معرض جهانی شدن را حرکت نیت‌مند غرب از یک سو و غربزدگان از سوی دیگر می‌دانند. گروه دیگر پذیرش تام و تمام فرهنگ غرب و ضدیت با عناصر و هویت بومی و ملی را راه

رهایی و مدرن شدن می‌دانند. به عبارت دیگر در مواجهه با فرایند جهانی شدن یک گروه بر طبل خودشیفتگی فرهنگی می‌کوبند و از دیگر سو گروه رقیب بر طبل خودکم بینی فرهنگی می‌کوبند. در این بین به نظر می‌رسد آنچه واضح و مشخص است این است که ایران در درون این فرایند جای دارد و همین مسأله پیامدهای عمده‌ای برای هویت و فرهنگ اصیل دارد که به کم رنگ شدن آن می‌انجامد. اما این بدان معنا نیست که باید در تقابل با این روند قرار گرفت و یا همخوانی تام و تمامی با آن داشت. در این بین رویکرد تعامل و داد و ستد فرهنگی و توانمندسازی ایران در عرصه فرهنگی می‌تواند راهگشا باشد. حفظ و ارتقای عناصر هویت و فرهنگ بومی و قرار دادن آن در معرض جهانی شدن، هم می‌تواند به بازتعریف این هویت بیانجامد (که لزوماً استحاله و از خود بیگانگی نیست بلکه شکلی از دگرگونی است) و هم می‌تواند این عناصر را در مقیاسی جهانی معرفی و بر روند جهانی شدن و هویت جهانی اثرگذار باشد. پتانسیلی که به جرأت می‌توان گفت در فرهنگ بومی، ملی و دینی ایرانیان وجود دارد.

در این وجه مسأله هویت فرهنگی در مواجهه با دستاوردهای فرهنگی-اقتصادی ملل دیگر دچار تحول می‌شود و حتی می‌تواند به بحران در هویت بومی منجر شود. این بحران را نسل جدید بیش از نسل پیشین تجربه می‌کنند و این به خاطر وجوه متفاوت اجتماعی شدن دو نسل است. اگر نسل پیشین ارزش‌ها و الگوهای خود را از خانواده خود می‌گرفت نسل جدید بیشتر در معرض الگوپذیری‌های مختلف از منابع گوناگون است که لزوماً با الگوها و ارزش‌های والدین همخوان نیستند.

نمود دیگر این شیوه‌های متفاوت اجتماعی شدن و الگوپذیری را در تحول ارزشی می‌توان مشاهده کرد. ارزش‌های فردگرایانه نسل جدید در برابر ارزش‌های جمع‌گرایانه نسل پیشین یکی از پیامدهای توسعه می‌تواند باشد. هراتی (۱۳۸۹) فرایند توسعه در جمهوری اسلامی را یکی از منابع تحول ارزشی و بحران هویت می‌داند. حیدری (منتشر نشده) در پژوهشی نشان داد که فردگرایی میانگین نمره‌ای بالایی بین دانشجویان دارد و نشانگر این بود که ارزش‌های فردگرایانه در بین جوانان در حال قوام است. این نیز می‌تواند پیامد مواجهه‌های بین فرهنگی باشد و همچنین تحول نیازهای نسل‌های مختلف. از نگاه اینگلهارت ارزش‌ها و احساس سعادت رابطه‌ای تنگاتنگ و پیچیده با

هم دارند. در این زمینه او معتقد است که انسان موجودی است هدفمند و تا زمانی که به آنچه می‌خواهد دست نیابد احساس رضایت نمی‌کند. وقتی افراد به خواسته‌های ارزشمند می‌رسند احساس خوشبختی و رضایت می‌کنند ولی این احساس سعادت آنی و زودگذر است و پس از مدتی فرد آنچه را که دارد بدیهی پنداشته و به دنبال سایر خواسته‌ها می‌رود. وقتی یک نسل جای خود را به نسل بعدی می‌دهد اولویت‌های کل جامعه ممکن است تغییر یابد (اینگلهارت، ۱۳۸۲). البته باید توجه داشت که تحول این نیازها شاید لزوماً به معنای ارضای نیازهای پیشین نباشد، بدین معنا که چون نیازهای اولیهٔ جوانان تأمین شده، به سوی نیازهای فرامادی و فردگرایی حرکت کنند. در مقابل می‌توان از این ایده در جامعه ایران دفاع کرد که علی‌رغم ارضا نشدن نیازهای اولیه به خاطر مشکلات اقتصادی، نیازهای جدیدی نیز در مواجههٔ بین فرهنگی ایجاد شده‌اند و با نیازهای اولیه همزیستی داشته و در یک سطح عمل می‌کنند. در این معنا تسطیحی در سطح امیال و آرزوها در حال رخ دادن است و نیازهای اولیه و ثانویه در کنار یکدیگر همزیستی دارند. با این وصف چنین تجربه‌ای را می‌توان در چارچوب نظریه‌هایی گنجانند که بر سبک زندگی متمرکزند.

نظریه‌های سبک زندگی معتقدند که در عصر مصرف فراگیر، سبک‌های زندگی هرچه بیشتر پیچیده‌تر و متمایزتر می‌شوند. از نظر متفکران این مکتب ارتباط بین طبقه و سبک زندگی در حال ناپدید شدن است چراکه افراد در این عصر به هیچ وجه نمی‌خواهند به طبقه در معنای قدیمی و کلاسیک آن تعلق داشته باشند. از این منظر جامعه در حال مسطح شدن است. به عبارت دیگر سبک‌های زندگی‌ای که افراد انتخاب می‌کنند با گروه بندی‌های سنتی قابل تبیین نیستند (بک، ۱۳۸۸/۱۹۹۲؛ لاش و یوری، ۱۹۹۴). این به معنای رشد فردگرایی و انتخاب‌گری سبک‌های زندگی است که یافته‌ها نشان می‌دهند در ایران در حال قوام هستند.

تلویحات یافته‌های کمی حاکی از این بود که همسو با نتایج تحلیل گفتمانی که به دست آمد، وضعیت هویت فرهنگی در وضعی بحرانی به سر نمی‌برد. میانگین نمره هویت فرهنگی بالاتر از حد وسط مقیاس بود. این میزان برای نمره کلی هویت فرهنگی، و همچنین ابعاد ایرانی و اسلامی در هر دو نمونه صادق بود. این نتایج حاکی از این هست که حتی در بین دانشجویان خارج از کشور که ظاهراً باید بیشتر در معرض

از بین رفتن هویت فرهنگی باشند تعلق به عناصر هویتی در همه ابعاد بالا است و از خودبیگانگی مورد تأکید در مقالات و متون پژوهشی و سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر واقعیت نیست.

نتیجه جالب توجه اینکه میانگین نمره تعلق به عناصر هویت فرهنگی در بین دانشجویان خارج از کشور بالاتر از نمونه ایرانی بود. این تفاوت اگرچه معنادار نبود اما با معناداری فاصله اندکی دارد (۰/۰۷) شاید بالاتر بودن حجم نمونه این تفاوت را معنادار می‌کرد. تبیین این یافته بدین صورت ممکن است که ایرانیانی که به خارج از کشور می‌روند به خاطر فرار گرفتن در معرض شوک فرهنگی حاصل از مواجهه با فرهنگ بیگانه دست به دامن عناصر هویتی خود می‌شوند و شدت این هویت یابی در خارج از کشور بیشتر است تا داخل کشور. چنین واکنشی در بسیاری از مهاجران دیده می‌شود که راهی برای حفظ هویت و سازگاری با شوک فرهنگی است. احساس تعلق خاطر به ایران و وضعیت داخلی ایران در شبکه‌های اجتماعی نیز به وضوح قابل مشاهده است که تأییدی بر این یافته است. احساس تعصب نسبت به ایرانی بودن و شکل دادن حلقه‌های ایرانیان در حیطه‌های موسیقی، هنر، امور سیاسی و... همه حاکی از احساس تعلق خاطر به فرهنگ ایرانی است که نه تنها به جذب عناصر فرهنگ بیگانه دست نمی‌زنند بلکه با تلفیق و جرح و تعدیل‌هایی که صورت می‌دهند ضمن حفظ عناصر هویتی، هویت پیشین را نیز بازتعریف می‌کنند.

پیوست ۱: مقیاس هویت فرهنگی

۱- زبان فارسی را به هر زبان دیگری ترجیح می‌دهم
۲- گاهی حس می‌کنم فرهنگ ایرانی برایم بسیار آزاردهنده است
۳- بیشتر موسیقی اصیل ایرانی گوش می‌کنم
۴- فکر می‌کنم فرهنگی غرب بسیار ارزشمندتر از فرهنگ ایرانی است
۵- فیلم‌های غربی را به آثار داخلی ترجیح می‌دهم
۶- گاهی از اینکه فرهنگ من ایرانی است یا غربی دچار سرگشتگی می‌شوم
۷- فکر می‌کنم فرهنگ ایرانی چیز ارزشمندی در درون خود ندارد و بهتر است کنار گذاشته شود
۸- از اینکه یک ایرانی‌ام به خود افتخار می‌کنم
۹- چهره‌ها و شخصیت‌های برجسته ایرانی باعث غرور و افتخار من است
۱۰- وقتی به تاریخ کشورم نگاه می‌کنم به ایرانی بودنم افتخار می‌کنم
۱۱- گاهی آرزو می‌کنم کاش ایرانی نبودم
۱۲- تاریخ ایران را به خوبی می‌شناسم
۱۳- به نظر من مراسمات رایجی که برای عزاداری و جشن در ایران هستند غیرضروری و بی‌ارزشند
۱۴- ارزش‌های دینی ما بخشی از هویت ملی ماست
۱۵- ارزش‌های اسلامی با ایرانی بودن هیچ منافاتی ندارند
۱۶- به ائمه و معصومین دلبستگی و ارادت دارم
۱۷- اسلامیت و ایرانیت منافاتی با هم ندارند
۱۸- مراسم و شعائر مذهبی را بخشی از هویت خود میدانم

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- اشرفی، (۱۳۷۷) بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب: بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال) در تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس
- اکبریان، مصطفی (۱۳۸۳) اطلاع‌رسانی و تأثیر آن بر هویت فرهنگی. فصلنامه کتاب، ۶۰ امینی، محمد (۱۳۸۷)، جهانی شدن و هویت، ره آورد نور، شماره ۲۲. ۲۶-۳۱.
- امیری، ابوالفضل (۱۳۹۰). جهانی شدن فرهنگ و راهبردهای مقاومت فرهنگی، فصلنامه مطالعات بسیج، شماره ۵۰.
- آرمن، سید عزیز؛ زارع، روح‌الله (۱۳۹۰). جهانی شدن، فقر و نابرابری. مجله اقتصادی - ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، سال یازدهم، شماره ۱۲.
- آشنا، حسام‌الدین؛ روحانی، محمدرضا (۱۳۸۹) هویت فرهنگی ایرانیان، از رویکردهای نظری تا مؤلفه‌های بنیادی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۴.
- باومن، زیگموند (۱۳۸۸) اشارت‌های پست مدرنیته، ترجمه حسن چاوشیان، تهران. ققنوس.
- باهنر، ناصر؛ جعفری کیدقان، طاهره (۱۳۸۹) تلوزیون و تأثیرات کاشتی آن بر هویت فرهنگی ایرانیان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم شماره ۴، ۵۶-۱۳۱.
- بشیر، حسین؛ محمدی، علی (۱۳۸۲). امپریالیسم فرهنگی و هویت فرهنگی، مجله کیهان فرهنگی شماره ۲۰۰. ۳۸-۴۳.
- بک، اولریش (۱۳۸۸) جامعه در مخاطره جهانی، ترجمه محمدرضا مهدی زاده. تهران: کویر.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۱) تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، ثالث.
- پورجلی، ربابه (۱۳۷۹) بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی، فرهنگی نوجوانان: مورد مطالعه شهر ارومیه. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شیراز.
- توسلی، غلامعباس؛ قلی‌پور، سیاوش (۱۳۸۶). جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک مجله جامعه‌شناسی ایران. شماره ۳۱. ۸۱-۱۰۴.
- جعفری‌زاده، ابولفضل (۱۳۸۵). امپریالیسم فرهنگی رسانه‌ای و بحران جهانی شدن، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۴۸، زمستان ۱۳۸۵.
- جلالی، محمود؛ مقامی، امیر (۱۳۹۰). کارکرد حقوق بین‌الملل در فرآیند جهانی شدن حقوق. فصلنامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، سال چهل و یکم، شماره ۳.
- جوادی یگانه، محمدرضا؛ عزیزی، جلیل (۱۳۸۷) هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول شماره ۳.
- حبی، اکرم؛ فتحی آذر، اسکندر؛ محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹). جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز). فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۲، صص: ۱۰۱-۱۲۱.

- حسین (۱۳۷۹). تحلیل جامعه‌شناختی تهاجم فرهنگی، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی تبریز شماره ۱۷۴. بنی فاطمه،
- خادمی، محسن؛ ساکتی، پرویز؛ فلاحی، ویدا (۱۳۸۸) بررسی هویت فرهنگی در دانش‌آموزان دوره راهنمایی تحصیلی (گرایش‌ها و شناخت‌ها) مطالعات تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۷۹). جهانی شدن و هویت ملی، مطالعات ملی، شماره ۵، ۱۰۰-۶۹.
- رهبری، مهدی (۱۳۸۷) بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر، نامه پژوهش، ۲۲-۲۳.
- سیدیان، سیدمهدی (۱۳۹۰). مولفه‌های جهانی شدن اسلام، ماهنامه معرفت، شماره ۱۶۹.
- شرفی، محمدرضا (۱۳۸۵) بحران هویت فرهنگی در ایران و پیامدهای آن. روان‌شناسی و علوم تربیتی شماره ۳ و ۴.
- عادل عبدالحمید، علی (۱۳۸۸)، جهانی شدن و آثار آن بر کشورهای جهان سوم، اطلاعات سیاسی اقتصادی، ش ۱۵۵، ۱۵۶.
- عباسی، حیدر (۱۳۹۰). جهانی شدن شهرها: فقر، نابرابری و مهاجرت. فصلنامه جستارهای شهرسازی، شماره ۳۶.
- علایی، مشیت (۱۳۹۱). جهانی شدن ادبیات یا ادبیات جهانی، فصلنامه سینما و ادبیات، شماره ۳۲.
- عیوضی، محمدرحیم؛ هراتی، محمد جواد (۱۳۸۹) توسعه و هویت فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران. مطالعات انقلاب اسلامی، سال هفتم، شماره ۲۱، ۲۸۱۱.
- عیوضی، محمدرحیم؛ هراتی، محمد جواد (۱۳۸۸) تأملی در تأثیر توسعه بر هویت فرهنگی؛ راهبرد یاس، شماره ۱۹.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت و هویت)، جلد دوم، ترجمه حسن چاوشیان، طرح نو
- کریمی مله، علی (۱۳۸۹). تأثیر جهانی شدن بر برنامه‌های درسی رشته علوم سیاسی. اسلام، سیاست و ساختار بین‌الملل، پیش شماره ۱-.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۲). جهانی شدن فرهنگ، هویت، تهران. نشر نی.
- مالک، محمد رضا (۱۳۸۲)، جهانی شدن اقتصاد، تهران. ناشر: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
- مرادی، علیرضا (۱۳۹۰) نقش میراث فرهنگی در تقویت هویت فرهنگی. ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال پنجم، شماره ۵۴-۵۳.
- مردانی گیوی، اسماعیل (۱۳۸۱) جهانی شدن و هویت ملی. مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۷۹ و ۱۸۰.
- والرشتاین، ایمانوئل موریس (۱۳۸۱)، سرمایه داری تاریخی، و دو مقاله دیگر، مترجم یوسف نراقی. تهران. قطره.
- والرشتاین، ایمانوئل موریس (۱۳۸۴) مقدمه‌ای بر تحلیل نظام‌های جهانی. حسین عسگریان

(مترجم)، منیره آذری (ویراستار). مؤسسه مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
ورجاوند، پرویز (۱۳۶۸) پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی، شرکت سهامی انتشار.
ورجاوند، پرویز (۱۳۸۶) حفظ هویت فرهنگی بای دور شدن از فرهنگ تسلیم، سیاسی اقتصادی.
ویسی، هادی؛ حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۹۰). تأثیر جهانی شدن بر مرزها (بررسی و نقد آرای نفی مرز). فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۷۲، تابستان ۱۳۹۰ ص ۴۱.
هلد، دیوید؛ مک گرو، آنتونی (۱۳۸۲). «جهانی شدن و مخالفان آن»، ترجمه عرفان ثابتی، تهران. انتشارات قنوس.

ب) منابع لاتین

- Beng-Huat, Chua (2000) Consumption in Asia Lifestyles and identities. Routledge.
Branch, c. W. ; Tayal, P. & Triplett, C. (2000) the relationship of ethnic identity and ego identity status among adolescents and young adults; international journal of intercultural relations. V. 24. 6: 777-790.
Brown, C (2001) Understanding International Relations. Hampshire, Palgrave.
Friedman, Jonathan (1994) Consumption and Identity. Harwood academic publishers.
Galtung, john (1971). A structural theory of imperialism. Journal of peace research, vol. 8, no. 2, 81-117.
Hauser, Robert (2000) cultural identity in a globalised world? A theoretical approach towards the concept of cultural identity. www.zak.kit.edu
<http://www.hashteamani.blogfa.com/post/5>
Lash, S. ; Urry, J. (1994). Economies of signs and space. London, Sage.
Morris, nancy (2008). Cultural imperialism theories, in The International Encyclopedia of Communication Edited by: Wolfgang Donsbach. Temple University.
Schiller, Herbert (1976). Communication and Cultural Domination.
Schiller, Herbert (1969). Mass Communications and American Empire.
Singh, C. L. (2010). "New media and cultural identity". China Media Research 6 (1): 86.