

هویت ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم

قربانعلی سبکتکین ریزی، * سمانه سادات سدیدپور**

چکیده

نویسندگان این مقاله تلاش دارند با بهره‌گیری از روش تحلیل اسنادی به مطالعه خلیقیات یا صفات اخلاقی- فرهنگی شایع ایرانیان طی نیم قرن گذشته بپردازند. این پژوهش از سوی نظریه‌های هویت و تغییر فرهنگی پشتیبانی می‌شود. جامعه آماری متشکل از برخی اسناد و منابع تاریخی منعکس‌کننده خلیقیات ایرانیان و اظهارنظرهای مردم در فضای مجازی است. تحلیل داده‌ها از طریق راهبرد تکرار مداوم صورت گرفته است تا اشباع مفاهیم حاصل شود. پژوهش با این فرض آغاز شد که به نظر می‌رسد ایرانیان با ویژگی‌هایی شناخته یا معرفی شده‌اند که در بیشتر موارد محصول مطالعه علمی نبوده است. بنابراین نمی‌توان از یک هویت فرهنگی پایدار تحت عنوان خلیقیات ایرانی نام برد. این مطالعه نشان داد که مردم و صاحب‌نظران در مورد هویت فرهنگی ایرانی توافق نظر کامل ندارند. اطلاعات بدست آمده براین امر دلالت دارد که در دنیای معاصر یک فرد ایرانی مدرن، بمراتب تقدیرگراتر و منزوی‌تر از گذشته است، آنها از کاهلی و از قضاوت بدون اندیشه بیزارند، به کثرت‌گرایی قومی و برجسته کردن تفاوت هویت‌های فرهنگی اقوام و حفظ مرزهای جداکننده گروه‌های قومی اهمیت می‌دهند.

کلیدواژه‌ها: ایرانی‌ها، تغییر فرهنگی، خلیقیات ایرانی، فرهنگ سیاسی، هویت فرهنگی.

saboktakingh@khu.com

sama.sadid@gmail.com

* استادیار دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول)

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۳/۱۳

مسائل اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۸، صص ۱۰۱-۱۲۳

۱. مقدمه

در سرتاسر دنیا هویت فرآیندی با اهمیت است چراکه اسطوره‌ها، خاطرات، ارزش‌ها و نمادهای آن، که تا دیروز فرهنگ و مرزهای ملت‌ها را تشکیل می‌دادند، امروز تحت تأثیر عوامل مختلف تأثیر خود را از دست می‌دهند (اسمیت، ۱۹۹۰: ۱۷۸). شما کمتر یک ژاپنی واقعی را در حال دیدن بازی فوتبال رئال مادرید مقابل بارسلونا در تلویزیون سامسونگ، در انتظار برای سفارش همبرگر مک‌دونالد در بازار توکیو می‌بینید. این صحنه در همه کشورهای جهان بسیار رایج است، چون مردم متوجه نیستند که این جنبه‌های شیوه زندگی معاصر، در حقیقت هویت ملی آنها را هدف قرار داده است. اما ژاپنی‌ها این تأثیر را فهمیده‌اند؛ برای همین ژاپنی‌ها ترجیح می‌دهند، به جای همبرگر مک‌دونالد، گووهان بخورند یا بازی فوتبال ملی را به جای یک مسابقه از فوتبال اسپانیا در تلویزیون سونی ببینند. این تجلی‌ها، ویژگی‌های یک هویت ملی در برابر هویت جهانی است. متفکران به کمک مفهوم جهانی‌شدن، به این دست از پرسش‌ها پاسخ می‌دهند که چرا یک فرهنگ در فرآیند جهانی‌شدن حل می‌شود اما فرهنگ دیگر مقاومت می‌کند و برای توضیح پرسش خود به فشرده‌سازی و تشدید آگاهی جهان در قالب یک کل واحد اشاره می‌کنند (رابرتسون، ۱۹۹۲: ۸).

جهانی‌شدن مفهومی است که در یک فرآیند تاریخی عمیق قرار گرفته است (ندروین، ۲۰۰۹: ۷۴). جهانی‌شدن فرهنگ را تحت تأثیر قرار می‌دهد (گل‌محمدی، ۱۳۸۹: ۲۲۲). خلیقات متعارف که از فرهنگ کلی جامعه ایران برخاسته است، نشان‌دهنده هویت فرهنگی جامعه ایران و در عین حال تشکیل‌دهنده فرهنگ سیاسی ایرانی است که جنبه تاریخی دارد. به این معنا که در طول تاریخ تحولات اجتماعی این جامعه شکل گرفته است. درنهایت چنین خلق و خوی (هویت) فرهنگی نشان از شاکله ملی یا هویت ملی ایرانی دارد. هویت ملی در ایران نیز مانند اغلب کشورهای دیگر از جهانی‌شدن و گسترده‌شدن ارتباطات فرهنگی تأثیر پذیرفته است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که جهانی‌شدن بر پذیرش دموکراسی (سلیمان نانگ، ۱۹۹۸: ۱۲۹-۱۳۰)، سرمایه اجتماعی، فرهنگی (خواججه‌نوری و مقدس، ۱۳۹۱: ۱۳۹؛ سهامی، ۱۳۹۵: ۱۱۹)، شاخص‌های سلامت (گل‌خندان و رستمی، ۱۳۹۵: ۸۱)، فقر (فقه مجیدی، ضرونی و صمدی پور، ۱۳۹۴: ۷۹)، ازدواج (دلخמוש، ۱۳۹۲: ۳۳۱)، هویت مذهبی (خواججه نوری، کریمی و خجسته، ۱۳۹۴: ۲۳)، هویت اجتماعی (خواججه نوری و پرنیان، ۱۳۹۴: ۶۵)، از خودبیگانگی (خواججه نوری، پرنیان، و همت، ۱۳۹۳)، توسعه شهری (زالی و اشرفی، ۱۳۹۲: ۱)، کیفیت زندگی (توکل‌نیا و زاهد مهر، ۱۳۹۰: ۱۹)، اشتغال (قویدل و فلیحی، ۱۳۸۹: ۹۷)، عرفی‌شدن فردی (شجاعی‌زند، طالبان و صنعتی شرقی، ۱۳۸۹: ۱۳۳)، هویت‌های قومی و ملی (رحمت‌اللهی، ۱۳۸۶: ۹۱) تأثیر گذاشته است.

ایران تاریخ پرفراز و نشیبی را پشت سر گذاشته است و در نتیجه آن یک ساختار هویتی پیچیده با عناصر ایرانی، اسلامی و مدرن شکل گرفته است. این ساختار هویتی هنگامی که با تنوع اقلیمی و فرهنگی آمیخته می‌شود، حفظ یک هویت ملی واحد و منسجم را دچار چالش می‌سازد.

هویت رکن مهم شکل‌گیری شخصیت و رفتار انسان و یکی از مهم‌ترین منابع شناخت بشری است (میرزایی و نظری، ۱۳۹۳: ۱۱۳؛ حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۹۳؛ بذرافشان و رفیعی کته تلخ، ۱۳۹۲: ۱). هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای تعریف‌شده سیاسی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷). حفظ و بازتولید هویت ملی از مهم‌ترین وظایف هر حکومتی به شمار می‌آید (زاهد، ۱۳۸۴: ۱۲۹). فرهنگ، حقیقتی زنده و زاینده است که مدام در حال تطور است و تبدلات فرهنگی نیز موجب شده است تا مرزهای فرهنگی و اجتماعی جوامع شکسته شوند (قهرمان‌پور، ۱۳۸۶: ۶۵). دنیای امروز دنیایی فرار است که آهنگ تحولات اجتماعی در آن سریع‌تر از جامعه ماقبل نوین است و با ادغام در فرآیند جهانی، فرآیند شناخت فرهنگ سیاسی پیچیده‌تر نیز شده است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۵-۳۱؛ گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۳) و تغییرات ساختاری عمیقی را در مقیاس اجتماعی همراه داشته است (هلد و مک‌گرو، ۲۰۰۷: ۱۸). این درجه بالای شتاب فرهنگی- اجتماعی، احساس تعلق را آسیب‌پذیر می‌سازد و هویت ملی را دگرگون می‌کند (جعفرزاده‌پور، ۱۳۸۹: ۳۲ و حسینی و درویزه، ۱۳۹۱: ۴). فرهنگ ایرانی نیز از این روند مبرا نیست (بذرافشان و رفیعی کته تلخ، ۱۳۹۲: ۱). هویت در احساس مسئولیت نسبت به سرزمین نقش اساسی دارد و برای حفظ و تقویت هویت ملی، داشتن برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه‌مدت حائز اهمیت است. (هاشمی و قربانعلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۴۹-۷۲) و در صورت نادیده گرفتن مسائل یادشده، هر کشوری در معرض بحران هویت قرار خواهد گرفت (معیدفر و شهلای‌بر، ۱۳۸۶: ۵۸-۵۶). البته از آنجا که هویت‌ها به دلیل فرایندی بودن دائم بازتعریف و بازتولید می‌شوند (نوبدینیا، ۱۳۸۵: ۱۳۳)، مطالعه هویت فرهنگی کار آسانی نیست (فراستخواه، ۱۳۹۴: ۳-۳۹) با این وجود، پیش از برنامه‌ریزی برای تقویت هویت ملی، به این دلیل مطالعه خلیقات مردم در ادوار تاریخی با روش‌های علمی دقیق، اهمیت دارد (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۴۳)

با ورود ارزش‌های غربی، ایران با سه الگوی هویت فرهنگی ایرانی مواجه شده است و استراتژی روشنفکران ایرانی، شکل دادن به یک هویت ترکیبی بوده است (بروجردی، ۱۳۷۹: ۳۱۷). اولین هویت، مربوط به دوران قاجار است که مشخصه اصلی آن تجویز عده‌ای از روشنفکران مبنی بر این است که باید از فرق سر تا نوک پا غربی شد. در دومین دوره رژیم پهلوی بر احیای هویت ملی ایرانی در معنای باستان‌شناسانه آن تأکید می‌کند و درنهایت با پیروزی انقلاب اسلامی،

محوریت اسلام مبنای هویت فرهنگی می‌شود (کچویان، ۱۳۸۴: ۷۹-۱۹۳). بعد از انقلاب نیز ایرانی‌بودن هیچ‌گاه از سوی نظام جمهوری اسلامی نفی نشد (افتخاری، اسدی و نزهت، ۱۳۹۳: ۱۹). مطالعه پیش‌رو، این پرسش را مدنظر دارد که از نظر مردم و صاحب‌نظران، چه کسی یک ایرانی است و ایرانیان چه تغییراتی را در هویت خود تجربه کرده‌اند. پس دو مسیر، برای دستیابی به شناختی مناسب از هویت شایع ایرانی پیش‌بینی شده است. ابتدا تغییراتی که از سال ۱۳۴۵ تا ۱۳۹۷ برای هویت فرهنگی ایرانی رخ داده است از دید صاحب‌نظران گزارش می‌شود. صاحب‌نظران مهم هستند چراکه کمتر تحت تأثیر رسانه‌ها قرار دارند و بنا به بحث‌های هویتی ایشان علمی‌تر است (بروجردی علوی و صدیق، ۱۳۹۶: ۸۸) و به این پرسش پاسخ داده می‌شود که آیا هویت فرهنگی ایرانی امری ثابت است یا سیال؟ و آیا خلیقات ایرانی دستخوش تغییر قرار گرفته است؟ برای پاسخ به این پرسش در دنیای مدرنی که هویت‌ها به دلیل فرایندی‌بودن دائم بازتعریف و بازتولید می‌شوند (نویدنیان، ۱۳۸۵: ۱۳۳) و منابع هویت‌ساز دگرگون شده‌اند (اکبری، ۱۳۹۶: ۱-۲۲) نظرات مردم بررسی می‌شود. تالارهای گفتگو مکانی مناسب برای اظهار نظر مردمی است که بدون آن که یکدیگر را بشناسند با هم در ارتباط هستند (باقری دولت‌آبادی و زارعیان جهرمی، ۱۳۹۲: ۱-۲۲).

پیشینه تجربی

در حوزه هویت و هویت فرهنگی مطالعاتی انجام گرفته است. از آنجا که بحث این مقاله تغییرات هویت فرهنگی است، مطالعات موجود، به دو صورت دسته‌بندی شده‌اند:

الف. پژوهش‌هایی که نشان می‌دهند هویت امری ثابت یا سیال است و تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند جهانی‌شدن قابل تغییر است.

ب. پژوهش‌هایی که به هویت فرهنگی ایرانی و خلیقات ایرانیان اشاره کرده‌اند. به دلیل گستردگی مطالعات و به منظور پرهیز از پراکندگی، نمونه‌های نزدیک‌تر به مطالعه حاضر انتخاب شده و در جدول یک خلاصه شده است.

هویت ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم

جدول ۱. خلاصه پیشینه تجربی پژوهش

نویسنده	سال	دسته	یافته‌های کلیدی
آزاد ارمکی	۱۳۸۶	الف	جهانی‌شدن را موجب تغییر در هویت ایرانی است.
حاجیانی	۱۳۸۸	ب	ایرانیان دارای صفاتی چون روحیه تساهل دینی، بیگانه‌نازی و بیگانه‌پذیری هستند.
گل محمدی	۱۳۸۹	الف	فرهنگ تحت تأثیر عوامل مختلف تغییرپذیر است.
کریمی و بلباسی	۱۳۹۵	ب	سند چشم‌انداز بیست‌ساله هویت فرهنگی ایرانی را با هشت مؤلفه تعریف می‌کند: «عزم ملی، مقتضیات فرهنگی، مقتضیات جغرافیایی، مقتضیات تاریخی، ارزش‌های ملی، تولید ملی، امن و مستقل و مقتدر و شکوفایی ایران و مفتخر به ایرانی‌بودن».
افتخاری، اسدی، نزهت	۱۳۹۳	الف	مقام معظم رهبری هویت‌های مختلف را مادامی که منجر به اختلال در وحدت ملی نشوند به رسمیت می‌شناسند.
میرزایی و نظری	۱۳۹۳	الف	نظام ارزشی با هویت فرهنگی رابطه دارد.
هاشمی و قربانعلی‌زاده	۱۳۹۳	الف	آموزش در انتقال هویت رسمی مؤثر است.
حیدری	۱۳۹۳	الف	هویت حاصل تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ‌های ایرانی است.
سمیعی اصفهانی، رشیدی زاده و رشیدی زاده	۱۳۹۳	الف	جنگ تحمیلی هشت‌ساله هویت ملی را تقویت کرد.
شهرام نیا، مهربانی کوشکی	۱۳۹۳	الف- ب	لزوم توجه به تقویت روحیه تساهل و مدارای اجتماعی به‌نجوی که فارغ از دل‌بستگی‌های قومی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی باشد.
فرستخواه	۱۳۹۴	الف	می‌توان با آموزش خلیقات را بهبود بخشید.
خرمشاد و کلاتر	۱۳۹۶	الف	هویت‌های دیگر نیز تا حدی موردقبول است که در تضاد با هویت مرجع قرار نگیرد.
غلامی و علیزاده	۱۳۹۶	الف	باید به‌دوراز رویکرد متعصبانه در تقویت غرور ملی مثبت کوشش کرد؛ تا از این طریق شهروندان جامعه به مشارکت، همبستگی و ازخودگذشتگی ملی نزدیک‌تر شوند.
اکبری	۱۳۹۶	الف- ب	هویت ایرانی آمیخته‌ای است از هویت ملی باستانی، هویت دینی اسلامی و عناصری از هویت غربی.
دیلمقانی و قاسمی ترکی	۱۳۹۶	الف- ب	بررسی تطور تاریخی هویت ملی در ایران از زمان مشروطه نشان‌دهنده مطرح‌شدن الگوهای هویتی غرب‌گرایانه و باستان‌گرایانه است.
بهشتی و حقمردادی	۱۳۹۶	الف	احساس نابرابری، تعلق به هویت ملی را در اقوام کاهش می‌دهد.
بروجردی علوی و صدیق	۱۳۹۶	الف	تحقیقات انجام‌شده در یک قالب با یک چهارچوب نظری هویتی معمولاً نتایج یکسان می‌دهد. نخبان کمتر تحت تأثیر رسانه‌ها قرار دارند و بحث‌های هویتی ایشان علمی است.
فرستخواه	۱۳۹۴	الف	می‌توان با آموزش، خلیقات مردم را بهبود بخشید.
فرزید و دیگران	۱۳۹۷	الف	هویت ایرانی در بین ایرانیان از شدت بالایی برخوردار است.

مطالعات پیشین توضیح می‌دهند که نظام ارزشی جامعه با هویت فرهنگی افراد آن جامعه ارتباط دارد. دیگر اینکه از طریق آموزش می‌توان بر تغییر هویت فرهنگی تأثیر گذاشت. فرهنگ از عوامل مختلف از جمله جهانی‌شدن و جنگ تحمیلی هشت‌ساله تأثیر پذیرفته است. یکی از اسناد بالادستی که بر هویت فرهنگی اشاره دارد، سند چشم‌انداز بیست‌ساله است که از ایرانیان انتظار دارد به ایرانی‌بودن خود افتخار کنند.

همچنین این پژوهش‌ها بیانگر این نکته است که هویت حاصل تعامل و کنش همه اقوام و فرهنگ‌های ایرانی است و احساس نابرابری، تعلق به هویت ملی را در اقوام کاهش می‌دهد. در بعضی از این پژوهش‌ها تأکید شده که مقام رهبری جمهوری اسلامی هویت‌های مختلف را مادامی که منجر به اختلال در وحدت ملی نشوند به رسمیت می‌شناسند (گوهری و لطیفی، ۱۹:۱۳۹۶). پژوهشگران نشان داده‌اند ایرانیان دارای صفاتی چون روحیه تساهل دینی، بیگانه‌نوازی و بیگانه‌پذیری هستند و هویت فرهنگی ایرانی امروز آمیخته‌ای از هویت باستانی، هویت دینی اسلامی و هویت غربی است.

متفکرین هویت را در معنای کیستی ایرانی می‌دانند که در برابر غیر معنا پیدا می‌کند. برخی مانند عبدالکریم سروش، فرهنگ رجایی و جواد طباطبایی هویت فرهنگی ایرانی را دارای بحران می‌دانند و برخی دیگر مانند افروغ و کچویان این مطلب را نمی‌پذیرند (نجفی، ۱۳۹۱). برخی افراد اصلی‌ترین مؤلفه هویت فرهنگی ایرانی را دین دانسته‌اند که در تمام حیات اجتماعی ایرانی حضور دارد. در مقابل این گروه طباطبایی بر هویت متأثر از غرب و افرادی مانند سروش بر هویت متکثر و چندگانه ایرانی تأکید دارند که مؤلفه‌های آن هیچ ارجحیتی بر یکدیگر ندارند. در نهایت کسانی هم غرب را نه در مقابل دین بلکه در کنار هم تحلیل می‌کنند (نجفی، ۱۳۹۱: ۶). مطالعه آینده‌شناسانه‌ای مبنی بر تحلیل روند تغییرات هویت فرهنگی ایرانی تا سال ۱۴۲۵ اشاره دارد که احتمالاً هویت فرهنگی ایرانی در طول سه دهه آتی (۱۳۹۵-۱۴۲۵) با سناریوهای زیر مواجه خواهد شد:

۱. گسترش همگرایی هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی و افزایش تقابل با روندهای خارجی؛
۲. گسترش همگرایی هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی و پذیرش مشروط همراه با رویکردی نقاد نسبت به گسترش روندهای خارجی؛
۳. استحاله هویت فرهنگی ایرانی ناشی از تجددگرایی و رویکرد نامتعادل به روندهای داخلی و گسترش روندهای خارجی؛
۴. کثرت‌گرایی قومی در هویت فرهنگی ایرانی که ناشی از وضعیت روندهای نامطلوب داخلی و گسترش روندهای خارجی است (رشیدی گمین، ۱۳۹۶: ۳).

۲. مبانی نظری

در خصوص شکل‌گیری هویت دو دیدگاه وجود دارد: نظریه پردازان سنتی تأکید دارند هویت امری ثابت و برآمده از فطرت است. اما گروهی نیز هویت را امری سیال می‌دانند که می‌توان آنها را به هم پیوند داد و ناسازگاری میان آنها را پر کرد (سروش، ۱۳۷۱: ۷۱). هویت، چیزی نیست که به‌طور همیشگی و ثابت، به کسی داده شده باشد (ملوچی، ۱۹۹۶: ۸۹). هویت کنشگران را نمی‌توان یک ویژگی ثابت فرض کرد (اسمیت، ۱۹۸۶: ۱۱-۱۴). اما نظراتی هویت را امری ثابت می‌داند (کچویان، ۱۳۸۴: ۷۹-۱۹۳) که شئون مختلف پیدا می‌کند (حجت، ۱۳۸۴: ۵۷). اما

این امکان هم وجود دارد که هویت امری طبیعی و ثابت نباشد بلکه پدیداری باشد که ریشه در تجربه‌های مشترک و خاطرات جمعی مردم دارد (اشرف، ۱۳۹۵: ۱۲-۴۲)

همان‌طور که هویت در سطح فردی به‌طور مداوم ایجاد می‌شود و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱)، هویت ملی نیز بازتولید دائمی ارزش‌ها است (اسمیت، ۱۹۸۶: ۱۱-۱۴). هویت پس از شکل‌گرفتن گاه تغییر می‌کند و گاه در نتیجه روابط اجتماعی از نو شکل می‌گیرد. این فرآیندهای اجتماعی که هم در تشکیل هویت و هم در حفظ آن مؤثر هستند، معمولاً برحسب ساختار اجتماعی تعیین پیدا می‌کند و به‌علاوه، انسان اغلب به هویتی علاقه‌مند است که توسط دیگران تأیید می‌شود (برگر و لوکمان، ۱۳۷۵: ۲۴۰). هویت فرهنگی حس تعلق به یک گروه است. این احساس بخشی از خودآگاهی و درک شخصی شخص و مربوط به تابعیت، قومیت، دین، طبقه اجتماعی، یا هر گروه اجتماعی دارای فرهنگ متمایز خود است. هویت فرهنگی هم فرد و هم گروه افرادی را که هویت فرهنگی یکسان دارند مشخص می‌کند (موها، ۲۰۰۵: ۱۹-۲۳). هویت فرهنگی از دید فوکویاما تحت تأثیر جهانی شدن است. جهانی شدن سکه دورویی است که اگرچه یک روی آن تأکید بر عناصر فرهنگ مشترک بشری تحت عنوان مذهب، انسانیت و بشریت است، اما روی دیگر آن، ناهمگنی، تنوع، کثرت‌گرایی و به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی در جهان بوده و می‌تواند بر تغییرات هویتی تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد (سینایی و ابراهیم آبادی، ۱۳۸۴: ۱۱۰). دیدگاه گروه دوم با روند اجرای این پژوهش هماهنگ تر است.

۳. روش‌شناسی

این مقاله با رویکرد کیفی در دو بخش تدوین و در نهایت نظرات مردم و صاحب‌نظران مقایسه می‌شود:

ابتدا هویت فرهنگی را از دیدگاه صاحب‌نظران بررسی می‌کند. شرط ورود آثار صاحب‌نظران این بود که اخلاق و رفتار ایرانی را محور بحث خود قرار داده باشند و به تغییرات ناشی از تأثیر جهانی شدن و گذشت زمان بر هویت فرهنگی مردم توجه داشته باشند. روش پژوهش کیفی مبتنی بر تحلیل اسنادی است. راهبرد به‌کاررفته، تکنیک تحلیل محتواست. منابع این مطالعه مردم عادی و نخبگان هستند. نخبگان علمی یا همان صاحب‌نظران از گروه‌های مختلف انتخاب شدند. نظر نخبگان به عنوان افراد مطلع از دست‌نوشته‌های ایشان انتخاب شد و نظر مردم عادی از بررسی صفحات مجازی به دست آمد. شیوه بررسی در هر دو مورد تکنیک تحلیل محتوای قراردادی، ضمنی و آشکار است. مطالعه از نظر دوره زمانی، مقطعی و از نظر هدف و نتیجه، کاربردی است. جامعه آماری اسناد و روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است. حجم نمونه بیش از ۲۵۰ صفحه متن در فضای مجازی و آثار مکتوب پرمخاطب صاحب‌نظرانی نظیر محمدعلی جمال‌زاده (۱۳۴۵)،

علی محمد ایزدی (۱۳۸۲)، صادق زیباکلام (۱۳۹۲)، محمدرضا جوادی یگانه (۱۳۹۴)، محمود سریع‌القلم (۱۳۹۴)، در زمینه هویت فرهنگی ایرانی (۱۳۴۵-۱۳۹۷) است.

هدف این پژوهش، ضمن ارائه تصویری از هویت و شخصیت ملی ایرانیان، شناخت تفاوت‌های نگرش مردم و صاحب‌نظران و بررسی تغییرات ناشی از جهانی‌شدن در فرهنگ سیاسی ایرانیان است. در این بخش، از راهبرد پژوهشی تحلیل محتوا استفاده شده است. در تحقیقات کیفی قبل از انجام تحقیق برای تعیین تعداد نمونه اقدامی صورت نمی‌گیرد، بلکه تعداد نمونه‌ها باید در حدی باشد که به تبیین و شناخت مسئله موردنظر کمک کند و به اشباع یا اقناع اطلاعاتی منجر شود بطوری که با افزایش تعداد نمونه‌ها داده‌های جدیدی حاصل نگردد.

راهبرد تحلیل داده‌ها، تکرار مداوم است. به این ترتیب که با استفاده از روش اشتراوس و کوربین، ابتدا داده‌ها از منابع موجود استخراج شد و به‌طور هم‌زمان تحلیل محتوا صورت گرفت. این امر تا جایی ادامه یافت که طبقه جدیدی از داده‌ها به دست نیامد و اشباع نظری حاصل شد. بر همین مبنا، ارتباط بین مقولات فرعی و اصلی مشخص و داده‌ها با مراجعه مکرر به تفاسیر، تحلیل شد. از طریق تکرار مراجعات به تفاسیر و داده‌ها تلاش شد تا از هر نوع جهت‌گیری جانبدارانه پرهیز شود. در بخش اول تحلیل محتوا کدگذاری اولیه صورت گرفت. در مرحله بعد از این نوع کدگذاری می‌بایست کدگذاری ثانویه انجام گیرد که به علت تعداد زیاد کدهای اولیه موجود در قالب طبقات یا همان کدهای ثانویه به یک کد مفهومی تبدیل شدند. درباره اسامی شرکت‌کنندگان، یا همان طور که خودشان خواسته‌اند اسامی مستعار ایشان ذکر شده است. یا به علت بی‌نام بودن ایشان نویسنده برای آنها یک نام دیگر در نظر گرفته شد.

ع. یافته‌ها

۴.۱. خلیقات ایرانیان از دید صاحب‌نظران

در این قسمت به تشریح خلیقات ایرانیان از دید صاحب‌نظران تاریخی، سیاسی و جامعه‌شناسی کشور پرداخته می‌شود. در ذیل خلاصه‌ای از دیدگاه جوادی یگانه (۱۳۹۴)، سریع‌القلم (۱۳۹۴)، زیباکلام (۱۳۹۲)، ایزدی (۱۳۸۲) و جمال‌زاده (۱۳۴۵) آورده شده است: (با یادآوری این نکته که به منظور برانگیخته‌نشدن احساس و ذهنیت خواننده برای قضاوت درباره نظر هریک از صاحب‌نظران، دریافت ایشان بدون مشخص کردن نام هریک از صاحب‌نظران نقل شده است):

از دید صاحب‌نظران ابتدا باید دید هویت ما چه ویژگی‌هایی دارد و چگونه تعریف می‌شود. اگر بخواهیم امروز به یک کشور خارجی سفر کنیم در مواجهه با بحث ملیت می‌نویسیم «ایرانی»، اما اگر به ۱۵۰ سال پیش برگردیم و کسی می‌خواست چنین فرمی را پر کند و سؤال از ملیت ما می‌شد، وقتی از ایرانی‌ها این سؤال پرسیده می‌شد، چند نفر از آنها می‌گفتند که من ایرانی هستم؟ اصلاً وقتی می‌خواستند چنین فرمی را پر کنند چنین سؤالی را متوجه نمی‌شدند. چنین اشخاصی

شاید در مقابل این سؤال می‌نوشتند «کردیت»، «قشقائیت» و... و من مطمئن نیستم که اگر بعد از حمله اعراب و همچنین زمان صفویه به ما می‌گفتند ملیت شما چیست، ما چه پاسخی می‌دادیم. و اگر چه تصویری که از ما گاه ارائه می‌شود، فوق‌العاده تصویری منفی است اما ما مثل دیگران هستیم. خلیقات ایرانی، در طول تاریخ، از زمانی برای ما به یک «مسئله» تبدیل و به تعبیر فرنگی‌ها پرابلماتیک شد که خویش‌کاوی کردیم. شاید نخستین نقطه‌هایی که ایرانیان در پی آن شدند بینند این بود که چرا این‌گونه شدیم، ژوبر، جهانگرد فرانسوی و سفیر ناپلئون بناپارت در عثمانی و ایران اشاره دارد یک‌بار در گفت‌وگو با عباس‌میرزا برای پیروزی‌هایی که در ایروان به دست آورده بود، به او تبریک گفتیم. عباس‌میرزا اما گفت من که خودم می‌دانم ماجرا از چه قرار است، تلاش‌های من در برابر روس‌ها مانند امواج دریاست که به صخره می‌خورند. وی همان‌جا مسئله‌ای را می‌پرسد که امروزه به‌عنوان مسئله «عباس‌میرزایی عقب‌ماندگی» می‌شناسیم؛ می‌پرسد: "ای بیگانه به من بگو چه کنم؟" شاهزاده قاجار با اشاره به پطرکبیر امپراتور روسیه می‌گوید، آیا من هم مانند آن مسکوی که به مملکت شما آمد و کارگری کرد، آنجا بیایم؟ چه کنم؟ مسئله چیست؟ برای مسئله‌ای که عباس‌میرزا اشاره می‌کند، مصلحان ایرانی در چند دهه بعد راه‌حلی‌هایی دیگر دیدند. حلقه عباس‌میرزا، یعنی قائم‌مقام فراهانی، امیرکبیر، خود ناصرالدین‌شاه و میرزا حسین‌خان سپه‌سالار، در پی چیزی رفتند که غرب‌گرایی نام گرفته است. آنان راه را در این دیدند که نهادهای فرنگی را به ایران آورند. ما از آن‌پس به دوره‌ای دیگر وارد شدیم و راه‌هایی را دنبال کردیم که رادیکال بودند؛ بدین ترتیب که راه‌حل را در تغییر نظام سیاسی دیدیم. ایرانیان بر آن شدند با دستیابی به عدالت‌خانه و مشروطیت، فضا را دگرگون کنند. مشروطیت به دست آمد اما ناقص ماند و ما با مشروطه هم به‌جایی نرسیدیم. آن خودکاوی به اینجا رسید که برسیم شاید علت‌العلل عقب‌ماندگی ما غرب نیست، شاید هم استبداد نیست، شاید خودمانیم. این تازه نقطه عزیمت ماست.

پس مسئله اصلی خلیقات ما، گروه‌های دوستی، خانوادگی و مذهبی نیست. مسئله آنجاست که پای نفع به میان می‌آید. همان‌جا که من و شما به‌عنوان شهروند با هم روبه‌رو می‌شویم. همین شهروند اگر همسایه، آشنا، فامیل و همشهری بشود، مشکل کاهش می‌یابد و مسئله حل می‌شود. این «هم‌ها» و «هموند»‌ها وقتی غریبه می‌شوند، مشکل است. پیدایش این وضعیت و مشکل، به علت‌هایی گوناگون بازمی‌گردد که باید به تفصیل برسد اما اگر بر آن باشیم به حوزه راه‌حل وارد شویم پس یک‌راه فوری آن «تغییر موقعیت» است. این‌که همواره بگوییم ایرانیان بد هستند، غلط است؛ باید به این برسیم که ما هم بدیم و باید اصلاح شویم. با تغییر ساختار و موقعیت، بسیاری از مسائل را در حوزه خلیقات عمومی و روزمره افراد جامعه می‌توانیم دگرگون کنیم. اینان که نوشته‌اند و خلیقات منفی جامعه ایرانی را درگذر روزگاران پی‌درپی، چنین بد دیده‌اند آیا راه هم

نشان داده‌اند. علاوه بر آگاهی‌داشتن، تصمیم‌گرفتن و تکان‌خوردن هم لازم است؛ صرف توجه به گذشته و تصور آینده کافی نیست.

تعاریف متفاوتی از هویت فرهنگی ایرانی وجود دارد. گاه گفته می‌شود هویت ما به‌عنوان ایران و ایرانی در مقابل هویت‌های دیگر تعریف می‌شود؛ هویت فرهنگی ایرانی بعد از حمله اعراب به ایران به وجود آمده است. هویت فرهنگی ایرانی و شیعی ما است که مورد توجه است و آن از زمان صفویه به وجود آمده است؛ هویت ما از زمانی که مدرنیته در قرن نوزدهم به وجود آمد شکل گرفته است. باید شعور را به کار بست، باید اندیشید، نسبت به آن چه به ما نسبت می‌دهند و به جای انکار، تهازل و تلافی تعقل ورزید. و با پیروی کردن از دستورات خدای متعال در قرآن بر انسانیت خویش افزود و هویت فرهنگی ایرانی را به سمت شکل گرفتن انسان عالی بهبود بخشید.

نکات اصلی مد نظر صاحب‌نظران:

تعریف ملیت: تقابل ما و دیگران
مسئله عقب‌ماندگی: غرب‌گرایی... عدالت‌خانه و مشروطیت.
علت‌العلل عقب‌ماندگی ما چیست؟ خلیات ما
چرا خلیات ما مسئله‌دار هستند؟ نفع ما ایجاب می‌کند.

دو راه‌حل:

تغییر موقعیت: ایرانی نباشیم و ایرانیان بد هستند.
به کار بستن اندیشه: تصمیم‌گرفتن متحول کردن هویت فرهنگی ایرانی با پیروی کردن از دستورات خدای متعال در قرآن و حرکت به سمت شکل گرفتن انسان عالی.

شکل ۱. نکات صاحب‌نظران درباره هویت فرهنگی ایرانی

در این بخش با توجه به دیدگاه‌های صاحب‌نظران صفات پسندیده و ناپسند ایرانیان را ذکر نموده و در مرحله بعد با نظر مردم مقایسه می‌کنیم:

❖ صفات پسندیده ایرانیان

جدول ۲. صفات پسندیده ایرانیان

نویسنده صفات	جمال‌زاده (۱۳۴۵)	ایزدی (۱۳۸۲)	زیباکلام (۱۳۹۲)	سریع‌القلم (۱۳۹۴)	جوادی‌یگانه (۱۳۹۴)	درصد اشتراک مفهومی	
						سلبی	ایجابی
بااستعداد	*					۸۰	۲۰
باعاطفه	*	*				۶۰	۴۰
سریع‌الانتقال	*					۸۰	۲۰
خوشمزه	*					۸۰	۲۰
خوش‌صحبت	*					۸۰	۲۰
مبادی‌آداب	*	*	*			۴۰	۶۰
آبرومند	*	*				۶۰	۴۰
طبع شاعرانه	*					۸۰	۲۰
علم‌خواه و متمدن	*	*			*	۴۰	۶۰
مدنی	*					۸۰	۲۰
حاضر جواب	*					۸۰	۲۰
خوش‌سلیقه	*					۸۰	۲۰
مهمان‌نواز	*	*				۸۰	۲۰
بالیاقبت	*					۸۰	۲۰
قانع	*					۸۰	۲۰
خوش‌مشرب	*					۸۰	۲۰
باذوق	*					۸۰	۲۰
بلندنظر	*					۸۰	۲۰
دست‌ودل‌باز	*					۸۰	۲۰
بیزاری از دروغ	*					۸۰	۲۰
نجیب			*			۸۰	۲۰
باعزت نفس و سربلند		*	*			۶۰	۴۰
شجاع			*			۸۰	۲۰
بیزار از تنبلی					*	۸۰	۲۰

صفات سلبی آن دسته صفات پسندیده‌ای هستند که از دید صاحب‌نظران مورد مطالعه، ایرانیان واجد آن صفات نیستند. صفات ایجابی آن دسته از صفات پسندیده‌ای هستند که از دیدگاه این صاحب‌نظران، می‌توان ایرانیان را واجد آن صفات دانست. یافته‌ها نشان می‌دهد از طرف صاحب‌نظران، بیشتر صفات ناپسند ایرانیان مطرح‌شده‌است و کمتر صفات مثبت مورد توجه قرار

گرفته است. حتی صفاتی مانند سازگاری تحت عنوان "بوقلمون‌صفتی" یا صفتی مانند اهمیت دادن به اصل و نسب تحت عنوان "فرهنگ عشیره" ذکر شده است. ایرانیان از دید بیشتر صاحب‌نظران (۶۰ درصد) "عامل به مبادی آداب" و "علم‌دوست و متمدن" هستند. از دید صاحب‌نظران می‌توان پذیرفت که ایرانیان "عزت نفس" دارند، باعاطفه هستند و "حفظ آبرو" برای آنها مهم است (۴۰ درصد اشتراک مفهومی ایجابی). اما صاحب‌نظران منتخب در مورد بیشتر صفات پسندیده ذکر شده برای هویت فرهنگی ایرانی مانند بااستعداد بودن، سریع‌الانتقال بودن، خوشمزّه، خوش‌صحبت، حاضر جواب، خوش‌سلیقه و مهمان‌نواز بودن، طبع شاعرانه داشتن، مدنی‌الطبع بودن، خوش‌مشرب، باذوق، بلندنظر و دست‌ودل باز بودن، بالیاقت، قانع، نجیب و شجاع بودن و اینکه ایرانی‌ها از دروغ‌گویی و کاهلی بیزار هستند؛ توافق ندارند و در این موارد اختلاف‌نظر وجود دارد.

❖ صفات ناپسند ایرانیان

صاحب‌نظران برخی صفات ناپسند را به ایرانیان نسبت داده‌اند. منظور از سلبی و ایجابی این است که اگر صاحب‌نظر مربوط به این صفت اشاره کرده باشد یعنی ایرانیان را واجد این صفت منفی می‌داند و اگر صاحب‌نظر یک صفت را در زمره صفات ایرانیان تلقی نکند، صفت سلبی یا به عبارتی صفت سلب شده از ایرانیان است. پس مجموع این صفات را می‌توان در گروه‌های ذیل جای داد:

- صفاتی که درباره آن کاملاً توافق است: فردگرایی؛
- صفاتی که درباره آن توافق زیاد است (۸۰ درصد اشتراک مفهومی ایجابی): ریاکاری، بوقلمون‌صفتی، فرهنگ عشیره‌ای؛
- صفاتی که درباره آن توافق کم است (۶۰ درصد اشتراک مفهومی ایجابی): تکبر، دروغ‌گویی، بدگویی و ضعف خودشناسی؛
- صفاتی که در باره آن توافق خیلی کم است (۴۰ تا ۶۰ درصد اشتراک مفهومی ایجابی): حسادت، رفتار مستبدانه، مخفی‌کاری، بی‌تعهدی، حرص، بدگویی، پرگویی، محتاط‌بودن، بی‌تدبیری، ترس‌بودن، بدون عزت‌نفس بودن، منزوی بودن، معتاد به تریاک، نصیحت‌گویی، نصیحت و نقد ناپذیری، تقدیرگرایی، قضاوت بی‌اندیشه، تنبلی، ضعف خودشناسی، غیرقابل پیش‌بینی و بی‌نظم بودن.
- صفاتی که اصلاً توافق نیست (کمتر از ۲۰ درصد اشتراک مفهومی ایجابی): عیش بی‌حد با زنان، دم‌غنیمتی، بی‌ادبی، امانت‌خواری، واسطه‌گری سیاسی، بی‌اعتمادی، معتاد به تریاک، قضاوت بی‌اندیشه، بی‌تفاوتی، فضول و عجول بودن.

هویت ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم

جدول ۳. صفات ناپسند ایرانیان

درصد اشتراک مفهومی		جوادی یگانه (۱۳۹۴)	سریع القلم (۱۳۹۴)	زیباکلام (۱۳۹۲)	ایزدی (۱۳۸۲)	جمال‌زاده (۱۳۴۵)	نویسنده صفات
سلبی	ایجابی						
۶۰	۴۰	*				*	حسادت
۶۰	۴۰	*				*	رفتار مستبدانه
۸۰	۲۰					*	عیش بی‌حد با زنان
۲۰	۸۰	*	*		*	*	ریاکاری
۸۰	۲۰					*	دم‌غنیمتی
۸۰	۲۰					*	بی‌ادبی
۶۰	۴۰				*	*	مخفی‌کاری
۲۰	۸۰	*	*		*	*	بوقلمون‌صفتی
۸۰	۲۰					*	امانت‌خوار
۶۰	۴۰				*	*	بی‌تعهد
۶۰	۴۰	*				*	حرص
۰	۱۰۰	*	*	*	*	*	فردگرایی
۴۰	۶۰	*			*	*	تکبر
۴۰	۶۰	*			*	*	دروغ‌گویی
۴۰	۶۰	*			*	*	بدگویی
۶۰	۴۰	*				*	پرگویی
۸۰	۲۰					*	دلالی سیاسی
۴۰	۴۰				*	*	محتاط
۸۰	۲۰					*	بی‌اعتماد
۶۰	۴۰	*				*	بی‌تدبیر
۶۰	۴۰				*	*	ترسو
۶۰	۴۰	*				*	بدون عزت‌نفس
۸۰	۲۰	*					منزوی
۸۰	۲۰					*	اهل تریاک
۸۰	۲۰			*			نصیحت‌گو
۸۰	۲۰			*			نصیحت، نقدناپذیر
۴۰	۶۰	*		*			تقدیرگرا
۲۰	۸۰	*		*	*	*	فرهنگ عشیره
۲۰	۸۰	*					قضاوت بی‌اندیشه
۴۰	۶۰	*		*			تنبلی
۴۰	۶۰	*		*		*	ضعف خودشناسی
۴۰	۶۰	*			*		غیرقابل پیش‌بینی
۴۰	۶۰	*			*		بی‌نظم
۲۰	۸۰				*		بی‌تفاوت
۸۰	۲۰				*		فضول
۸۰	۲۰				*		عجول

برخی وجود این صفات را تأیید کرده‌اند و برخی بر عدم وجود آن، صحه گذاشته‌اند. لذا از دید صاحب‌نظران، وجود دوگانگی در صفات ذیل تأیید می‌شود.

جدول ۴. دوگانه‌های صاحب‌نظران

حسادت دارند	باگذشت هستند
رفتار مستبدانه دارند	باعاطفه هستند
عیش بی‌حد با زنان دارند	نجیب هستند
دم را غنیمت دارند و بی‌تدبیر هستند	بلندنظر هستند
بی‌ادب هستند	مبادی‌آداب هستند
حرص می‌زنند	قانع هستند
دروغ‌گو هستند	از دروغ‌گویی بیزار هستند
سلحشوری سابق را ندارند	شجاع هستند
عزت‌نفس ندارند	سربلند هستند
منزوی هستند	خوش‌مشراب هستند
تنبل هستند	از تنبلی بیزار هستند
علم‌خواه هستند	علم‌گریز هستند

۴.۲. خلیقات ایرانیان از دید مردم

در یافته‌های به‌دست‌آمده از تالارهای گفتگو، به ویژگی‌هایی اشاره شده از جمله: **غیرقابل پیش‌بینی بودن**: غیرقابل پیش‌بینی بودن از صفاتی است که در گفتگوها اظهار و صفت ستودنی تلقی شده است، تلقی برخی این است که هر چه فردی غیرقابل پیش‌بینی تر باشد، موفق تر است. به عبارت دیگر غیرقابل پیش‌بینی بودن به عنوان یک صفت و استعداد نهفته تصویر شده که در لحظه، قابل استفاده می‌شود.

محمد: «بارزترین ویژگی ما ایرانیان غیرقابل پیش‌بینی بودن در همه لحظات است، طوری که حتی خودمان هم نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم چکار می‌خواهیم بکنیم یا چه هستیم. همیشه غافلگیرانه عمل می‌کنیم، به نظر من ایرانیان غیرقابل پیش‌بینی‌ترین و غافلگیرانه‌ترین مردمان جهان هستند».

سیروس هم تأیید می‌کند و توضیح می‌دهد که: «مثل طبیعت آن چهارفصل، غنی و پر پتانسیل، ساده اما بسیار پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی. محصول واقعی جغرافیا و تاریخ. جبر تاریخ و جغرافیا از ما ملتی باسیاست و کیاست درست کرده است. در مجموع جمع اعداد هستیم».

تعصب نسبت به عشیره و قبیله خود: این ویژگی به اعراب نسبت داده می‌شود اما در بین اقوام مختلف ایرانی و گروه‌های کاری نیز دیده می‌شود. قوم‌گرایی، همکاری با اعضای گروه خودی و عدم همکاری با اعضای دیگر گروه‌هاست. این ویژگی در نهایت به عدم انسجام در جامعه منتهی می‌شود. این صفت به‌طور معمول برآمده از احساس تمامیت‌خواهی است

بابک از کرج: «.. چند سال پیش رفته بودم اردبیل رفتم یه کلوچه بخرم فارسی حرف زدم گفت ۲۰۰۰ تومن؛ یه نفر کنارم اومد .. همونو خواست گفت ۵۰۰ تومن؛ یا رفته بودم ... تا فهمید بچه تهرانم دی‌وی‌دی خام رو ۴۰۰۰ تومن بهمون داد. بهتره به جای واژه مهمان‌نواز واژه دیگری رو جایگزین کنیم» بهرام در تأیید بابک می‌گوید: «همه جای ایران و کل اقوام ایران همینطوری هستن. یه جور نژاد پرستیه که رواج داره تو ایران».

منفعت‌طلبی و فردگرایی نتیجه‌ی تعصب و توجه صرف به نفع فردی و عدم جامعه‌پذیری مناسب افراد است. این صفت از احساس خطر نسبت به دیگران و بی‌اعتمادی ناشی می‌شود. فردگرایی در نهایت به واپس‌گرایی فرهنگی منتهی می‌شود.

رفیع می‌گوید: «آقا من جدیداً تو یه کارگاهی مشغول به کار شدم. اوایل خوب بود. همه‌ی همکارا کمک و راهنمایی می‌کردند و از اونجایی که من استعداد بسیار زیادی تو کارای فنی دارم به سرعت از همشون پیشی گرفتم، به طوری که شدم نورچشمی اوستامون و همینطور چپ و راست ازم تعریف می‌کنه الان دیگه همکارا چشم دیدنم رو ندارن. این مسئله شامل حال همه‌ی آدم‌ها میشه ربطی به این که اهل چه کشوری باشند نداره». ترانه می‌گوید: «ما به دلیل جبر فرهنگی که در طول تاریخ بر ما حکمرانی نموده، مردمی هستیم که در هنگام دلخوری از بزرگ‌ترها، قوی‌ترها و یا اصحاب حاکمیت، نظرمون را شفاف بیان نمی‌کنیم و سعی می‌کنیم با کنایه‌ها و اشارات غیرمستقیم منظورمون را بفهمانیم که اغلب درست برداشت نمی‌شود».

مهدی میل به حمایت از مظلوم را مطرح می‌کند: «ما ایرانی‌ها دوست داریم در مقابل قدرت واپسیم، قدرت هر کی می‌خواد باشه، ما در مقابل قدرت هستیم و این کار رو بدون تفکر و عقل انجام می‌دیم و اگر طرفی قوی باشه حتماً به نظر ما ناحق است».

در جدول ۴ به‌طور خلاصه به صفات ایرانی‌ها از دید دست‌نوشته‌های مردم در فضای مجازی اشاره می‌شود:

به‌طور کلی از دید مردم ایران و نخبگان، ایرانی فردگرا و فاقد روحیه‌ی کار جمعی است (صد درصد). مردم ایران، ایرانی را در وجه خوب آن با عاطفه، آبرومند و با عزت‌نفس و سربلند می‌دانند.

مسائل اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۱

جدول ۴. ایرانیان از دید ایرانیان

درصد اشتراک مفهومی صفت بین مردم و صاحب نظران	صفات پسندیده از نظر مردم	درصد اشتراک مفهومی صفت بین مردم و صاحب نظران	صفات ناپسند از نظر مردم
۴۰	باعاطفه	۴۰	حسادت
۲۰	سریع‌الانتقال	۴۰	رفتار مستبدانه
۴۰	آبرومند	۲۰	عیش بی حد با زنان
۲۰	بالیاقت	۸۰	ریاکاری
۲۰	بیزاری از دروغ	۸۰	بوقلمون‌صفتی
۲۰	نجیب	۴۰	حرص
۴۰	عزتمند	۱۰۰	فردگرایی
۲۰	شجاع	۶۰	تکبر
۲۰	بیزار از تنبلی	۶۰	دروغ‌گویی
۰	صبور	۶۰	بدگویی
۰	باگذشت	۴۰	پرگویی
		۴۰	محتاط
		۲۰	بی‌اعتماد
		۴۰	بی‌تدبیر
		۴۰	ترسو
		۴۰	بدون عزت‌نفس
		۲۰	منزوی
		۲۰	اهل تریاک
		۲۰	نصحیت گو
		۲۰	نصحیت، نقد ناپذیر
		۶۰	تقدیرگرا
		۸۰	فرهنگ عشیره‌ای
		۸۰	قضاوت بدون اندیشه
		۶۰	ضعف خودشناسی
		۰	علم‌گریزی

در مجموع بیش از ۶۰ درصد مردم با صاحب‌نظران در صفاتی مانند فردگرایی، ریاکاری، بوقلمون‌صفتی، فرهنگ عشیره‌ای و قضاوت بدون اندیشه، هم‌نظر هستند. از جمله صفاتی که هیچ‌یک از متفکران به آن اشاره نکرده‌اند اما از نظر مردم، ایرانی‌ها به آن مبتلا هستند می‌توان به علم‌گریزی، صبوری و باگذشت بودن مردم اشاره کرد. درباره صفات مثبت، مردم کمتر با متفکرین هم‌دیدگاه هستند.

هویت ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم

درصد اشتراک مفهومی در اکثر موارد به بالای پنجاه درصد نمی‌رسد مگر در سه صفت که مردم و صاحب‌نظران روی آن‌ها توافق دارند. هر دو گروه معتقدند برای ایرانیان عزت و آبرو مهم است و آنها انسان‌هایی باعاطفه هستند.

۴.۳. تغییرات فرهنگی ایرانیان

برای بررسی این قسمت، نویسندگان را به سه دوره تقسیم کردیم: دوره اول پیش از انقلاب ۱۳۴۵-۱۳۵۶، دوره دوم ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۵ و دوره سوم ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۴ و آن را با نظر مردم ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ مقایسه کردیم تا دریابیم:

اول آنکه کدام یک از صفات پسندیده پیشین امروز از بین رفته‌اند؛ دوم آن که کدام صفت ناپسند در هویت ایرانی کم‌رنگ شده است و سوم آن که برای هویت ایرانی، چه صفات جدیدی تعریف می‌شود و مردم ایران با کدام یک از گزاره‌ها موافق هستند؟ در اینجا صفات را می‌توان در ده دسته از هم تفکیک کرد که این دسته‌ها، برای تحلیل به گروه‌های بزرگ‌تری قابل تقسیم هستند:

جدول ۵. تغییرات اخلاقی ایرانیان

صفات	مردم	دوره سوم	دوره دوم	دوره اول	
اول	۱	۱	۱	۱	فردگرایی، فرهنگ عشیره‌ای، بوقلمون صفتی، ریاکاری
دوم	۱	۰	۱	۱	تکبر، دروغ‌گویی، بدگویی، ترسو، محتاط، باعاطفه آبرومند
سوم	۰	۰	۱	۱	مبادی آداب، علم‌خواه و متمدن، مخفی کاری، بی‌تعهدی، مهمان‌نوازی
چهارم	۱	۱	۰	۱	ضعف خودشناسی
پنجم	۱	۰	۰	۱	عشرت طلبی، حسادت، رفتار مستبدانه، حرص، پرگویی، فقدان عزت نفس، بی‌تدبیر، بی‌اعتماد، سریع الانتقال، اهل تریاک، بالیافت، بیزاری از دروغ
ششم	۰	۰	۰	۱	دم‌غنیمتی، بی‌ادبی، امانت‌خوار، دلالی سیاسی، با استعداد، خوشمزه، خوش‌صحبت، طبع شاعرانه، مدنی، حاضر جواب، خوش‌سلیقه، قانع، خوش‌مشراب، باذوق، بلندنظر، دست‌ودل‌باز
هفتم	۰	۰	۱	۰	باعزت نفس، بی‌تفاوت، فضول، عجل، غیرقابل پیش‌بینی، بی‌نظم
هشتم	۰	۱	۰	۰	تنبلی
نهم	۱	۰	۰	۰	نصیحت‌گو، نصیحت‌ناپذیر، نقدناپذیر، نجیب، شجاع، صبور، باگذشت، علم‌گریز
دهم	۱	۱	۰	۰	تقدیرگرا، منزوی، بیزار از تنبلی، قضاوت‌بی‌اندیشه

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد ایرانی‌ها از نظر هویت تقدیرگراتر و منزوی‌تر از گذشته هستند. از تنبلی بیزار هستند و قضاوت بدون اندیشه را دوست ندارند.

مسائل اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۱

جدول ۶. شباهت نظر مردم با صاحب‌نظران دوره‌های مختلف

دوره	اشتراک	درصد	اختلاف	درصد	جمع	درصد
دوره اول	۶	۵۵	۵	۴۵	۱۱	۱۰۰
دوره دوم	۴	۳۶	۷	۶۴	۱۱	۱۰۰
دوره سوم	۶	۵۵	۵	۴۵	۱۱	۱۰۰

نظر مردم با نخبگان دوره دوم (۱۳۵۷ تا ۱۳۸۵)، هماهنگ‌تر است و در دوره بعد از انقلاب و بعد از جنگ، بین مردم و صاحب‌نظران درباره تعریف هویت ایرانی اختلاف نظر وجود دارد. مردم و صاحب‌نظران در دوره اول (۱۳۴۵-۱۳۵۶)، و دوران نزدیک به زمان حال (۱۳۸۶ تا ۱۳۹۴) هماهنگ‌تر هستند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با روش کیفی و تحلیل محتوای دیدگاه صاحب‌نظران و نظرات مردم تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که آیا هویت فرهنگ ایرانی نیز هویتی در حال تغییر است؟ از آنجا که خلیقات ایرانی از دوره اول تا دوره سوم و بنا به نظر مردم مؤلفه‌های متفاوتی را شامل می‌شود پس هویت ایرانی هویتی سیال و در حال تغییر است. همان‌طور که گیدنز نیز بر تغییر در هویت تأیید دارد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱). هیچ صفتی همیشگی نیست (ملوچی، ۱۹۹۶: ۸۹). این مطالعه با نتایج مطالعات دیگر نیز هم‌سو است (هاشمی و قربانعلی‌زاده، ۱۳۹۳: ۷۰؛ سمیعی اصفهانی، رشیدی‌زاده و رشیدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۷۹؛ شهرام‌نیا، مهربانی کوشکی، و پوررنجبر، ۱۳۹۳: ۱۳۸؛ و فراستخواه، ۱۳۹۴: ۳۶). این مطالعات نیز سیال بودن هویت فرهنگی ایرانی را تأیید می‌کنند و بر این باور هستند که عواملی چون جنگ، جهانی شدن و تطور تاریخی بر هویت تأثیر می‌گذارد همان‌طور که یافته‌های این پژوهش نشان داد تحولات اوایل انقلاب و جنگ و موضع‌گیری نسبت به آنها موجب تمایز میان نظرات مردم و صاحب‌نظران شده است. اما پرسش دوم: ایرانیان در پنجاه سال گذشته چه تغییراتی را در خلق و خوی خود تجربه کردند؟

نزدیک به ۴۰ درصد صفات ذکر شده هم مثبت و هم منفی و ناپسند هستند. در حقیقت چنین صفاتی محصول مطالعه علمی نیست و به تصور نویسنده از محیطی که در آن می‌زیسته بازمی‌گردد. در پاسخ به پرسش جوادی یگانه و امیر مبنی بر این که چه دلایلی باعث می‌شود جملات توهین‌آمیز و تحقیرکننده فراوان، را از قلم خودی و بیگانه بشنویم و آشفته نشویم که هیچ، تکرار کنیم و با تبختر بر سر هموطنان بکوبیم (جوادی یگانه و امیر، ۱۳۹۳: ۱۷) باید گفت نه تنها ما مردم خود را خوب نمی‌شناسیم بلکه صاحب‌نظران مانیز قضاوتی علمی در این باره نداشته‌اند. بحث دیگر این است که آیا هویت ثابت است یا سیال و متغیر؟ از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم ویژگی‌هایی وجود دارد که در طول زمان ثابت بوده‌اند و ویژگی‌هایی نیز مربوط به سال‌های

اخیر است. در هویت ایرانی، صفاتی مثبت و منفی مانند مبادی‌آداب بودن، علم‌خواه و متمدن بودن، مخفی‌کاری، بی‌تعهدی و مهمان‌نوازی در سال‌های اخیر کم‌رنگ‌تر شده است. این‌که ایرانیان متعهدتر و شفاف‌تر شده باشند اگرچه تحسین‌برانگیز است اما از دست رفتن ویژگی‌های مثبتی مانند مبادی‌آداب بودن، علم‌خواه و علم‌طلب بودن و مهمان‌نواز بودن، اگر ناشی از پدیده جهانی شدن باشد نیازمند بررسی بیشتر است. فرضیه‌ای که به نظر می‌رسد با توجه به تحقیقات انجام شده در زمینه تأثیر جهانی شدن بر سرمایه فرهنگی چندان بی‌اساس نباشد.

از طرفی دیگر برخی صفات مثبت مانند بیزار بودن از تنبلی؛ قدرگرایی، ترجیح تنهایی و انزوا و بدون اندیشه قضاوت کردن همچنان بین ایرانیان وجود دارد. افزون بر آن، ایرانیان امروز تنبلی را دوست ندارند. علاقه به تلاش و کوشش نه صرف دانش‌اندوختن بلکه می‌تواند در اثر پدیده‌های ساختاری مانند روند توسعه‌یافتگی، جهانی شدن و تغییرات فرهنگی در ایران به وجود آمده باشد. از بین چهار احتمال مطرح در مطالعه بر تحلیل روند تغییرات هویت فرهنگی ایرانی تا سال ۱۴۲۵ (که در پیشینه پژوهشی مطرح شد) سناریوی نخست مبنی بر «گسترش همگرایی هویت فرهنگی و افزایش تقابل با روندهای خارجی» محتمل‌تر به نظر می‌رسد (رشیدی گمین، ۱۳۹۶: ۳) اما مطالعه ما وجود فرهنگ عشیره یا تکثرگرایی قومی را در بین ایرانیان معاصر تأیید می‌کند و در این گزاره با مطالعه جهانی شدن و تکثرگرایی قومی در ایران، چالش‌ها و فرصت‌ها هم‌سو است (پورقوشچی و نادری، ۱۳۹۳: ۵۵) که این واقعیت می‌تواند دسترسی به سناریوی گسترش همگرایی هویت فرهنگی را دشوارتر سازد. البته می‌توان با آموزش و برنامه‌ریزی بلند مدت، این قبیل خلیقات را بهبود بخشید (فراستخواه، ۱۳۹۴: ۳۶).

منابع

- اشرف، احمد (۱۳۹۵) *هویت ایرانی*، ترجمه حمید احمدی. تهران: نی.
- افتخاری، اصغر، علیرضا اسدی، و ابراهیم نزهت (۱۳۹۳) «ناسیونالیسم و هویت ملی در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای» *پژوهشنامه انقلاب اسلامی*، دوره چهارم، شماره ۱۱: ۱۹-۴۳.
- اکبری، حسین (۱۳۹۶) «رابطه مصرف رسانه‌های داخلی و خارجی با هویت ملی جوانان» *دوفصلنامه رسانه و فرهنگ*، سال هفتم، شماره ۲: ۱-۲۲.
- ایزدی، علی محمد (۱۳۸۲) «چرا عقب مانده ایم؟»، تهران: علم.
- باقری دولت‌آبادی، علی و فرج‌الله زارعیان جهرمی (۱۳۹۲) «تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی (نمونه موردی دانشجویان دانشگاه یاسوج)». *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، سال شانزدهم، شماره ۶۰: ۱۴۹-۱۸۲.
- بذرافشان، جواد؛ عیسی رفیعی کته‌تلخ (۱۳۹۲) «بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه)»، *مطالعات روانشناسی تربیتی*، دوره دهم، شماره ۱۷: ۱-۲۲.

- برگر، پیتر و توماس لاکمن (۱۳۷۵) *ساخت اجتماعی واقعیت*، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: علمی و فرهنگی.
- بروجردی، مهرداد (۱۳۷۹) «فرهنگ و هویت ایرانی در فراسوی مرز»، *فصلنامه مطالعات ملی*، دوره دوم، شماره ۵: ۳۱۷-۳۳۰.
- بروجردی، مهدخت و امیرسعید صدیق (۱۳۹۶) «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران»، *نشریه مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره سوم، شماره ۱۲: ۸۸-۱۱۰.
- بهشتی، صمد و محمد حقمرادی (۱۳۹۶) «فرا تحلیل مطالعات مرتبط با رابطه بین هویت قومی و هویت ملی در ایران با تأکید بر نقش رسانه»، *مسائل اجتماعی ایران*، سال هشتم، شماره ۲، ۵-۲۷.
- پور قوشچی، محمدرضا و محمود نادری (۱۳۹۳) «جهانی‌شدن و تکثرگرایی قومی در ایران، چالش‌ها و فرصت‌ها». *فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی‌شدن*، سال پنجم، شماره ۱۴ (پیاپی ۱۷): ۵۵-۹۱.
- توکل نیا، محمدرضا و امین زاهد مهر (۱۳۹۰) «تحلیل اثر جهانی‌شدن بر شاخص کیفیت زندگی QOL براساس تخمین پنل دیتا برای کشورهای صادر کننده نفت»، *مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی*، دوره دوم، شماره ۳: ۱۹-۳۶.
- جمالزاده، سید محمدعلی (۱۳۴۵) *خلفیات ما ایرانیان*، آلمان: نوید.
- جوادی یگانه، محمدرضا و آرمین امیر (۱۳۹۳) «نگاهی به خودشرق‌شناسی در ایران مدرن: «خلفیات ما ایرانیان» سید محمدعلی جمالزاده»، *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، سال پنجم، شماره ۴: ۱-۱۹.
- حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۷). «نسبت هویت ملی با هویت قومی در میان اقوام ایرانی»، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره نهم، شماره ۳ و ۴: ۱۴۳-۱۶۴.
- حجت، عیسی (۱۳۸۴) «هویت انسان‌ساز و انسان هویت‌پرداز. تأملی در رابطه هویت و معماری»، *نشریه هنرهای زیبا*، شماره بیست و چهارم: ۵۵-۶۲.
- حسینی انجدانی، مریم و زهرا درویشه (۱۳۹۱) «بررسی و مقایسه ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری هویت ملی؛ (مطالعه موردی دانش آموزان راهنمایی و متوسطه و دانشجویان شهر تهران)»، *مطالعات ملی*، دوره سیزدهم، شماره ۲ (پیاپی ۵۰): ۳-۲۶.
- خرمشاد، محمدباقر و علیرضا کلانتر مهرجردی (۱۳۹۶) «گفتمانی از الگوی هویت ملی جریان اسلام‌گرایی (پیش و پس از انقلاب اسلامی)»، *مطالعات انقلاب اسلامی*، سال چهاردهم، شماره ۴۹: ۲۲۴-۱۹۹.
- خواجه نوری، بیژن؛ ماندانا کریمی و سعاد خجسته (۱۳۹۴) «بررسی رابطه فرایند جهانی‌شدن فرهنگی و هویت مذهبی در ایران (مطالعه موردی گروه‌های قومی لر شهر نورآباد ممسنی و عرب شهر کنگان و توابع)» *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره هشتم، شماره ۲۳-۴۵.
- خواجه نوری، بیژن و لیلا پرنیان (۱۳۹۴) «مطالعه رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و هویت اجتماعی (مطالعه موردی: زنان شهر کرمانشاه)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیست و ششم، شماره ۱ (پیاپی ۵۷): ۶۵-۸۴.
- خواجه نوری، بیژن و علی اصغر مقدس (۱۳۹۱) «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت». *ماهنامه صدای جمهوری اسلامی ایران*، سال دهم، شماره ۶۱: ۴۳-۵۲.

هویت ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران و مردم

- خواجه نوری، بیژن، لیلا پرنیان و صغری همت (۱۳۹۳) «مطالعه ارتباط شاخص‌های جهانی‌شدن فرهنگی و از خودبیگانگی زنان»، *جامعه‌شناسی‌نهادهای اجتماعی*، دوره یکم، شماره ۴: ۵۷-۹۲.
- دلخمش، محمدتقی (۱۳۹۲) «بازخورد جوانان ایرانی به ارزش‌های ازدواج: یافته‌های یک پیمایش ملی»، *روانشناسی تحولی: روانشناسان ایرانی*، دوره نهم، شماره ۳۶: ۳۳۱-۳۵۰.
- دیلمقانی، فرشید و محمدعلی قاسمی ترکی (۱۳۹۶) «جایگاه هویت ملی در ایران نگاهی به تطور تاریخی الگوها و سیاست‌های هویت ملی از زمان باستان تا دوره پهلوی اول»، *سیاست متعالیه*، دوره پنجم، شماره ۱۹: ۱۵۵-۱۷۶.
- رحمت الهی، حسین (۱۳۸۶) «جهانی‌شدن و تأثیر آن بر هویت‌های قومی و ملی»، *حقوق خصوصی*، سال سوم، شماره هشتم: ۹۱-۱۱۱.
- رشیدی‌گمین، هما (۱۳۹۶) *تحلیلی بر مؤلفه‌های هویت ایرانی و روندهای سه دهه آینده آن ۱۴۲۵-۱۳۹۵*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره).
- زالی، نادر و سمیه اشرفی (۱۳۹۲) «بررسی اثر جهانی‌شدن بر توسعه شهری»، *مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی*، دوره ۴، شماره ۱۱: ۱-۱۶.
- زاهد، سعید (۱۳۸۴) «هویت ملی ایرانیان»، *راهبرد یاس*، سال اول، شماره ۴: ۱۲۹-۱۳۸.
- زیباکلام، صادق (۱۳۹۲) «ویژگی‌های مثبت و منفی ایرانیان از دیدگاه صادق زیباکلام»، <https://www.isna.ir/news/92091913760>، ۱۳۹۷/۲/۱۷.
- سروش، عبدالکریم (۱۳۷۱) *رازدانی، روشنفکری و دینداری*، تهران: صراط.
- سریع‌القلم، محمود (۱۳۹۴) «سی‌ویژگی یک ایرانی مطلوب»، <https://www.asriran.com/fa/news/427916/30>، ۱۳۹۷/۲/۱۷.
- سمعی اصفهان، علیرضا، بهنام رشیدی‌زاده و افسانه رشیدی‌زاده (۱۳۹۳) «دفاع مقدس و تأثیر آن بر مؤلفه‌های ایرانی-اسلامی هویت ملی»، *رهیافت انقلاب اسلامی*، شماره ۲۷: ۷۹-۹۶.
- سهامی، سوسن (۱۳۹۵) «بررسی اثر جهانی‌شدن فرهنگی، سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر ارزش‌های معطوف به توسعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه یک»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال نهم، شماره ۱: ۱۱۹-۱۳۰.
- سینایی، وحید و غلامرضا ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۴) «کثرت‌گرایی در عصر جهانی‌شدن و تحول فرهنگ سیاسی نخبگان در ایران»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۵: ۱۰۷-۱۳۹.
- شجاعی‌زند، علی‌رضا؛ طالبان، محمدرضا و نادر صنعتی شرقی (۱۳۸۹) «بررسی رابطه جهانی‌شدن فرهنگی و عرفی‌شدن فردی با تأکید بر نقش عوامل زمینه‌ای»، *مسائل اجتماعی ایران*، سال اول، شماره ۱: ۱۳۳-۱۶۰.
- شهرام‌نیا، سید امیر مسعود، راضیه مهرابی کوشکی و مهدیه پوررنجبر (۱۳۹۳) «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، *پژوهش‌های راهبردی سیاست*، دوره سوم، شماره ۹: ۱۲۱-۱۴۲.

- غلامی، محمدرضا و رضا علیزاده (۱۳۹۶) «تحلیل جامعه‌شناختی مفهوم غرور ملی در ایران»، *مطالعات ملی*، دوره هجدهم، شماره ۴ (پیاپی ۷۲): ۱۱۹-۱۳۶.
- فرستخواه، مقصود (۱۳۹۴) ما ایرانیان، تهران: نی.
- فرزبد، محمدمهدی، احمد رضایی و حیدر جانعلیزاده چوببستی (۱۳۹۷) «حافظه جمعی و هویت ایرانی»، *مطالعات ملی*، دوره نوزدهم، شماره هفتاد و سوم: ۳-۲۰.
- فقه مجیدی، علی، زهرا ضرونی و شهلا صمدی پور (۱۳۹۴) «بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر فقر در کشورهای در حال توسعه»، *سیاست‌های راهبردی و کلان*، سال سوم، شماره ۱۲: ۷۹-۹۸.
- قهرمان پور، رحمان (۱۳۸۶) «مهندسی فرهنگی و هویت ملی در عصر جهانی‌شدن»، *مهندسی فرهنگی*، شماره دهم و یازدهم: ۵۶-۶۱.
- قویدل، صالح و نعمت فلیحی (۱۳۸۹) «نقش جهانی‌شدن اقتصاد در اشتغال بخش خدمات»، *فرایند مدیریت و توسعه*، دوره بیست و سوم، شماره ۲: ۹۷-۱۲۳.
- کریمی، علی و میثم بلباسی (۱۳۹۵) «لایه‌های هویت ملی ایرانی در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸-۱۳۹۴)»، *راهبرد/اجتماعی فرهنگی*، سال پنجم، شماره هجدهم: ۷-۵۷.
- کچویان، حسین (۱۳۸۴) *تطور گفتمان‌های هویتی در ایران*، تهران: نی.
- گل خندان، ابوالقاسم و مهدی رستمی (۱۳۹۵) «جهانی‌شدن؛ فرصت یا تهدیدی برای سلامت؟» (مورد کاوی ایران)، *مدیریت بهداشت و درمان*، دوره هفتم، شماره یازدهم: ۸۱-۹۵.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۹) *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- معیدفر، سعید و عبدالوهاب شهلی بر (۱۳۸۶) «جهانی‌شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی»، *ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*، دوره پانزدهم، شماره پنجاه و ششم و پنجاه و هفتم: ۱۰۸-۱۸۳.
- میرزایی، حسین و بابک نظری (۱۳۹۳) «نظام‌های ارزشی و هویت ملی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان پسر متوسطه شهر میاندوآب در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۹۱)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره بیست و پنجم، شماره ۴: ۱۱۳-۱۲۳.
- نجفی، حسین (۱۳۹۱) *هویت ایرانی از دیدگاه متفکرین اجتماعی*. پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.
- نویدنیا، منیژه (۱۳۸۵) «تأملی نظری در امنیت اجتماعی با تأکید بر امنیت»، *مطالعات راهبردی*، سال نهم، شماره دوم: ۳-۲۹.
- هاشمی، سید ضیاء و مؤده قربانعلی‌زاده (۱۳۹۳) «هویت ملی در کتب مطالعات اجتماعی دوره ابتدایی»، *مطالعات ملی*، دوره پانزدهم، شماره ۴ (پیاپی ۶۰): ۴۹-۷۱.
- یوسفی، علی (۱۳۸۰) «روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت اقوام در ایران؛ تحلیلی ثانویه بر داده‌های یک پیمایش ملی»، *مطالعات ملی*، سال دوم، شماره هشتم: ۲-۲۹.
- Held, D. & McGrew, A. (2007) *Globalization Theory*. Cambridge: Polity.
- Melucci, A. (1996) *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*, Cambridge: Cambridge University Press, 89.

- Moha, E. (2005) *Multilingualism, Cultural Identity, and Education in Morocco*, Springer Science & Business Media, 19-23.
- Nederveen, J. (2009) *Globalization & Culture*. United States of America: Rowman & Littlefield Publisher Inc.
- Robertson, R.(1992) *Globalization, Social Theory and Global Culture*, Californias AGE, op. cit, 49-61.
- Smith, A. (1990) "Toward a Global Culture?", in *Theory, Culture and Society*, N.7, 178.
- Smith, M. J.(1986) "realist thought from weber to Kissinger", Baton Rouge. LA:Louisiana State university press, pp.11-14.
- Strauss, A. C. Corbin, J.M.(1998) "*Basics of Qualitative Research: Second Edition: Techniques and procedures for Developing Grounded Theory*". Thousand Oaks: Sage Publications; 336p.
- Sulayman, N.(1998) "Conceptualizing Globalization". *The American Journal of Islamic Social Science*, 15, 3, 129-130.

