

تأثیر جهانی‌سازی بر هویت ملی و هویت جهانی (با تأکید بر رسانه‌های ارتباطی نوین)

سرهنگ دکتر بهرام بیات^۱
علی‌اکبر آزادواری^۲

۸۹/۱/۱۷

۸۹/۳/۱

تاریخ دریافت:

تاریخ پذیرش:

چکیده

فرایند جهانی‌سازی که با گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی نوین^۳ همراه شده است، چنان سرعت و عمقی به تغییرات اجتماعی داده است که حتی پا برجا ترین عرصه حیات بشری یعنی فرهنگ را در نوردیده و ما را در میان یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است. از این رو بررسی آثار و پیامدهای کاربرد تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی نوین در عرصه‌های مختلف حائز اهمیت است. کنشگران به طور اعم و دانشجویان به طور اخص، از مصرف‌کنندگان اصلی این تکنولوژی‌ها می‌باشند. اینترنت، رایانه و ماهواره بخش مهمی از فعالیت‌های آموزشی، شغلی و فراغتی دانشجویان را به خود اختصاص داده است. به این جهت این احتمال وجود دارد که بهره‌مندی از این پدیده بر الویته‌ها و جهت‌یابی افراد تأثیر داشته باشد. مقاله حاضر که ماحصل یک تحقیق است با این هدف سازمان یافته است که رابطه در معرض فرآیند جهانی‌سازی (وسایل ارتباطی نوین) قرار گرفتن را با هویت ملی و هویت جهانی بررسی نماید. الگوی نظری این تحقیق تلفیقی از نظریات تانبرگ، گیبینز، گیدنز و جیمسون می‌باشد.

این تحقیق با روش پیمایشی انجام شده است. جمعیت آماری تحقیق، دانشجویان دانشگاه تربیت معلم تهران می‌باشد که ۳۵۲ نفر از آنها با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در معرض فرآیند جهانی‌سازی (رسانه‌های ارتباطی نوین) قرار گرفتن رابطه‌ای با هویت ملی ندارد ولی با احساس تعلق جهانی رابطه معنادار دارد.

کلید واژه‌ها:

فرایند جهانی، هویت ملی، هویت جهانی

۱- دانشجویان معاون اجتماعی ناجا و استادیار دانشگاه عالی دفاع ملی

Email: bahram.bayat@gmail.com

Email: aliakbar_1380@yahoo.com

۲- کارشناس ارشد پژوهش اجتماعی

3- New information-communication technologies

مقدمه و بیان مساله

در دنیای پر تلاطم امروز که تغییر و تحول عنصر پایدار جوامع گشته است، در هر زمینه‌ای شاهد دگرگونی‌های سامان‌مند، تدریجی، ناگهانی، سطحی، عمیق و گسترده هستیم. یکی از دگرگونی‌های گسترده که در شرایط فعلی جوامع با آن روبرو هستند، دگرگونی در عرصه ارتباطات و تکنولوژی‌های اطلاعاتی است که اکثر جوامع (سنتی و مدرن) را فرا گرفته است. فرایند جهانی سازی که با گسترش تکنولوژی‌های اطلاعاتی - ارتباطی نوین همراه بوده از نظر کمی و کیفی گستره ارتباطات انسانی را بسط داده و ارکان مختلف حیات اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. در این راستا می‌توان به کاربرد روز افزون اینترنت، کامپیوتر و ماهواره و... در بین اقشار مختلف اشاره کرد. گروه‌های اجتماعی مختلف به میزان متفاوتی در معرض این وسایل ارتباطی جدید قرار می‌گیرند، اما شناسایی این پدیده در بین دانشجویان از جایگاهی ویژه برخوردار است. به دلیل مطالعه تأثیرات استفاده از وسایل ارتباطی نوین بر دانشجویان می‌توان بخشی از پیامدهای رواج تکنولوژی ارتباطی را آشکار ساخت.

فرایند جهانی شدن که با گسترش فزاینده فناوری ارتباطات، بالاخص اینترنت و ماهواره و شکل‌گیری هویت‌های فراملی، فرهنگ سیاسی نوین بر پایه ارزشهای جهانی، تحول ساخت دولت - ملتها، دگرگونی مناسبات اجتماعی، گسترش جنبشها و حرکتهای نوگرایانه همراه بوده است، جوامع را با مشکلاتی مواجه نموده است. با وقوع انقلاب اسلامی جامعه ما دچار تغییرات اساسی در حوزه ارزشها شده است و مدیریت جامعه تلاش نموده است تا در چارچوب نظام ارزشی خود احساس تعلق جمعی شهروندان را حفظ نماید. بنابراین ضروری است تا تأثیرپذیری افراد از رسانه‌های نوین جهانی و ارزش‌های مورد تأکید آن شناخته شود تا بتواند در راستای نظام ارزشی حاکم بر جامعه اسلامی تقویت گردد.

در این نوشتار تلاش شده تا عمده‌ترین تأثیرات بالقوه و بالفعل وسایل ارتباطی نوین در امر تکوین و بازسازی هویت، مورد بحث قرار گیرد، نخست اینکه وسایل ارتباطی نوین از طریق چه ساز و کارهایی بر هویت فردی و اجتماعی تأثیر می‌گذارند و دوماً با توجه به وضعیت ایران، این رسانه‌های نوین چه تأثیری را بر روند هویت‌یابی فردی و اجتماعی به همراه داشته و در این رابطه چه چالشها و فرصت‌هایی را ایجاد خواهد کرد.

ملاحظات نظری

موضوع حساسیت برانگیز تأثیر رسانه‌ها و مصرف رسانه‌ای (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۵) بر هویت اجتماعی افراد، ذهن صاحب‌نظران حوزه ارتباطات جمعی را به خود مشغول داشته است. (Montazer-Ghaem, 1997: 301).

نقش اساسی و تعیین‌کننده فن‌آوری‌های ارتباطی در فشردگی زمان و مکان، باعث شده است تا برخی از صاحب‌نظران همچون، «گیدنز» و «هاروی» اساساً جهانی‌سازی را تجربه متفاوتی از زمان و فضا بدانند. به اعتقاد گیدنز، فرآیند فشردگی زمان و فضا عامل عمده‌ای در فرآیند جهانی‌شدن و کنش از دور یا با فاصله می‌باشد که در نتیجه نوسازی و برهم خوردن نظم و نسبت سنتی مکان، فضا و زمان به وجود آمده است (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۶۸). در واقع فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. وسایل ارتباطی جدید نه تنها این وضع را متحول کرده‌اند، بلکه به آن شدت بخشیده‌اند. امکانات موجود در این وسایل ارتباطی نوین نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند، بلکه موجب تکثر بیشتر می‌شود، جهان‌بینی‌های افراد و اگر اتر می‌شود و گروه‌های مختلف به برداشت گوناگونی از جهان می‌رسند (گیبسنز، ۱۳۸۱: ۷۸). در عصر جهانی‌سازی وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید بالاخص اینترنت و ماهواره و ... شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثیر هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند (سندی ولر و هند، ۲۰۰۲: ۲۰۲). کاستلز در این زمینه بر نقش و جایگاه وسایل اطلاعاتی و ارتباطی نوین به ویژه، اینترنت، ماهواره و ... به عنوان زیرساخت اساسی جامعه اطلاعاتی تأکید می‌کند که ضمن به کارگیری و اعمال قدرت در عصر جهانی‌شدن، پویایی و پیچیدگی آن را افزایش می‌دهد و منجر به پیدایش جامعه شبکه‌ای می‌گردد. شاید مهمترین بحث کاستلز در این رابطه را بتوان ارتباط بین شبکه و خود دانست که در نهایت در شکل‌گیری هویت نقش بسزایی دارد (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ۱۲۰).

جیمسون از نظریه پردازان هویت، معتقد است در نتیجه فرایند جهانی‌شدن، کنشگران اجتماعی با دقت و از اجتماعات مختلف محلی، ملی و فراملی چیزهایی را گزینش می‌کنند و هویت آنان تصویر رنگارنگی از این قطعات انتخاب شده است. بریکولورها یک نوع تیپ شخصیتی هستند که به طور کلی زندگی خود را از این طریق می‌گذرانند (عطاران، ۱۳۸۳: ۱۹۵). نظریه پردازان جدید هویت، اکنون از یک نوع تکثرگرایی در فرایند شکل‌گیری

هویت نام می برند. به زعم این نظریه پردازان، آنچه در عمل اتفاق می افتد، با تلقی کلاسیک جامعه شناسی و روان شناسی در باره هویت متفاوت است. در واقع، کنشگران به ویژه در جوامع معاصر یک هویت یکپارچه که تنها برگرفته از یک اجتماع، قومیت یا ملیت واحد باشد، ندارند، بلکه آنان می کوشند همچون بریکورها آن چه را می پسندند، از اجتماعات، قومیت ها و ملیت های مختلف جمع کنند و در درون خود ترکیبی خاص از آنها به وجود آورند. این امر به ویژه با انقلاب رسانه ها و نقش مهمی که رسانه های نوین در ارتباطات اجتماعی باز می کنند، تسریع شده است (شایگان، ۱۳۸۲: ۱۶). اینترنت و فضای مجازی نه تنها از سویی سبب شده است که نوعی همگرایی و حفظ هویت در دیاسپورهای (اجتماعات پراکنده) داخلی و خارجی هر یک از دولت - ملت ها به وجود آید، بلکه به نوعی بریکولاژ فرهنگی نیز مدد رسانده است. به بیان دیگر، رسانه های نوین، از سویی به تقویت و ارتقاء وحدت و یکپارچگی هویت ها و از دیگر سو به چند پارگی و تنوع یافتگی آنان کمک کرده اند. پدیده ای که می توان آن را نوعی بریکولاژ رسانه ای شده نامید (کوثری، ۱۳۸۲: ۱۴۳).

تأکید «پاستر، ۱۳۷۷: ۱۶؛ گیدنز، ۱۳۷۸: ۹۶؛ کاستلز، ۱۳۸۴: ۲۷، ۹۳، ۲۰۰» بر تعاملات پایدار افراد (در فضاهای شبکه ای) شکل گیری سبک زندگی مجازی را در پی خواهد داشت و هویت نامشخص و دائماً متحول در قالب عملکردهای اینترنتی جدیدی را در آنان پی ریزی خواهد نمود. تکنولوژی های نوین ارتباطی نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسانها، بلکه نگرش ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون، ۱۳۷۷: ۵). وسایل ارتباطی جدید و بالاخص اینترنت، ماهواره و... دست کم می تواند در جوامع منشأ اثرات باشند شامل: خلق ارزش های جدید و ایجاد یک فضای اجتماعی متفاوت و به شدت خاص. در درجه اول این ارزش های جدید می تواند تأثیرات هویتی عدیده ای بر جای گذارد (شیفرنت، ۱۹۸۹: ۱۸۵).

تعامل در فضای مجازی (که در آن تعامل به شکل ارتباطات کامپیوتری صورت می پذیرد) با در هم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی نیاز به تشابه و تمایز، بیشترین تأثیر را بر هویت اجتماعی طرف های تعامل می گذارد و از سوی دیگر گمنامی و یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در فضای سایبرنتیک امری ممکن و معمول است، به روشنی بر اهمیت و مرزبندی های گروهی و در نتیجه معنای هویت اجتماعی

تأثیر دارد (Jones, 1998: xv). در دنیای معاصر که به واسطه رخنه کردن وسایل ارتباطی نوین در تار و پود جامعه، هویت که قبلاً عمدتاً محول و معین بود، اینک دائماً در تغییر، تحول و در بحران است (Howard, 2000: 25).

گیدنز به درستی خاطر نشان می کند که جهان مدرن به شدت بازتابی است. اطلاعات زیادی در دنیای مدرن مبادله می شود و بازتاب این اطلاعات در زندگی شالوده‌ی هویت فردی را می سازد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۶۲). این امر اهمیت رسانه های ارتباطی و اطلاعاتی نوین را دوچندان می کند. وجه بازتابی این وسایل اجازه می دهد که فرد بتواند ذخیره اطلاعاتی خود را مورد استفاده قرار دهد و با آن به زندگی نظم بخشد. به هر حال وسایل ارتباطی - اطلاعاتی نوین به ویژه اینترنت و ماهواره، فردیت جدیدی را در درون یک ساختار الکترونیکی مجازی می سازد و ظرفیت های فرد را برای به فعلیت بخشیدن به هویت های شخصی خود گسترش می دهد (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۱۸).

با این وجود مسأله هویت نیز چون دیگر پدیده های اجتماعی معاصر، جهانی است و بنابراین تنها گریبان گیر کشورهای پیشرفته محسوب نمی شود، بلکه عمده ترین معضل پیش روی کشورهای عقب مانده نیز به حساب می آید (طالبی، ۱۳۷۸: ۳۷؛ ابو طالبی، ۱۳۷۸: ۱۳۱).

در میان نظریه پردازان ارتباطات، تانبرگ، نواک، رزنگرن و زیگارد، ضمن برشمردن کارکردهای در هم تنیده ارتباط (Sigurd, Thunberg, Nowak, Rosengren 1982: 67). به کارکردهای اظهاری و اجتماعی آن اشاره کرده اند. بنابراین ایشان، کارکردهای اظهاری از آنجا سرچشمه می گیرد که افراد مایلند برای خود و گروه خود احراز هویت کنند. ضمن اینکه در اثر با هم بودن و برقراری ارتباط، نوعی حس اجتماعی میان افراد پدید می آید که همان کارکرد اجتماعی ارتباط است. بنابراین می توان دریافت که چگونه ارتباط، قوام بخش هویت محسوب می شود (ویلر به نقل از دوران، ۱۳۸۳: ۱۰۳).

• مقاله بر این فرضیه استوار است که هر چه افراد بیشتر در معرض فرایندهای جهانی شدن قرار بگیرند، گرایش بیشتری به ارزش های جهانی پیدا می کنند و از آن طریق احساس تعلق ملی آنها تضعیف و احساس تعلق جهانی آنها تقویت خواهد شد.

• مقاله بر این فرضیه استوار است که هر چه افراد بیشتر در معرض فرایندهای جهانی سازی بامکانیزم های رسانه ای قرار بگیرند، گرایش بیشتری به ارزش های جهانی خواهند داشت و

از آن طریق هویت بومی آنها تضعیف و هویت جهانی تقویت خواهد شد.

روش تحقیق

روش انجام این تحقیق از نوع پیمایشی و واحد و سطح تحلیل در فرد است و برای گردآوری اطلاعات از ابزار پرسش نامه استفاده شده است. برای سنجش میزان اعتبار و پایایی مقیاس های اصلی از روش تحلیل عامل و آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن ۰/۸۰، گرایش به ارزش های جهانی ۰/۸۵، هویت ملی ۰/۸۵ و هویت جهانی ۰/۷۲ است. تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات با کاربرد نرم افزار SPSS و با استفاده از آمار توصیفی، آزمون t و تحلیل مسیر انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه تربیت معلم تهران می باشد. شیوه نمونه گیری در این تحقیق، نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای بوده، خوشه مرحله اول را دانشکده ها، خوشه های مرحله دوم را گروه های هر دانشکده و خوشه مرحله سوم را رشته های هر گروه تشکیل داده اند. بدین ترتیب ۲۵ رشته از گروه هایی که در دانشکده های مختلف دانشگاه تربیت معلم وجود دارد، تعداد ۳۵۲ نفر نمونه با استفاده از فرمول کوکران انتخاب گردید.

نتایج و یافته های پژوهش

جمعیت نمونه

از جمعیت نمونه تحقیق (۳۵۲ نفر)، ۴۱/۳ درصد افراد مرد و ۵۸/۷ درصد زن هستند. میانگین سنی دانشجویان ۲۱ سال با انحراف معیار ۱/۷ می باشد. حداقل سن ۱۸ و حداکثر سن ۳۰ می باشد. علاوه بر این از این جمعیت (۳۵۲) به لحاظ مذهبی، ۸۰/۹ درصد پاسخگویان شیعه، ۱۰/۹ سنی و حدود ۸/۲ درصد مذهب خود را مشخص ننموده اند.

فرایند جهانی شدن

• در بین عناصر فرایند جهانی شدن بالاترین میزان ۱۷/۳ درصد و ۱۳/۹ به ترتیب مربوط به استفاده از رایانه و اینترنت و پایین ترین میزان ۱/۴ درصد و ۱/۷ درصد، به ترتیب مربوط به ارتباط با دوستان اینترنتی (خارجی)، مسافرت و اقامت در خارج از کشور می باشد. این

تفاوت از این جهت قابل توضیح است که دسترسی به کامپیوتر و اینترنت با توجه به موقعیت پاسخگویان، بیشتر برای آنها فراهم می باشد تا مسافرت و اقامت در خارج از کشور.

• کمترین تفاوت (۰/۵۱) مربوط به مسافرت به خارج از کشور و بیشترین اختلاف نظر (۰/۸۴) مربوط به مدت اقامت در خارج از کشور است.

• نکته قابل توجه در شاخص در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن این می باشد که اکثریت افراد (۶۴ درصد) در حد ضعیفی در معرض فرایند های جهانی شدن قرار دارند و بقیه به میزان متوسط در معرض چنین فرایندی قرار گرفته اند.

• بالاترین میانگین در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن (۳۱۲۰ روز) مربوط به مدت زمانی که پاسخگویان به اینترنت دسترسی داشته اند، و کمترین آن (۱ بار) مربوط به مسافرت به خارج از کشور است. با این حال میانگین شاخص در معرض فرایند های جهانی قرار گرفتن در مجموع متوسط ۵۸ از ۱۰۰ است. اما میزان در معرض فرایند جهانی قرار گرفتن زنان با میانگین ۲۲/۷۲ و مردان با میانگین ۲۳/۹ تفاوت معناداری در سطح ۰/۱۰ وجود دارد. بدین معنا مردان به میزان بیشتری در معرض فرایند جهانی شدن قرار گرفته اند ($T = -1/31$, $Sig = 0/08$, $df = 343$).

ارزش های جهانی

عناصر تشکیل دهنده ارزش های جهانی مبین این واقعیت است که در جامعه، پاسخگویان گرایش بالایی نسبت به ارزش آزادی گرایی، گرایش متوسطی نسبت به انسان گرایی (اومانیسیم) و گرایش پایینی به فرد گرایی دارند. بالاترین میانگین ارزش های فراملی (۶۸)، مربوط به آزادی گرایی است و کمترین آن (۵۲/۷)، مربوط به انسان گرایی است. با این حال میانگین ارزش های فراملی نزد پاسخگویان، در حد متوسط به بالا (۵۹/۹) می باشد. کمترین اختلاف نظر (۱۲) مربوط به فرد گرایی و بیشترین اختلاف نظر (۱۳/۸) مربوط به انسان گرایی است.

جدول (۱) ارزش های جهانی و میزان موافقت پاسخگویان با آنها

انحراف معیار	میانگین	پایین	متوسط	بالا		ارزش های جهانی
۱۳/۶	۶۸/۰	۷/۷	۴۴/۳	۴۸/۰	۳۵۲	شاخص آزادی گرایی
۱۳/۸	۵۲/۷	۳۱/۱	۶۴/۶	۴/۳	۳۵۲	شاخص انسان گرایی
۱۲	۵۹	۵۱/۱	۴۳/۳	۴/۵	۳۵۲	شاخص فرد گرایی
۱۳/۱۳	۵۹/۹	۳۰/۰	۵۱/۰۶	۱۸/۹۳	۳۵۲	شاخص ارزش های فراملی

میزان گرایی به ارزش های فراملی در بین زنان با میانگین ۴۵/۲۶ و مردان با میانگین ۴۵/۲۶ تفاوت معناداری وجود ندارد. بدین معنا که دو جنس گرایی یکسانی به ارزش های فراملی دارند ($T = -۳/۴۶$, $Sig = ۰/۷۳$, $df = ۳۴۳$).

هویت ملی

در جدول شماره ۲ در مورد هر یک از سؤالات هویت ملی، تعداد پاسخ معتبر، توزیع فراوانی پاسخ ها و دو آماره شامل میانگین و انحراف معیار محاسبه گردیده است. تأمل در پاسخ ها و آماره های مربوطه، به روشنی میزان تعلق و وفاداری دانشجویان را به اجتماع ملی آشکار می سازد.

جدول (۲) گویه های هویت ملی و میزان موافقت پاسخگویان با آنها (تعداد پاسخگو = ۳۵۲)

ردیف	گویه ها	تعداد پاسخ معتبر	میزان موافقت با گویه ها (درصد)					آماره های هویت ملی*	
			کاملاً موافق	موافق	مردد	مخالف	کاملاً مخالف	میانگین (از ۵)	انحراف معیار
۱	چو ایران نباشد تن من مباد .	۳۵۱	۳۸٫۶	۳۴٫۹	۱۸٫۴	۶٫۰	۵٫۴	۸۰٫۰	۲۲٫۰
۲	زبان فارسی را به عنوان زبان رسمی ایرانیان، با تمام لهجه ها و گویش هایش، دوست دارم .	۳۵۰	۴۹٫۷	۳۲٫۷	۸٫۸	۶٫۳	۲	۸۴٫۰	۱۹٫۶
۳	هر گاه در مسابقات جهانی افتخاری نصیب کشورمان می شود و پرچم ایران برافراشته می شود و سرود ملی ایران نواخته می شود، از خوشحالی در پوستم نمی گنجم .	۳۵۱	۴۵٫۷	۳۷٫۵	۱۱٫۱	۳٫۱	۲٫۳	۸۴٫۰	۱۸٫۴
۴	فردوسی، حافظ و مولوی، مایه افتخار ما ایرانیان هستند .	۳۵۲	۶۲٫۸	۲۷٫۸	۷٫۱	۱٫۷	۰٫۶	۹۰٫۰	۱۵٫۰
۵	زندگی در ایران را به هر جای دیگر در دنیا ترجیح می دهم	۳۵۰	۳۲٫۱	۲۳٫۰	۱۸٫۸	۱۵٫۱	۱۰٫۵	۷۰٫۰	۲۵٫۰
۶*	گاهی احساس می کنم از مردم ایران متفرم .	۳۴۹	۱۸٫۲	۲۵٫۳	۲۱٫۶	۲۳٫۹	۱۰٫۲	۶۴٫۰	۲۶٫۰
۷*	خیلی وقتها به خودم می گویم، کاش در ایران به دنیا نیامده بودم .	۳۴۹	۲۹٫۸	۲۷٫۰	۱۷٫۹	۱۳٫۶	۱۰٫۸	۷۰٫۰	۲۵٫۰
۸*	حاضرم در هر جایی کار کنم، بجز ایران .	۳۵۱	۳۳٫۲	۳۵٫۲	۱۶٫۸	۸٫۲	۶٫۲	۷۶٫۰	۲۴٫۰
۹*	اگر از دستم بر آید، حاضر نیستم، یک لحظه هم در ایران بمانم.	۳۵۰	۳۳٫۸	۲۹٫۵	۱۵٫۳	۱۱٫۹	۸٫۸	۷۲٫۰	۲۵٫۰
	شاخص هویت ملی	۳۵۲	۵۰٫۱۶	۴۳٫۸			۵٫۷	۷۶٫۰	۲۲٫۰

* محاسبه آماره های هویت ملی پس از هم جهت کردن گویه های منفی با گویه های مثبت انجام گرفته است.
* گویه های ستاره دار (۶، ۷، ۸، ۹) دارای مضمون منفی هستند و لذا مخالفت با آنها نشانه احساس هویت بومی (ملی) تلقی گردیده است.

بر اساس نتایج جدول، بالا بودن نرخ پاسخ معتبر در مورد همه گویه های هویت ملی (بیش از ۹۸ درصد) حاکی از این معناست که نشانه های هویت ملی کاملاً در دایره شناخت و تجربه عمومی پاسخگویان قرار دارد. تقریباً بیشترین فراوانی پاسخ ها مربوط به بالاترین مرتبه تعلق و وفاداری ملی (کاملاً موافق با گویه های مثبت و کاملاً مخالف با گویه های منفی) است و این امر حاکی از شدت علاقه و وفاداری دانشجویان به اجتماع ملی است. در بین عناصر هویت ملی، شدیدترین وفاداری ها (۶۲/۸ درصد کاملاً موافق) مربوط به مفاخر فرهنگی است و ضعیف ترین وفاداری (۶/۲ درصد کاملاً مخالف) نسبت به کار در کشور

ایران ابراز گردیده است. این تفاوت از این جهت قابل توضیح است که مفاخر فرهنگی از عناصر پایدار فرهنگی در جامعه می باشد، در حالیکه کار در ایران جزء عناصر اقتصادی و ناپایدار اجتماع ملی است. با این حال تعلق و وفاداری به همه عناصر هویت ملی در مجموع بالاست. پاسخ های «مردد»، تردید و ابهام پاسخگویان را نسبت به عناصر هویت ملی آشکار می کند. کمترین تردید (۷/۱) مربوط به مفاخر فرهنگی است و بیشترین تردید (۲۱/۶) مربوط به دوست - نفرت داشتن مردم است. بالاترین میانگین تعلق و وفاداری مربوط به مفاخر فرهنگی (۹۰/۰)، زبان فارسی (۸۴/۰) و نمادهای ملی (۸۴/۰) است و کمترین آن (۶۴/۰) مربوط به دوست - نفرت داشتن مردم ایران است. با این حال میانگین تعلق و وفاداری به همه عناصر هویت ملی در نزد پاسخگویان بالا (۷۶/۰) است.

جدول (۳) نتایج تحلیل عاملی هویت ملی (تعداد پاسخگو = ۳۵۲)

ردیف	اجزای هویت ملی	عوامل	
		عامل (۱)	عامل (۲)
۱	زبان فارسی را به عنوان زبان رسمی ایرانیان با تمام لهجه ها و گویش هایش، دوست دارم.	۰/۸۱	
۲	فردوسی، حافظ و مولوی مایه افتخار ما ایرانیان هستند.	۰/۷۸	
۳	هر گاه در مسابقات جهانی افتخاری نصیب کشورمان می شود و پرچم ایران برافراشته می شود و سرود ملی ایران نواخته می شود، در پوست خود نمی گنجم.	۰/۷۷	
۴	چو ایران نباشد تن من مباد.	۰/۶۶	
۵	حاضریم هر جایی کار کنم غیر از ایران	۰/۸۰	
۶	خیلی وقت ها به خود می گویم کاش در ایران به دنیا نیامده بودم.	۰/۷۹	
۷	اگر از دستم برآید، حاضر نیستم یک لحظه در ایران بمانم.	۰/۷۸	
۸	زندگی در ایرن را به هر جای دنیا ترجیح می دهم.	۰/۷۰	
۹	گاهی احساس می کنم از مردم ایران متنفرم.	۰/۵۱	

بر اساس نتایج تحلیل عاملی هویت ملی که در جدول (۳) منعکس گردیده، هویت ملی دارای دو بعد اساسی است که عبارتند از: بعد اول متشکل از ۴ جزء است. این اجزاء به ترتیب اهمیتی که در تشکیل این بعد از هویت ملی دارند، در ستون اول جدول (عامل ۱) فهرست گردیده اند. این اجزاء عبارت اند از: زبان فارسی، احساس غرور و افتخار به پرچم و سرود ملی ایران، مفاخر فرهنگی. ضریبی (بار عاملی) که در جلوی هر جزء قرار گرفته

حاکمی از اهمیتی است که هر یک از متغیرها در تشکیل این بعد از هویت ملی دارند. بر این مبنا زبان فارسی با بالا ترین بار عاملی، بیشترین سهم را در تشکیل این بعد از هویت ملی بر عهده دارند. بر همین مبنا، بعد نخست هویت ملی را می توان "تعلق خاطر مشترک نسبت به نمادهای ملی نام گذاری کرد.

بعد دوم هویت ملی شامل ۵ جزء است. این اجزاء به ترتیب اهمیتی (مقدار بار عاملی) که در تشکیل بعد مذکور دارند عبارت اند از: علاقه به وطن (گویه های ردیف ۵، ۶، ۷ و ۸) و علاقه به مردم. قرار گرفتن این متغیرها در یک بعد (عامل ۲) حاکی از این معناست که از دیدگاه پاسخگویان بین این متغیرها، سنخیت و تشابه معنا وجود دارد. در این صورت کار در ایران، زندگی در ایران و ابراز تمایل نسبت به مردم ایران بعد دیگری از هویت ملی را تشکیل می دهند. مقادیر بار عاملی هر یک از متغیرها در این بعد نشان می دهد که «تعلقات وطنی» بیش از جزء دیگر در تشکیل این بعد از هویت ملی دخالت دارند. بر این مبنا، نام این بعد از هویت ملی را می توان وفاداری مشترک به وطن دانست.

بدین ترتیب بر اساس تحیل مذکور، هویت ملی در بین پاسخگویان دارای دو بعد اساسی است که عبارتند از «تعلق خاطر مشترک» و «تعهد مشترک». این ابعاد به ترتیب اهمیتی که در تشکیل مفهوم کلی هویت ملی دارند، در جدول (۳) تحت عناوین عامل (۱) و (۲) معرفی شده اند.

هویت جهانی

«هویت جهانی» به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع فراملی است. هویت فراملی بر اساس ۱۰ گویه سنجیده شده است.

جدول (۴) گویه های هویت جهانی و میزان موافقت پاسخگویان با آنها (تعداد پاسخگو = ۳۵۲)

ردیف	گویه های هویت جهانی	تعداد پاسخ معتبر	میزان موافقت با گویه ها (درصد)					آماره های هویت جهانی	
			کاملاً موافق	موافق	مردد	مخالف	کاملاً مخالف		
۱	ما همگی به یک خانواده جهانی تعلق داریم.	۳۵۱	۴۲/۳	۳۹/۲	۱۲/۲	۵/۷	۰/۳	۴/۲	۰/۸۸
۲	تمامی تمدنها سرمایه های جامعه جهانی هستند، و باید دستاوردهای آنها را حفظ کرد.	۳۴۹	۳۹/۲	۴۳/۸	۱۲/۲	۲/۶	۱/۴	۴/۲	۰/۸۵
۳	به نظر من، روحیه جهان وطنی، باید سرلوحه اهداف آموزشی، تمام دولتها قرار گیرد.	۳۵۰	۳۱/۰	۴۰/۶	۲۱/۹	۴/۳	۱/۷	۴	۰/۹۱
۴	علم یک محصول جهانی است، برای توسعه آن باید ارتباطات علمی با همه کشورها برقرار شود.	۳۵۱	۶۲/۲	۳۲/۷	۳/۴	۰/۹	۰/۶	۴/۶	۰/۶۶
۵	در دنیای فعلی، برای برقراری ارتباط با سایر اعضای خانواده بشری، دراقصی نقاط دنیا، یادگیری برخی زبانهای بین المللی (مثلاً انگلیسی) لازم است.	۳۵۲	۶۹/۳	۲۷/۸	۱/۴	۱/۱	۰/۳	۴/۶	۰/۶
۶	آینده و سرنوشت مشترک تمامی افراد در اقصی نقاط دنیا به همدیگر گره خورده است.	۳۵۱	۳۴/۱	۴۰/۹	۱۹/۳	۴/۳	۱/۱	۴	۰/۹
۷	برای حمایت از صلح و آرامش جهانی، لازم است نهادهایی مثل مرکز بین المللی گفتگوی تمدنها و سازمان بین المللی تقویت شوند.	۳۵۲	۳۸/۹	۴۱/۵	۱۵/۹	۲/۳	۱/۴	۴/۱	۰/۸۷
۸*	ایده جهانی شدن در خدمت سلطه استعمار و امپریالیسم غرب به صورت جدیدی است.	۳۴۵	۶/۰	۱۲/۲	۴۸/۹	۲۱/۹	۹/۱	۲/۸	۰/۹۷
۹*	اگر کشوری بتواند ارتباط فرهنگی خود را با جهان غرب محدود کند از سلطه آن خارج می شود و توسعه بیشتری خواهد داشت.	۳۵۰	۱۹/۳	۳۴/۷	۲۶/۱	۱۲/۸	۶/۵	۳/۵	۱/۱
۱۰*	فرهنگ جهانی چیزی جز فرهنگ آمریکا و غرب نیست و باید در مقابل آن ایستادگی کرد.	۳۲۹	۱۹/۰	۳۲/۷	۲۴/۷	۹/۴	۷/۷	۳/۵	۱/۳
	شاخص هویت جهانی		بالا	متوسط	پایین				
			۵۵/۴	۴۰/۱	۴/۵				

* گویه های ستاره دار (۸، ۹، ۱۰) دارای مضمون منفی هستند و لذا مخالفت با آنها نشانه احساس هویت جهانی تلقی گردیده است.

شواهد موجود در این جدول گویای این است که: تقریباً بیشترین فراوانی پاسخ ها مربوط به بالاترین مرتبه تعلق و وفاداری فراملی (کاملاً موافق با گویه های مثبت و کاملاً مخالف با گویه های منفی) است و این امر حاکی از علاقه و وفاداری پاسخگویان به اجتماع فراملی است. در بین عناصر هویت فراملی، بیشترین موافقت (۶۹/۳ درصد) مربوط به ضرورت کاربرد زبان بین المللی (مثلاً انگلیسی) است و کمترین موافقت (۶/۵ درصد) مربوط به ارتباط فرهنگی است. این تفاوت از این جهت قابل توضیح است که پاسخگویان به کاربرد زبان بین المللی

نسبت به ارتباط فرهنگی در اجتماع جهانی وقوف کامل دارند. با این حال میزان موافقت با گویه های معرف پذیرش هویت فراملی در حد بالایی است. پاسخ های «مردد»، تردید و ابهام پاسخگویان را نسبت به عناصر هویت فراملی آشکار می کند. کمترین تردید (۱/۴) مربوط به زبان بین المللی است و بیشترین تردید (۴۸/۹) مربوط به ایده جهانی شدن است. بالاترین میانگین تعلق و وفاداری مربوط به ضرورت زبان بین المللی (۹۲/۰)، جهانی شدن علم (۹۲/۰) و کمترین آن (۵۶/۰) مربوط به ایده جهانی شدن است. با این حال میانگین تعلق و وفاداری به همه عناصر هویت فراملی در سطح بالا (۸۰/۰) می باشد. کمترین اختلاف نظر (۱۲/۰) مربوط به زبان بین المللی و بیشترین اختلاف نظر (۲۶/۰) مربوط به مخالفت با فرهنگ جهانی است. این امر می تواند بازتاب اختلافات سیاسی و ایدئولوژیک در باره موضوع جهانی شدن باشد که در سطح وسیعی در بین صاحب نظران، روشنفکران و همچنین دانشجویان جریان دارد. اما میزان احساس تعلق فراملی در بین زنان با میانگین ۴۰/۰۰ و مردان با میانگین ۴۳/۶۶ تفاوت معناداری وجود ندارد. بدین معنا که دو جنس احساس تعلق فراملی یکسانی دارند، $(T = ۰/۴۶۸, Sig = ۰/۶۷۳, df = ۳۴۳)$.

ابعاد تجربی هویت جهانی

بر اساس نتایج تحلیل عاملی هویت جهانی که در جدول (۵) منعکس گردیده، هویت فراملی داری سه بعد اساسی است که عبارتند از: بعد اول متشکل از ۴ جزء است. این اجزاء به ترتیب اهمیتی که در تشکیل این بعد از هویت فراملی دارند، در ستون اول جدول (عامل ۱) فهرست گردیده اند. این اجزاء عبارت اند از: تمدن های جهانی، خانواده جهانی، جهان وطنی، جهانی بودن علم. ضرایبی (بار عاملی) که در جلوی هر جزء قرار گرفته حاکی از اهمیتی است که هر یک از متغیرها در تشکیل این بعد از هویت فراملی دارند. بر این مبنا تمدن های جهانی با بالاترین بار عاملی، بیشترین سهم را در تشکیل این بعد از هویت جهانی بر عهده دارند. بر همین مبنا، بعد نخست هویت فراملی را می توان «تعلق خاطر مشترک جهانی» نام گذاری کرد. بعد دوم هویت فراملی شامل ۳ جزء است. این اجزاء به ترتیب اهمیتی (مقدار بار عاملی) که در تشکیل بعد مذکور دارند عبارت اند از: آینده و سرنوشت مشترک جهانی، صلح و آرامش جهانی و ضرورت یادگیری زبان بین المللی. قرار گرفتن این متغیرها در یک بعد (عامل ۲) حاکی از این معناست که از دیدگاه پاسخگویان بین

این متغیرها، سنخیت و تشابه معنا وجود دارد. در این صورت ضرورت یادگیری زبان بین‌المللی، آینده و سرنوشت مشترک جهانی، صلح و آرامش جهانی بعد دیگری از هویت جهانی را تشکیل می‌دهند. مقادیر بار عاملی هر یک از متغیرها در این بعد نشان می‌دهد که سرنوشت جهانی بیش از اجزای دیگر در تشکیل این بعد از هویت جهانی دخالت دارد. بر این مبنای نام این بعد از هویت فراملی را می‌توان تعهد مشترک جهانی دانست. بعد سوم هویت فراملی شامل ۳ جزء است. این اجزاء به ترتیب اهمیتی (مقدار بار عاملی) که در تشکیل بعد مذکور دارند عبارت‌اند از: ارتباط فرهنگی جهانی، فرهنگ جهانی و ایده جهانی. قرار گرفتن این متغیرها در یک بعد (عامل ۳) حاکی از این معناست که از دیدگاه پاسخگویان بین این متغیرها، سنخیت و تشابه معنا وجود دارد. در این صورت ارتباط فرهنگی جهانی، فرهنگ جهانی و ایده جهانی بعد دیگری از هویت فراملی را تشکیل می‌دهند.

مقادیر بار عاملی هر یک از متغیرها در این بعد نشان می‌دهد که «ارتباط فرهنگی جهانی» بیش از اجزای دیگر در تشکیل این بعد از هویت فراملی دخالت دارند. بر این مبنای نام این بعد از هویت فراملی را می‌توان وفاداری فرهنگی فراملی دانست.

بدین ترتیب بر اساس تحلیل مذکور، هویت فراملی در بین پاسخگویان دارای سه بعد اساسی است که عبارتند از «تعلق خاطر مشترک»، «تعهد مشترک» و «وفاداری فرهنگی مشترک». این ابعاد به ترتیب اهمیتی که در تشکیل مفهوم کلی هویت فراملی دارند.

جدول (۵) نتایج تحلیل عاملی هویت جهانی (تعداد پاسخگو= ۳۵۲)

رتبه	اجزای هویت فراملی	عامل ها		
		عامل (۱)	عامل (۲)	عامل (۳)
۱	تمامی تمدنها سرمایه های جامعه جهانی هستند، و باید دستاوردهای آنها را حفظ کرد. ما همگی به یک خانواده جهانی تعلق داریم. به نظر من، روحیه جهان وطنی، باید سرلوحه اهداف آموزشی تمام دولتها قرار گیرد. علم یک محصول جهانی است، برای توسعه آن باید ارتباطات علمی با همه کشورها برقرار شود. آینده و سرنوشت مشترک تمامی افراد در اقصی نقاط دنیا به همدیگر گره خورده است. برای حمایت از صلح و آرامش جهانی، لازم است نهادهایی مثل مرکز بین المللی گفتگوی تمدنها و سازمان بین المللی تقویت شوند. در دنیای فعلی، برای برقراری ارتباط با سایر اعضای خانواده بشری، در اقصی نقاط دنیا، یادگیری برخی زبانهای بین المللی (مثلاً انگلیسی) لازم است. اگر کشوری بتواند ارتباط فرهنگی خود را با جهان غرب محدود کند از سلطه آن خارج می شود و توسعه بیشتری خواهد داشت. فرهنگ جهانی چیزی جز فرهنگ آمریکا و غرب نیست و باید در مقابل آن ایستادگی کرد. ایده جهانی شدن در خدمت سلطه استعمار و امپریالیسم غرب به صورت جدیدی است.	۰/۸۰	۰/۷۳	۰/۷۵
۲		۰/۷۷	۰/۶۹	۰/۷۲
۳		۰/۷۵	۰/۶۸	۰/۷۵
۴		۰/۵۰		۰/۷۲
۵				۰/۷۵
۶				۰/۷۲
۷				۰/۷۵
۸				۰/۷۲
۹				۰/۷۵
۱۰				۰/۷۲

مجموعاً
مطابق
فصلنامه

۹۷

تاثیر جهانی سازی بر هویت ملی و هویت جهانی

به منظور بررسی رابطه در معرض فرایند جهانی (رسانه های ارتباطی نوین) قرار گرفتن با هویت ملی و هویت فراملی از تحلیل مسیر استفاده شده است.

جدول ۶. ضرایب مسیر متغیر های مستقل با هویت ملی

Sig	t	Beta	سطح معنا داری	f فیشر	ضریب تعیین	همبستگی چند گانه
۰/۰۰۰	۱۸/۲۵	(Constant)	۰/۰۰۰	۲۸/۱۴	۰/۴۶	-۰/۶۸
۰/۰۰۰	-۷/۴۲۱	-۰/۴۸	ارزش های فراملی			
۰/۷۵۳	۰/۳۲	-۰/۰۵۱	فرایند جهانی			

متغیر وابسته: هویت ملی

(R^2) به دست آمده نشان می دهد ۰/۴۶ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط این دو متغیر تبیین می گردند و مقدار F نیز معنی دار بودن رگرسیون و رابطه خطی بین دو متغیر را نشان می دهد و سطح معناداری (sig = ۰/۰۰۰) بدست آمده، معنی دار بودن آن را در سطح ۹۹ درصد تأیید می کند. شواهد موجود در جدول ۴. گویای این واقعیت است که متغیر ارزش های فراملی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با متغیر فرایند جهانی در پیش بینی متغیر وابسته دارد. زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار آن باعث می شود تا انحراف معیار متغیر وابسته، به اندازه -۰/۴۸ تغییر کند.

در مرحله بعد ارزش های فراملی به عنوان متغیر وابسته و فرایند جهانی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و با روش رگرسیون یک متغیره ضرایب بتا برای تک تک آنها به صورت جداگانه محاسبه و نتایج در جداول ۶ ارائه شده است

جدول ۷. ضرایب مسیر متغیر فرایند جهانی و ارزش های فراملی

همبستگی پیرسون	ضریب تعیین	f فیشور	سطح معنا داری	متغیر وابسته
۰/۵۷	۰/۳۲	۷/۶۲۱	۰/۰۰۶	آزادی گرایی
۰/۴۲	۰/۱۸	۵/۳۸۳	۰/۰۲۱	انسان گرایی
۰/۴۰	۰/۱۶	۳/۵۸۵	۰/۰۵	فرد گرایی
۰/۴۹	۰/۲۴	۱۱/۵۲	۰/۰۰۱	شاخص ارزش ها

(R^2) به دست آمده نشان می دهد ۳۲ درصد تغییرات متغیر آزادی، ۱۸ درصد تغییرات متغیر انسان گرایی و ۱۶ درصد تغییرات متغیر فرد گرایی توسط متغیر فرایند جهانی تبیین می گردد و مقدار F نیز معنی دار بودن رگرسیون و رابطه خطی بین دو متغیر را نشان می دهد و سطوح معنا داری بدست آمده، معنی دار بودن آنها را در سطوح ۰/۹۵ و بالاتر تأیید می کند. شواهد موجود در جدول ۷ گویای این واقعیت است که سهم متغیر فرایند جهانی، در پیش بینی متغیر آزادی ۰/۵۷، انسان گرایی ۰/۴۲، فرد گرایی ۰/۴۰ و شاخص ارزش های جهانی ۰/۴۹ می باشد.

جدول ۸. ضرایب مسیر متغیر های مستقل با هویت فراملی

Sig	t	Beta	سطح معنا داری	f فیشور	ضریب تعیین	همبستگی چند گانه
۰/۰۰۰	۲۲/۶۹	(Constant)	۰/۰۰۰	۷/۸۳	۰/۳۵	۰/۵۹
۰/۰۰۰	-۱۲/۹۲۱	۰/۵۷	ارزش های فراملی			
۰/۱۱۶	-۱/۵۲	۰/۱۲	فرایند جهانی			

متغیر وابسته: هویت فراملی

(R^2) به دست آمده در جدول شماره ۸ نشان می دهد ۰/۳۵ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط این دو متغیر تبیین می گردند و مقدار F نیز معنی دار بودن

رگرسیون و رابطه خطی بین دو متغیر را نشان می‌دهد و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) بدست آمده، معنی دار بودن آن را در سطح ۹۹ درصد تأیید می‌کند. شواهد موجود در جدول ۸ گویای این واقعیت است که متغیر ارزش‌های فراملی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با متغیر فرایند جهانی در پیش‌بینی متغیر وابسته دارد. زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار آن باعث می‌شود تا انحراف معیار متغیر وابسته، به اندازه ۰/۵۷ تغییر کند.

نتیجه‌گیری

از آنجا که ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سنتی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت دارند، بالطبع، تحول در نظام‌های ارتباطی می‌تواند دگرگونی‌های عمده‌ای در روند تکوین هویت ایجاد کند. به‌طور کلی رسانه‌های نوین ارتباطی فرصت‌های نوینی را در جهت تعامل خود و شبکه و فرایند شکل‌گیری هویت به وجود آورده‌اند. در نوشتار حاضر با توجه به معرف‌هایی که برای فرایند جهانی در نظر گرفته شد، در مجموع اکثریت افراد (۶۴ درصد) در حد ضعیفی در معرض فرایند‌های جهانی شدن قرار دارند و بقیه به میزان متوسط در معرض چنین فرایندی قرار گرفته‌اند. این ارتباط ضعیف عمدتاً به مواردی مثل ارتباطات خارجی مثل سفر خارجی و داشتن دوستانی در خارج از کشور و ... مربوط می‌شود ولی از نظر استفاده از رسانه‌های جدید به خصوص استفاده از اینترنت وضعیت متفاوت است و اکثریت پاسخگویان به این رسانه دسترسی دارند و از آن استفاده می‌کنند.

بنابراین فرضیه تحقیق، در معرض رسانه‌های نوین جهانی قرار گرفتن موجب گرایش به ارزش‌های جهانی می‌شود که پیامد آن تضعیف هویت ملی و تقویت هویت جهانی افراد می‌باشد. همان‌طور که ملاحظه گردید، رسانه‌های نوین رابطه معناداری با گرایش به ارزش‌های جهانی و احساس تعلق جهانی دارند. از طرف دیگر شاهد فقدان رابطه معنادار میان رسانه‌های نوین و هویت ملی می‌باشیم. فقدان رابطه معناداری میان فرایند جهانی شدن و هویت ملی از این جهت قابل توجیه است که عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی، عناصر پایداری می‌باشند که در برابر فرایند‌های جهانی مقاومت می‌نمایند. با این وجود نبود رابطه معنادار به معنای فقدان تأثیر و تأثر میان در معرض وسایل اطلاعاتی - ارتباطی نوین قرار گرفتن و هویت ملی نیست، بلکه نشان‌دهنده پیچیدگی رابطه و بنابراین آثار متقابل و متفاوت سطحی، عمیق، کوتاه مدت و بلندمدتی است که میان این دو متغیر بویژه در حضور دیگر

متغیرهای زندگی اجتماعی می توان تصور کرد. علاوه بر این با توجه به اثر گذاری تأخیری وسایل ارتباط جمعی، چنین می نماید که تأثیر این رسانه در بلند مدت ضمن برخورد افراد با وقایع زندگی نمود بیشتری پیدا نماید.

در اینجا نکته قابل توجه این است که فرایند جهانی شدن رابطه مثبت (ولی ضعیف) با هویت جهانی دارد به این معنا که هر چه افراد بیشتر در معرض این وسایل قرار بگیرند بیشتر احساس تعلق جهانی می نمایند. علاوه بر این شاهد رابطه معنا دار میان گرایش به ارزش های جهانی با هویت ملی و هویت جهانی هستیم. ولی این رابطه به نحوی است که ارزش های جهانی رابطه منفی با هویت ملی و رابطه مثبت با هویت جهانی دارند، به این معنا که افراد هر چه بیشتر به ارزش های جهانی گرایش پیدا نمایند، هویت ملی آنها تضعیف و هویت جهانی آنها تقویت می شود. روی دیگر این سکه بدین معناست که افراد وقتی به یک چیز احساس تعلق و همبستگی می نمایند که آن چیز برای آنها ارزشمند باشد. اگر افراد به چیزی احساس تعلق نمی کنند به این دلیل است که آن چیز برای آنها ارزشمند نیست. بنابراین، این ارزشمندی است که احساس تعلق به وجود می آورد. پس ما می توانیم با تغییرات ارزشی در افراد تعلق و همبستگی متفاوت در آنها به وجود آوریم. از اینرو نفس در معرض وسایل ارتباطی قرار گرفتن همبستگی و تعلق به وجود نمی آورد. بلکه ارزش هایی که از طریق این وسایل اشاعه می یابد احساس تعلق به وجود می آورد.

بنابر این با توجه به اینکه هویت فرد در تعیین نحوه ی انتخاب های وی بسیار موثر است، می توانیم نتیجه بگیریم اگر میان فرهنگ ملی و فرهنگ فراملی (فرهنگی که انواع ارزش های و گرایش های فرهنگی را از طریق رسانه های نوین اشاعه می دهد) تضاد وجود داشته باشد، نزاع هویتی رخ می دهد. هر چه برخورد این دو فرهنگ شدید تر باشد، جذب وسایل ارتباطی نوین (بالاخص اینترنت و ماهواره) در جامعه مزبور (دست کم در مراحل اولیه) دشوارتر می شود. اگر بتوانیم اوضاع را به گونه ای هدایت کنیم که میان فرهنگ ملی و فرهنگ فراملی سازش حاصل شود، در این صورت احتمال بروز تنش های هویتی کاهش خواهد یافت. در این صورت گزینش کالاهای فرهنگی و ارزش هایی که از وسایل ارتباطی نوین عرضه می شود به مراتب آسان تر خواهد بود. در نهایت بدون اینکه خواسته باشیم به یک داوری مثبت یا منفی مبادرت ورزیم، باید خاطر نشان کنیم که وسایل اطلاعاتی - ارتباطی نوین این فرصت را در اختیار شهروندان قرار داده است که هویت جدیدی را در سپهر مجازی (وسایل

اطلاعاتی - ارتباطی) آماده کنند و مطابق با همین شکل به جهان پیرامون خود سامان بخشند. علاوه بر این از یک لحاظ هویت سازی که از طریق وسایل اطلاعاتی و ارتباطی نوین صورت می‌گیرد به تغییر همه معادلات هویتی افراد نمی‌انجامد. در جوامعی که هویت های فردی تثبیت شده باشد و از انسجام لازم برخوردار باشند، ورود به عرصه سپهر مجازی و آشنایی با هویت مجازی تحول جدی در هویت فردی پدید نمی‌آورد، بلکه حتی سپهر مجازی می‌تواند به ابزاری برای استحکام بخشیدن به هویت فردی یا جمعی تبدیل شود. به همین خاطر ضروری به نظر می‌رسد تا در سطح ملی:

۱. ارزش ها، علایق، نگرش ها و انتظارات افراد به منظور این ایجاد تغییراتی مثبت در آنها شناسایی شود، تا بتوانیم هویت ایرانی و اسلامی خود در جامعه جهانی متحول و دستخوش دگرگونی حفظ نماییم.

۲. در این راستا تقویت زبان فارسی به عنوان یکی از عناصر اصلی هویت ملی به ویژه در فضای دیجیتال، راهبری تعامل با زبان های خارجی و اتخاذ رویکرد جامع و چند وجهی در زبان آموزی عمومی و تخصصی.

۳. راهیابی هویت یابی ایرانیان در رویارویی با جریان جهانی تحرک و مهاجرت منابع انسانی از طریق فراهم آوردن زمینه و امکانات برای دست یابی عناصر ساختهای هویتی متنوع به جایگاه مناسب در سلسله مراتب اجتماعی و ساختار قدرت به منظور کاهش زمینه مهاجرت نخبگان و یاری نخبگان مهاجر برای حراست از هویت ملی.

۴. راهبری ارتباطات بین المللی و بین فرهنگی با تکیه بر مزیت آفرینی رقابتی برای هویت، میراث فرهنگی، سبک زندگی، الگوهای اخلاقی و ارتباطی و جاذبه های طبیعی و محیطی ایران در سطح جهانی.

۵. تأکید بر نقش هنرها در حفظ و ارتقای هویت ملی و تعامل فرهنگی تمدنی، تبیین و تقویت گسترده مطلوب خلاقیت های هنری از منظر دینی و اخلاقی، کشف و پرورش استعدادها و احترام، اعتماد و پشتیبانی از آفرینشگران، نهادها و شیوه های مختلف بیان فرهنگی و هنری و بیان همه جانبه از تولید کالا و خدمات و فعالیت های فرهنگی و به ویژه حقوق مالکیت فکری برای خلق معانی و هویت های همگرا.

۶. اهتمام جدی در زمینه بازنشاسی هویت ملی و روز آمد سازی فرهنگ دینی از طریق حمایت ویژه و همه جانبه از پژوهش های تاریخی، فرهنگ شناختی و دین شناختی.

۷. طرح ابعاد گوناگون جهانی شدن در فضای عمومی، آگاه سازی و آموزش عمومی برای توانمندسازی در تعامل فرهنگ بومی با فرهنگ جهانی شده.
۸. تقویت روحیه اعتماد به نفس ملی در مدیریت فرایند جهانی شدن با تأکید بر هویت ملی، تجربه تاریخی تداوم فرهنگ ایرانی در چالش های سیاسی و تمدنی.
۹. برنامه ریزی برای مدیریت ایران دیجیتال و مشارکت فعال در فضای سایبرنتیک جهانی، برای ارائه تصویر صحیح و مثبت و مقابله با پردازش های منفی و خطر خیز از حیات و هویت ملی.
۱۰. تلاش برای شکل دهی عناصر هویتی، توسعه همکاری رسانه ای، گسترش ارتباط فرهیختگان و متخصصان در سطح جهانی.

Archive of SID

منابع

- ابوطالبی، علی (۱۳۷۸). حقوق قومی، اقلیت ها و همگرایی، علی کریمی مله، فصل نامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره یکم
- اولسون، دیوید (۱۳۷۷). رسانه ها و نمادها: صورت های بیان، ارتباط و آموزش. محبوبه مهاجر. تهران: انتشارات سروش.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۹). توسعه سیاسی و بحران هویت ملی، گفتگوی علمی با داریوش جهانبین، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵.
- بوردو، ژرژ (۱۳۷۸). لیرالیسم، ترجمه عبدالوهاب احمدی، تهران، نشر نی.
- پاستر، مارک (۱۳۷۷). عصر دوم رسانه ها، ترجمه غلام حسین صالحیار، تهران: انتشارات موسسه ایران.
- توحید فام، محمد (۱۳۸۳). چرخش های لیبرالیسم، تهران، انتشارات روزنه.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱). تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، پایان نامه دکتری جامعه شناسی دانشگاه تربیت مدرس.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش های اجتماعی، تهران: کتاب فرا.
- شایگان، داریوش (۱۳۸۲). افسون زدگی جدید (هویت چهل تکه و تفکر سیار)، ترجمه فاطمه ولیانی، تهران، انتشارات فرزا.
- طالبی، سکینه (۱۳۷۸). تحول هویت ملی در دانش آموزان دختر دوره تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی، تهران دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- عطاران، محمد (۱۳۸۳). جهانی شدن، فناوری اطلاعات و تعلیم و تربیت، تهران، انتشارات موسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۲). هویت محلی، ملی و جهانیف مجله انجمن جامعه شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۲.
- کاستلز، ایمانوئل (۱۳۸۴). عصر اطلاعات، اقتصاد جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، انتشارات طرح نو.
- کوشاfer، محسن (۱۳۸۴). بررسی تاثیر ارزشهای مدرن بر مشروعیت سیاسی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۴). هویت و بریکولاز فرهنگی، مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۳). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، چاپ دوم، نشر نی.
- گری، جان (۱۳۸۱). لیبرالیسم، ترجمه محمد ساوجی، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه.
- گیبینز، جان و بوریمر (۱۳۸۱). سیاست پست مدرن، ترجمه منصور انصاری، تهران: گام نو.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص (جامعه و هویت شخصی در عصر تجدد) ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- ملکیان، مصطفی (۱۳۸۱). راهی به رهایی، جستارهایی در عقلانیت و معنویت، تهران، نشر نگاه معاصر.
- مهدی زاده طالبی، محمد (۱۳۷۴). اندیشه های سنت و تجدد در مطبوعات ایران، بررسی نسبت مولفه های سنت و تجدد در مجله کیان، نامه فرهنگ و فرهنگ و توسعه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
- یوسفی، علی (۱۳۸۰). همبستگی قومی و هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم.

- Alberw,M(1996) the Global Age.cambridge:Polity press
- Giddens A(1991) modernity of postmodernity.comberidge: polity press
- Hand,M. and sandy Well(2002) “ E- topia as Cosmopolis or Citadel on the Democratizing and De- Democratizing logics of the Internet or, Towerd a Critique of the New Technological Fetishism” , Theory, Culture and Society,No.1-2
- Harvey.D(1989) the condition of postmodernity. Oxford: black well
- Howard, Judith A. (2000) “ Social psychology of identities” , Annual Review of Sociology, Vol .26 ,pp. 367-393
- Jones, Stevn G. (ed.) (1998) Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community, London, Sage
- Thunberg, Anne-Marie; Nowak, Kjell; Rosengren, Karel Erik; Sigurd,Bengt(1982) Communcation and equality: A
- Schifirnt,(1989); Youth as a new Element in the Evoluation of Socity, In Y. Simhadri,(ed), Development of Emerging World Youth , Delhi: Mittal Publication
- Swedish perspectiv, Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Montazer-Ghaem, Mehdi (1997) Socio-cultural and socio-political implications of VSRs in Iran: Public discourses, state policies, and cultivation of attituds, Ph.D Thesis Center for Mass Mommunication Research, University of Leicester, UK
- Robertson,R(1992) Golbalization.london:SAGE