

شناسایی و تحلیل چارچوب سیاست‌گذاری فرهنگی جهت ایجاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام

طاهر سلیمانی^۱، علیرضا صامت^۲، عباسعلی قیومی^۳، اسماعیل کاوسی^۴،
علی رشیدپور^۵

چکیده

یکی از موضوع‌هایی که باید در همهٔ جوامع به آن توجه شود، موضوع تقویت هویت فرهنگی است. تقویت هویت فرهنگی همبستگی اجتماعی در جامعه را تقویت می‌کند و علاوه بر آن انسجام اجتماعی و نشاط اجتماعی در جامعه را افزایش می‌دهد. از دیگر مزیت‌های تقویت هویت فرهنگی، جامعه‌پذیری مناسب افراد است. پژوهش پیش‌رو، در همین راستا به شناسایی و تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی به‌منظور تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام پرداخته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، تلفیقی از نوع روش‌های کیفی و کمی است. در مرحله اول از روش کیفی تحلیل محتوا (قیاسی) جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است، جامعه آماری در این مرحله حدوداً ۸۰ منبع در حوزه هویت فرهنگی جوانان است که به‌صورت هدفمند انتخاب شده است. در ادامه، متون مورد مطالعه قرار گرفته و پاراگراف‌های مرتبط با سؤالات پژوهش انتخاب گردیده است. سپس، برای تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام از فن دلفی استفاده شده است. در این پژوهش، تعداد ۱۵ نفر از خبرگان و اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های تهران (تمام‌وقت و حق‌التدریس) در رشته‌های جامعه‌شناسی و مدیریت فرهنگی به‌عنوان نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی برای تعیین روایی مرحله کیفی در

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

۱. دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

dr.soleimani2020@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

arsamet@gmail.com

۳. دانشیار گروه مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران.

ghaiyoomi@gmail.com

۴. استاد گروه فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

ekavousi@gmail.com

۵. دانشیار گروه مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

alirashidpoor@gmail.com

نظر گرفته شدند. در پایان مرحله اول شناسایی ابعاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام در شش بعد تقویت هویت محلی (بومی) جوانان، توجه به دیانت جوانان، شناسایی جغرافیای فرهنگی، تقویت زبان فارسی جوانان، توجه به حافظه فرهنگی جوانان و توجه به پوشاک جوانان ارائه شد. جامعه آماری پژوهش را جوانان استان ایلام تشکیل می‌دهند که مطابق اطلاعات سامانه استناداری حدوداً ۳۰۰۰۰۰ نفر هستند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر برآورد شده و تجزیه و تحلیل آماری در دو سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری (نظیر فراوانی، درصد و میانگین) و سطح استنباطی تحلیل عاملی تأییدی، با استفاده از Spss ۲۲ و Lisrel ۸/۵۴ صورت گرفت. معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده ابعاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، تقویت هویت محلی (بومی) جوانان، توجه به دیانت جوانان، شناسایی جغرافیای فرهنگی، تقویت زبان فارسی جوانان، توجه به حافظه فرهنگی جوانان و توجه به پوشاک جوانان نشان داد که تمامی ضرایب به دست آمده، معنادار هستند.

واژگان کلیدی

تحول، هویت فرهنگی، هویت محلی، جوانان، استان ایلام.



مقدمه

با ورود به عصر مدرنیته و گذر از جنگ سرد و عدم توانایی ابرقدرت‌ها در تسلط بر کشورها به طریق حمله نظامی، بحث فرهنگ و تسلط بر آن به میان آمده است، چراکه فرهنگ یک ملتی هویت آن ملت بوده و در جامعه بین‌المللی، ملتی را بر پایه هویت فرهنگی آن می‌شناسند. تسلط و تصرف زورگویان همیشه و در همه حال، در همه اعصار بوده و خواهد بود. اولاً، توان نظامی دولت‌ها تقریباً باهم برابری می‌کند و اینکه حمله نظامی دارای هزینه‌های گرانی بر دولت متجاوز به بار می‌آورد و از طرف دیگر به دلیل وجود سازمان‌های بین‌المللی و در برخی موارد حمایت آن‌ها از دولت‌های ضعیف، امکان حمله نظامی را از متخاصمان گرفته و آن‌ها برای رسیدن به اهداف ظالمانه خود سعی بر تسلط بر فرهنگ ملت‌ها به عبارت دیگر استحاله فرهنگی دارند، چون فرهنگ یک ملت ریشه در اعتقادات و باور آن ملت داشته و در عمق وجودی افراد آن ملت رخنه کرده است، هرچند تسلط بر آن زمان زیادی را نیازمند است ولی در صورت موفقیت، نابودی دولت را در پی خواهد داشت.

استعمارگران، اکنون به این نتیجه رسیده‌اند که بهترین راه نفوذ در سایر کشورها، نفوذ در فرهنگ آنان و استحاله درونی آن است. آنان می‌خواهند ارزش‌های موردپسند خود را ارزش‌های مترقی جلوه دهند و جایگزین معیارهای بومی و فطری ملت‌ها سازند و از این طریق، بدون هیچ دغدغه‌ای به آینده منافع خود در این کشورها مطمئن باشند. این جمع‌بندی، به‌ویژه در دهه‌های اخیر، مبنای فعالیت‌های سازمان‌یافته گسترده‌ای قرار گرفته که غرب آن‌ها را ترویج معیارهای تمدن، رشد و توسعه معرفی می‌کند؛ اما در فرهنگ ملت‌ها، از این اقدامات با تعابیر مختلفی یاد می‌شود که مفهوم مشترک آن‌ها در تعبیر هجوم فرهنگی نهفته است.

هویت فرهنگی مفهوم پیچیده‌ای است که شامل عوامل ذهنی مانند ایدئولوژی، دانش خانوادگی، آداب و رسوم، زبان و مهارت‌های اکتسابی و غیره است. این مقوله به‌عنوان موضوعی جالب و تأثیرگذار، سال‌ها موردعلاقه انسان‌شناسان بوده و به دنبال درک بیشتر گروه‌های انسانی در سراسر جهان هستند. به دلیل اینکه مفهوم هویت فرهنگی یک باور مشترک بین جهانیان بوده و بر عملکردشان تأثیرگذار هست، بدین دلیل است که از مردم‌شناسی به بحث مدیریت وارد شد (Weber & Martensen, 2021: 4). اسطوره‌ها، سنت‌ها، ساختمان‌ها، عادات و رسوم، قراردادهای اجتماعی، جشن‌ها، نحوه نگرش به مرگ، سوگواری‌ها و جز آن عناصر سازنده هویت فرهنگی به حساب می‌آیند که به سه عامل تاریخی، زبانی و روانشناسی بستگی دارد (آذر، ۱۳۹۳: ۷۸).

مؤلفه‌های هویتی را با توجه به رویکردهای مختلفی تبیین کرده‌اند: در دیدگاه انسان‌شناسان هویت فرهنگی از مؤلفه‌هایی چون ملت، قلمرو جغرافیایی سیاسی، زبان و دین تشکیل شده است (روح‌الامینی، ۱۳۷۹: ۳۹). آنتا دیوپ^۱ (۱۹۸۱) انسان‌شناس سنگالی بر این باور است که هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل تاریخی، زبانی و روان‌شناختی بستگی دارد که با از بین رفتن هر کدام از آن‌ها هویت فرهنگی ناقص می‌شود. با این رویکرد، اشتراکات فرهنگی، عناصر و اجزای مشترک بین جوامع هستند و هویت فرهنگی نیز بخشی از ویژگی جامعه است که آن را از سایر جوامع متمایز می‌سازد. فرهنگ منبع هویت است. افراد با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند. در جوامع سنتی فرهنگ به علت ایجاد تفاوت آفرینی و معنابخشی بسیار بالا هویت‌سازی خوبی را انجام می‌داد. هویت یک سیستم کنترل است که مجموعه‌ای از هنجارهای و ضد هنجارها در فرد و جامعه به وجود آورده است. مجموعه معنایی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به افراد القا می‌کند و وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد (هونتزینگر، ۱۳۶۸: ۲۱۳). تغییر فرهنگ همانا معادل تغییرات بزرگ و اساسی بوده (Asamu, 2014: 76) و به‌عنوان پدیده ثابتی در تاریخ بشریت است. (Theme, 2020: ۱) این تغییرات به‌عنوان عاملی اساسی و مؤثر در شکل‌گیری و ایجاد هویت ملی عمل می‌کنند. (Tajjun & Hu, 2015: 110) تغییرات هویت فرهنگی مهم‌ترین عامل بحران‌های اجتماعی است چون این هویت فرهنگی است که عاملی حیاتی می‌باشد. (Qiaobing & et al, 2020: 1) این تغییر زمانی حاصل و تشدید می‌شود که یک ملت از سوی مظاهر افراطی تحریک و ترغیب شوند. (Kotlyarova & Bermus, 2019: 1764)

ایران جامعه‌ای در حال گذر یا در حال توسعه است. در چنین جامعه‌ای با فروپاشی نظام‌ها و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، تحركات جمعیتی و اجتماعی و تشدید تعاملات بین فرهنگ‌ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم، به‌ویژه جوانان، در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار گرفته‌اند. بسیاری از این جوانان با کنده‌شدن از بنیادهای سنتی و در ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی یا تشخیص ندادن الگوهای مناسب، به تعارض، سردرگمی و بلا تکلیفی دچار می‌شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می‌بینند.

در چنین وضعیتی است که آنومی یا نابسامانی اجتماعی زمینه لازم را برای پیدایش بحران هویت، سرخوردگی‌های روانی، فردگرایی‌های خودخواهانه، جمع‌گرایی‌های خاص‌گرایانه، بی‌تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی و اختلال در نظم و کنترل اجتماعی، تخریب منابع و پایمال‌شدن منافع ملی، خشونت و احساس ناامنی، نارضایتی و برون‌گرایی پدید می‌آورد (عبداللهی، ۱۳۷۵: ۸۵).

با توجه به پویایی فرهنگ ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی در ایران در دهه‌های اخیر، مردم ایران درک جامع‌تری از جهان و فرهنگ جهانی و فرهنگ ایرانی‌شان یافته‌اند. این شناخت و آگاهی، بی‌تأثیر از شرایط محیط داخلی و خارجی نبوده است. افزایش رفت‌وآمد شهری و استانی در ایران، مساعد شدن شرایط ارتباط بین حوزه‌های فرهنگی در ایران و اقدام به مسافرت به کشورهای خارجی، استفاده از رسانه‌های جمعی (ملی و بین‌المللی)، گسترش دانش عمومی نسبت به کشورها و فرهنگ‌های دیگر، مشارکت سیاسی و اجتماعی، تغییر در شرایط جهانی و توسعه روابط بین فرهنگی، موجب شده تا مردم ایران، بیشتر خود را در جامعه جهانی تعریف کنند.

بنابراین، با توجه به آنچه که گفته شد این سؤال مطرح می‌شود که چه عواملی موجب تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام هستند، لذا هدف پژوهش پیش‌رو طراحی و ارائه ابعاد سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام است.

پیشینه پژوهش

از جمله پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه می‌توان به پژوهشی که محمدرضا حصارکی با عنوان «آموزش و ترویج زبان و ادبیات فارسی و نقش آن در حفظ و تقویت هویت فرهنگی» انجام داده است، اشاره کرد که یافته‌های به‌دست‌آمده نشان داد هویت فرهنگی نقش مهم و اساسی خود را به‌عنوان یک عامل وحدت‌بخش ملی به بهترین شکل ممکن ایفا می‌کند.

مریم خسروی، مهین یعقوبی و حمیدرضا چرخ انداز با عنوان «بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تقویت هویت فرهنگی» انجام داده‌اند. یافته‌های به‌دست‌آمده از این پژوهش تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد هویت فرهنگی را تأیید می‌کند. (خسروی؛ یعقوبی و چرخ انداز، ۱۳۹۸: ۱۲۳).

پژوهشی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی» توسط فاطمه محمدی و مهدی واحدی انجام گرفت. نتایج این پژوهش نشان

داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی مؤثر است (محمدی و واحدی، ۱۳۹۸: ۱۵۲).

نیلوفر زمانی افشار و وحدانه فولادی نیز پژوهشی با عنوان «هویت‌بخشی به فرهنگ و پوشش در خانه مد و لباس با استفاده از معماری زمینه‌گرا» انجام داده‌اند. بر اساس نتایج پژوهش خانه مد و لباس نقش اساسی در نمایش و حفظ فرهنگ و هویت یک جامعه در پوشش آن‌ها دارد (نیلوفر زمانی افشار و وحدانه فولادی، ۱۳۹۷: ۲۱۱).

مینا سنمار هم پژوهشی با عنوان «رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تغییرات هویت فرهنگی دختران دبیرستانی ناحیه ۲ اصفهان» انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر باورهای مذهبی و میراث فرهنگی و زبان دختران دبیرستانی مؤثر است (سنمار، ۱۳۹۷: ۱۸۴).

احمد ترکمان و شیما حبیبی نیز پژوهشی با عنوان «نقش مراکز فرهنگی در ارتقای هویت فرهنگی جامعه» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد از گذشته تاکنون نقش ارزش‌های مشترک فرهنگی در اتحاد ملی ایرانیان در اقصی نقاط کشور مورد توجه قرار گرفته است (ترکمان و حبیبی، ۱۳۹۷: ۱۱۹).

همچنین معصومه مدور و سپیده انصافی مهربانی پژوهشی با عنوان «فرصت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی برای هویت فرهنگی دانش‌آموزان» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که مواردی مانند فرهنگ‌سازی، انتقال انتظارات فرهنگی اجتماع، بهبود ارتباطات برون فرهنگی، تغییر فرهنگی به سمت مطلوب بودن، تعاملات چندفرهنگی و افزایش سرعت انتقال فرهنگی به عنوان فرصت‌ها و همچنین وجود مواردی مانند زمینه‌سازی برای مغایرت فرهنگی، مقطعی بودن منافع و گزینش نامعقول چالش‌های شبکه‌های اجتماعی برای هویت فرهنگی دانش‌آموزان هستند (مدور و انصافی مهربانی، ۱۳۹۷: ۱۲۲).

حسین عباسی و مرضیه اسکینی پژوهشی با عنوان «تعمیق هویت فرهنگی و ملی در دانش‌آموزان» انجام داده است. بر اساس نتایج پژوهش، روش‌هایی برای ارائه موضوعات مثل، استفاده از داستان و فیلم، ایفای نقش، نوشتن، مصاحبه، بحث گروهی، استفاده از چالش‌ها، جمع‌آوری داستان‌ها و اخبار مطرح شد (عباسی و اسکینی، ۱۳۹۶: ۱۴۸). همان‌گونه که در تحقیقات فوق مشاهده می‌شود بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده درباره بررسی عوامل مؤثر بر تحول هویت فرهنگی جوانان و رفتارهای مرتبط با آن است که در هرکدام از آن‌ها عوامل مؤثر بر تحول هویت فرهنگی جوانان به صورت

جداگانه بررسی شده است. در این مقاله با توجه به اهمیت و جایگاه تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، به شناسایی و تحلیل تأثیر این عوامل در شکل گیری و تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام پرداخته شده است؛ لذا این پژوهش از این حیث دارای نوآوری است.

چارچوب نظری پژوهش

هویت فرهنگی

هویت‌ها، پدیده‌هایی فراتاریخی و جدا از اقتصاد، مذهب، ایدئولوژی و تاریخ و جغرافیایی خاص خودشان نیستند، بلکه این سازه‌های اجتماعی باتکیه‌بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی، به وجود آمده‌اند و تعریف می‌شوند و در طی زمان، به طور مجدد تفسیر می‌شوند؛ بنابراین در ساخته شدن هویت‌ها، ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی، فناوری، اقتصاد و ساختارهای معرفتی، از جمله فرهنگ، زبان، آرمان‌ها، ایدئولوژی و سنت هم‌زمان تأثیر دارند (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۴۹).

فرهنگ در طیفی از معناها و نمادها مانند اعمال، گفتارها و اشیای معنادار و نمادین مختلف است که افراد به اعتبار آن‌ها با هم ارتباط برقرار می‌کنند و تجربیات، مفاهیم و باورهای مشترکی به دست می‌آورند و به مثابه سبک زندگی ارزیابی می‌شود و در حوزه‌هایی مختلف مانند فرهنگ عمومی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی و فرهنگ عامه قابل شناسایی است (Thompson, 1999: 132). در تعبیر نهایی می‌توان گفت که فرهنگ، مجموعه‌ای انباشتی از دانستنی‌ها، باورها، هنرها، اخلاق، قوانین، آداب و رسوم و گرایش‌ها، قابلیت‌ها و عادت‌های روزانه است که در فرایندی تاریخی، شکل و ماهیت امروزی به خود گرفته است و افراد جامعه به محض ورود به اجتماع، آن را کسب می‌کنند (بابایی، ۱۳۸۲: ۷۲).

فرهنگ در یک جامعه نقش مهمی در روند توسعه آن جامعه داشته، به طوری که آن را پایه معنوی همان جامعه می‌دانند. (Trung & Van, 2020: 220) هویت فرهنگی نیز یک مفهوم فراگیری بوده (Young, 2007: 253) و آن را می‌توان به عنوان شخصیت یک فرد یا اجتماع تعریف کرد که شامل تربیت، آموزش، باورها، ارزش‌ها و دانش خاصی می‌شود (Stenishcheva, 2021: 2) در اصل هویت فرهنگی سنگ بنای هویت ملی بوده و می‌تواند هم در سطح اجتماع و نیز در سطوح فردی تجسم شود (Bouymaj, 2020: 9)؛ بنابراین می‌شود گفت که این هویت، به نوعی فرهنگ مشترکی است که خود واقعی

جمع را نشان می‌دهد که در درون اجتماع پنهان می‌باشد (Koc, 2006: 1)؛ عواملی مانند جنگ، فتوحات، استعمار، تغییرات آب و هوایی، منافع اقتصادی و جهانی شدن باعث آمیختگی فرهنگی بین دو یا چند فرهنگ شده و باعث تسلط یکی بر دیگری می‌شود (Carrasco, 2006: 7).

از طرفی فرهنگ، به‌عنوان شناسنامه یک ملت است و هویت فرهنگی، به‌عنوان سند تاریخی تلاش‌ها و خلاقیت‌ها، افتخارات و در مجموع فراز و فرودهای افتخارآمیز یا عبرت‌آموز گذشته و حال یک ملت محسوب می‌شود. حفظ هویت فرهنگی هر ملتی در تعامل با سایر فرهنگ‌ها، دغدغه وطن‌دوستانی است که از آبخور آن فرهنگ سیراب شده‌اند و با لالایی آرام‌بخش و جان‌نواز مام میهن در بستر آن فرهنگ رشد و تکامل فکری و معنوی پیدا کرده‌اند (سعیدی و کیا، ۱۳۸۵: ۲۳۱). آنچه هر جامعه را از جوامع دیگر تمیز می‌دهد، خصوصیات است که شناسنامه فرهنگی آن جامعه به حساب می‌آید. تاریخ و گذشته تاریخی، وطن و سرزمین، نیاکان، باورها، زبان، عقاید، دین و اسطوره‌های مذهبی، حماسه‌ها، هنر و ادبیات کهن، نژاد، قومیت و سنن قومی عناصری هستند که «هویت فرهنگی» هر جامعه را می‌سازند (روح‌الامینی، ۱۳۷۹: ۸۶). مفهوم هویت فرهنگی تداوم بین گذشته و حال را نشان داده و نفس این تداوم خود بر شناخت گذشته دلالت می‌کند (هنری، ۱۳۷۴). در این باره باید به دو قاعده کلی توجه کرد. اولین قاعده ناظر به مقوله هویت فرهنگی این است که تا ندانیم «که بودیم؟» نمی‌توانیم بدانیم «که هستیم؟» هویت فرهنگی در این باره به گذشته وابسته است. گذشته برای ما در اسناد، هنرهای دستی، بناهای تاریخی، داستان‌ها، گونه‌ها، سنت‌ها و نهادهایی نهفته است که خود نشانه‌هایی از خواست‌ها و توانایی‌های نیاکان ما برای فراتر رفتن از زمانه آن‌ها به شمار می‌رود. قاعده دوم آن است که نمی‌توانیم بدانیم «کجا می‌رویم؟» مگر آنکه بدانیم «چگونه به جایی که در آن هستیم، رسیده‌ایم؟» به سخن دیگر، این هر دو فرضیه درباره هویت همیشه به زمان حال برمی‌گردند (هنری، ۱۳۷۴). هویت فرهنگی به‌طور ناخودآگاه در ما وجود دارد؛ یعنی در وضعیت عادی افراد نسبت به آن آگاه نیستند، اما به محض آنکه حالتی پدید آید به منصه ظهور می‌رسد.

انسان‌ها تمایل دارند تابع هویت و فرهنگی باشند که به جامعه‌ای خاص تعلق داشته باشند؛ اما در دنیای امروز، اگرچه ما متعلق به ویژگی‌های هویتی خاص خود هستیم، بسیاری از ما خواسته یا ناخواسته، تحت تأثیر انتخاب شیوه‌های زندگی خود از بازار بزرگ فرهنگی نیز هستیم. نتیجه این امر، تناقض عمیقی است که امروز بیشتر ما را در دنیای متصل به هم از طریق رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعات با آن روبرو می‌کند (فکوهی، ۱۳۸۴).

اساساً جامعه از طریق جست‌وجوی هویت و فرهنگ بازساخته می‌شود، شخصیت

می‌گیرد و درک معنای جدید از حقیقت را بازمی‌نماید (Nel, 2007) و مفهوم هویت فرهنگی را خلق می‌کند. هویت فرهنگی، نمادهای آشکار و پنهانی است که مردمان سعی می‌کنند با حفظ و نمایاندن آن‌ها خود را از سایر جوامع باز شناسند. هویت فرهنگی، مهم‌ترین عامل وحدت قلبی یک جامعه است و آن‌قدر ریشه‌دار و عمیق است که غالباً ناخودآگاه بوده و افراد جامعه بدون آگاهی و هوشیاری بدان وابسته و پایبند هستند (ستاری، ۱۳۸۰).

در یک نگاه کلی می‌توان زبان، دیانت، تاریخ، حافظه فرهنگی و جغرافیای فرهنگی را مؤلفه‌هایی مهم و اساسی در شکل‌گیری، حفظ و تحول هویت فرهنگ ایرانیان مورد توجه قرار داد؛ این مؤلفه‌ها در اسناد رسمی جمهوری اسلامی ایران نیز، قابل توجه است.

روش پژوهش

این پژوهش باهدف شناسایی و تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام صورت گرفت. پیش‌پیش‌رو از نوع تحقیقات آمیخته متوالی است که در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. بخش کیفی به واسطه هدف جزء تحقیقات بنیادین از نوع تحقیقات اکتشافی است که روش آن تحلیل محتوا است و بخش کمی به واسطه هدف جزء تحقیقات کاربردی و به واسطه ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی است که به روش پیمایشی انجام گرفت.

در مرحله اول، تحقیق کیفی تحلیل محتوا به شیوه قیاسی، پژوهشگر با ارائه و مفروض گرفتن تعاریف مشخصی قبل از شروع به تحقیق، به مطالعه متون تعیین شده می‌پردازد و با مقایسه تعاریف از پیش تعیین شده و متن‌های مورد تحلیل به داوری درباره وجود یا وجود مصادیق آن تعریف در متن‌های مورد نظر می‌پردازد. در این پژوهش ابتدا متون مرتبط باهدف اصلی پژوهش (۸۰ منبع در حوزه هویت فرهنگی جوانان) انتخاب شده‌اند. مرحله اول، متون مورد مطالعه قرار گرفته و پاراگراف‌های مرتبط با سؤالات تحقیق انتخاب گردیده و در مرحله دوم کد مفاهیم مرتبط با موضوع هر پاراگراف استخراج شده و در مرحله سوم کد مفاهیم استخراج شده در دسته‌های هم مفهوم قرار گرفته شده و در مرحله چهارم برای دسته‌های هم مفهوم، نام و عنوان مناسب که بیانگر تم اصلی پژوهش است تبیین شده است.

در مرحله دوم، بعد از تعیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی تحقیق در بخش اول، پرسش‌نامه‌ای بر اساس مقیاس ۵ بخشی لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد و ۵=خیلی زیاد) طراحی شده و با توزیع آزمایشی پرسش‌نامه و دریافت نظرات اساتید

آگاه در زمینه جامعه‌شناسی و مدیریت، مؤلفه‌ها مورد جرح و تعدیل قرار گرفته و بعد از اصلاحات موردنیاز و نهایی شدن، پرسش‌نامه در میان اعضای نمونه آماری توزیع شده است. در این مقاله، از روش‌های مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و ابزار پرسش‌نامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری در این بخش حدوداً ۳۰۰۰۰۰ نفر از جوانان استان ایلام بودند. تعداد نمونه از طریق جدول مورگان در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با تعداد ۳۸۰ نفر به دست آمد که نمونه‌گیری به روش طبقه‌بندی در دسترس صورت گرفت. از تعداد ۴۰۰ پرسش‌نامه ارائه شده تعداد ۳۸۰ پرسش‌نامه برگشت داده شد. ابزار و روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، تحلیل مضمون و در بخش کمی پرسش‌نامه محقق ساخته بود. روایی آن توسط اعضای گروه دلفی (۱۵ نفر از صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان حوزه مدیریت آموزشی و فرهنگی استان تهران) تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. در بخش کمی روایی محتوایی از طریق متخصصین موضوعی و روایی صوری از طریق تعدادی از پاسخگویان مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در بررسی روایی سازه به بررسی تناظر بین ابعاد و مؤلفه‌های سیاست‌گذاری فرهنگی به‌منظور تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، از روش تحلیل عاملی تأییدی در محیط نرم‌افزار LISREL پرداخته شد. همچنین برای بررسی پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در تحلیل داده‌های کیفی ۵ مرحله شامل مرور داده‌ها، سازماندهی داده‌ها، کدگذاری داده‌ها، طبقه‌بندی داده‌ها و ایجاد مقولات فرعی و ابعاد اصلی یا محورهای عمده و تدوین گزارش انجام شد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفت. در نتایج تحقیق در بخش کیفی، شش بعد هویت فرهنگی، دیانت، جغرافیای فرهنگی، زبان، حافظه فرهنگی و پوشاک با ۵۰ زیر مفهوم مشخص گردید و نتایج برازندگی ابعاد تحول هویت فرهنگی در بخش کمی از طریق تحلیل عاملی تأیید گردید.

یافته‌های پژوهش در بخش کیفی

سؤال اول: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های چارچوب تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام کدام‌اند؟ پس از مطالعه منابع مکتوب و دیجیتالی در دسترس و با تجزیه تحلیل مبانی نظری پژوهش و بررسی دیدگاه‌های دانشمندان و صاحب‌نظران پیرامون مؤلفه‌ها و شاخص‌های چارچوب سیاست‌گذاری فرهنگی به‌منظور تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، جمله‌ها و پاراگراف‌های مرتبط با سؤال‌های تحقیق استخراج گردیدند

و پس از کدگذاری و دسته‌بندی، مفاهیم و مقوله‌های اصلی استخراج گردید که نتایج آن در جدول ذیل آورده شده و در نهایت چارچوب تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام در شش بعد اصلی شناسایی شدند.

جدول ۱. ابعاد و مؤلفه‌های چارچوب تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام

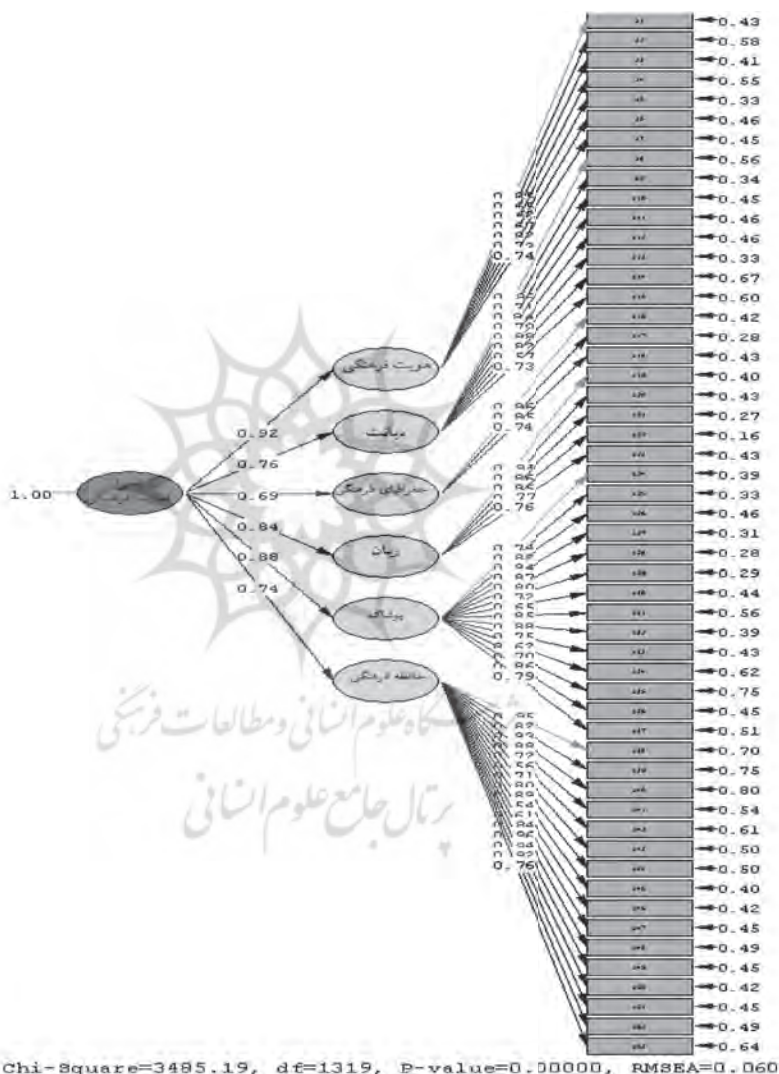
ردیف	ابعاد	مؤلفه‌ها
۱	تقویت هویت محلی (بومی) جوانان	تبیین مفهوم هویت محلی (بومی)
۲		تبیین مؤلفه‌های هویت محلی (بومی)
۳		توجه به آثار جهانی شدن فرهنگ
۴		تقویت رویکرد اسلامی به هویت محلی (بومی) در عصر جهانی شدن
۵		بررسی چالش‌های هویت محلی (بومی) در ایران
۶		شناسایی فرصت‌های هویت محلی (بومی) در عصر جهانی شدن
۷		اتخاذ راهکارهای تقویت هویت محلی (بومی)
۸	توجه به دیانت جوانان	تبیین مفهوم دیانت
۹		شناسایی ابعاد دیانت
۱۰		شناسایی مؤلفه‌های دیانت
۱۱		تبیین مفهوم فرهنگ‌سازی دینی
۱۲		شناسایی فرایند فرهنگ‌سازی دینی
۱۳		اتخاذ راهکارهای فرهنگ‌سازی دینی
۱۴		تبیین مفهوم هویت دینی
۱۵	شناسایی ابعاد هویت دینی	
۱۶	شناسایی جغرافیای فرهنگی	تبیین مفهوم جغرافیای فرهنگی
۱۷		شناسایی حوزه‌های کاربردی جغرافیای فرهنگی
۱۸		توجه به جایگاه جغرافیای فرهنگی ایران
۱۹	تقویت زبان فارسی	تبیین مفهوم زبان
۲۰		توجه به نقش زبان
۲۲		شناسایی کارکرد زبان
۲۳		تبیین شاخص‌های هویتی زبان
۲۴		توجه به سیاست گذاری‌های کلان زبانی

مؤلفه‌ها	ابعاد	ردیف	
تبیین مفهوم حافظه فرهنگی	توجه به حافظه فرهنگی	۲۵	
شناسایی عناصر حافظه فرهنگی		۲۶	
توجه به مکان حافظه فرهنگی		۲۷	
توجه به رویکردهای مطالعات حافظه فرهنگی		۲۸	
شناسایی زمینه‌های رونق مطالعات حافظه فرهنگی		۲۹	
توجه به شاخصه‌های فرهنگی		۳۰	
توجه به دارایی فرهنگی		۳۱	
تبیین مفهوم میراث فرهنگی		۳۲	
لزوم شناسایی عناصر میراث فرهنگی		۳۳	
لزوم توجه به ارزش‌های متناسب به میراث فرهنگی		۳۴	
لزوم توجه به شاخص‌های ثبت اثر در یونسکو		۳۵	
لزوم توجه به جنبه‌های حفظ میراث فرهنگی		۳۶	
لزوم حفظ هویت فرهنگی میراث فرهنگی		۳۷	
رویکردهای حفاظت از میراث فرهنگی		۳۸	
لزوم توجه به جنبه‌های حفظ میراث طبیعی		۳۹	
لزوم توجه به علل بی‌توجهی ایرانیان به حفظ و نگهداری میراث فرهنگی		۴۰	
بررسی نظریه‌ها در مطالعات پوشاک		توجه به پوشاک جوانان	۴۱
لزوم توجه به طبقه‌بندی پوشاک			۴۲
بررسی پوشش و لباس از دیدگاه اسلام			۴۳
تبیین مفهوم ظاهر آرای جوانان			۴۴
شناسایی ابعاد ظاهر آرای جوانان	۴۵		
تبیین مفهوم صنایع ظاهر آرای	۴۶		
لزوم شناسایی ویژگی‌های مد	۴۷		
شناسایی عوامل زمینه‌ساز مدگرایی	۴۸		
مدیریت چالش‌های ظاهر آرای در ایران	۴۹		
بررسی عملکرد رسانه‌ها در حوزه مد	۵۰		
اتخاذ راهکارهای مقابله با رسانه با مدگرایی منفی	۵۱		

سؤال دوم: چارچوب تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام کدام است؟

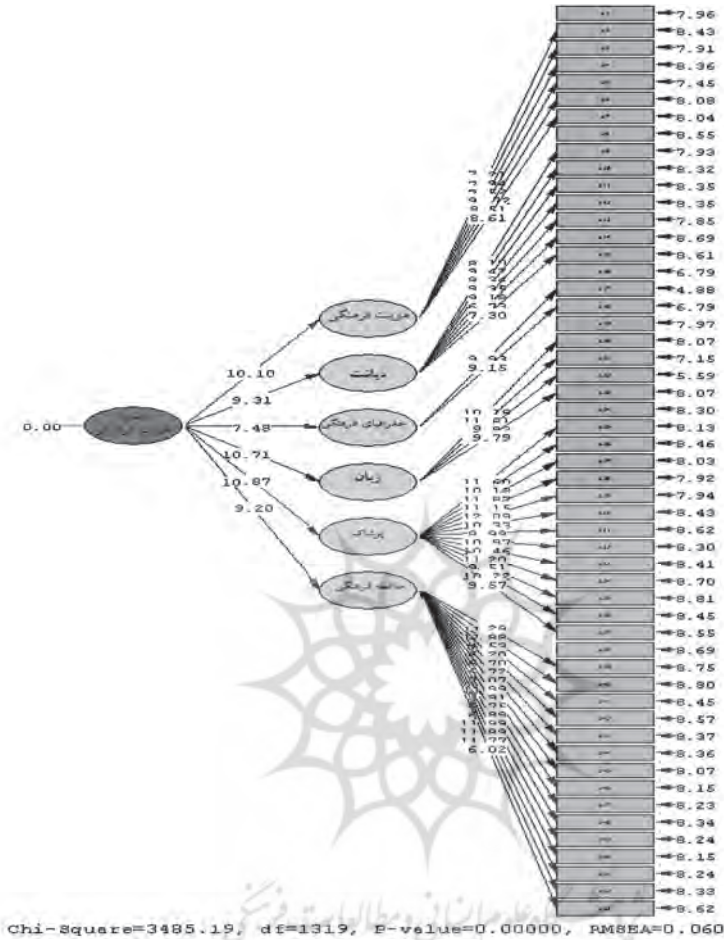
تحلیل عاملی تأییدی چارچوب پژوهش

در ادامه چارچوب پژوهش با کمک نرم افزار لیزرل برآزش داده شده است. همان گونه که مشاهده می شود، نمودار اول چارچوب را در حالت تخمین استاندارد نشان می دهد.



نمودار ۱. حالت ضرایب استاندارد ابعاد تحول هویت فرهنگی

و نمودار زیر خروجی لیزرل درباره مقادیر t-value چارچوب پژوهش را نشان می دهد:



نمودار ۲. حالت معناداری ابعاد تحول هویت فرهنگی

با توجه به بارهای عاملی به دست آمده از سازه‌های تحقیق همگی در سطح خطای ۵ درصد آزمون شده اندوه تمامی بارهای عاملی در سطح ۰/۹۵ (آماره t در خارج از بازه ۱/۹۶ - تا ۱/۹۶+) توانسته‌اند سهم معناداری را در اندازه‌گیری سازه مورد نظر ایجاد نمایند. شاخصی که بار عاملی بالاتری را داشته باشد سهم بیشتری در اندازه‌گیری سازه مربوطه ایفا می‌کند؛ لذا نتایج به دست آمد آنچه محقق قصد اندازه‌گیری آن را داشته است با استفاده از این ابزار محقق شده است. بارهای عاملی نوشته شده مشخص می‌کند، تقویت هویت فرهنگی جوانان با بار عاملی ۰/۹۲ بیشترین سهم و شناسایی جغرافیای فرهنگی با بار عاملی ۰/۶۹ کمترین سهم را در تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام دارد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش باهدف ارائه شناسایی و تحلیل ابعاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام صورت گرفت. شناسایی مفاهیم و ابعاد پژوهش در شش بعد تقویت هویت محلی (بومی) جوانان، توجه به دیانت جوانان، شناسایی جغرافیای فرهنگی، تقویت زبان فارسی جوانان، توجه به حافظه فرهنگی جوانان و توجه به پوشاک جوانان با ۵۰ زیر مفهوم انجام گرفت. با توجه به اینکه واحد تحلیل در این پژوهش پاراگراف بود، در مجموع ۹۴۰ پاراگراف درخصوص تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام به دست آمد. مفاهیم به دست آمده از ۹۴۰ پاراگراف، ۶۱۰ مفهوم جدید را در برداشت. پس خوشه بندی مفاهیم در مجموع، ۵۰ مؤلفه استخراج شد که عبارت اند از: تبیین مفهوم هویت محلی (بومی)، تبیین مؤلفه های هویت محلی (بومی)، توجه به آثار جهانی شدن فرهنگ، تقویت رویکرد اسلامی به هویت محلی (بومی) در عصر جهانی شدن، بررسی چالش های هویت محلی (بومی) در ایران، شناسایی فرصت های هویت محلی (بومی) در عصر جهانی شدن، اتخاذ راهکارهای تقویت هویت محلی (بومی)، تبیین مفهوم دیانت، شناسایی ابعاد دیانت، شناسایی مؤلفه های دیانت، تبیین مفهوم فرهنگ سازی دینی، شناسایی فرایند فرهنگ سازی دینی، اتخاذ راهکارهای فرهنگ سازی دینی، تبیین مفهوم هویت دینی، شناسایی ابعاد هویت دینی، تبیین مفهوم جغرافیای فرهنگی، شناسایی حوزه های کاربردی جغرافیای فرهنگی، توجه به جایگاه جغرافیای فرهنگی ایران، تبیین مفهوم زبان، توجه به نقش زبان، شناسایی کارکرد زبان، تبیین شاخص های هویتی زبان، توجه به سیاست گذاری های کلان زبانی در هویت فرهنگی، تبیین مفهوم حافظه فرهنگی، شناسایی عناصر حافظه فرهنگی، توجه به مکان حافظه فرهنگی، توجه به رویکردهای مطالعات حافظه فرهنگی، شناسایی زمینه های رونق مطالعات حافظه فرهنگی، توجه به شاخصه های فرهنگی، توجه به دارایی فرهنگی، تبیین مفهوم میراث فرهنگی، لزوم شناسایی عناصر میراث فرهنگی، لزوم توجه به ارزش های متناسب به میراث فرهنگی، لزوم توجه به شاخص های ثبت اثر در یونسکو، توجه به جنبه های حفظ میراث فرهنگی، توجه به حفظ هویت فرهنگی میراث فرهنگی، توجه به رویکردهای حفاظت از میراث فرهنگی، لزوم توجه به جنبه های حفظ میراث طبیعی، لزوم توجه به علل بی توجهی ایرانیان به حفظ و نگهداری میراث فرهنگی، بررسی نظریه ها در مطالعات پوشاک، لزوم توجه به طبقه بندی پوشاک، بررسی پوشش و لباس از دیدگاه اسلام، تبیین مفهوم ظاهر آرای جوانان، شناسایی ابعاد ظاهر آرای

جوانان، تبیین مفهوم صنایع ظاهرآرایی، لزوم شناسایی ویژگی‌های مد، شناسایی عوامل زمینه‌ساز مدگرایی، مدیریت چالش‌های ظاهرآرایی در ایران، بررسی عملکرد رسانه‌ها در حوزه مد، اتخاذ راهکارهای مقابله با رسانه با مدگرایی منفی اساساً جامعه از طریق جست‌وجوی هویت و فرهنگ بازساخته می‌شود، شخصیت می‌گیرد و درک معنای جدید از حقیقت را بازمی‌نماید (Nel & Kroeze, 2008) و مفهوم هویت فرهنگی را خلق می‌کند. هویت فرهنگی، نمادهای آشکار و پنهانی است که مردمان سعی می‌کنند با حفظ و نمایاندن آن‌ها خود را از سایر جوامع بازشناسند. هویت فرهنگی، مهم‌ترین عامل وحدت قلبی یک جامعه است و آن‌قدر ریشه‌دار و عمیق است که غالباً ناخودآگاه بوده و افراد جامعه بدون آگاهی و هوشیاری بدان وابسته و پایبند هستند (ستاری، ۱۳۸۰: ۷۲). انسان‌ها تمایل دارند تابع هویت و فرهنگی باشند که به جامعه‌ای خاص تعلق داشته باشند؛ اما در دنیای امروز، اگرچه ما متعلق به ویژگی‌های هویتی خاص خود هستیم، بسیاری از ما خواسته یا ناخواسته، تحت تأثیر انتخاب شیوه‌های زندگی خود از بازار بزرگ فرهنگی نیز هستیم. نتیجه این امر، تناقض عمیقی است که امروز بیشتر ما را در دنیای متصل به هم از طریق رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعات با آن روبرو می‌کند (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۸۶).

در جوامعی که دین رکن اساسی اداره آن را بر عهده دارد، یکی از مهم‌ترین منابع معرفتی مذهب است که بر مبنای آن درک تجربه، معنا و تفسیر صورت می‌گیرد. به همین دلیل اکثر کنش‌های زندگی، دلایل دینی و مذهبی دارند که اشکال مختلف سازمان‌های اجتماعی را معنادار می‌کند و اجتماع و روابط اجتماعی را مشروعیت می‌بخشد (گیدنز، ۱۳۷۶: ۲۴۷). رویکردهای جامعه‌شناختی نسبت به دین هنوز به‌طور گسترده تحت تأثیر اندیشه‌های سه نظریه‌پرداز کلاسیک جامعه‌شناسی یعنی مارکس، دورکیم و وبر است. اندیشه‌های مارکس تحت تأثیر فوئرباخ شکل گرفته است که معتقد است عقاید دینی به وسیله انسان‌ها در تکامل فرهنگی‌شان به وجود آمده؛ اما آن‌ها، آن را ندانسته به نیروهای الهی یا خدایان نسبت می‌دهند. مارکس به تاسی از فوئرباخ باور دارد دین نشان‌دهنده از خودبیگانگی انسان است. به‌رغم این ایده، وی تحت تأثیر نقش انکارناپذیر دین ابراز می‌دارد «دین قلب یک‌دنیای بی‌قلب است. پناهگاهی در برابر خشونت واقعیت‌های روزانه ارزش‌های مثبتی که در دین تجسم‌یافته می‌تواند به‌صورت آرمان‌های راهنمای بهبود سرنوشت بشریت در این جهان درآید (گیدنز، ۱۳۷۶: ۱۳۶). دورکیم با تفکر و پژوهش بر کارکردهای دین ابراز می‌دارد که با توسعه جوامع امروزی نفوذ مذهب رو به افول می‌گذارد؛ اما به این واقعیت هم

اشاره می کند که همه ادیان متضمن تشریفات منظمی هستند که موجب تقویت حس همبستگی گروهی می شود» (گیدنز، ۱۳۷۶: ۸۵). وی همچنین چهار کارکرد عمده انضباط بخشی، انسجام بخشی، حیات بخشی و خوشبختی بخشی را برای دین شرح می دهد (عباسی، ۱۳۸۲: ۵۵). بنابراین هویت دینی نشان دهنده احساس تعلق به دین و جامعه دینی و همچنین تعهد به دین و جامعه دینی است. به عبارت دیگر با پذیرش دین به عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن، در زندگی و وجوه مختلف حیات فرد مؤمن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می شود که همان هویت دینی است؛ بنابراین برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پایبندی و وفاداری به آن، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین های مذهبی فراگیر در فرایند شکل دهی هویت بسیار مؤثر است.

زبان و ادبیات یک جامعه پایه تفکر و آینه تاریخ آن جامعه است. زبان علاوه بر نقش پیام رسانی، باری عاطفی دارد که در هر فرهنگی، خاص خود آن فرهنگ است. در این راستا، زبان و ادبیات فارسی مهم ترین جایگاه را هم از نظر زبانی و هم از جهت تاریخی - هنری در نگاهداشت هویت ملی و فرهنگی دارد و در جای جای آن، تاریخ، شیوه زندگی، خلق و خو، رفتار و عقاید، آداب و رسوم و عادات دیده می شود و شاهرگ حیاتی فرهنگ و تفکر ایرانی است. زبان به عنوان نماد هویت، شامل مجموعه ای از شئون علمی، آموزشی، دینی، تاریخی است. در بحث هویت فرهنگی بر اساس یک تعریف ساده زبان، گفتار و نوشتار را در برمی گیرد (Eytan et al, ۲۰۰۷). زبان را می توان وسیله ارتباط بین انسان ها تلقی کرد: ارتباطی که در سطح خرد، همه کنش های روزمره و ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم انسان ها را شامل می شود و در سطح کلان ناقل حکمت و علم، فکر و اندیشه میراث فرهنگی و تمدن بشری است که بین ملت ها و نسل های مختلف برقرار می شود (گرانپایه، ۱۳۷۷: ۵۹). بی شک، نقش زبان از میان عوامل سازنده هویت ملی بیش از هر عامل دیگری است. در واقع، انتقال فرهنگ هر ملت به وسیله زبان آن ملت صورت می پذیرد.

در دو دهه گذشته، مطالعه رابطه بین فرهنگ و حافظه به عنوان قلمروی مهم و به سرعت روبه رشد جایگاه ویژه ای را در طیفی از رشته ها از قبیل تاریخ، جامعه شناسی، هنر، ادبیات، مطالعات رسانه، مطالعات فرهنگی، روان شناسی و نوروساینس به خود اختصاص داده است. مطالعات حافظه پژوهش های بین رشته ای در علوم انسانی، علوم اجتماعی و علوم طبیعی را دامن زد، به تقارب بیشتر این حوزه ها انجامید و عرصه های جدیدی را برای مطالعه و پژوهش برانگیخت. شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک،

گسترده و فراگیر را بین شهروندان هر کشور از اجزای مهم هویت ملی دانست که توافق فرهنگی را سبب می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، همه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را در برمی‌گیرد که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از نشانه‌های تاریخ هر فرهنگ و ملت به شمار می‌رود. باید گفت که میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه‌ی مناسبی است؛ عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فولکلور است؛ بنابراین، تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی، در قوام و تقویت هویت ملی بسیار مؤثر است و در حقیقت، گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنت‌های ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۹۴).

جغرافیای فرهنگی در تقسیم‌بندی‌های خود گاه مترادف با جغرافیای انسانی و گاه یکی از زیرشاخه‌های آن دانسته می‌شود. این شاخه به زندگی اجتماعی بشر در ارتباط با زمین مربوط می‌شود. در واقع جغرافیای فرهنگی هنجارها و محصولات فرهنگی و تنوعات آن‌ها را در امتداد و در راستای با فضاها و مکان‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد. به‌طور کلی موضوع جغرافیا را می‌توان توزیع و نحوه قرارگیری عناصر سازنده زمین بر روی سطح آن دانست. واژه جغرافیا در ۲۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، توسط اراتوستنس ابداع شد که به معنای «توصیف زمین» بود. مطالعه جغرافیایی شامل مطالعه بر روی محیط‌زیست و رابطه انسان‌ها با این محیط است. جغرافی دانان در مطالعات خود از اقتصاد، تاریخ، زیست‌شناسی، زمین‌شناسی و ریاضیات استفاده می‌کنند. در واقع این همان نقطه عطفی است که جغرافیا را با مضامین مردم‌شناس از زمان‌های قدیم گره‌زده است (Crang, ۱۹۸۸). انسان به لحاظ جغرافیایی و مکانی با محیط زندگی خود ارتباط برقرار می‌کند. این بستگی جغرافیایی، نقش مهمی در هویت فرهنگی نیز دارد. در واقع همان‌طور که شرایط اقلیمی در رفتارهای فرهنگی، آداب و رسوم و اخلاقیات افراد، گروه‌ها و فرهنگ‌ها تأثیر می‌گذارد، بر لایه‌های زیرین فرهنگی که هویت فرهنگی را در بر می‌گیرد، مؤثر است.

یکی دیگر از مهم‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با هویت، پوشاک افراد جامعه است که بی‌شک با دیگر عناصر، ارتباطی تنگاتنگ دارد و از آن‌ها اثر می‌پذیرد. تمام مؤلفه‌های هویت خواه‌ناخواه با فرهنگ پیوند دارند. هنگامی که از هویت ایرانی سخن گفته می‌شود، مقصود هویت فرهنگی ایرانی است که زمینه‌های گوناگونی را در برمی‌گیرد و وقتی پرسیده می‌شود فرهنگ ایرانی چیست، منظور بیان وجه فرهنگی هویت است.

(الهی، ۱۳۸۹: ۷۸). پوشاک، مهم ترین و مشخص ترین مظهر قومی و سریع الانتقال ترین و بارزترین نشانه فرهنگی است که به سرعت تحت تأثیر پدیده های فرهنگ پذیری بین جامعه های گوناگون انسانی قرار می گیرد، حتی عده ای معتقدند که چیرگی فرهنگی و سلطه پذیری در وهله نخست از طریق انتقال پوشاک صورت می گیرد و می توان با تغییر پوشاک افراد یک جامعه، نوع زندگی و شیوه تولید آن ها را نیز دگرگون نمود و تغییرهایی در ساختار زندگی اجتماعی آن جامعه ایجاد کرد (شریعت زاده، ۱۳۶۹: ۷۴). لباس یک نشانه هویتی است که با بررسی آن می توان رد پای مباحث جغرافیایی، تاریخی، سیاسی، اجتماعی، هنری و... در یک جامعه خاص را یافت و بدین ترتیب به بسیاری از راز و رمزهای پوشیده در دل تاریخ پی برد.

همان گونه که ملاحظه می شود، همه ابعاد و مؤلفه ها در بخش کمی با تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گرفت؛ لذا این پژوهش در نهایت منجر به شناسایی و تحلیل ابعاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام گردیده است که با تأیید بسیاری از پژوهش های هویت فرهنگی جوانان، الگوی به دست آمده می تواند ابعاد تحول هویت فرهنگی جوانان استان ایلام را شناسایی و تحلیل کند. نتایج این پژوهش با نتایج بسیاری از پژوهش های صورت گرفته همانند پژوهش محمدرضا حصارکی (۱۳۹۹) با عنوان «آموزش و ترویج زبان و ادبیات فارسی و نقش آن در حفظ و تقویت هویت فرهنگی»، پژوهش مریم خسروی؛ مهین یعقوبی و حمیدرضا چرخ انداز (۱۳۹۸) با عنوان «بررسی شبکه های اجتماعی مجازی و تقویت هویت فرهنگی»، پژوهش فاطمه محمدی و مهدی واحدی (۱۳۹۸) با عنوان «تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی»، پژوهش نیلوفر زمانی افشار و وحدانه فولادی (۱۳۹۷) با عنوان «هویت بخشی به فرهنگ و پوشش در خانه مد و لباس با استفاده از معماری زمینه گرا»، پژوهش مینا سنمار (۱۳۹۷) با عنوان «رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی با تغییرات هویت فرهنگی دختران دبیرستانی ناحیه ۲ اصفهان»، پژوهش احمد ترکمان و شیما حبیبی (۱۳۹۷) با عنوان «نقش مراکز فرهنگی در ارتقای هویت فرهنگی جامعه»، پژوهش معصومه مدور و سپیده انصافی مهربانی (۱۳۹۷) با عنوان «فرصت ها و چالش های شبکه های اجتماعی برای هویت فرهنگی دانش آموزان»، پژوهش حسین عباسی و مرضیه اسکینی (۱۳۹۶) با عنوان «تعمیق هویت فرهنگی و ملی در دانش آموزان»، پژوهش آریستوا (۲۰۱۶) با عنوان «بازتعریف هویت های فرهنگی، نیروها و انگیزه های اساسی پشت تغییرات خاص در رفتار زبانی و فرهنگی» همخوانی دارد و این نشان می دهد که تعداد زیادی از مفاهیم و ابعاد و مؤلفه های تحول هویت فرهنگی جوانان استان

ایلام در بستر عمیقی از فهم مشترک جامعه قرار دارد. از طرفی پژوهش یان چا^۱ (۲۰۲۰) با بررسی و مقایسه رویکردهای دولت در مورد تنوع قومی دو مستعمره سابق انگلیس در جنوب شرقی آسیا میانمار و مالزی نشان می‌دهد که در هر دو کشور، شباهت کلیدی این است که دولت در سیاست‌های خود از گروه قومی غالب طرف‌داری کرده است. تا حدودی، پروژه‌های ملی‌سازی هم در میانمار و هم در مالزی موفق به ایجاد حس هویت ملی در بین جمعیت‌های مربوطه شده‌اند. این هویت بسیار مبتنی بر گروه قومی غالب است و نتوانسته است هژمونی کامل را به دست آورد و دائماً مورد اعتراض گروه‌های اقلیت قرار گرفته است. کاتلیارووا و برمس^۲ Bermus و Kotlyarova (۲۰۱۹)، نیز در پژوهش خود با عنوان «فرهنگ و هویت ملی در زمینه جهانی‌شدن»^۳، به این نتیجه رسیده‌اند که هویت فرهنگی نسبت به بقیه هویت‌ها، حساس‌ترین است، چون که به همراه خود فرد، هویتی متمایز و منحصربه‌فرد است و سیستم ارزشی منحصربه‌فردی را در جامعه ایجاد می‌کنند. همچنین آن‌ها عاملی را که بر شناسایی هویت ملی تأکید می‌کند شکافی می‌دانند که با نقش مهم ارزش‌ها در پایداری توسعه انسانی مشخص می‌شود. هویت فرهنگی از جمله عناصری است که جامعه می‌تواند به کمک آن احساس تعلق و همبستگی را در شهروندان نسبت به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند فراهم آورد. هابرماس معتقد است که جوامعی می‌توانند در عصر مدرنیته به حیات فرهنگی و اجتماعی خود امیدوار باشند که تلاش بیشتری برای شناسایی هویت فرهنگی شهروندان خود به عمل آورده باشند. (هابرماس، ۱۳۹۰: ۱۲۱).

پیشنهادها

کنفرانس جهانی درباره سیاست‌های فرهنگی که در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی توسط یونسکو برگزار شد، هویت فرهنگی را هسته مرکزی شخصیت فردی و جمعی قلمداد می‌کند که به‌مثابه اصولی حیاتی زیربنای بیشتر تصمیم‌های معتبر، رفتار، اعمال و فرایندهایی است که یک جامعه را در دستیابی به توسعه توانا می‌سازد؛ در عین اینکه ویژگی‌های خویش را نیز حفظ می‌کند (سلیمی، ۱۳۷۹: ۷۲). در این معنا هویت نیز در کنار توسعه معرفی می‌شود گو اینکه برای حل تعارض‌های درونی دو مفهوم با یکدیگر حفظ ویژگی‌های منحصربه‌فرد یک فرهنگ نیز مورد تأکید قرار می‌گیرد.

– الزام دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان استان ایلام به حفظ زبان فارسی در استان، چراکه در تاریخ افتخارآمیز ایران، همواره هویت و همبستگی ملی مردم، از راه

1. . Yan chao

2. Kotlyarova & Bermus

3. Culture and National Identity in the Context of Globalization

زبان فارسی حفظ شده است. در حقیقت زبان فارسی چون آسمانی پهناور، تمامی اقوام و نژادها را در زیر خود جمع کرده است. تنوع و تکثر اقوام ایرانی که از همان دوران امپراتوری هخامنشی و اشکانی و ساسانی تا امروز وجود داشته و دارد، از راه زبان پارسی به یگانگی و وحدت رسیده‌اند. سیاست گذاری‌های کلی دست‌اندرکاران آموزش در هر کشوری که خود متأثر از عوامل و عناصر فرهنگی و اجتماعی آن جامعه است، از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر حوزه آموزش زبان است؛ چراکه آموزش زبان به معنای انتقال فرهنگ و تمدن یک جامعه، تأثیر بسزایی بر روح و روان فراگیران و کاربران آن زبان خواهد داشت. بی‌شک هر نوع برنامه‌ریزی زبانی، مستلزم سیاست گذاری است و هر سیاست زبانی در صورتی قابل اجرا است که مبتنی بر فرهنگ جامعه باشد. فرهنگ هر جامعه به‌طور طبیعی تعیین‌کننده نوع سیاست‌هاست و برنامه‌ریزی زبان به این مفهوم با فرهنگ زبانی مرتبط می‌شود؛ به عبارت دیگر، برنامه‌های زبانی به دو تعبیر، فرهنگ بنیادند و فرهنگ جامعه زبانی در تعیین سمت و سوی آن‌ها مؤثر است و نیز تعیین سمت و سوی برنامه‌ریزی زبان بدون توجه به فرهنگ جامعه به‌طور کلی و فرهنگ زبانی به‌طور خاص، به شکست برنامه‌ها منجر خواهد شد. البته اگرچه شناخت دقیق تاریخ فرهنگی گذشته به‌ویژه ایران باستان با دشواری روبه‌رو است؛ ولی مؤلفه هویتی زبان، پرده از عمیق‌ترین لایه‌های تاریخی برمی‌دارد که از آن میان می‌توان به شاهنامه ابومنصوری، شاهنامه فردوسی و شاهنامه «خدای نامک‌ها» (پیش از اسلام) اشاره کرد.

– توجه دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان استان ایلام به تبیین و معرفی فرهنگ استان، چراکه فرهنگ، به‌عنوان شناسنامه یک ملت است و هویت فرهنگی، به‌عنوان سند تاریخی تلاش‌ها و خلاقیت‌ها، افتخارات و در مجموع فراز و فرودهای افتخارآمیز یا عبرت‌آموز گذشته و حال یک ملت محسوب می‌شود. تاریخ فرهنگی ایران یکی از منابع مهم هویت‌بخشی در طول انباشت تجارب ایرانیان به شمار می‌رود که نه تنها ایران باستان بلکه ایران اسلامی را نیز در برمی‌گیرد. توجه به مؤلفه تاریخ در هویت فرهنگی گاه جلوه‌ای فلسفی نیز به خود می‌گیرد و در کنار فرهنگ ملی مؤلفه‌ای اساسی در هویت را تشکیل می‌دهد.

– الزام دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان استان ایلام به فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن ارزش‌های دینی در استان، چراکه لازمه فرهنگ‌سازی دینی در حال حاضر این است که همه نهادهای اجتماعی، کارگزاران فرهنگی، صداوسیما، مطبوعات و... به‌صورت هماهنگ و منسجم در نهادینه کردن ارزش‌های دینی، تلاش ورزند. در این میان، نقش خانواده، آموزش و پرورش، صداوسیما و مطبوعات به‌مراتب از دیگر

نهادها برجسته‌تر است. فرهنگ‌سازی دینی به معنای دادن نمود عینی و نهادینه کردن ارزش‌های دینی در رفتار افراد و صحنه‌های اجتماعی است که در فرایندی چندین مرحله‌ای تحقق خواهد یافت.

– الزام دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان استان ایلام به تبیین و معرفی میراث فرهنگی استان، چراکه میراث فرهنگی، حقیقت فرهنگی هر ملت است و رکن اساسی آن به شمار می‌رود که در حقیقت همان جوهر یا اصل فرهنگ هر قوم را تشکیل می‌دهد. توجه به میراث معنوی از این نظر حائز اهمیت است که در مقابل یکسان‌سازی فرهنگی در جهان می‌تواند مقاومت نماید. با حمایت از فرهنگ‌های گوناگون و توجه به آن‌ها می‌توان در مقابل جهانی شدن ایستادگی نمود و از هویت فرهنگی حفاظت کرد. هر منطقه و کشوری باید پدیده‌های اجتماعی خاص خود را که در آن‌ها رسوم گذشته باقی مانده است، حفظ نمایند. متأسفانه در خیلی از کشورها رسوم ملی کنار گذاشته شده‌اند، افسانه‌ها در حال از بین رفتن هستند و خانواده‌هایی که قبلاً به‌طور محکم به هم پیوسته بودند اکنون در حال از هم گسستن هستند، گرچه بعضی از سازمان‌های دولتی و غیردولتی علاقه‌مند به حفظ میراث فرهنگی، تلاش می‌کنند فرهنگ و سنت‌های جامعه را بهتر بشناسانند و درصدد احیای آن برآیند، اما به لحاظ بی‌اطلاعی نسل‌های کنونی از ارزش و اهمیت میراث فرهنگی و کم‌توجهی دولت‌ها به این امر مهم سبب شده است این‌گونه آثار و ارزش‌های مادی و معنوی در معرض خطر نابودی قرار گیرند و کم‌اهمیت جلوه داده شوند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ

آذر، اسماعیل (۱۳۹۳). «نقش شاعران در بحران هویت ملی». فصلنامه مطالعات میان فرهنگی. شماره ۲۴: ۷۳-۹۷.

آنتادیوپ، شیخ (۱۳۶۱). «هویت فرهنگی»، پیام یونسکو. شماره ۱۴۹.

بابایی، غلامرضا (۱۳۸۲). فرهنگ علوم سیاسی. تهران: نشر آشیان.

ترکمان، احمد و شیمیا حبیبی (۱۳۹۷). «نقش مراکز فرهنگی در ارتقای هویت فرهنگی جامعه». کنفرانس ملی یافته‌های نوین در مهندسی عمران، محیط‌زیست و معماری، میانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد میانه.

https://www.civilica.com/Paper-NCCEAE01-NCCEAE01_004.Html

حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸). «هویت ملی ایرانیان: مبانی و مؤلفه‌ها». پژوهش‌نامه هویت اجتماعی. شماره ۴۹: ۳۲-۴۱.

حصارکی، محمدرضا (۱۳۹۹). «آموزش و ترویج زبان و ادبیات فارسی و نقش آن در حفظ و تقویت هویت فرهنگی»، الزامات آموزش زبان و ادبیات فارسی در مدارس، مراکز زبان‌آموزی، دانشگاه‌ها و فضای مجازی، مشهد. <https://civilica.com/doc/1162389>

خسروی، مریم؛ مهین یعقوبی و حمیدرضا چرخ انداز، (۱۳۹۸). «بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تقویت هویت فرهنگی»، کنفرانس ملی ایده‌های نوین و پژوهش‌های کاربردی در علوم انسانی، رشت، سازمان بسیج مهندسی صنعتی استان گیلان.

https://www.civilica.com/Paper-INPE01-INPE01_022.html

روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۹). زمینه فرهنگ‌شناسی، تهران: انتشارات عطار.

زمانی افشار، نیلوفر و وحدانه فولادی (۱۳۹۷)، «هویت‌بخشی به فرهنگ و پوشش در خانه مد و لباس با استفاده از معماری زمینه‌گرا»، کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام، تبریز، دانشگاه تبریز - دانشگاه شهید مدنی آذربایجان - دانشگاه علمی کاربردی شهرداری تبریز.

https://www.civilica.com/Paper-CAUCONF01-CAUCONF01_1383.html

ستاری، جلال (۱۳۸۰). هویت ملی و هویت فرهنگی: بیست مقاله در قلمرو تاریخ و فرهنگ، تهران: نشر مرکز.

سلیمی، حسین (۱۳۸۴). نظریه‌های گوناگون درباره جهانی شدن، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

سنمار، مینا (۱۳۹۷). «رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تغییرات هویت فرهنگی دختران دبیرستانی ناحیه ۲ اصفهان»، دومین کنفرانس دانش و فناوری روان‌شناسی، علوم تربیتی و جامعه‌شناسی ایران، تهران: مؤسسه برگزارکننده همایش‌های توسعه محور دانش و فناوری سام ایرانیان.

https://www.civilica.com/Paper-OSCONF02-OSCONF02_040.html

- شریعت‌زاده، علی اصغر (۱۳۶۹). «پوشاک بارزترین نشانه فرهنگی»، *مجله میراث فرهنگی*، شماره ۱: ۵۶-۴۵.
- عباسی ولی الله (۱۳۸۲). «بررسی اندیشه‌های بزرگان جامعه‌شناسی دین» *معرفت*، شماره ۷۲: ۶۲-۴۸.
- عبداللهی، محمود (۱۳۷۵). *جامعه‌شناسی بحران هویت، نامه پژوهش*، شماره ۲ و ۳: ۹۰-۸۱.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۴). *در هزارتوهای نظم جهانی*. تهران: نشر نی.
- کاستلز، ایمانوئل (۱۳۸۰). *عصر ارتباطات، اقتصاد جامعه و فرهنگ (ج ۲): قدرت و هویت*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). *پیامدهای مدرنیته*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی، با تجدیدنظر کامل و به‌روز شده*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۱). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- محمدی، فاطمه و مهدی واحدی (۱۳۹۸). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی»، *دومین کنفرانس بازیابی تعاملی اطلاعات، تهران - دانشگاه تهران*. دبیرخانه دائمی کنفرانس با همکاری پردیس کیش دانشگاه تهران.

https://www.civilica.com/Paper-IIIRC02-IIIRC02_034.html

مدور، معصومه و سپیده انصافی مهربانی (۱۳۹۷). «فرصت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی برای هویت فرهنگی دانش‌آموزان». *نهمین همایش انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران، سیستان و بلوچستان، دانشگاه سیستان و بلوچستان*.

https://www.civilica.com/Paper-PESI09-PESI09_044.html

- منتظر قائم، محمد مهدی (۱۳۷۹). «رسانه‌های جمعی و هویت». *فصلنامه مطالعات ملی*. شماره ۴: ۲۷۰-۲۴۱.
- هایرماس، یورگن (۱۳۹۰). *فرهنگ و زندگی روزمره ۲*. ترجمه مازیار اسلامی. انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- هونتینگر، ژاک (۱۳۶۸). *درآمدی بر روابط بین‌الملل*. ترجمه عباس آگاهی. مشهد: آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی.
- الهی، محبوبه (۱۳۸۹). «لباس به مثابه هویت». *فصلنامه مطالعات ملی*. شماره ۲: ۳۰-۳.

Asamu, F. (2014). "The Impact of Communication on Workers Performance in Selected Organisations in Lagos State, Nigeria". *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(8), pp. 75-82.

Bouymaj, Imane (2020), "Globalization's Impact on Cultural Identity: Empirical study on 1st and 2nd Generation Immigrants", *Department of Marketing, Strategy and Operation*, pp. 1-83.

Carrasco-Arroyo, S. (2006) *Medir la cultura: Una tarea inacabada*. *Periférica Int. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, 7, 140-168.

Crang, M (1998). *Cultural Geography*, London: Routledge.

- Eytan, A, Petschen. N. J, Fabry. M.G (2007). Bicultural Identity among Economical Migrants from Three South European Countries Living in Switzerland, **Adaptation and Validation of a New Psychometric Instrument**, BMC Psychiatry.
- Kotlyarova, Victoria, Bermus, Alexander (2019), "Culture and national identity in the context of globalization", **International Scientific Conference Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism**, pp. 1760 – 1767.
- Nel, D.F & Kroeze, J (2008). **Information Technology as an Agent of Post Modernism**, University of Pretoria.
- Qiaobing, Wu, Ying, Ou, Jordan, Lucy (2020), "Mapping the Cultural Identities of Youths in Hong Kong from a Social Capital Perspective", **Social sciences**, 9 (205), pp. 1 – 14.
- Stenishcheva, Alisa (2021), "The relationship between the formation of the cultural identity of students and the level of education", Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia, **SHS Web of Conferences**, pp. 1 – 5.
- Taijun, J. & Hu, Y. (2015). National Identity in the Context of Globalization: A Structural Perspective. **Social Sciences in China**, 36(2), 110–126.
- Theme, Call (2020), "Transformation: Social and Cultural Dynamics in the Digital Age", **National Science Centre**, Poland, pp. 1 – 6.
- Thompson, J.B. (1999), Ideology and modern culture, **Polity Press**, Cambridge
- Trung, Nguyen Sy, Van, Vu Hong (2020), "Vietnamese Cultural Identity in the Process of International Integration", **Journal of Advances in Education and Philosophy**, **Scholars Middle East Publishers**, Dubai, United Arab Emirates, pp. 220 – 225.
- Weber, Gunilla, Martensen, Malte (2021), "Transforming Organizational Culture amidst a Diverse Workforce: A Qualitative Study in the Service Industry", **IUBH Discussion Papers - Human Resources**, pp 1–21.
- Yan chao,Ivan (2020), State approaches towards managing ethnic diversity in myanmar and Malaysia:British legacies, postcolonial nationalism and contemporary issues,**Asian Ethnicity**,pp 8-14. doi:10.1080.
- Young, Yun Kim (2007), "Ideology, Identity, and Intercultural Communication: An Analysis of Differing Academic Conceptions of Cultural Identity", **Journal of Intercultural Communication Research**, Vol. 36, No. 3, pp. 237–253.



پروشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنجی
پرتال جامع علوم انسانی