

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه یزد
دانشکده علوم اجتماعی
گروه جامعه‌شناسی

پایان نامه
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
جامعه‌شناسی

بررسی رابطه جهانی شدن با هویت معنوی در میان جوانان شهر اصفهان
(مورد مطالعه: جوانان ۱۷-۳۰ سال)

استاد راهنما: دکتر مهناز فرهمند

استاد مشاور: دکتر سید محسن سعیدی مدنی

پژوهش و نگارش: احمد سلطانیان

مهرماه ۱۳۹۳

«الَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ»

تقدیریم به: کسانی که به زندگانییم معنا داده اند...

مادر مهربانم که زندگیم را دیون مهر و عطفوت آن می دانم...

پدر، مهربانی مشفق، برادر و حامی...

خواهر و برادرانم، همرازان، بیسکسی و پشتوانه های زندگیم...

تشکر و قدردانی

به مصداق «من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق» بسی شایسته است از استاد فرهیخته و فرزانه دکتر **مهناز فرهنگد** که با کرامتی چون خورشید، سرزمین دل را روشنی بخشیدند و بوستان علم و دانش را با راهنمایی های کار ساز، سازنده و بارور ساختند، تقدیر و تشکر نمایم.

همچنین از استاد مهربان و دلسوز

جناب آقای دکتر **سید محسن سعیدی مدنی** که زحمت مشاوره این پایان نامه را متقبل شدند، تشکر میکنم.

چکیده

جهانی‌شدن با افزایش دامنه هویت‌یابی افراد، تأمین هویت افراد، از جمله هویت معنوی را در پاره‌ای از ابهام‌ها قرار داده است. گسترش بازار معنوی عصر حاضر، جوانان را برای تأمین هویت معنوی با مشکل مواجه کرده است. از آنجا که دین یکی از پر سابقه‌ترین تأمین‌کننده‌ی هویت معنوی افراد بوده است، تعارض جهانی‌شدن با دین و بدیل‌های جایگزین آن مورد توجه می‌باشد. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر جهانی‌شدن بر هویت معنوی جوانان است که با روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه و نمونه‌گیری خوشه‌ای در بین ۴۰۰ نفر از جوانان شهر اصفهان صورت گرفت. متغیرهای تحقیق با استفاده از نظریه‌های حوزه دین و جهانی‌شدن و با تأکید بر نظریات گیدنز و رابرتسون مورد تحلیل قرار گرفت. تحلیل رسانه به عنوان نقش محوری در القای فرآیند جهانی‌شدن حاکی از این بود که نوع رسانه تأثیر متفاوتی بر هویت معنوی افراد دارد. رسانه داخلی رابطه معنادار و مستقیمی با هویت معنوی دارد و با رسانه جهانی این رابطه معکوس می‌باشد. محتوای رسانه نیز بر هویت معنوی تأثیرگذار بوده به طوری که اگر این محتوا گرایش دنیاگرایانه‌ای داشته باشد با هویت معنوی رابطه معکوسی خواهد داشت. نتایج تحقیق به طور کلی نشان داد جهانی‌شدن رابطه معکوسی با هویت معنوی افراد دارد. پس از ورود متغیرهای مستقل در معادله رگرسیون هویت دینی بیشترین تأثیر را بر روی متغیر وابسته نشان داد و توانست ۲۸ درصد از تغییرات هویت معنوی افراد را تبیین کند. برای تبیین بهتر نتایج از تحلیل مسیر به روش Amos استفاده شد که در نتیجه تأثیر جهانی‌شدن به صورت مستقیم بر هویت دینی افراد و به صورت غیر مستقیم بر هویت معنوی افراد مشاهده شد. در نتیجه جوامعی که هویت معنوی آنان بر اساس دین تأمین می‌شود به شدت تحت تأثیر جهانی‌شدن می‌باشند و غنای معنوی آن دین می‌تواند راهگشای نیاز معنوی در عصر جهانی‌شدن باشد.

واژه‌های کلیدی:

هویت معنوی، هویت دینی، جهانی‌شدن، جوانان، هویت‌یابی.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
فصل اول: کلیات تحقیق	
۲	۱-۱ مقدمه
۷	۲-۱ بیان مسئله
۱۲	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۵	۴-۱ اهداف تحقیق
۱۵	۱-۴-۱ هدف کلی تحقیق
۱۵	۲-۴-۱ اهداف فرعی تحقیق
۱۵	۵-۱ کاربرد نتایج تحقیق
فصل دوم: ادبیات تحقیق	
۱۸	۱-۲ مقدمه
۱۸	۱-۱-۲ پیشینه داخلی
۲۶	۲-۱-۲ پیشینه خارجی
۳۰	۳-۱-۲ نقد و بررسی تحقیقات پیشین
۳۰	۲-۲ مفاهیم
۳۰	۱-۲-۲ مفهوم معنویت و هویت معنوی
۳۵	۲-۲-۲ همپوشی بین معنویت و مذهب
۳۹	۳-۲-۲ اسلام و معنویت
۴۰	۴-۲-۲ جهانی‌شدن
۴۲	۵-۲-۲ نگرش مردم نسبت به جهانی‌شدن
۴۴	۶-۲-۲ رسانه
۴۷	۳-۲ مبانی نظری تحقیق
۴۷	۱-۳-۲ مقدمه

۴۸	۲-۳-۲ نظریات جهانی شدن
۴۸	۱-۲-۳-۲ نظریه آنتونی گیدنز
۵۱	۲-۲-۳-۲ دیدگاه‌های مارکسیستی نسبت به جهانی شدن
۵۲	۱-۲-۲-۳-۲ نظریه امانوئل والرشتاین
۵۳	۲-۲-۲-۳-۲ اندیشه‌های یورگن هابرماس
۵۶	۳-۲-۲-۳-۲ دیوید هاروی
۵۸	۳-۲-۳-۲ اندیشه‌های فرانسیس فوکویاما
۵۹	۴-۲-۳-۲ مالکوم واترز
۶۵	۵-۲-۳-۲ نظریه رولند رابرتسون
۶۹	۳-۳-۲ نظریات جهانی شدن، دین و هویت معنوی
۶۹	۱-۳-۳-۲ رابرتسون
۷۴	۲-۳-۳-۲ آنتونی گیدنز: مدرنیته متاخر و دین
۷۶	۳-۳-۳-۲ دیوید هاروی: دین در «شرایط ما بعد تجدد»
۷۷	۴-۳-۳-۲ فردریک جیمسون پسامدرنیسم و معنویت
۸۰	۵-۳-۳-۲ امانوئل کاستلز
۸۴	۶-۳-۳-۲ فرانسیس فوکویاما
۸۷	۷-۳-۳-۲ بی کارکردی دین در نظام کارکردی جهانی
۹۲	۸-۳-۳-۲ ملکیان
۹۴	۴-۲ چارچوب نظری تحقیق
۹۶	۵-۲ فرضیه‌های تحقیق

فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

۹۸	۱-۳ مقدمه
۹۸	۲-۳ روش تحقیق
۹۹	۳-۳ جامعه آماری

۹۹	۴-۳ اندازه نمونه
۱۰۰	۵-۳ روش نمونه‌گیری
۱۰۰	۶-۳ ابزار تحقیق
۱۰۰	۷-۳ تعاریف نظری و عملیاتی مفاهیم
۱۰۱	۱-۷-۳ متغیر وابسته
۱۰۵	۲-۷-۳ متغیرهای مستقل
۱۱۴	۸-۳ سنجش پایایی ابزار تحقیق
۱۱۵	۹-۳ سنجش اعتبار ابزار تحقیق
۱۲۰	۱۰-۳ فنون تجزیه و تحلیل داده‌ها

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱۲۲	۱-۴ مقدمه
۱۲۲	۲-۴ تجزیه و تحلیل توصیفی
۱۲۳	۱-۲-۴ متغیر سن
۱۲۴	۳-۲-۴ وضعیت تأهل
۱۲۴	۴-۲-۴ وضعیت اشتغال
۱۲۵	۵-۲-۴ وضعیت درآمد
۱۲۵	۶-۲-۴ تحصیلات
۱۴۴	۳-۴ تجزیه و تحلیل استنباطی
۱۵۰	۲-۳-۴ فرضیه دوم: بین جهانی‌شدن و هویت معنوی رابطه وجود دارد.
۱۵۱	۳-۳-۴ فرضیه سوم
۱۵۳	۴-۳-۴ فرضیه چهارم: بین جهانی‌شدن و هویت دینی رابطه وجود دارد.
۱۵۴	۵-۳-۴ فرضیه پنجم: بین هویت دینی و هویت معنوی رابطه وجود دارد.
۱۵۵	۶-۳-۴ فرضیه ششم: بین هویت معنوی و نوع رسانه رابطه وجود دارد.
۱۵۶	۷-۳-۴ فرضیه هفتم: بین هویت معنوی و محتوای رسانه رابطه وجود دارد.

۴-۴ تحلیل رگرسیون چند متغیره ۱۵۷

۴-۵ تحلیل مسیر ۱۵۷

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

۱-۵ مقدمه ۱۶۲

۲-۵ خلاصه یافته ها ۱۶۳

۳-۵ بحث و نتیجه گیری ۱۶۷

۴-۵ پیشنهادات تحقیق ۱۷۶

۱-۴-۵ پیشنهادات تحقیقی ۱۷۶

۲-۴-۵ پیشنهادات کاربردی ۱۷۷

۵-۵ محدودیتها و موانع تحقیق ۱۷۸

منابع و مأخذ ۱۸۱

ضمیمه ۱۹۳

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۳-۱- کدگذاری گویه های هویت معنوی	۱۰۵
جدول ۳-۲- مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق	۱۱۴
جدول ۳-۳- تعیین اعتبار و پایایی مقیاس محتوای رسانه	۱۱۷
جدول ۳-۴- تعیین اعتبار سازه و پایایی مقیاس مصرف کالاهای نوین	۱۱۸
جدول ۳-۵- تعیین اعتبار سازه و پایایی مقیاس نوگرایی	۱۱۹
جدول ۴-۱- توزیع پاسخگویان بر حسب سن	۱۲۳
جدول ۴-۲- توزیع پاسخگویان بر حسب جنس	۱۲۳
جدول ۴-۳- توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل	۱۲۴
جدول ۴-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت اشتغال	۱۲۴
جدول ۴-۵- توزیع پاسخگویان بر حسب درآمد خانواده	۱۲۵
جدول ۴-۶- توزیع پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات	۱۲۵
جدول ۴-۷- توزیع درصدی گویه های دینداری	۱۲۶
جدول شماره ۴-۷-۱- وضعیت دینداری در میان پاسخگویان	۱۲۷
جدول ۴-۸- توزیع درصدی گویه های رسانه ارتباط جمعی	۱۲۷
جدول شماره ۴-۸-۱- وضعیت استفاده از رسانه داخلی در بین پاسخگویان	۱۲۸
جدول شماره ۴-۸-۲- توزیع درصدی محتوای رسانه	۱۲۹
جدول شماره ۴-۸-۳- وضعیت بهره مندی از نوع محتوای رسانه در بین پاسخگویان	۱۳۰
جدول ۴-۹- توزیع درصدی گویه های هویت معنوی بعد آگاهی	۱۳۱
جدول شماره ۴-۹-۲- توزیع درصدی گویه های هویت معنوی بعد بزرگنمایی	۱۳۲
جدول شماره ۴-۹-۳- توزیع درصدی گویه های هویت معنوی بعد مدیریت	۱۳۳
جدول شماره ۴-۹-۴- توزیع درصدی گویه های بعد با ثباتی	۱۳۴
جدول شماره ۴-۹-۵- توزیع درصدی گویه های بعد امیدواری	۱۳۵

- جدول شماره ۴-۹-۶- توزیع درصدی گویه های پذیرش واقعی.....۱۳۶
- جدول شماره ۴-۹-۷- آماره های پراکندگی ابعاد هویت معنوی.....۱۳۷
- جدول ۴-۱۰- وضعیت هویت معنوی در میان پاسخگویان۱۳۸
- جدول ۴-۱۱-۱- توزیع درصدی گویه های آگاهی جهانی۱۳۸
- جدول شماره ۴-۱۱-۲- توزیع درصدی گویه های هنجارهای فراملی.....۱۳۹
- جدول شماره ۴-۱۱-۳- توزیع درصدی گویه های ارزش های نوین.....۱۴۰
- جدول شماره ۴-۱۱-۴- توزیع درصدی گویه های مصرف گرایی کالاهای نوین.....۱۴۱
- جدول شماره ۴-۱۱-۵- توزیع درصدی گویه های نوگرایی.....۱۴۲
- جدول شماره ۴-۱۱-۶- آماره های پراکندگی گویه های جهانی شدن.....۱۴۳
- جدول شماره ۴-۱۱-۷- وضعیت جهانی شدن در میان پاسخگویان.....۱۴۴
- جدول ۴-۱۲- آزمون ضریب همبستگی۱۴۵
- جدول ۴-۱۳- آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت میزان هویت معنوی بر حسب جنس۱۴۶
- جدول ۴-۱۴- آزمون t مستقل برای بررسی تفاوت میزان معنوی بر حسب وضعیت تأهل هویت۱۴۷
- جدول ۴-۱۵- بررسی رابطه بین تحصیلات و هویت معنوی.....۱۴۸
- جدول ۴-۱۶- آزمون t مستقل بررسی رابطه بین شغل و هویت معنوی.....۱۴۹
- جدول ۴-۱۷- بررسی رابطه بین درآمد و هویت معنوی۱۴۹
- جدول ۴-۱۸- آزمون ضریب همبستگی بین جهانی شدن و هویت معنوی۱۵۰
- جدول ۴-۱۹- آزمون ضریب همبستگی بین هویت معنوی و بعد عینی۱۵۱
- جدول ۴-۲۰- ضریب همبستگی بین هویت معنوی و ذهنی.....۱۵۲
- جدول ۴-۲۱- ضریب همبستگی بین هویت دینی و معنوی جهانی شدن.....۱۵۳
- جدول ۴-۲۲- ضریب همبستگی بین هویت دینی و هویت معنوی۱۵۴
- جدول ۴-۲۳- ضریب همبستگی بین هویت معنوی و رسانه۱۵۵
- جدول ۴-۲۴- ضریب همبستگی بین هویت معنوی و محتوای رسانه.....۱۵۶

جدول ۴-۲۵- رگرسیون چند متغیره بین مجموع متغیرهای مستقل و هویت معنوی ۱۵۷

جدول ۴-۲۶- نتایج محاسبه‌ی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل تحقیق بر هویت

معنوی ۱۵۸

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۳۹.....	نمودار ۲-۱- معنویت و مذهب در میان جوانان ۱۸-۲۴ ساله کشورهای انتخاب شده.....
۷۳.....	نمودار ۲-۲- تبیین هویت معنوی بر اساس نظریه رابرتسون.....
۷۶.....	نمودار ۲-۳- تبیین هویت معنوی مبتنی بر دین در نظریه گیدنز.....
۸۰.....	نمودار ۲-۴- تبیین هویت معنوی در نظریه جیمسون.....
۸۴.....	نمودار ۲-۵- تبیین هویت معنوی بر اساس نظریه کاستلز.....
۸۷.....	نمودار ۲-۶- تبیین هویت معنوی در نظریه فوکویاما.....
۹۵.....	نمودار ۲-۷- مدل تحقیق.....
۱۵۹.....	نمودار ۴-۱- تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر هویت معنوی.....

فصل اول:
کلیات تحقیق

امروزه روند جهانی شدن^۱ زندگانی همه‌ی ما را تحت تأثیر قرارداده است و شاید بتوان گفت ویژگی گذر ما به سوی هزاره‌ی جدید است. طلوع هزاره‌ی جدید با خود امید به همراه آورده است؛ امید به آن که پیروزی‌ها و کامیابی‌های گذشته به‌رغم کاستی‌هایش، شالوده‌ای استوار برای جهانی هست که امروز در کار ساختن آنیم. بی‌گمان صدسال پیش مانند همین احساس انتظار و امید به دل نیاکان ما نیز راه یافته بود. اعتقاد آن‌ها به ترقی محتوم تمدن بشری تنها به پیشرفت در دانش و آگاهی، علوم یا تکنولوژی محدود نبود بلکه تمامی عرصه‌های قابل تصور حتی حوزه‌های اجتماعی و اخلاقی را نیز در بر می‌گرفت. جمله زیر که ولز^۲ در سال ۱۹۰۱ اظهار کرد، شاهد این مدعا است: اگر جهان ما بر پایه‌های معیارهای کنونی مان غیراخلاقی است، بر ماست که آن معیارها را ارزیابی کنیم و نظام اخلاقی مان را از نو بسازیم (انان، ۱۳۸۵: ۱۱).

انسان‌محوری یا تمرکز بر محیط انسانی رویکردی است که با همه سطوح ارزش‌های مشترک انسانی از هستی مادی گرفته تا هستی فرهنگی یا به تعبیری هستی معنوی، پیوند می‌جوید و هماهنگ می‌شود. ترویج محیط انسانی که در آن مردمان به‌جای بریدن، کوچ کردن و پناه جستن، رغبت ماندن و ساختن آینده‌ای بهتر را پیدا کنند مستلزم آن است که عوامل معنوی و ناملموس تری چون فرهنگ، سنت و مذهب، فرصت خلاقیت، حق تعیین سرنوشت، و میدان مشارکت در امور جهان را داشته باشند.

از آنجا که کیفیت زندگی تنها به بهبود در زمینه‌های زیربنای اقتصادی نیست، بلکه برای کیفیت زندگی دیگر عوامل نیز باید مورد توجه قرار گیرند و این معمولاً در معادله‌ی توسعه نادیده گرفته می‌شود. یکی از این ملاحظات فرهنگ است که پیوندی تنگاتنگ با مسئله‌ی هویت دارد. که البته فرهنگ و سنت در نحوه‌ی تلقی هر ملتی از ماهیت چالش‌ها و چگونگی فائق بر آن‌ها نقش اساسی دارند.

1. Globalization
2. Wales

با این حال انقلاب عظیم فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطی با تحقق بخشی به دهکده جهانی، بنیاد مالی و فکری جوامع را دگرگون کرده که هیچ‌گونه انزوا‌گزینی و تأملی را برنمی‌تابد. لذا در عصر حاضر بیش از هر عصر دیگری، انسان‌ها با منابع اطلاعاتی بی‌شماری مواجه‌اند که به دگرگونی هویت افراد در ابعاد هویت سنتی، ملی، دینی، و پیدایش ابعاد فرهنگی چندگانه، دگرگونی سامانه‌های ارزشی و عقیدتی، تغییر شیوه مصرف و سبک زندگی منجر شده است. در این راستا داده‌های مختلف نشان می‌دهد که این تأثیرات روزبه‌روز فزونی گرفته است و اهمیت بیشتر آن‌ها با فرآیند کوچک‌تر شدن جهان به واسطه تحول و پیشرفت شگفتی‌آور فن‌آوری‌های ارتباطی و حمل‌ونقل تشدید می‌یابد.

و این به‌گونه‌ای است که فرهنگ‌ها با این ابزار و وسایل امکان مبادله و تعامل بیشتری پیدا کرده و هر روز معانی و اطلاعات جدیدی به انسان‌ها در سراسر جهان عرضه می‌گردد و از این طریق اندیشه‌ها، عقاید، نظریه‌ها و ارزش‌های فرهنگی بالأخص مذهبی به واسطه سرزمین‌زدایی، ادغام، آمیزش، با رهایی نظام‌های معنایی از لنگرگاه محلی در معرض تغییر و تحول قرار می‌گیرند (فرهمند، ۱۳۹۱: ۱۰). نگاهی گذرا به تحولات چند دهه اخیر در جهان نشان می‌دهد که تغییرات بسیار عمیق، در باورها و ارزش‌ها و سبک زندگی مردم جهان به وقوع پیوسته است و گسترش جهانی این تغییرات، دامنه و شدت بیشتری پیدا کرده است. این تغییرات که ناشی از تحولات سیاسی و اقتصادی جهان در عصر حاضر است، متقابلاً تأثیری عظیم بر جوانب گوناگون زندگی اجتماعی و فرهنگی به‌جای گذاشته است. تحقیقات علمی نیز مؤید این حقیقت است. برای مثال تحقیقی با عنوان "مطالعات ارزش‌های جهانی" در چهار نوبت در سال‌های ۱۹۸۱، ۱۹۹۰، ۱۹۹۵، ۱۹۹۹-۲۰۰۰ به بررسی ارزش‌ها و باورهای مردم تمام قاره‌های جهان پرداخته است (که شامل ۶۰ کشور و دربرگیرنده ۷۵ درصد جمعیت جهان اعم از جوامع فقیر و غنی و نژادها و فرهنگ و تمدن‌های گوناگون است)، و نتیجه حاکی از آن بوده که تغییرات عظیمی در ارزش‌های مردم جهان رخ داده است (لطف‌آبادی، ۱۳۸۳: ۳۵-۳۴).

بنابراین از آنجا که نیاز به معنا یک نیاز همیشگی افراد بوده است. توجه به آن به عنوان یک هدف در عصر حاضر ضرورت دارد. فرانکل^۱ (۱۹۶۳) می‌نویسد: جستجوی انسان برای معنا، عقلانی شدن ثانویه‌ی انگیزه‌های غریزی نیست بلکه یک نیروی اصلی در انسان است به طوری که انسان‌ها حاضرند به خاطر آرمان‌ها و ارزش‌هایشان زندگی کنند و بمیرند. تیلهارد^۲ در همین زمینه بیان دارد " ما موجودات انسانی که تجربه معنوی داریم نیستیم بلکه موجودات معنوی هستیم که تجربه انسانی داریم" (داگلاس^۳، ۲۰۰۹: ۸۶).

توجه بیش از اندازه به بعد مادی و مصرفی انسانی باعث شده است گوهر وجودی انسان که معنا و معنویت است مورد غفلت و در معادله توسعه انسانی نادیده گرفته شود. گسترش گرایش بشر به معنویت در قرن اخیر، خصوصاً در کشورهای سطح اول توسعه، حاکی از نیاز و ضرورت این بعد وجودی انسان می‌باشد. لذا توجه به این امر در عصر حاضر یعنی تعامل هویت معنوی با عصری که موسوم به جهانی شدن است محور بحث ما در این تحقیق می‌باشد.

واژه معنویت از ریشه لاتین Spiritus به معنای "نیرو"، "نیروی زندگی" برآورد شده است. این واژه در قرن هجده و نوزده رو به افول گذاشت و تنها در قرن بیستم دوباره در معنای اصلی دینی یا عبادی خود آشکار گشت. این واژه که عمدتاً نویسندگان فرانسوی آن را دوباره رواج دادند، به تدریج در مجموعه گسترده‌ای از صورت‌های ویژه به کار رفت (سالاری فر و همکاران ۱۳۸۴: ۲۵۵). با وجود دو دهه تلاش علمی و تحقیقی در ماهیت معنویت از سوی صاحب‌نظران متعدد در علوم مدیریت، روانشناسی، مذهب، پرستاری، مشاوره، در حال حاضر نیز توافق چندانی در معنای دقیق این واژه حاصل نشده است و اختلاط دو مفهوم معنویت و مذهب در سراسر این فعالیت‌ها آشکار است (فرهمند، ۱۳۹۱: ۱۱). بنا به تعریف کسلینگ^۴ و همکاران (۲۰۰۶) هویت معنوی^۵ یک احساس مداوم از خود است که مسائل غائی درباره طبیعت، هدف و معنای زندگی که منتهی به رفتارهای هماهنگ با ارزش‌های کانونی فرد است را شکل می‌بخشد. به گمان ریچارد و

-
1. Frankel
 2. Teilhard
 3. Douglas
 4. Kiesling
 5. Spiritual identity

برگین^۱ (۱۹۹۷) این واژه به نحوی که فرد خود را در ارتباط با نیروی متعالی می‌بیند، اطلاق می‌گردد که هدف فردی و احساس ارزشمندی فرد را تعالی می‌بخشد. بنابراین معنویت یک منبع مهم اولیه هویت بخشی و معنا بخشی است که جهت‌گیری ذهنی فرد را شکل بخشیده و احساس هماهنگی با جهان هستی را در وی تداوم می‌بخشد.

در رابطه با جهانی‌شدن باید گفت جهانی‌شدن، پدیده‌ای است که نمادهای اقتصاد، سیاست، فرهنگ، اجتماع و رفتارهای بشری در تکوین آن نقش داشته و وابستگی به جهان را فراتر از مرزهای سیاسی ساخته و سرانجام خمیرمایه بروز تحولاتی گشته است که در سطوح مختلف زندگی بشر بر گستره زمین شکل گرفته است (امین الخولی، ۱۳۸۲: ۵۷). جهانی‌شدن عبارت است از فرآیند فشردگی زمان و فضا که به واسطه آن مردم دنیا کم و بیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحد ادغام می‌شوند (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۲۰).

شاید بتوان، به تعبیر برگر و هانتینگتون^۲ (۲۰۰۲) از "جهانی‌شدن‌های بسیاری"^۳ سخن گفت که در گستره هستی جریان دارد. با این نگاه است که بسیاری از متفکران معاصر، از جهانی‌شدن به عنوان فرآیندی که منجر به "زلزله ژئوپولیتیک"^۴ (رابرتسون، ۱۹۹۲)، "بحران فرهنگی و اجتماعی" (تاملینسون، ۱۹۹۹)، "پایان تاریخ"^۵ (فوکویاما، ۱۹۹۱)، "پایان جهان"^۶ (بوردیو، ۱۹۹۹)، "گم کردن بنیادین جهت"^۷ (ویرلیو، ۲۰۰۱: ۲۴)، "جامعه ریسکی" (بک، ۱۹۹۹)، "جهان رها شده"^۸ (گیدنز، ۱۹۹۹)، جامعه در حال بن‌بست"^۹ (یومن، ۲۰۰۲) و بالاخره از آن به عنوان یک "اضطراب بزرگ"^{۱۰} (زوبوف، ۲۰۰۱: ۱۲۶) یاد کرده‌اند. تعبیری که به‌تنهایی خبر از یک "شوک بزرگ"^{۱۰} می‌دهند (جعفری، ۱۳۹۰: ۲).

-
1. Richards & Bergin
 2. Berger and Huntington
 3. Many of Globalization
 4. Geopolitical earthquake
 5. The End of History
 6. End of the World
 7. Abandoned World
 8. Community Of being Deadlock
 9. Great anxiety
 10. Big shock

هویت معنوی در همین عصر یعنی عصری که موسوم به جهانی‌شدن است، قرار گرفته است. عصری که بزرگترین تأمین‌کننده خود یعنی دین را به حاشیه برده و منطق و عقلانیت را معیار انسانیت قرار داده است، و برای هر نیازی از انسان راهبردها و روش‌های متناسب با الگوهای قرن بیستم را مدنظر قرار داده است. در عرصه جهانی‌شدن دین جایگاه دیرینه خود را ندارد و امواج جهانی‌شدن اجازه خودنمایی به دین را نمی‌دهند. البته بنیادگرایایی در دین اسلام هنوز در مقابل فشار عصر حاضر ایستاده‌اند و تکمیل فرآیند جهانی‌شدن را در پاره‌ای از ابهام قرار داده‌اند. در واقع از آنجا که در جامعه ایران دین جایگاه خاص خود را جدا از مباحث سیاسی حفظ کرده است و نظریه مهدویت و موعود تفسیر دیگری از جهانی‌شدن عرضه می‌دارد، لذا بررسی و تبیین این مسئله با توجه به تفاسیر مختلفی که جهانی‌شدن برای هویت معنوی به وجود آورده در جامعه ایران از اهمیت خاص خود برخوردار است که این تحقیق درصدد پاسخگویی به آن است. این تحقیق شامل ۵ فصل می‌باشد. فصل اول را با عنوان کلیات و با ذکر بیان مسئله، اهمیت و ضرورت تحقیق و اهداف تحقیق در پرتو هویت معنوی و جهانی‌شدن پرداختیم. فصل دوم به پیشینه تحقیق، مفاهیم تحقیق و همچنین مبانی نظری اختصاص داده شد و سعی بر آن شد چارچوب نظری مناسب برای تحقیق ارائه گردد و در آخر نیز فرضیه‌ها برای بررسی مطرح شد. فصل سوم تحت عنوان روش‌شناسی تحقیق بیان شد، در این فصل به توضیح نوع و روش تحقیق، ابزار جمع‌آوری اطلاعات، جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری، تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم، پایایی و روایی، روش‌ها و فنون تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد. فصل چهارم به تجزیه و تحلیل داده‌ها اختصاص داده شد و نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق آورده شده است. در این فصل یافته‌ها به دو بخش توصیفی و استنباطی تفکیک شدند. در قسمت تحلیلی یافته‌های توصیفی جداول مربوط به توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس متغیرهای مختلف آورده شد. این متغیرها هم شامل متغیر وابسته تحقیق و هم شامل متغیرهای مستقل، بود. در قسمت دوم، با استفاده از آزمون‌های آماری، تأیید یا رد فرضیات تحقیق مشخص شد. در فصل پنجم خلاصه‌ای از تحقیق ارائه شد و در نهایت به بحث و نتیجه‌گیری و جمع‌بندی موضوع و ارائه پیشنهادات پرداختیم.

۱-۲ بیان مسئله

جهانی‌شدن استعاره پراوازه ایست که در سال ۱۹۸۰ لباس علم را بر تن کرد و پس از گذاردن فراز و نشیب نظری در بین متخصصان علوم مختلف، امروزه در بین مردم ملموس و قابل درک می‌باشد. جهانی‌شدن گمان همگان را به سمتی می‌برد که دست‌سازهای کوچک گلی جهان را باید به تاریخ سپرد و امواج مغناطیسی و الکترونیکی را جایگزین آن نمود، ولی این امر علی‌رغم این که هجمه الکترونیکی را به دنبال داشت، توجه به سایر ابعاد فرهنگی را نیز در نظر می‌گرفت. شاید سخن گفتن از دیالکتیک خاص و عام رابرتسون بحثی جدا از این مضمون نباشد (رابرتسون^۱، ۱۳۸۲: ۲۱۳). با کنکاش نظری در تعاریف جهانی‌شدن باید گفت جهانی‌شدن عبارت است: "از فرآیند فشردگی فزاینده زمان و فضا که به واسطه آن مردم کم‌وبیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحد ادغام می‌شوند."^۲ کاتالیزور این روند رسانه‌های نوین ارتباطی می‌باشد که نقش مهمی در شکل‌گیری عصر نوین داشته است. در واقع فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی چنان گسترش پیدا کرده و شکل و ماهیت جوامع را تغییر داده‌اند، که امانوئل کاستلز^۳ از آن به عنوان «جامعه شبکه‌ای» یاد می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۵: ۱۵).

در عصر جهانی‌شدن هویت‌ها که ذهنیت افراد را شکل می‌دهند، و مردم با آن به دیگران و خودشان می‌گویند چه کسی هستند (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۱۵)، ثابت و پایدار نخواهد بود و سخن گفتن از هویت چهل‌تکه (نصری، ۱۳۸۰: ۱۵) در این دوره امری رایج هست. ضرورت و کار ویژه هویت در این است که نیازهای روانی انسان را احیاء می‌کند و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است و بدون هویت اجتماعی جامعه‌ای وجود نخواهد داشت (جنکینز^۴، ۱۳۸۱: ۹). تحول در فضا و مکان، زمان و فرهنگ و کم شدن نقش دولت‌ها در عصر جهانی‌شدن مسئولیت هویت‌سازی را بر عهده فرد قرار داده است (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۲۴۴). در نتیجه هویت در جرگه پارادایم‌سازه‌گرای قرار می‌گیرد که برخلاف پارادایم منشاء‌گرایانه، دارای سیالیت، امری تاریخی و محتمل است

1. Robertson

2. Albrow:1996, Harvey: 1989, Giddens:1991, Robertson: 1992

3. Castels

4. Jenkins