

جوادی یگانه، محمدرضا و جلیل عزیزی (1387) «هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه». تحقیقات فرهنگی. سال اول. شماره 3. پاییز 1387. صص 183-213.

هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه

محمدرضا جوادی یگانه

استادیار جامعه شناسی دانشگاه تهران

myeganeh@ut.ac.ir

جلیل عزیزی

کارشناس ارشد پژوهش اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی

ja_azizi@yahoo.ca

چکیده:

هویت اجتماعی و فرهنگی از جمله ابعاد مهم هویتی می باشند که به دلیل ماهیت و محتوایی که دارند، شاید بتوان آنها را از مهمترین ابعاد قلمداد نمود. این مقاله درصدد است پاسخی قانع کننده و علمی به این پرسش ارائه دهد که میزان تعلق به هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان چقدر است و چه عواملی بر روی آن تاثیر می گذارد. در این راستا، جهت دستیابی به مدل علی، تئوری های مختلف هویتی (در سه حوزه روانشناسی، جامعه شناسی و روانشناسی اجتماعی) مورد بررسی قرار گرفت. این مطالعه با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایش و ابزار پرسشنامه همراه با مصاحبه انجام پذیرفت. جامعه آماری این تحقیق دانش آموزان مقطع سال سوم متوسطه نواحی چهار گانه آموزش و پرورش شهر شیراز می باشد که تعداد ۴۰۰ نفر، شامل ۲۰۰ دختر و ۲۰۰ پسر به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تحلیل داده ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید و تحلیل ها در دو حوزه آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام پذیرفت. نتایج نشان داد که در بعد اجتماعی ۹۲ درصد و در بعد فرهنگی ۷۵ درصد پاسخگویان دارای احساس تعلق بالا به عناصر هویتی در این دو حوزه می باشند.

کلیدواژه: بحران هویت، هویت، هویت اجتماعی، هویت فرهنگی، هویت ملی

طرح مساله

با توجه به تحولات سریع و گسترده در حوزه نظام جهانی، در دهه های پایانی قرن بیستم و اوایل قرن جدید، طرح سئوالات و مباحثی در باب هویت و ابعاد مختلف آن، آینده هویتی جوامع در ابعاد متفاوت آن و چالشهای پیش روی آن، از جمله نیازهای ضروری و اساسی بنظر می

رسد. پرداختن به وضعیت موجود ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت در سطح جامعه می تواند تا حدودی نمایی کلی از هویت را به ما نشان دهد، چرا که این دو نوع از هویت در برگزیده اساسی ترین عناصر هویتی افراد یک جامعه می باشد. رواج ارزش های گوناگون، قرارگرفتن در معرض اندیشه ها و گرایش های مختلف، انسان امروزی را در چنان از خودبیگانگی فرو برده که انسان خود را به فراموشی سپرده است (گل محمدی ۱۳۸۰). شخصیت انسان امروزی معجونی است از کثرت ارزش ها و هنجارهای (ناهمخوان) که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است. همان گونه که کاترین تهرانین اشاره می کند، به عنوان یک نتیجه عصر مدرن، هویت ملی معمولاً با دو نیروی متناقض اصلی معین می شود، نیروهای جهانی شدن (Globalization) از یک سو و نیروهای محلی گرایی (Locality) از سوی دیگر، که به طور همزمان هویت ملی را کامل و تکه تکه می کنند و هر دو پدیده بوسیله روندهای ارتباطات جهانی تقویت می شوند (Tehrani 1998). اساساً بایستی به این نکته نیز توجه لازم را داشت، که هویت از جمله مفاهیم پیچیده در ادبیات جامعه شناختی محسوب می شود که در کاربرد مفاهیم هم خانواده آن از جمله بحران هویت، هویت مغشوش و غیره احتیاط کرد.

ایران جامعه ای در حال گذر یا در حال توسعه است. در چنین جامعه ای با فروپاشی نظام ها و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، تحرکات جمعیتی و اجتماعی و تشدید تعاملات بین فرهنگ ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم بویژه جوانان در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارضی قرار گرفته اند. بسیاری از این جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در شرایط ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی و یا عدم تشخیص الگوهای مناسب، دچار تعارض، سردرگمی و بلا تکلیفی می شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می بینند. در چنین شرایطی است که آنومی یا نابسامانی اجتماعی زمینه لازم را برای پیدایش بحران هویت، سرخوردگی های روانی، فردگرایی های خودخواهانه، جمع گرایی خاص گرایانه، بی تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی و اختلال در نظم و کنترل اجتماعی، تخریب منابع و پایمال شدن منافع ملی، خشونت و احساس عدم امنیت، نارضایتی و برون گرایی پدید می آورد (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۶۵؛ ۱۳۷۵: ۱۵۹).

با توجه به این ضرورت، و مطالب اشاره شده، هدف مقاله حاضر بررسی میزان احساس تعلق به هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز می باشد. همچنین به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستیم که آیا در این دو حوزه با بحران هویت مواجه هستیم یا خیر؟

بررسی منابع موضوع

الف. پیشینه تحقیق

از آنجایی که رویکرد ما به مسئله هویت اجتماعی و فرهنگی، رویکردی جامعه شناختی است، از این رو به آثار و پژوهشهای موجود در این خصوص که با رویکرد جامعه شناختی مورد بررسی قرار گرفته اند نگاهی اجمالی می اندازیم. طالبی در پژوهشی با عنوان " بررسی فعالیتهای فرهنگی مدارس در شکلدهی هویت ایرانی دانش آموزان " نشان داد که نقش فعالیتهای مدارس در شکلدهی هویت ایرانی در دانش آموزان کم رنگ بوده و به درستی نتوانسته اند، آگاهی، تعلق خاطر و پایبندی به ارزشها، باورها، هنجارها، نمادها، اسطوره های ملی و آگاهی از جغرافیای ایران و میراث فرهنگی را - که سازنده هویت ایرانی است - در دانش آموزان ایجاد کند (طالبی، س ۱۳۷۸ : ۶۳).

در پژوهش دیگری با عنوان "بررسی شیوه های مقابله با تهاجم فرهنگی در بین دانش آموزان شهر تهران " (کفاش و فریدی ۱۳۷۵) قضاوت و داوری براساس نظرسنجی از دانش آموزان در مورد علل جذب به فرهنگ بیگانه به شرح زیر تنظیم گردیده است:

رتبه	درصد اختصاص یافته	علت جذب
اول	۹۰/۲	کمبود امکانات رفاهی، تفریحی و ورزشی
دوم	۸۵/۷	عدم توجه به نیازها و خواسته های هیجانی و پرشور و نشاط جوانان
سوم	۸۵	ضعف در عمل به فرایض دینی چون نماز، روزه و ...
چهارم	۸۲	در دسترس بودن فیلم های مستهجن ویدئویی و ماهواره ای
پنجم	۸۱/۸	ضعف در توجه به فرهنگ اصیل ایرانی

در پژوهشی دیگر با عنوان "تحلیل وضعیت هویت (مذهبی - ملی) دانش آموزان پایه سوم دبیرستان در تهران" که توسط خادمی نوش آبادی صورت پذیرفت، میانگین هویت مذهبی پاسخگویان ۳/۵ (از ۵ نمره) است و میانگین شاخص هویت ملی پاسخگویان ۳/۲ (از ۵ نمره) می باشد. متغیرهای اما مذهبی بودن فضای مدرسه، فضای مطلوب خانواده، رضایت از زندگی، احساس عدالت، فشار هنجاری، مذهبی بودن، هدف مسئولان مدرسه و منابع فرهنگی با هویت پاسخگویان دارای رابطه معنادار هستند.

اشرفی (۱۳۷۷) نیز پژوهشی با عنوان، "بی هویتی اجتماعی و گرایش به غرب بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال) در تهران" انجام داده است. محقق

برای تجزیه و تحلیل و تبیین این مسئله با استفاده از دیدگاه ترکیبی جامعه‌شناسی، روانشناسی اجتماعی، روانشناسی و تئوریهای هویت اجتماعی، چهارچوب تحقیق پیشنهاد شده است که در آن، نقش عوامل واسط نظام اجتماعی (نهادهای خانواده، مدرسه، رسانه‌های گروهی - تلویزیون و سینما - و دولت) در زمینه‌سازی احساس هویت اجتماعی، مورد نقد و بررسی قرار گرفته است. از مباحث نظری، این نتیجه حاصل شده است که ضعف و ناکامی نظام اجتماعی در ایجاد زمینه برای شکل‌گیری احساس هویت اجتماعی در نوجوانان، به احساس بی‌هویتی اجتماعی آنان و در نتیجه، هویت‌یابی در قالب گرایشهای ایستاری، کنشی و نهادی (ظاهری) به الگوهای غربی رپ و هوی‌متال می‌انجامد. نتایج کلی این تحقیق نشان داد، گرایش نوجوانان به الگوهای غربی و تبیین آن با احساس بی‌هویتی اجتماعی نسبت به نظام اجتماعی، فقط در شکل ظاهر وجود ندارد، بلکه در سطوح مهمتر و حساستر، حتی در بین نوجوانانی که در ظاهر گرایش به غرب ندارند نیز وجود دارد.

ب) مفهوم سازی هویت

در این قسمت از مقاله ابتدا به تعریف مفهومی هویت، هویت ملی، هویت فرهنگی، هویت اجتماعی و بحران هویت پرداخته می‌شود، سپس به بررسی تئوریهای موجود در این دو حوزه می‌پردازیم و نهایتاً مدل علی استخراج شده از مباحث نظری ارائه می‌گردد.

۱. هویت

هویت کلمه‌ای عربی است که در زبان فارسی به جای واژه انگلیسی (Identity) به کار می‌رود. معین در فرهنگ فارسی تحت عبارت "هویت" معانی‌ای از قبیل "ذات باری تعالی" (هستی و وجود) و آنچه موجب شناسایی مشخص می‌شود را می‌آورد. ولی در کل هویت مفهومی است که در علوم مختلف دارای فضای مفهومی (conceptual space) خاصی است (معین، ۱۳۷۱ جلد ۴: ۳۷۴۳). در فلسفه هویت به معنی کیستی انسان به‌عنوان یک نوع است. در اینجا انسان به دنبال صفات و مشخصه‌هایی می‌گردد که او را از سایر پدیده‌های جهان متمایز کند. هر پدیده‌گرایی طبیعی به سوی ذات یا گوهر اصلی خود دارد و متوجه اصل خویش است. این اصل قدیم است و هر آنچه از آن پدید می‌آید جدید، حتی وجود خود را در مقایسه با قدیم و اصل می‌سنجد و ارزیابی می‌کند (مجته‌زاده ۱۳۷۸: ۵).

در روانشناسی، هویت و احساس هویت یکی از مشخصات شخصیت فرد تلقی می‌شود. احساس هویت عبارت است از احساسی که انسان نسبت به استمرار حیات روانی خود دارد و یگانگی و وحدتی که در مقابل اوضاع و احوال متغیر خارج، همواره در حالات روانی خود حس

می‌کند. بنابراین از نظر روانشناسی هویت انسان دارای نوعی ثبات است. هویت زمانی پدید می‌آید که انسان با "غیر" مواجه می‌شود و این غیر عبارت است از فرد یا جامعه‌ای دیگر و یا به قول روانشناسان نقش‌های جدیدی که فرد به عهده می‌گیرد. هویت زمانی مطرح می‌شود که انسان خود را با چیز دیگر مقایسه کند (دورکیم: ۱۳۷۲: ۱۱-۱۲).

در جامعه‌شناسی واژه هویت به معنی چه کسی بودن است و نیاز داشتن آن است که حس شناساندن خود، یک سلسله عناصر فرهنگی و تاریخی را در فرد یا یک گروه انسانی تحریک می‌کند. هر نوع وابستگی اجتماعی، نمودار بخشی از ویژگی‌های انسان است. این ویژگی‌ها، امر معرفت و شناخت ابنای بشر را تسهیل می‌کند (مجتهدزاده ۱۳۷۶: ۱۴۷).

بر این اساس هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آنها که فرد آنها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود بدست می‌آورد و در جواب سوال "من کیستم؟" ارایه می‌دهد. به نظر برگر "مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می‌شوند، می‌کوشند تا به هویت رابطه‌ای دست پیدا کنند. یعنی نقطه مشترکی را پیدا کنند که وجه تمایز آنها از دیگران است. این کار باعث می‌شود تا هر یک از افراد نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند. در یک سطح بالاتر وقتی مردم هویت مشترک را کشف می‌کنند، می‌توانند از این طریق به نوعی انسجام برسند" (Heise, 1998: 201-202). جنکینز در کتاب هویت اجتماعی تعریف زیر را برای هویت بدست داده است:

"این عبارت به شیوه‌های که بواسطه آنها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند اشاره دارد و برقراری و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها، و میان افراد و جماعت‌ها است. شباهت و تفاوت با هم - و نه جز این - اصول پایای هویت و پایه زندگی اجتماعی‌اند". او همچنین می‌افزاید که "هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از طرف دیگر درک دیگران از خودشان و افراد دیگر از جمله خودمان چیست. یکی از نخستین کارهایی که در مشاهده یک غریبه انجام می‌دهیم این است که او را در نقطه‌ای از نقشه شناختی‌مان قرار دهیم" (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷ - ۸).

بنابراین هویت‌ها، پدیده‌هایی فراتاریخی؛ عاری از اقتصاد، مذهب، ایدئولوژی و تاریخ و جغرافیای خاص خودشان نیستند. بلکه این سازه‌های اجتماعی با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی، به وجود آمده و تعریف می‌شوند و در طول زمان به‌طور مجدد تفسیر می‌شوند. بنابراین در ساخته شدن هویت‌ها ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی، فناوری، اقتصاد و ساختار معرفتی از جمله فرهنگ، زبان، آرمان‌ها، ایدئولوژی و سنت همزمان نقش دارند (منتظرالقائم ۱۳۷۷: ۲۵۹).

۲. هویت ملی

هویت ملی به مثابه پدیده‌ای سیاسی - اجتماعی زاییده عصر جدید است که ابتدا به اروپا و آنگاه از اواخر قرن نوزدهم به مشرق زمین و سرزمینهای دیگر راه یافت. اما هویت ملی به منزله مفهوم علمی از ساخته های تازه علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن بیستم به جای مفهوم "منش ملی و خلق ملی" که از مفاهیم عصر تفکر رمانتیک بوده در حال رواج یافتن است (مرشدی‌زاد ۱۳۸۰: ۸۹).

ایجاد یک هویت مشترک در میان شهروندان یکی از مهمترین چالشهایی است که نظامهای سیاسی در تمام جهان با آن مواجهند. نبود چنین حس هویتی تبعات فراوانی به همراه دارد. (Almond, 2000 : 18-19).

چرا که از یک طرف، در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد نقشی تعیین‌کننده دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی می‌باشد. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی، در تاثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است (حاجیانی ۱۳۷۹: ۱۹۷). و از طرف دیگر، سایر هویتها، فاقد چشم‌اندازی هستند که هویت ملی دارد. حتی هویت ملی معادل هویت جمعی نیز نیست. هویت ملی چیزی است ماسوای هویت طبقاتی یا مذهبی. هویت ملی حتی هویت سرزمینی یا زبان‌شناختی یا نوع معینی از هویت سیاسی نیست. آنچه مهم است در خاطر داشتن تمایز است (Greenfield, 1999: 507).

استاد مطهری معتقد است: "اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی یا ناسیونالیسم بنامیم، تعریف ارایه شده از آن عبارت است از وجود احساس مشترک یا وجدان و شعور جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند. (رزازی‌فر ۱۳۷۹: ۱۱۹).

۳. هویت اجتماعی

"هویت اجتماعی یک فرد به خصوصیات و مشخصات و تفکراتی اشاره می‌کند که فرد آنها را از طریق اشتراکات اجتماعی و عضویت در گروه‌ها و مقوله‌های اجتماعی کسب می‌کند" (احمدلو ۱۳۸۱: ۸۳). با توجه به چنین تعریفی، هویت اجتماعی را می‌توان نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرآیند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روانشناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. به بیان دیگر، فرآیند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنشگر اجتماعی فراهم می‌سازد تا برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود، پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. (گل‌محمدی ۱۳۸۰: ۱۹۶). بنابراین هویت اجتماعی هویتی است که فرد در فرآیند

اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها یا واحدهای اجتماعی موجود در جامعه، کسب می‌کند و مشخص‌ترین آنها، گروه یا واحد اجتماعی یا حوزه و قلمروی است که خود با ضمیر "ما" به آن اشاره می‌کند و خود را از لحاظ عاطفی و تعهد و تکلیف، متعلق و منتسب و مدیون به آن می‌داند (عبداللهی، ۱۳۷۴ : ۱۴۲).

جوهره هویت اجتماعی، منوط به برقراری روابط دوستانه و عاطفی است. زیرا پایه هرگونه نظم اجتماعی، حتی در جوامع مدرن، عاطفه است و این امر ریشه در وابستگی عاطفی به جمع و روابط عاطفی در جوامع دارد. نشانه قوت هویت اجتماعی، به افزایش تعداد کسانی که در یک کشور دارای احساس تعهد مشترک هستند، بستگی دارد و اینجاست که منش ملی شکل می‌گیرد. ارتباطات گسترده موجب تقویت هویت اجتماعی می‌شود و هر قدر بعد اجتماعی هویت در سطح کلی‌تر، مثلاً سطح ملت، قوی‌تر باشد، شخصیت اجتماعی شهروندان نیز منسجم‌تر و جدی‌تر پی‌ریزی می‌گردد. وفاق اجتماعی و همبستگی ملی نیز محصول همین فرآیند است. پی‌یر بوردیو در توضیح این واقعیت، اصطلاح "خلق و خوی" را وضع کرده است که به مفهوم شیوه‌های برقراری رابطه، اعمال سلیقه و بیان احساسات رایج در میان اعضای گروه‌های خاص می‌باشد؛ به شرط آنکه بی‌خبر از آن شیوه‌ها باشند (حاجیان، ۱۳۷۹ : ۱۹۹ - ۲۰۰).

۴. هویت فرهنگی

هویت فرهنگی مجموعه ارزشها، باورها، سببها و... است که سبب شناخته شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می‌شود. از این رو هویت فرهنگی بر سه مدار پیوسته با یکدیگر که حول یک محور می‌چرخند، حرکت می‌کند: ۱- فرد درون گروه و جماعت واحد، که می‌تواند در قبیله، طایفه و یا گروه اجتماعی ظهور می‌کند؛ ۲- جماعت و گروه‌های مدرن ملت‌ها که هویت فرهنگی مشترکشان به مثابه وجه تمایز آنان به شمار می‌رود؛ ۳- و سرانجام ملت‌های واحد و یکپارچه در مقایسه با دیگر ملل. بنابراین سه نوع هویت فردی، گروهی و ملی قابل تمایز از یکدیگرند. رابطه میان این سه، ثابت و یکنواخت نیست. بلکه در آن جذر و مدهای دایمی وجود دارد و در بین آنها تغییراتی برحسب موقعیتهای مختلف پیش می‌آید. تغییراتی که برآمده از برخوردها، همکاری‌ها و عدم وجود آنهاست که براساس منافع و مصالح فردی، جمعی و ملی حاصل می‌شود (رهبری ۱۳۸۰ : ۵۷).

به نوعی می‌توان گفت، هویت فرهنگی حاکی از تداوم بین گذشته و حال است و نفس این تداوم، خود بر شناخت گذشته دلالت می‌کند. (هنوی ۱۳۷۳ : ۴۷۲ و ۴۷۴).

شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزاء هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث

فرهنگی، کلیه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربرمی‌گیرد. که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد. و نشانه‌های تاریخ یک فرهنگ و یک ملت به شمار می‌رود. باید گفت میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن موثر است، مشتمل بر مجموعه مناسک عام، شیوه‌های معماری، سنتها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرفها و فولکلور می‌باشد. بنابراین تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی در قوام و تقویت هویت ملی بسیار موثر بوده و در حقیقت گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنتهای ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

۵. بحران هویت

از میان روانشناسان، اریکسون بر مفاهیم بحران هویت و آشفتگی هویت تاکید می‌نماید. بحران هویت واژه‌ای است که بوسیله وی برای توصیف عدم توانایی نوجوان در قبول نقشی که در جامعه از او انتظار دارد به کار رفته است. اریکسون خاطرنشان می‌سازد که "برای هر فردی امکان دارد بحران هویت روی دهد و منحصر به دوران نوجوانی یا جوانی نیست" (رمضانی، ۱۳۸۱: ۱۷). این حالت سبب می‌شود وی احساس کند منزوی، تهی، مضطرب، و مردد شده است. احساس می‌کند که باید تصمیم‌های مهمی بگیرد، لیکن قادر به انجام دادن این کار نیست. احساس می‌کند که جامعه به او فشار می‌آورد تا تصمیم‌هایی اتخاذ کند، اما او مقاومت می‌کند. در طی آشفتگی هویت، فرد ممکن است احساس کند به جای آنکه در حال پیشرفت باشد، دچار پسروی است (اشرفی، ۱۳۸۰).

از سوی دیگر بحران هویت در یک معنا مترادف با مفهوم بیگانگی (Alienation) یا جدایی از اصل و جوهری خاص است و لذا با نوعی سردرگمی همراه است. بسیاری از جامعه‌شناسان و روانشناسان چون، دیوید ریزمن، اریک اریکسون، فریدنیرگ و گودمی بیگانگی را معادل با بحران هویت می‌دانند و عده‌ای نیز احساس بی‌هویتی را به عنوان یک مولفه از بیگانگی به حساب می‌آورند (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۰). بیگانگی از دیدگاه کلان جامعه‌نگر، به معنای گسستن انسان از جامعه یا به عبارت دیگر، از خانواده، قوم، تاریخ، فرهنگ و بالاخره از آن واحد اجتماعی است که هویت جمعی فرد را تشکیل می‌دهد است (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۲۷).

نقطه اصلی توجه جامعه‌شناسان و روانشناسان در بررسی بیگانگی اجتماعی، جامعه و ساخت اجتماعی است. از دیدگاه جی.سی. میچل، از خود بیگانگی به مفهوم احساس جدایی و عدم تعلق خاطر ذهنی و عینی فرد از محیط اطراف خود - یعنی جامعه و ارزشهای مرسوم آن و دیگران - است که به اشکال و صور مختلف چون، احساس بی‌معنایی، پوچی، انکار، افسردگی، انزوا، تنفر، بیزاری، ناهنجاری و بدبینی در فرد ظهور می‌کند. از دیدگاه پیروان نظریه کارکردگرایی

ساختاری، بیگانگی به معنای تبعیت نکردن فرد از فرهنگ، ساخت، نظام اجتماعی و نظام انتظارات است. کسی که براساس هنجارهای کنش عمل نکند و در واکنش اجتماعی متقابل، تمایلات نابهنجار از خود بروز دهد و براساس بایدهای موجود رفتار نکند و سببها و عقاید و باورهای حاکم را نپذیرد، بیگانه است. درواقع، هرگونه بی‌نظمی اجتماعی، نظام گسیختگی اجتماعی و اختلال هنجاری، سبب شدت گرفتن یا تضعیف دامنه هویت اجتماعی می‌شود (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۱).

اندیشمندانی که به مبحث مدرنیزاسیون و توسعه پرداخته‌اند. به بحث بحران هویت نیز توجه کرده‌اند. درواقع از نظر این گروه از اندیشمندان، بحران هویت مرحله‌ای از مراحل رشد است که نظام سیاسی به‌طور اجتناب‌ناپذیری آن را تجربه می‌کند (مرشدی‌زاد، ۱۳۸۰: ۹۱). بنابراین می‌توان گفت بحران هویت ملی به معنای گسستن و بیگانه شدن انسان از اصل و جوهر خویش و پیوستن به اصل و جوهری دیگر و نیز تعدد یا تنوع و تعارض هویت‌های جمعی و کوچک و خاص‌گرایانه و ضعف هویت جمعی عام در درون یک جامعه، دربرگیرنده آن چیزی است که جامعه و افراد را در فرآیند گسستن‌ها و پیوستن‌ها با مشکل و ابهام رو به رو می‌سازد (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۲۵).

ج) نظریه‌های هویت

در این قسمت از مقاله به تعدادی از تئوری‌های مربوط به هویت اشاره ای کوتاه و گذرا خواهیم انداخت.

۱. تئوری نظام کنترل فرآیند هویت (The control-system of identity process theory)

هدف این تئوری نشان دادن مدلی از روابط بین فشار و هویت است که در نتیجه آن هویت جدیدی شکل می‌گیرد. این تئوری نشان می‌دهد فشارهای اجتماعی (و محیطی) منجر به شکستن حلقه‌های بازگشتی می‌شوند که فرآیند هویت را حفظ می‌کنند.

انقطاع فرآیند هویت از عملکرد دو مکانیزم حاصل می‌شود: ۱. حلقه‌های شکسته‌شده، ۲. سیستم‌های هویتی بیش از حد کنترل‌شده. هرکدام از این مکانیزمها، شرایطی را برای ایجاد فشارهایی فراهم می‌کنند که نتیجه آن انقطاع فرآیند هویت را دربرداشته و نتیجه‌ی این انقطاع هم برای خود احساس بی‌هویتی و کسب هویتی تازه را دربردارد. در هر حال این تئوری نشان خواهد داد که چگونه ارزیابی یک شخص نسبت به خودش از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا کرده و چگونه ارزیابی یک شخص نسبت به خودش از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا کرده و چگونه این فشارها، فرآیند

هویت فرد را منقطع می‌کنند و فرد احساس بی‌هویتی کرده و هویت جدیدی را جایگزین می‌کند (Burk 1991: 36).

بارک معتقد است، هویت اجتماعی رشته‌ای از معانی است که فرد در محیط یا موقعیت اجتماعی برای تعریف خود به کار می‌برد. این رشته از معانی، شامل اجزاء نمادین و غیرنمادین می‌شود؛ جزء نمادین شامل تصور عمومی از معانی است. همان طور که در کنش متقابل نمادین آمده است. جزء غیرنمادین، شامل منابع گوناگونی است که به واسطه‌ی نقش شخص در جامعه تحت کنترل او درآمده است. این رشته از معانی، به‌عنوان یک منبع یا استاندارد برای ارزیابی شخص از خودش در جامعه به کار می‌رود. بنابراین شکل‌گیری هویت اجتماعی، یک حلقه برگشتی و دور کامل دارد (Burk 1991: 37).

۲. نظریه کنش متقابل نمادی

رفتار انسان را می‌توان مستقیماً بر اساس عواملی چون هویت، شخصیت، ژن، تربیت، نقش، مقوله اجتماعی یا اجزای تشکیل‌دهنده و حتی خود شرایط توضیح داد. اولین مقوله تعیین‌کننده کنش انسانها تفسیرها و تعریف او از یک شرایط خاص است. افراد برای بقاء نیاز به هماهنگ شدن و مطابقت با شرایط زندگی و جهان دارند. اما جهان دایماً در حال تغییر است افراد نمی‌توانند تمام این تغییرات را مستقیماً درک کنند. برای زندگی با دیگران شاید حتی مهم نباشد که افراد به یک درک "درست" برسند بلکه بهتر است به یک درک مشترک برسند. از طریق تعامل با دیگران ما درک جدیدی از پدیده‌ها پیدا می‌کنیم و در رفتار خود تغییر ایجاد می‌کنیم تا بهترین شرایط دست یابیم.

بر اساس مکانیسم‌هایی که در رهیافت کنش متقابل مطرح می‌شود می‌توان گفت که تعامل تنها در میان افراد صورت نمی‌گیرد بلکه در درون افراد نیز واقع می‌شود.

ماکنشگرانی هستیم که دائماً در حال گفتگو با "خود" هستیم. این "خود" آمیخته‌ای است از تمام افرادی که مورد توجه ما بوده‌اند و تمام نقش‌هایی که ایفا کرده‌ایم. این "خود"، ما را از دیگر حیوانات و موجودات متمایز می‌سازد. بلومر معتقد است که از طریق مکانیسم تعامل با خود، انسان به ارگانیزیسی مبدل می‌شود که رفتار او محصول بازی درون، بیرون و هر دو آنها با او است. کنش او در جهان نتیجه تفسیر او از مقولاتی است که با او مواجه می‌شوند و او کنش خود را بر اساس تفسیر آنها شکل می‌دهد (ترنر، ۱۳۷۱؛ کوزر، ۱۳۶۸؛ تنهایی، ۱۳۷۴).

در دیدگاه کنش متقابل نمادی "هویت"، از "خود" متفاوت است. هویت آن "نام" است که فرد به خود اطلاق می‌کند یا تصویری که ارائه می‌دهد.

مهمترین کار انجام شده در این حوزه به اروینگ گافمن مربوط می شود که سه مقوله خود آگاهی، نیمه آگاهی و ناآگاهی را مطرح می کند. او با "personage" و ماسک زندگی را به صحنه تئاتر مطرح می کند.

اما رهیافت کنش متقابل نمادی برخلاف تز اریکسون درباره انسجام "خود" این اصل را مطرح می کند که هیچ هسته ای برای "خود" وجود ندارد، بلکه رفتار و "خود" بر اساس و با توجه به وضعیت و شرایط تعریف می شوند.

۳. نظریه ساختاری هویت

وایت و دیگر نظریه پردازان شبکه یک نگرش ساختاری به هویت را مطرح می کنند که مشابه نظریه اقتصادی است که در آن رفتار عمدتاً نوعی واکنش به شرایط محیطی تلقی می گردد، آنها افراد را مناسب برای قرارگرفتن در جایگاهها یا موقعیتهای خاص اجتماعی می دانند، درحالیکه ساختگرایان جایگاههای اجتماعی را به یک هویت مشخص اختصاص می دهند و عوامل محیطی را در تعیین رفتار و هویت موثر می دانند، اما این تاثیر از طریق ساختار روابطی که افراد و نهادها در آنها درگیر می شوند وارد می شود و نه از طریق مستقیم توسط محرکهای طبیعی.

به زعم وایت، افراد دارای هویتها مشخص، ساختار اجتماعی را خلق نمی کنند، بلکه ساختارهای اجتماعی افراد را خلق می کند تا جایگاهها و موقعیتهای موجود را اشغال نمایند (Web site, P:7).

هویت لزوماً به "خود"ها مربوط نمی شوند، بلکه این موقعیتهای هستند که افراد را تعریف می کنند. البته باید توجه داشت که رابطه بین موقعیتهای و افراد یک تناظر یک به یک نیست، بلکه گاهی اوقات "خود"ها هویت را تعیین می کنند. نظریه های ساختاری هویت بر اهمیت نقش درک و پیش بینی رفتار تاکید دارند. با تغییر موقعیت فرد، انتظاراتی که از او می رود و نیز شخصیت فرد تغییر می کند. یکی از دلایل اهمیت نقش ما، رابطه شان با موقعیت در شبکه است. به عنوان مثال پیترج، برک به این مطلب اشاره می کند که مفروضات نظریه هویت می تواند نتایج مربوط به تجارب مبادله را در حوزه وسیعی از ساختارهای شبکه توضیح دهد.

به زعم نظریه پردازان شبکه، این روابط هستند که موجود هویت هستند، اما نظریه پردازان هویت، هویت را متعلق به "خود" انسان می دانند.

۴. نظریه جداافتادگی اجتماعی (Social Lone lines Theory)

یکی دیگر از تئوریهای مطرح در زمینه هویت اجتماعی، تئوری جدا افتادگی اجتماعی است که بر تعیین هویت گروهی به عنوان جایگزین هویت اجتماعی نوجوانان در شرایط خاصی تاکید دارد.

این تئوری تصریح می‌کند "جدا افتادگی" یا "تنهایی اجتماعی" که در اثر فقدان مطرح شدن، فقدان احساس تعلق به جامعه و قرارگرفتن فرد در حاشیه‌ی جامعه حاصل شده است، منجر به احساس بی‌هویتی اجتماعی نوجوانان شده و به طور ویژه‌ای برای آنان مشکل‌ساز می‌شود. در این صورت نوجوانان برای کسب هویت خودشان، به گروه همسالان رجوع کرده و با عضویت گروهی خود در گروه همسالان، موقعیت جدیدی را در جامعه برای تعریف از خودشان پیدا می‌کنند. یکی از این نوع گروه‌های همسالان که نوجوانان با پیوستن به آنها، هویت اجتماعی خودشان را کسب می‌کنند اصطلاحاً "Crowd Types" نامیده شده است. افراد این گروه‌ها به طور مشابه، تمایزات خودشان را در تظاهر به لباس پوشیدن، سبک موی سر، نوع سخن گفتن و رفتار خاص برای بیان کردن هویت گروهیشان به کار می‌برند. دنهلم، هفت نوع از این گروه‌ها و تمایلات مختلفشان را بررسی کرده که برخی از آنها در زمره طرفداران موزیکهای رپ و هوی متال هستند (Optic, pp. 35-37).

۵. نظریه تربیت (Nurture theory)

در این نظریه که در نیم قرن گذشته مورد توجه صاحب‌نظران بوده است، افراد در زمان تولد، همانند یک لوح سپید تلقی می‌شوند و از طریق آموزش و تجاربشان است که به تدریج اشکال و صور مختلف به خود می‌گیرند. به زعم روانشناسان رفتاری همچون واتسون و اسکینر، واکنشهای درد و لذت در افراد به طور ذاتی وجود دارد و افراد را در جامعه و در شرایط مختلف شرطی می‌سازد. این جمله واتسون که "شما یک فرد ۷ ساله به من تحویل دهید، من به شما یک مرد تحویل خواهم داد" همان مطلبی است که دورکیم به بیان دیگری به آن اشاره کرده است: دورکیم نیز معتقد است که انسان محصول جامعه است. وقایع اجتماعی چیزهایی هستند که بر افراد اجبار وارد می‌کنند (دورکیم، ۱۳۶۹ و ۱۳۷۶...).

تعداد زیادی از صاحب‌نظران روانشناسی رفتار بر این عقیده‌اند که آموزش و تربیت توسط والدین و دیگر تجارب اولیه فرد نقش محوری در شکل‌گیری شخصیت او دارند که به سهم خود در تعیین رفتارهای بعدی او موثرند. بالبی، تومن، لابات، بر تاثیر قابل توجه پویایی خانوادگی بر شخصیت تاکید کرده‌اند.

۶. نظریه مقوله‌بندی

نظریه خود مقوله‌بندی بر گروه روانشناختی و فرآیندهای مرتبط با پیوستگی و تعاون و تاثیرپذیری اجتماعی بنیاد گرفته است (Turner & Haslam, 2001:p 20).

فرضیه اصلی تئوری مقوله‌بندی این است که هویت اجتماعی در بسیاری موارد قادر است مانع جهت‌گیری خود به طرف هویت شخصی شود. ترنر با متمایز کردن هویت اجتماعی (تعریف خود از طریق عضویت در مقوله اجتماعی) و هویت شخصی (تشریح خود از طریق طرز تلقیها و ایده‌های شخصی) یک نظریه هویت اجتماعی رفتار گروهی را مطرح کند. مردم خودشان را به عضویت در مقوله اجتماعی مشترک تعریف می‌کنند. در اینجا یک تاکید ادراکی به شباهتهای درون گروهی و تفاوت‌های بیرون گروهی، در ابعاد مختلف وجود دارد. مردم خودشان و دیگران را مقوله‌بندی اجتماعی برجسته کلیشه‌ای می‌کنند، که این کار به هویت ادراکی افزوده، بین خود و اعضای درون گروه و یک تمایز ادراکی افزوده بین اعضای درون گروه و بیرون گروه منجر می‌شود (Turner & Haslam, 2001 : p 32).

زمانی که هویت اجتماعی نسبت به هویت شخصی برجسته می‌شود، مردم خودشان را کمتر از طریق تفاوت‌های فردی و بیشتر از طریق مشابهتهای درون گروهی می‌بینند و این همان نیز شخصی‌سازی خود (Self-depersonalization) است.

تاجفل و دیگران استنباط می‌کنند که مقوله‌بندی به تنهایی به تحقق موقعیتهای معینی برای استنباط با سوگیری بین گروهی کافی است (Turner & Haslam, 2001;32). مقوله‌بندی اجتماعی می‌تواند به طرفداری گروهی بیانجامد و متغیرهایی که مقوله‌بندی اجتماعی را برجسته می‌کنند، در تعیین سوگیری از اهمیت خاصی برخوردارند (Turner & Haslam, 2001, p27). این بدان مفهوم است که وقتی فرد به نوعی مقوله‌بندی دست پیدا کرده و پیش خود درون گروه را از بیرون گروه تشخیص داد. ارزیابی مثبتی از درون گروه خواهد داشت و یک نوع سوگیری مثلاً در تقسیم منابع نسبت به گروه خود خواهد داشت.

این نظریه بر این واقعیت تاکید می‌کند که : "مقوله‌بندی یک فرآیند پویا و وابسته به متن (context dependent) است که بوسیله روابط مقایسه‌ای یک متن معین تعیین می‌شود... در مقوله‌بندی همیشه تفاوت بین گروهی بیشتر از تفاوت درون گروهی است (Turner & Haslam, 2001: p: 34).

رسانه های جمعی و هویت

رسانه های جمعی، انتقال و هدایت دامنه گسترده ای از نمادها، هنجارها، ارزشها، عقاید، پیام ها و افکار را امروزه درون جوامع به عهده گرفته اند، تا جایی که برخی از صاحب نظران معتقدند کل زندگی فرهنگی و اجتماعی بوسیله رسانه های گروهی دگرگون می شود

(تامپسون، ۱۹۹۵:۴۵). از جمله سازه های مهم اجتماعی هویت اجتماعی و فرهنگی می باشند که علقه بدانها، از جمله کارکردهای مهم رسانه ای به حساب می آید. چالشهای هویتی (بحران هویت) از جمله مسائل گریبانگیر جوامع می باشد که بیشتر متفکرین عامل اصلی این فرآیند را "رسانه های جمعی" دانسته اند. یعنی تاثیری که رسانه های جمعی بر فرهنگ و ساختارهای اجتماعی و نظام بین المللی دارند، سبب شده است که به نوعی همه دنیا با مساله ای تحت عنوان بحران هویت روبرو شود (منتظر قائم، ۱۳۷۷: ۲۵۲).

به عنوان نمونه، رسانه ها به عنوان منبع اصلی بحران هویت به ویژه در اروپای شرقی ارزیابی می شوند زیرا بعد از فروپاشی شوروی و با از بین رفتن هویت تحمیلی سوسیالیستی، رسانه های جمعی چون متعلق به گروه های هویتی متفاوت در جامعه شدند، هر یک نه تنها هویت متفاوتی معرفی می کنند، بلکه سلسه مراتب مختلف، هویت های متکثر به وجود می آید. در کشورهای اروپای شرقی تقریباً فرآیند هویت یابی یا سیاست های هویتی و بخش اعظم آن توسط رسانه های جمعی سازماندهی و اداره می شود (منتظر قائم، ۱۳۷۷: ۲۶۳).

پس از بررسی تئوری های مختلف در زمینه هویت، مدل علی تحقیق تنظیم گردید. لازم به اشاره است که تمامی متغیرهای موجود در مدل علی، از تئوریهای و نظریه های هویت، استخراج گشته است. به دلیل جلوگیری از تکرار، مدل علی در قسمت تحلیل مسیر آورده شده است.

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر از نوع بنیادی کاربردی است. روش تحقیق مورد استفاده میدانی است که از روشهای اسنادی نیز در مطالعات مقدماتی استفاده گشته است. تکنیک تحقیق پیمایش یا تحقیق زمینه یابی می باشد البته در تحقیق حاضر از تکنیک مطالعات کتابخانه ای نیز استفاده گشته است. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه خود اجرا می باشد که قسمتهای اصلی پرسشنامه شامل سئوالات مربوط به سنجش متغیر مستقل و سئوالات مربوط به سنجش هویت اجتماعی و فرهنگی..

جامعه آماری تحقیق کلیه دانش آموزان دختر و پسر مشغول به تحصیل در پایه سوم متوسطه در نواحی چهار گانه شهر شیراز بودند که حجم نمونه تحقیق، شامل ۴۰۰ نفر می باشد؛ که پس از حذف پرسشنامه های مخدوش در نهایت ۳۸۵ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. اعتبار متغیرها با استفاده از اعتبار عاملی (سازه ای) و صوری و روایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت.

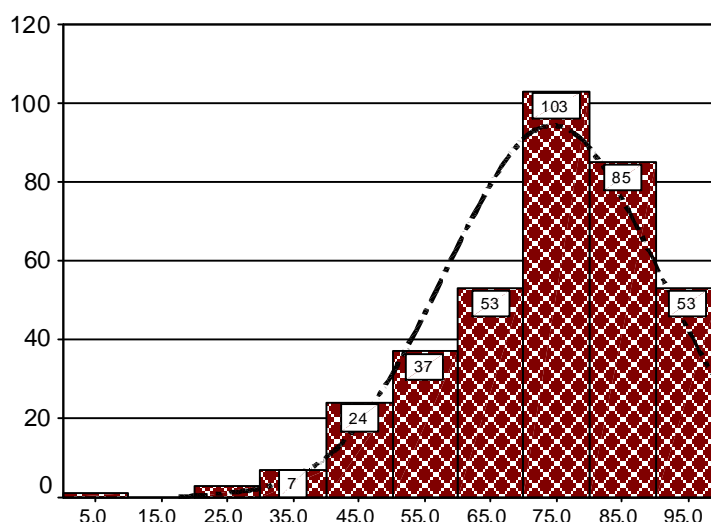
نتایج و یافته های تحقیق

هویت اجتماعی

آنچنانکه توزیع پاسخگویان روی مقیاس ۰ تا ۱۰۰ بعد اجتماعی هویت نشان می دهد که ۱۶ درصد دانش آموزان دارای هویت اجتماعی در حد متوسطی هستند و نمره بین ۴۰ تا ۶۰ اخذ کرده اند. ۷۶ درصد دانش آموزان دارای هویت اجتماعی بالایی هستند و تنها ۸ درصد دارای هویت اجتماعی پایینی می باشند.

بنابراین با توجه به میانگین ۷۴/۳ می توان نتیجه گرفت که اکثریت دانش آموزان هویت اجتماعی بالا می باشند. نمودار دارای چولگی منفی است و این امر را تأیید می نماید.

نمودار شماره (۱) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت اجتماعی



جدول زیر توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت اجتماعی را نشان می دهد.

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت اجتماعی

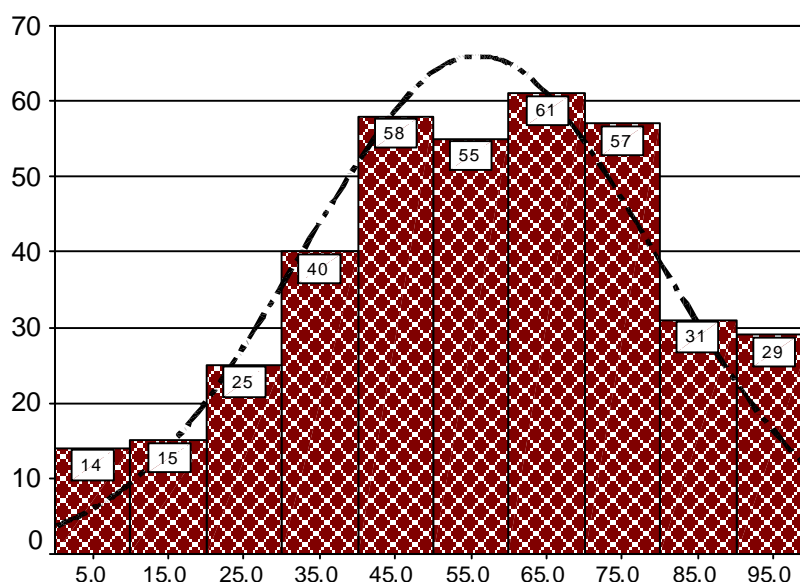
		کاملاً موافقم	موافقم	تاحدودی	مخالفم	کاملاً مخالفم
احساس می کنم که نمی توانم نسبت به مسائل و مشکلات کشورم بی تفاوت باشم.	فراوانی	۱۲۲	۱۴۴	۶۰	۳۱	۲۱
	درصد	%۳۲/۳	%۳۸/۱	%۱۵/۹	%۸/۲	%۵/۶
رعایت حقوق دیگران یک اصل اخلاقی انسانی است و من حتی مواردی که به ضرر خودم بوده است، حقوق دیگران را رعایت کرده ام	فراوانی	۹۰	۱۷۷	۴۷	۴۴	۸
	درصد	%۲۴/۶	%۴۸/۴	%۱۲/۸	%۱۲	%۲/۲
در مورد چگونگی برخورد با دیگران سعی می کنم به روش درستی، دست پیدا	فراوانی	۱۸۲	۱۷۵	۱۶	۵	۳
	درصد	%۴۷/۸	%۴۵/۹	%۴/۲	%۱/۳	%/۰.۸

کم.						
با بسیاری از افراد اطراف خودم، رابطه دوستانه دارم	فراوانی	۱۵۴	۱۸۲	۱۴	۲۴	۴
	درصد	%۴۰/۷	%۴۸/۱	%۳/۷	%۶/۳	%۱/۱

هویت فرهنگی

توزیع پاسخگویان نشان می دهد که ۲۹ درصد دانش آموزان دارای هویت فرهنگی متوسط هستند و نمره بین ۴۰ تا ۶۰ اخذ کرده اند. ۴۶ درصد دانش آموزان دارای هویت فرهنگی بالایی می باشند و ۲۵ درصد آنها با اخذ نمره کمتر از ۴۰ دارای هویت فرهنگی ضعیف هستند. بنابراین با توجه به میانگین ۵۶ می توان نتیجه گرفت که هویت فرهنگی اکثریت دانش آموزان متوسط رو به بالا می باشد.

نمودار شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت فرهنگی



جدول زیر توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت فرهنگی را نشان می دهد.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفهای هویت فرهنگی

		کاملاً موافقم	موافقم	تاحدودی	مخالفم	کاملاً مخالفم
ما ایرانیان بیش از حد از خودمان تعریف میکنیم	فراوانی	103	117	42	71	40
	درصد	(27.6%)	(31.4%)	(11.3%)	(19.0%)	(10.7%)
روح جوانمردی ایرانیان در مقایسه با سایر مردم دنیا ضعیف است	فراوانی	35	45	42	96	154
	درصد	(9.4%)	(12.1%)	(11.3%)	(25.8%)	(41.4%)
ما ایرانیان هر قدر هم که تلاش کنیم، نمی توانیم با کشورهای پیشرفته در مسایل علمی رقابت کنیم	فراوانی	78	47	29	97	126
	درصد	(20.7%)	(12.5%)	(7.7%)	(25.7%)	(33.4%)
موسیقی اصیل ایرانی را از سایر انواع موسیقی بیشتر دوست داریم	فراوانی	98	75	58	82	60
	درصد	(26.3%)	(20.1%)	(15.5%)	(22.0%)	(16.1%)

آماره های دو متغیری

بررسی روابط همبستگی

به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته، یعنی هویت اجتماعی و هویت فرهنگی از دو آزمون عمده استفاده گشت که شامل آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی است که در این بخش به بررسی ضرایب همبستگی حاصله از آزمونها پرداخته می شود. در ضریب همبستگی پیرسون که به صورت غیر تفکیکی انجام گرفت نتایج نشان می دهد که اکثریت متغیرهای مستقل با هویت اجتماعی و فرهنگی دارای رابطه معنی دار می باشند.

جدول شماره (۳) ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل با هویت اجتماعی و هویت فرهنگی

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	متغیر وابسته (هویت فرهنگی)
احساس تعلق به جامعه	۰/۳۲۹**	۰/۴۹**
رویکرد مثبت به غرب	۰/۱۳*	۰/۳۷**
مشروعیت نظام سیاسی	۰/۱۳**	۰/۳۶**
مشارکت اجتماعی	۰/۱۲۸*	۰/۳۳۱**
فردگرایی	-۰/۲۴**	-۰/۲۱**
شکاف ارزشی	-۰/۱۱۶*	-۰/۲۶۲**
برنامه درسی مدارس	۰/۱۶۳**	۰/۸۷
ارتباط با دیگران	۰/۳۱۳**	۰/۰۹۳
رضایت اجتماعی	۰/۰۵۶	۰/۱۹۵**
روایت هویت ملی	۰/۱۵۰**	۰/۰۲۸
عضویت درمقولات اجتماعی	۰/۰۰۲	۰/۱۳۳**
نابرابری اجتماعی	-۰/۰۶۶	-۰/۰۸۴
رسانه های گروهی	-۰/۱۵۰**	-۰/۰۶۱
فعالیت های فوق برنامه	۰/۰۷۵	۰/۰۶۲

مقایسه اجتماعی	-.۱۱۲**	۰/۰۴۵
----------------	---------	-------

همانطور که جدول شماره ۳ نشان می دهد، از مجموع کل متغیرهای مستقل، متغیرهای احساس تعلق به جامعه، رویکرد مثبت به غرب، مشروعیت نظام سیاسی، اعتقاد به مفید بودن مشارکت اجتماعی، با هر دو متغیر وابسته، یعنی هویت فرهنگی و هویت اجتماعی دارای رابطه مثبت معنی دار در سطح ۹۵ صدم می باشد، بدین معنی که با افزایش این متغیرها در افراد مورد بررسی، هویت اجتماعی و فرهنگی آنان نیز بالا می رود.

متغیرهای فردگرایی و شکاف ارزشی با هر دو متغیر وابسته، یعنی هویت فرهنگی و اجتماعی رابطه منفی معنی دار می باشد، بدین معنی که با افزایش این دو متغیر در افراد، از میزان هویت اجتماعی و فرهنگی آنان کاسته می شود.

متغیرهای برنامه درسی مدارس، ارتباط با دیگران و روایت هویت ملی، فقط با هویت اجتماعی دارای رابطه مثبت معنی دار می باشند، و متغیرهای رضایت اجتماعی و عضویت در مقولات اجتماعی با متغیر هویت فرهنگی دارای رابطه مثبت معنی دار می باشند.

متغیرهای رسانه های گروهی و مقایسه اجتماعی تنها با متغیر هویت اجتماعی دارای رابطه منفی معنی دار می باشند، و سایر متغیرها هیچ رابطه معنی داری را نشان نمی دهند.

آماره های چند متغیری

تحلیل رگرسیون

در این مقاله از دو تکنیک آماره های چند متغیری شامل تحلیل رگرسیون چند متغیره و تکنیک تحلیل مسیر استفاده گردید.

الف) رگرسیون خطی هویت اجتماعی

ضرایب رگرسیون خطی هویت اجتماعی روی متغیرهای مستقل محاسبه گردید. R^2 معادل ۰/۲۷ بدست آمد، یعنی ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و پیشینه ای تبیین شده اند. با مقایسه وزنه های استاندارد مشاهده می شود که بیشترین تأثیر به ترتیب متعلق به متغیرهای احساس تعلق به جامعه ۰/۳۲۴، ارتباط با دیگران ۰/۲۵۳ و عضویت در مقولات اجتماعی ۰/۲۱۲ می باشد.

باتوجه به ضرایب بدست آمده، می توان معادله رگرسیون خطی متغیرهای معنی دار را بصورت زیر ترکیب بندی کرد.

$$\text{هویت اجتماعی} = ۰/۶۲$$

$$+ \text{عضویت در مقولات اجتماعی } ۰/۲۱۲$$

ارتباط با دیگران ۰/۲۵۳ +

احساس تعلق به جامعه ۰/۳۲۴ +

ب) رگرسیون خطی هویت فرهنگی

ضرایب رگرسیون خطی هویت فرهنگی روی متغیرهای مستقل نیز محاسبه گردید. تمامی متغیرهای مستقل پس از ورود به محاسبه رگرسیون خطی، توانسته ۰/۳۷ از واریانس متغیر وابسته یعنی هویت فرهنگی را تبیین نماید. به عبارت دیگر R^2 نهایی بدست آمده ۰/۳۷ می باشد. با مقایسه وزنهای استاندارد متغیرهای مستقل، مشاهده گردید متغیرهای احساس تعلق به جامعه (۰/۳۰۸)، وضعیت واحد مسکونی (ملکی = ۱) (۰/۳۶۴-)، اعتقاد به مشارکت اجتماعی (۰/۱۴۳)، رویکرد مثبت به غرب (۰/۱۲۶-) و شکاف ارزشی (۰/۱۰۵-) به ترتیب دارای بیشترین ضرایب معنادار می باشد.

می باشند.

بنابراین با توجه به یافته ها می توان معادله رگرسیون خطی هویت فرهنگی را به صورت زیر

ترکیب بندی کرد:

۰/۸۷۸ = بعد فرهنگی هویت ملی

+ (احساس تعلق به جامعه) ۰/۳۰۸

- (وضعیت واحد مسکونی (ملکی = ۱)) ۰/۳۶۴

+ (اعتقاد به مشارکت اجتماعی) ۰/۱۴۳

- (رویکرد مثبت به غرب) ۰/۱۲۶

- (شکاف ارزشی) ۰/۱۰۵

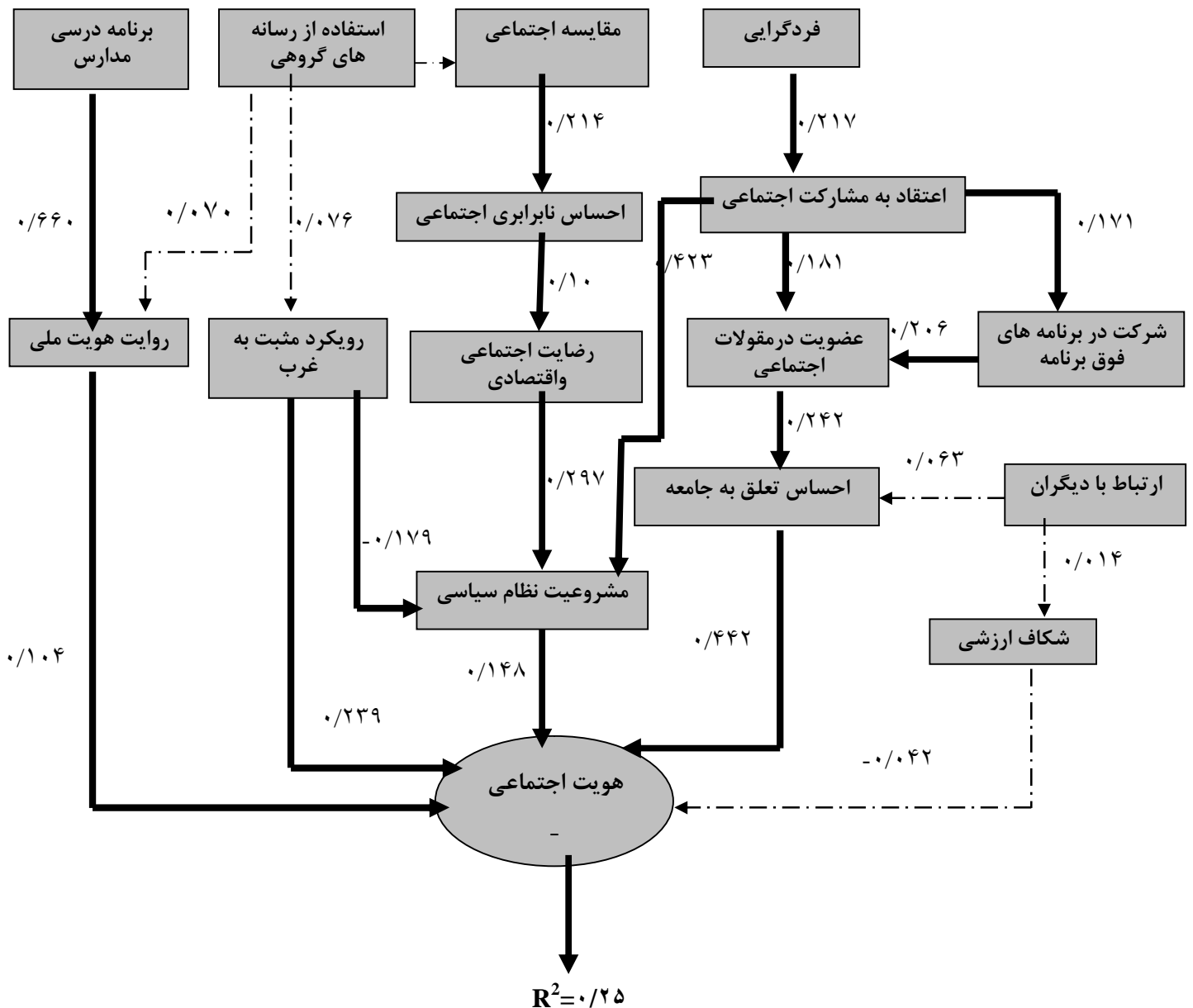
ج) الگوهای تحلیل مسیر

در این قسمت به بررسی فرضیات مکانیزمی و مکانیزمهای تأثیر متغیرهای مستقل بر هویت اجتماعی و فرهنگی پرداخته می شود تا تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر روی آنها حاصل آید. از سوی دیگر R^2 مدل که مبین برازش (FIT) مدل نظری تحقیق براساس داده های مشاهده شده است میزان تطابق مدل نظری با مدل تجربی را نشان خواهد داد. (به منظور درک راحتتر، مسیرهای معنی دار پر رنگ تر شده اند)

الگوی تحلیل مسیر هویت اجتماعی

مدل شماره (۱) تحلیل مسیر هویت اجتماعی

۰/۰۱۰



از میان متغیر هایی که اثر مستقیم بر هویت اجتماعی دارند متغیر های معنی دار احساس تعلق به جامعه و روایت هویت ملی می باشد. که یک رابطه مثبت با هویت اجتماعی دارند و سه متغیر دیگر معنی دار نیستند. بنابراین مسیر اثر آنها حذف می شود. با حذف مسیرهای غیر معنی دار اثرات غیر مستقیم (مکانیزمی) متغیر های مقدم عبارتند از :

۱- فردگرایی، اعتقاد به مشارکت اجتماعی، عضویت در مقولات اجتماعی، احساس تعلق به

جامعه، هویت اجتماعی

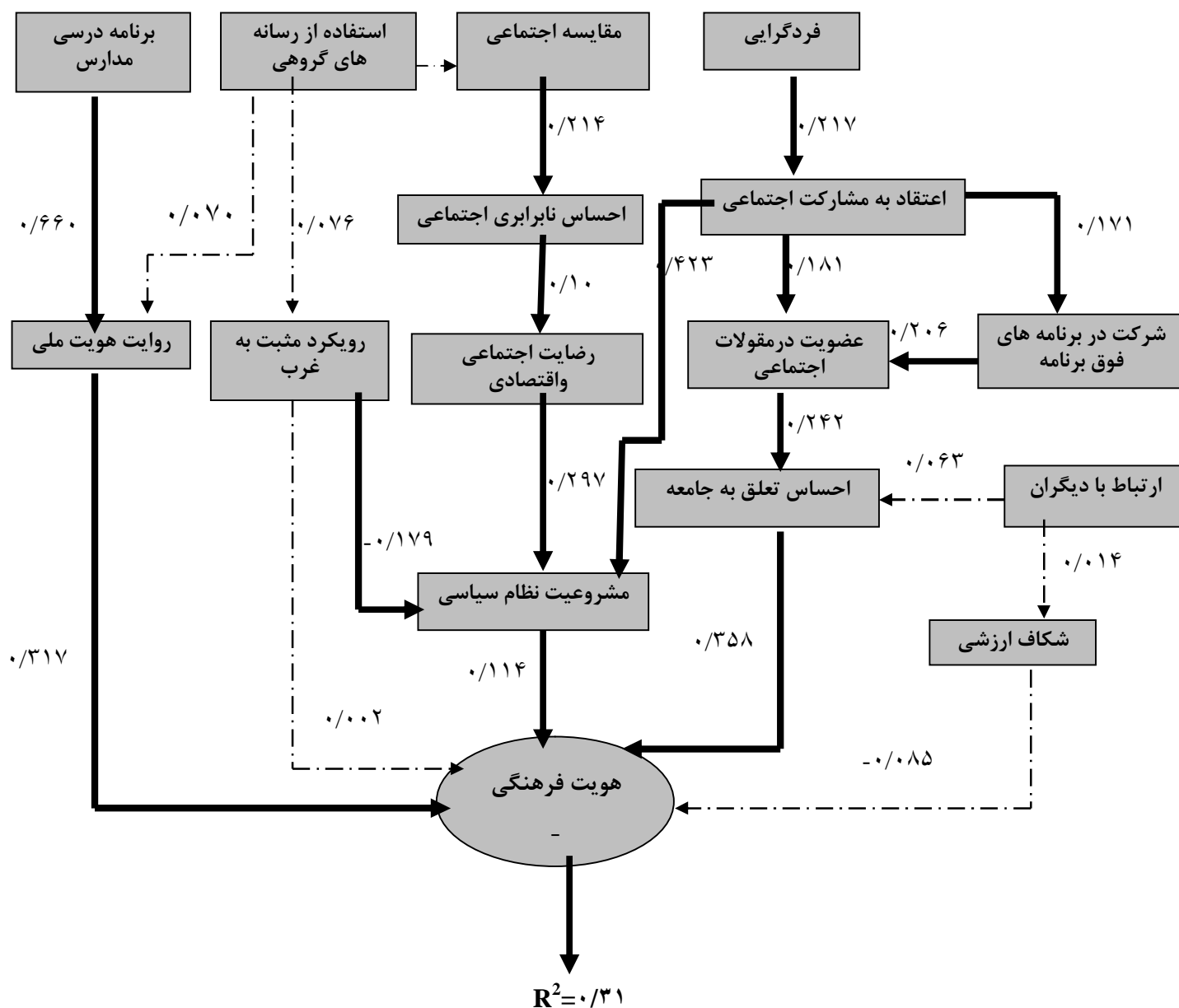
- ۲- فرد گرایی، اعتقاد به مشارکت اجتماعی، شرکت در برنامه های فوق برنامه، عضویت در مقولات اجتماعی، احساس تعلق به جامعه، هویت اجتماعی
- ۳- استفاده از رسانه های گروهی، روایت هویت ملی، هویت اجتماعی
- ۴- برنامه درسی مدارس، روایت هویت ملی، هویت اجتماعی
- R^2 مدل ۰/۲۵. است که میزان تبیین واریانس هویت اجتماعی به وسیله متغیر های مقدم را نشان می دهد که با توجه به میزان واریانس تبیین نشده (e^2) ۰/۷۵. مدل از برازش (fit) مناسب برای تحلیل هویت اجتماعی برخوردار نیست.

الگوی تحلیل مسیر هویت فرهنگی

همانطور که در مدل شماره ۲ مشاهده می کنید، از میان متغیر هایی که اثر مستقیم بر هویت فرهنگی دارند، متغیر های شکاف ارزشی، احساس تعلق به دیگران، مشروعیت نظام سیاسی و روایت هویت ملی یک رابطه معنی دار با هویت فرهنگی دانش آموزان دارند. متغیر رویکرد مثبت به غرب رابطه مستقیم با هویت فرهنگی ندارند و تأثیر خود را از طریق مشروعیت نظام سیاسی می گذارد. با حذف مسیرهای غیر معنی دار اثرات غیر مستقیم (مکانیزمی) متغیر های مقدم عبارتند از:

- ۱- فرد گرایی، اعتقاد به مشارکت اجتماعی، عضویت در مقولات اجتماعی، احساس تعلق به جامعه، هویت فرهنگی
- ۲- فردگرایی، اعتقاد به مشارکت اجتماعی، شرکت در برنامه های فوق برنامه، عضویت در مقولات اجتماعی، احساس تعلق به جامعه، هویت فرهنگی
- ۳- استفاده از رسانه های گروهی، روایت هویت ملی، هویت فرهنگی
- ۴- برنامه درسی مدارس، روایت هویت ملی، هویت فرهنگی
- ۵- شکاف ارزشی، هویت فرهنگی
- ۶- مقایسه اجتماعی، احساس نابرابری اجتماعی، رضایت اجتماعی-سیاسی و اقتصادی، مشروعیت نظام سیاسی، هویت فرهنگی
- ۷- فردگرایی، اعتقاد به مشارکت اجتماعی، مشروعیت نظام سیاسی، هویت فرهنگی
- ۸- رویکرد مثبت به غرب، مشروعیت نظام سیاسی، هویت فرهنگی
- R^2 مدل برابر ۰/۳۱. است که نشان می دهد ۳۱ درصد از تغییرات هویت فرهنگی به وسیله متغیر های مستقل مدل تبیین شده است. با توجه به مقدار تغییرات تبیین نشده (e^2) که برابر ۰/۶۹. است، می توان نتیجه گرفت که مدل از برازش (fit) ضعیفی برای تحلیل بعد فرهنگی هویت ملی برخوردار است.

مدل شماره (۲) تحلیل مسیر هویت فرهنگی



نتیجه گیری

با بررسی نتایج در مورد هویت اجتماعی مشخص گشت که اکثریت دانش آموزان مورد بررسی دارای هویت اجتماعی در سطح بالایی هستند آن گونه که در مقیاس ۰ تا ۱۰۰ میانگین هویت اجتماعی دانش آموزان ۷۴/۳ بوده است که نشان می دهد هویت اجتماعی دانش آموزان در حد بالایی است. هویت اجتماعی ناظر به کیفیت روابط اجتماعی فرد با اجتماع جامعه ای و افراد متشکل آن می باشد. این نوع از هویت، در صورت تقویت باعث گسترش روابط اجتماعی و در

نتیجه گسترش شبکه روابط چند گانه اجتماعی در جامعه می شود و در شکل گیری "ما" در جامعه نقش اساسی دارد.

از سوی دیگر آنچنانکه لاولر (Lawler) در تئوری احساس خود بحث می کند با گسترش روابط اجتماعی احساس مثبت در افراد تقویت می شود. با گسترش احساس مثبت میان فردی تعهد افراد به یکدیگر و به جامعه کل تقویت شده که این امر ناشی از گسترش اعتماد تعیم یافته در میان افراد جامعه است. گسترش روابط اجتماعی که بر پایه صبغه عاطفی بنیان نهاده شده باعث گسترش دلبستگی اجتماعی میشود، به عبارت دیگر احساس دلبستگی کنشگران به اجتماع ملی با شدت و میزان فراوانی روابط اجتماعی افراد در سطح جامعه مشخص میشود. بنابراین در هویت اجتماعی، شکل گیری، تکوین و تثبیت آن در میان دانش آموزان نشان می دهد که در حیطه روابط اجتماعی دانش آموزان تا حد زیادی توانسته اند به الگوها رفتاری مشخصی دست یافته و نوع روابط خود با اجتماع کل را برای خود تعریف نمایند. در نتیجه به عنوان یک "عامل" در روابط اجتماعی و در شبکه تعاملی اجتماع خود جایگاه خود را تعریف کرده و شناخته اند و احتمالاً تکالیفی را که در بعد رابطه ای باید در نظر داشته باشند را مد نظر دارند.

نتایج در مورد هویت فرهنگی نشان می دهد که دانش آموزان دارای هویت فرهنگی در سطح متوسط رو به بالا می باشند میانگین نمرات آنها ۵۵/۹ است و ۲۵ درصد دارای هویت فرهنگی ضعیف می باشند. هویت فرهنگی در برگزیده کلیه ابعاد مرتبط با فرهنگ یک جامعه شامل مجموعه مناسب عام، شیوه های معماری، سنتها، اعیاد، اسطوره ها، عرفها، فولکلور، و ... است فرهنگ یک جامعه که حاصل انباشت تجربیات یک ملت است درون مایه تمدنی یک ملت و نشان دهنده مراحل تاریخی و فرازونشیبهای آن می باشد فرهنگ هر کشور بستری است که کلیه قواعد و هنجارهای اجتماعی و رفتاری در آن به شکل خاص مرتبط با دارندگان آن فرهنگ اعمال می شود در حقیقت آن چیزی که اجتماعات مختلف را از یکدیگر متمایز می کند عناصر فرهنگی درون آنهاست و آنگاه که صحبت از جهانی شدن یا جهانی سازی است و دهکده جهانی مک لوهان در کانون توجه است، یکپارچگی فرهنگی نتیجه نهایی آن می باشد. بنابراین شناختن ملت خود با خصایص و ویژگیهای مختص به خود، باعث ایجاد حس تمایز با سایر ملل و در نتیجه پی بردن به یک موجودیت واحد در کل نظام جهانی است. این احساس تعلق و مثبت دانستن این ویژگیها باعث افزایش علاقه عاطفی به اجتماع جامعه ای و در نتیجه تقویت انسجام کلی آن می شود.

اما سؤال اساسی دیگری که در ابتدا مطرح گردید وجود یا عدم وجود بحران هویت فرهنگی و اجتماعی در میان دانش آموزان مقطع متوسطه است برای پاسخ به این سؤال ابتدا باید تعریفی

عملیاتی از بحران ارائه گردد تا بر مبنای آن به بررسی وجود یا عدم وجود بحران پرداخته شود. اگر ما این تعریف نظری ساده از بحران هویت را بپذیریم که بحران هویت عدم موفقیت دانش آموزان در کسب، تکوین و تثبیت مؤلفه های مرتبط با هویت خودی است. آنگاه به منظور بررسی وجود یا عدم وجود بحران هویت از یک تعریف زیست شناسی میتوان استفاده کرد. در زیست شناسی بحران هنگامی به وقوع می پیوندد، که تعادل زیستی ارگانیسم در اثر یک عامل خارجی یا نقصان عملکردی اجزاء درونی، مختل شود. در مورد هویت نیز اگر فرد نتوانسته باشد هویت لازم مطابق با میانگین جامعه را کسب کند در آن صورت فرد دچار بحران هویت ملی شده است.

بنابراین می توان نتیجه گرفت که دانش آموزانی که دارای هویت فرهنگی و اجتماعی ضعیف می باشند نتوانسته اند هویت فرهنگی و اجتماعی لازم را کسب نمایند و در بحران هویت فرهنگی و اجتماعی بسر می برند.

جدول شماره (۴) درصد دانش آموزان دارای هویت ملی بالا، متوسط و دارای بحران هویت را نشان میدهد.

میانگین (۱۰ تا ۱۰۰)	هویت بحران ملی	هویت متوسط	هویت بالا	
۷۴/۳	%۸	%۱۶	%۷۶	هویت اجتماعی
۵۵/۹	%۲۵	%۲۹	%۴۶	هویت فرهنگی

بر اساس جدول ۴، ۸ درصد دانش آموزان نتوانسته اند با دیگران و با جامعه کلی ارتباط مناسب برقرار نمایند و فاقد الگوهای رفتاری مناسب و تعریف شده در رابطه با دیگران هستند. در بعد فرهنگی ۲۵ درصد دانش آموزان در بحران بسر می برند آنها فرهنگ و میراث فرهنگی ایران را فاقد عظمت دانسته و آنرا نسبت به جهان امروز عقب مانده می دانند.

منابع

احمدلو، حبیب، ۱۳۸۱. بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

اشرفی، ابوالفضل، ۱۳۷۷. بی هویتی اجتماعی و گرایش به غرب "بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر برگرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال) در تهران". پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

- ترنر، جاناتان، اچ وال بیگلی، ۱۳۷۱. پیدایش نظریه جامعه‌شناسی، جلد ۱ و ۲، ترجمه: عبدالعلی لهسایی‌زاده، انتشارات فرهنگ شیرازه
- تنهایی، حسین ابوالحسن، ۱۳۷۴. درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات مردنیز.
- جنکیتز، ریچارد، ۱۳۸۱، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه
- حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۷۹. تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵، صفحه (۱۹۳ - ۲۲۸).
- دورکیم، امیل، ۱۳۶۹. درباره تقسیم کار اجتماعی، ترجمه: باقر پرهام - کتابسرای بابل.
- دورکیم، امیل، ۱۳۷۳. قواعد و روش جامعه‌شناسی، ترجمه: علی محمدکاردان، دانشگاه تهران.
- رزازی‌فر، افسر، ۱۳۷۹. الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران. فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵، صفحه (۱۰۱ - ۱۱۵).
- رضانی، رحمت، ۱۳۸۱. مقایسه نوع هویت دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های خارجی تلویزیون و دانش‌آموزان غیراستفاده‌کننده. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- رهبری، مهدی، ۱۳۸۰. بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر، نامه پژوهش، سال ششم، شماره ۲۲ و ۲۳: پاییز و زمستان ۱۳۸۹ (صفحه ۵۳ - ۸۴).
- عبداللهی، محمد، ۱۳۷۴. بحران هویت جمعی و دینامیسم و مکانیزم تحول آن در ایران و تاثیر آن بر دینامیسم مبادله فرهنگی ایران و جهان، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳.
- عبداللهی، محمد، ۱۳۷۵. جامعه‌شناسی بحران هویت، نامه پژوهش، سال اول، شماره ۲ و ۳ (صفحه ۱۳۵ - ۱۶۲).
- قهرمانپور، رحمان، ۱۳۸۰. جهانی شدن و مساله هویت در خاورمیانه، مطالعه موردی ایران و ترکیه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- کوزر، لوئیس، ۱۳۶۸. زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ پنجم و ششم، تهران: انتشارات عملی.
- گل محمدی، احمد، ۱۳۸۰. جهانی شدن و بحران هویت، فصلنامه مطالعات ملی سال سوم، شماره ۱۰ (صفحه ۱۴ - ۲۰).
- مجتهدزاده، پیروز، ۱۳۷۶. جغرافیا و سیاست در فرآیندی نوین، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی تهران، مهر و آبان.
- مجتهدزاده، پیروز، ۱۳۷۸. ایران و ایرانی‌بودن در آستانه قرن ۲۱، اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۱۴۷ - ۱۴۸ (صفحه ۴ - ۲۵).
- مرشدی‌زاد، علی، ۱۳۸۰. تحول و بحران در هویت فرهنگی ایران از دوره رضا شاه تا عصر جمهوری اسلامی، نامه پژوهش، سال ششم، شماره ۲۲ و ۲۳، پاییز و زمستان ۱۳۸۰ (صفحه ۸۵ - ۱۰۸).
- معین، محمد، ۱۳۷۱. فرهنگ معین، جلد ۴: چاپ هشتم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- منتظر قائم، ۱۳۷۹. رسانه‌های جمعی و هویت. فصلنامه مطالعات ملی سال دوم، شماره ۴.
- هنوی، ویلیام، ۱۳۷۳. هویت ایرانیان از ساسانیان تا قاجاریه، ایران نامه، سال ۱۲، شماره ۳ (صفحه ۴۷۳ - ۴۷۸).
- Almond Gabriel et al (2000) *Comparative politics today, a world view* New York: Longman, seventh edition

- Burke, peter, (1991). Identity Processes and social stress. **American Sociological Review**, Vole 59.
- Green field Liba (1999) **Nationalism Five roads to modernity**, edited by Anthony D. Smith and et al London and New York: Rutledge.
- Heise David R.(1998) **conditions for empathic solidarity , in the problem of solidarity , theories and models** , edited dye Patrick Doreian and Thomas Fararo , Amsterdam : Gordon and Breach publishers
- Tampson, John (1995). **The Media and Modernity**. Standford: Standford University Press.
- Tehrani, Katherine, Kia, (1998), **Global communication and globalization of identities**, vol. 30. Pp: 211-217
- Turner, Jonathan, H. (1998). *The structure of sociological theory* (sixth edition) , Wadsworth Publishing Company.
- Turner.c.and Haslem,s(2001). Social Identity, organization and leadership. In E. Turner. **Group at work**. London. Lawrence Erlbaum association's publishers.
- Website/www.coreconceptsidentityandcommunity.htm. The problem of identity.