

## ارائه مدل ساختاری سازی تفسیری بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر هویت فرهنگی

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۷/۱۸

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۸/۲۲

کد مقاله: ۵۹۵۶۷

محسن نیازی<sup>۱</sup>، زهرا صادقی آرانی<sup>۲</sup>، احسان صنعت کار<sup>۳</sup>\*

### چکیده

هویت فرهنگی یکی از مفاهیم چندبعدی در علوم اجتماعی است. هویت و فرهنگ روابط دیالکتیکی دارند و سبب توسعه و افزایش یکدیگر می‌شوند. افراد و جوامع بر اساس هویت فرهنگی خود تمایز پیدا کرده و خود را می‌توانند بر اساس دستاوردهای گذشته، منسجم و نوسازی کنند. افزایش و کاهش این نوع هویت منجر به انسجام و شکاف نسلی در جامعه می‌شود. این پژوهش برای شناسایی معیارها و بیان روابط بین آن‌ها، پس از مطالعه پژوهش‌های مرتبط، ابتدا مولفه‌های اثرگذار مشخص شده و پس از مصاحبه با متخصصان این حوزه با استفاده از متدولوژی تحلیلی نوین مدل ساختاری سازی تفسیری (ISM) روابط بین مولفه‌ها مشخص و در نهایت با استفاده از تحلیل MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری آن‌ها معین می‌گردد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد مولفه‌های اثرگذار بر هویت فرهنگی شامل پنج سطح است که سرمایه فرهنگی و تحصیلات در سطح پنجم به عنوان تاثیرگذارترین مولفه‌ها بر هویت فرهنگی است. همچنین بر اساس جدول MICMAC مولفه‌های در چهار گروه پیوندی، کلیدی، وابسته و مستقل قرار گرفتند که بیشترین مولفه در بخش پیوندی بوده است.

واژگان کلیدی: هویت فرهنگی، سرمایه فرهنگی، تحصیلات، مدل ساختاری سازی تفسیری

۱- استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان [niazim@kashanu.ac.ir](mailto:niazim@kashanu.ac.ir)

۲- استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان [Dr.Z.SadeqiArani@gmail.com](mailto:Dr.Z.SadeqiArani@gmail.com)

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول) [e.sanatkari1373@gmail.com](mailto:e.sanatkari1373@gmail.com)

هویت یکی از مفاهیم اصلی در حوزه علوم اجتماعی است. مفهومی انتزاعی، چندوجهی و پیچیده که نتیجه روابط متقابل و دیالکتیکی نظام ذهنی و ساختار عینی می باشد که دارای ابعاد و معانی گوناگون می باشد. در واقع با توجه به گستردگی هویت این مفهوم گرایشی میان رشته ای دارد زیرا اندیشمندان رشته هایی چون جامعه شناسی، مردم شناسی، روان شناسی، علوم سیاسی و غیره در این باره نظریات متعددی دارند و بر اساس مبانی خود مباحثی را مطرح کرده اند.

به اعتقاد اریکسون<sup>۱</sup> (۱۹۵۹) هویت حس درونی این همانی است که، علی رغم تغییرات خارجی، ثابت می ماند و به تعبیر دیگر هویت یعنی یک احساس نسبتاً پایدار از یگانگی خود که با وجود تحول رفتارها، افکار و احساسات، برداشت یک فرد از خود همواره مشابه است. سی فرت<sup>۲</sup> (۱۹۹۱)، هویت را در تقابل با فقدان نقش تبیین می کند و کروگر<sup>۳</sup> (۱۹۹۶) از صاحب نظران موضوع هویت معتقد است که هویت یعنی توازن میان خود و دیگران برقرار کردن، و در جایی دیگر آن را یک مرحله در چرخه زندگی قلمداد می کند (شرفی، ۱۳۸۵: ۴۷). هویت از منظر لوکمان<sup>۴</sup> و برگرد<sup>۵</sup> دربرگیرنده همه نقش ها و گرایش های فرد می باشد که در طول مدت اجتماعی شدن درونی کرده است، بنابراین هویت در طول فرایند اجتماعی شدن شکل می گیرد، باقی می ماند، تغییر می کند و یا حتی از نو شکل می گیرد. با این رویکرد می توان هویت را حاصل دیالکتیک واقعیت ذهنی و واقعیت عینی دانست که در برابر ساختارهای اجتماعی معین واکنش نشان داده و موجب حفظ، تغییر یا شکل گیری مجدد ساختارهای اجتماعی می شود (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۶۰). به تعبیر دیگر می توان گفت هویت شکل پویای زندگی اجتماعی می باشد.

هویت امری است که همواره در ارتباط با افراد دیگر در جامعه شکل می گیرد؛ به طوری که گفته اند بنیان هویت، شناسایی شباهت ها با گروهی از افراد و احساس تفاوت با دیگران است (Woodward, 2000: 34). اسمیت<sup>۶</sup> بر این باور است که هویت ها از طریق تجربیات و حافظه ها و اسطوره های مشترک و در رابطه با تجربیات و حافظه ها و اسطوره های هویت های جمعی دیگر، رشد می کنند (Smith, 1999: 247). هویت دارای رویکردها و ابعاد مختلفی از جمله: ملی، جمعی، فردی، قومی، دینی، فرهنگی، سیاسی و غیره است که هر کدام می توانند عامل تمایز بین گروه ها باشد. در این میان، هویت فرهنگی<sup>۷</sup>، احساس هویت یک گروه یا فردی است که تحت نفوذ یک فرهنگ باشد و به آن تعلق پیدا کند. در واقع این نوع هویت با توجه به اینکه ساختار اجتماعی فرهنگی جوامع نقش کلیدی در ایجاد و تقویت هویت افراد دارند و از طرفی نیز به صورت خاص بر فرهنگ متمرکز شده و این دو مفهوم (فرهنگ و هویت) به صورت یک دیالکتیک بر روی فرد اثرگذار می باشد که از برجستگی خاصی برخوردار است. هویت فرهنگی به معنای جهان بینی، اعتقادات، ارزش ها، هنجارها، اسطوره ها، خرافات، آیین ها، آداب و رسوم، نمادها، دانش ها، خاطرات و حافظه جمعی و نقاط عطف تاریخی هر ملت است که بی تاثیر از عوامل ساختاری و رفتاری نیست (فرقانی نوش آبادی، ۱۳۹۳: ۲). مفهوم هویت فرهنگی تدوام بین گذشته و حال را نشان داده و نفس این تدوام خود بر شناخت گذشته دلالت می کند (محمدپور و طیبی نیا، ۱۳۸۹: ۵۴). هویت فرهنگی به عنوان بخش مهمی از هویت که ریشه در فرهنگ هر منطقه و جامعه دارد و شهروندان بر آن اساس به محیط خود تعلق خاطر نشان می دهند و زندگی خویش را تفسیر می کنند و این هویت در همه افراد حاضر است و در مواقع بحرانی خود را به خوبی نشان می دهد.

به عقیده صاحب نظران هویت امر ثابتی نیست بلکه متغیر می باشد در این میان و با توجه به اینکه جامعه ایران در حال گذار است و از طرفی نیز روند رو به گسترش جهانی شدن شدیداً بر هویت و ابعاد آن به خصوص در ارتباط با فرهنگ اثرگذار بوده است باید عوامل متعددی که بر هویت فرهنگی شهروندان موثر است به درستی شناخته و تقویت گردد که موجب تحکیم هویت فرهنگی شهروندان شود زیرا در غیر این صورت به تدریج گرفتار بحران هویتی خواهند شد.

با توجه به اینکه هویت فرهنگی یکی از مفاهیم پیچیده و قابل بحث در علوم اجتماعی است و تاکنون هر یک از محققان و صاحب نظران هویت فرهنگی را در ارتباط با یک متغیر خاص بررسی و ارزیابی کرده اند و یک مدل فراگیر از ابعاد و مولفه های اثرگذار به آن ارائه نشده است این پژوهش می کوشد علاوه بر شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر هویت فرهنگی شهروندان، ابعاد اثرگذار را در یک مدل تحلیلی ترکیبی به عنوان مدل سازی ساختاری تفسیری ارائه نماید. خروجی این بررسی به محققان آینده در این زمینه کمک شایانی در سهولت بررسی این موضوع خواهد کرد. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر هویت فرهنگی شهروندان بر اساس مدل ساختار سازی تفسیری است.

- 1 Erikson
- 2 Seyfert
- 3 Kroger
- 4 Lukman
- 5 Berger
- 6 Smith
- 7 Cultural identity

## ۲- مبانی نظری تحقیق

نخستین بار اریکسون واژه هویت فردی را در سال ۱۹۹۸ به کار برد. او بر این باور بود که هویت احساسی است که فرد در اوایل نوجوانی خود را از دیگران مجزا و متمایز دانسته، برای خود ثابت و یکپارچگی قائل می شود و خود را شبیه تصور دیگران از خود می داند؛ بنابراین کارکرد هویت ایجاد هماهنگی میان تصور فرد از خود به عنوان یک فرد دارای ثبات و تصور دیگران است. در واقع اریکسون هویت یابی را در فرد در سنین نوجوانی جستجو می کرد (Erikson, 1994:78). در واقع می توان هویت را مجموعه ای از نگرش ها، ویژگی ها و روحیاتی که یک فرد را از دیگران متمایز می کند، تعریف کرد (نجفی، ۱۳۹۲: ۲۹). مفهوم هویت اساسا به درک و فهم افراد از خودشان به عنوان یک وجود مشخص و متمایز اشاره دارد (Cote & Levine, 2002: 63). بنابراین، هم شناخت خویش است و هم معرفی خود به دیگران (احمدی، ۱۳۸۶: ۸۸). هویت به مثابه احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی، احساس استقلال شخصی گرفته تا تفاوت فردی شخص در ارتباط با دیگران تا ماهیت افکار و تلقیات یک جامعه از زندگی، همه و همه ابعاد مختلفی از این پدیده پیچیده و چندوجهی هستند (فرقانی نوش آبادی، ۱۳۹۳: ۱۷). هویت هم دارای ماهیتی ترکیبی است یعنی موجب پیوستگی می شود هم دارای ماهیتی سلبی است یعنی جدا کننده، تمایز دهنده و شناسانده خود از دیگری نیز هست. از دیدگاه کاستل ۱ هویت به زندگی افراد معنا می بخشد و هویت در جوانان فرایند ساخته شدن معنا بر پایه یک ویژگی فرهنگی با یک دسته ویژگی های فرهنگی است که بر دیگر منابع معنا برتری دارند (Castells, 2009:7). از هویت به معنای مختصات ویژه فرد و متمایز کننده ی او از دیگران گرفته (Olson, 2002:41) تا هویت به عنوان پدیده های جمعی که تا تفکر و رفتار به صورت جمعی اجرا نگردد آن نیز حاصل نخواهد شد، یاد می شود (خانیک، ۱۳۸۳: ۱۰). از آنجا که هویت یک مفهوم پیچیده است دارای نوعی نسبییت خاصی می باشد و ابعاد گوناگونی دارد. انواع هویت را می توان شامل هویت فردی، نژادی، اخلاقی، حرفه ای، فیزیکی و جسمانی، مذهبی، فرهنگی، ملی، سیاسی، جهانی، جمعی، جنسی و اکولوژیکی دانست (Yoosefzadeh & Fallahi, 2003:41). هویت را می توان به دو سطح فردی و جمعی تقسیم کرد. هویت جمعی دارای ابعاد و سطوح مختلفی است که یکی از این ابعاد مربوط به هویت فرهنگی می شود. هویت فرهنگی سبب شناخته شدن و متمایز شدن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می شود به نوعی می توان گفت که هویت فرهنگی حاکی از تداوم بین گذشته و حال است و نفس این تداوم خود بر شناخت گذشته دلالت دارد. هویت فرهنگی شامل تمام ویژگی های فرهنگی می شود که یک گروه را با گروه دیگر متمایز می سازد و به آن عینیت و تعریفی متفاوت می دهد. در کلی ترین تقسیم بندی، هویت فرهنگی شامل همه انباشته های مادی و غیرمادی یک محیط فرهنگی میشود که معمولا با یک سرزمین ملی رابطه دیالکتیکی دارد. (بهرامیان و یاقوتی، ۱۳۹۵: ۱۹۰).

محیط فرهنگی نقش برجسته ای در تکوین، حفظ، تغییر و تحول هویت دارد. اگرچه ساختارهای عینی مستقل و بیرون از اراده فرد به کنش کنشگران جهت می دهد اما همین ساخت ها نیز از خلال تکوین اجتماعی برآمده از رابطه بین فرد (طبیعت ثانوی) و اجتماع (عرصه) ایجاد می شوند (Bourdieu, 2002:18). هویت فرهنگی آن درایتی از خویش است که مشتق از عضویت (چه رسمی و چه غیررسمی) در یک گروه اجتماعی بر مبنای انتقال و پرورش دانش ها، ارزش ها، باورها، نگرش ها، سنت ها و شیوه های زندگی معین مشترک بین اعضاست (Daphne, 2007:352). در واقع هویت فرهنگی برگرفته از عوامل متعددی است که فرد را از سایر افراد و گروه ها متمایز نموده و به او تشخیص خاصی می دهد و فرد بر اساس آن ها خود را از سایرین بازمی نمایاند. ارزش ها، آداب، میراث فرهنگی، سنن و آنچه که تحت عنوان دست آوردهای گذشته یک ملت تعریف می شود از مهمترین منابع تشکیل هویت افراد آن اجتماع است که در واقع هویت فرهنگی را شکل می دهد و برای حفظ انسجام و وحدت ملی بسیار پر اهمیت است (Khademi, Sakhti & Fallahi, 2007:118). پیوند میان هویت و فرهنگ پیوندی ناگسستنی و عمیق می باشد و از این رو هویت را مقوله ای فرهنگی می دانند و برای فرهنگ حوزه مختصی در هویت قائل هستند. در دیدگاه انسان شناسان هویت فرهنگی از مولفه هایی چون ملت، قلمرو جغرافیایی سیاسی، زبان و دین تشکیل شده است (روح الامینی، ۱۳۷۹: ۱۱۰). آنتادیوپ ۲ انسان شناس سنگالی بر این باور است که هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل تاریخی، زبانی و روان شناختی بستگی دارد که با از بین رفتن هر کدام از آن ها، هویت فرهنگی ناقص می شود (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۶۲). سایر محققان در پژوهش های خود از علل و عوامل مختلفی نام برده اند که می تواند بر هویت فرهنگی و مولفه های آن تاثیر گذار باشند. آسیب های ناهنجاری های اجتماعی بحران اقتصادی، ساختار آموزشی، ساختار اجتماعی- جمعیتی، ناهماهنگی های قومی جهانی شدن، ساختار سیاسی، ایدئولوژی سیاسی و... (دهشیری، ۱۳۸۰: ۵۴) و همچنین گسست فرهنگی، تضاد نسل ها، تغییرات پر شتاب، فن آوری ماهواره ای، مهاجرت وسیع، شهرهای بزرگ و... (شرفی، ۱۳۸۹: ۹۷). از جمله ی این عوامل می باشند.

از سویی دیگر کنفرانس جهانی درباره سیاست فرهنگی که در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی برگزار گردید، هویت فرهنگی را هسته مرکزی شخصیت فردی و جمعی قلمداد می کند که به مثابه اصولی حیاتی زیربنای بیشتر تصمیم های 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: ۳۰). هویت فرهنگی به مفهوم ویژگی‌های فرهنگی هر جامعه مانند دستاویزی محکم برای چنگ زدن در برهه‌های بحرانی به شمار می‌رود که جامعه می‌تواند به کمک آن و احساس تعلقی که به واسطه‌ی آن در افراد پدید می‌آید به ادامه‌ی حیات فرهنگی و اجتماعی خود امیدوار باشد. گذشته تاریخی، حماسه‌آب‌ها و اجدادی، باورها، سنت‌های طایفه‌ای، مفاخر ملی اسطوره‌های دینی، عصبیت‌های قومی، هنر، ادبیات موروثی، هویت فرهنگی جامعه را تشکیل می‌دهند. (نیکخواه قمصری و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۱۴). هویت فرهنگی نتیجه‌ی خودآگاهی افراد نسبت به تجربه‌های تاریخی فرهنگی آن جامعه است که در طول تاریخ و در بستر فرهنگ شکل گرفته است. می‌توان گفت هویت فرهنگی مجموعه‌ی ارزش‌ها و هنجارها، آداب و رسوم، آرمان‌ها و عقاید، نمادها و سمبل‌ها و... است که اساس هویت شخصی و جمعی شهروندان یک جامعه می‌باشد و آنان به صورت آشکار و نهان با مصرف هویت فرهنگی خود را از سایرین متمایز می‌کنند و با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند. در واقع هویت فرهنگی قسمتی از نظام فرهنگی است که به خودآگاهی افراد منجر می‌شود. هویت فرهنگی نوعی احساس وابستگی و تعلق است که جمعیتی از انسان‌ها در یک چارچوب جغرافیایی خاص، از خود نشان می‌دهند. در بیانی دیگر باید گفت هویت فرهنگی مشرف بر تمامی هویت‌هاست که از تمام آنها شکل گرفته و تمام آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بر این اساس هویت فرهنگی عبارتست از "مجموعه ویژگی‌های پایدار تشکیل دهنده خلق و خوی افراد که در تمامی نگرش‌های انسان اعم از: دینی، ملی، قومی، آداب و رسوم ریشه دارد و در تمامی ساحت‌های زندگی انسان بطور مستقیم و غیر مستقیم ظهور و بروز پیدا می‌کند. (علیخانی، ۱۳۸۶: ۸۳) افراد با تغییر در سبک زندگی و مصرف کالاها، فرهنگی درصددند تا هویت فرهنگی خود را فارغ از نظام ارزشی جامعه تغییر دهند و هویت سنتی خود را بازسازی کنند. گیدنز معتقد است که امروزه سبک‌های زندگی در دنیای مدرنیته به طور کلی ما را از سازمان اجتماعی سنتی دور کرده‌اند. گیدنز در این خصوص مفهوم از جاکندگی مکانی و زمانی را برای توصیف این که چگونه روابط اجتماعی، به دنبال آن هویت اجتماعی و فرهنگی، از زمینه‌های محلی رها شده‌اند و دوباره ساختاری مکانی و زمانی جدید سازمان یافته‌اند، بکار می‌برد. (Giddens, 1990: 250). توماس ژی ۱ (۱۹۹۳) عنوان می‌دارد که در عصر جهانی شدن تغییرات ساختاری عمیق، زمینه‌ی رهایی از اقتدار و فرهنگ سنتی را فراهم نموده است. گیدنز و توماس ژی هر دو بر این نکته تأکید دارند که جهانی شدن منجر به رهایی هویت و تعلق‌ها از وابستگی سنتی به مکان شده است. (از کیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۸).

#### جدول شماره ۱: عوامل موثر بر هویت فرهنگی

کد	مولفه‌ها	تعاریف
۱	سرمایه فرهنگی	صورت‌هایی از دانش، مهارت‌ها، آموزش و مزایایی که یک انسان واجد آن است و به او اجازه می‌دهد که یک جایگاه بالاتری در جامعه را کسب کند (حسن روحانی، ۱۳۸۸: ۱۷).
۲	وسایل نوین ارتباطی	استفاده از وسایل ارتباطی نوین همچون تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلفن همراه که موجب تغییرات فرهنگی اجتماعی می‌شود (خواجه نوری و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۹).
۳	جامعه پذیری	ارتباطی تنگاتنگ با ساختارهای جامعه، هنجارهای جامعه و ساختار شخصیت انسان قرار دارد و به طور کلی فرآیندی است که انسان اجتماعی شدن را می‌آموزد (زنگنه، ۱۳۸۲: ۳۳).
۴	سبک فرزند پروری	هر خانواده شیوه خاصی را در تربیت فردی و اجتماعی فرزندان خویش بکار می‌گیرد. این شیوه‌ها که شیوه‌های فرزندپروری نامیده می‌شود متأثر از عوامل مختلفی از جمله فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و غیره می‌باشد (نوابخش و فتحی، ۱۳۹۰: ۴۵).
۵	شکاف نسلی	تغییر اجتماعی سریع، فرایند مداوم و آرام انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر و یا فرآیند اجتماعی شدن را دچار مشکل و وقفه می‌کند و بین دونسل اختلاف تجربه و فرهنگ ایجاد می‌کند (پناهی، ۱۳۸۴: ۵).
۶	گروه‌های مرجع	گروه مرجع گروهی اجتماعی است که هر کس از آن هنجارها، نگرش‌ها و ارزش‌های خود و نیز هدف‌های اجتماعی را که از این ارزش‌ها پدید می‌آیند به دست می‌آورد (سفیری و شریفی، ۱۳۸۴: ۸۰).
۷	پایگاه اجتماعی-اقتصادی	پایگاهی است که فرد در میان یک گروه دارد. یا به مرتبه اجتماعی-اقتصادی یک گروه در مقایسه با گروه‌های دیگر گفته می‌شود. به بیان دیگر، موقعیتی که یک فرد یا خانواده با ارجاع به استانداردهای میانگین رایج درباره ویژگی‌های فرهنگی، درآمد مؤثر، دارایی‌های مادی و مشارکت در فعالیت‌های گروهی - اجتماعی به دست می‌آورد (فرقانی نوش آبادی، ۱۳۹۳: ۲۴).
۸	گسست فرهنگی	حالتی که پیوند میان فرهنگ بومی و ملی از هم گسیخته شود و یک نوع انقطاع میان نسل معاصر و فرهنگ خودی ایجاد شود (همان).
۹	تعارض فرهنگی	حالتی است که منابع هویتی نسلی تقویت کننده یکدیگر نباشند و پیوستگی نسلی را به دنبال نداشته باشند، زمینه برای ایجاد تعارض نسلی ایجاد می‌شود (همان).

۱۰	اوقات فراغت	برخی صاحب نظران آن را زمان فعالیت برای خود یا زمانی آزاد یا زمانی که متعلق به فرد است و فرد به میل خود از آن استفاده می کند توصیف نموده اند و شامل تفریحات و سرگرمی هایی است که افراد به هنگام آسودگی از کار با شوق به آن روی می آورند(همان).
۱۱	باورهای دینی	باورهای دینی مجموعه اقدامات، رفتارها، باورها و نگرش هایی است که در ارتباط با اصول دین، فروع دین و دیگر حیطه های مرتبط با مذهب عنوان می شود. باورهای دینی به معنای خاص، همیشه باورهای مشترک جماعت معینی هستند که از گرایش خویش به آن باورها و عمل کردن به مناسک همراه با آنها به خود می بالد(همان).
۱۲	تحصیلات	سواد و آموزش سلیقه ها را تغییر میدهد، نظام رفتاری شکل دیگری به خود می گیرد، الگوها و شیوه های فرهنگی متحول می گردد و به این ترتیب انقلابی در انتظارات پدیدار می گردد(یوسفی، ۱۳۸۳: ۱۰۱).
۱۳	نظم اجتماعی	نظم اجتماعی می تواند بطور مستقیم هماهنگی، تعامل و انسجام روابط اجتماعی را برساند که مجموع افراد جامعه از طریق فعل و انفعال ساز و کارهای اقتصادی و سیاسی به سوی زندگی مشترک جلب کند و حیات جمعی را امکانپذیر می سازد(فرقانی نوش آبادی، ۱۳۹۳: ۳۰).
۱۴	سبک زندگی	سبک زندگی بیانگر نظم سلسله مراتبی یا مجموعه ای از ترجیحات بین افراد هستند. سبک زندگی به صورت شیوه زندگی یا سبک زیستن که منعکس کننده گرایش ها و ارزش های یک فرد یا گروه است، عادات، نگرش ها، سلیقه ها، معیارهای اخلاقی، سطح اقتصادی که باهم طرز زندگی کردن فرد یا گروهی را می سازد، تعریف شده است(حسن زاده و علیزاده اقدم، ۱۳۹۳: ۸۶).

### ۳- پیشینه تحقیق

با نگاهی به مطالعات پژوهشی می توان دریافت که تاکنون نوشته ها و مقالات متعددی پیرامون هویت فرهنگی با رویکردها مختلف صورت پذیرفته است که در ذیل بیان شده است.

۱. حیدری و همکاران(۱۳۹۲) مطالعه ای با عنوان « رسانه ها و هویت فرهنگی: مطالعه دانش آموزان متوسطه شهر یاسوج» انجام داده اند. جامعه آماری این تحقیق دانش آموزان دبیرستان های این شهر بوده که با بهره گیری از فرمول کوکران ۳۸۸ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. بر اساس این تحقیق تلویزیون های ملی و استانی در راس رسانه های مورد استفاده پاسخگویان؛ و هویت های محلی، ملی و جهانی، به ترتیب، برجسته ترین هویت جمعی آنان بودند. همچنین افزایش هویت محلی دانش آموزان در راستای تقویت هویت ملی و تضعیف هویت فراملی اثرگذار بوده است.

۲. فرقانی نوش آبادی و همکاران(۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان « بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر هویت فرهنگی با تاکید بر شکاف نسلی » در شهرستان کاشان انجام داده است. جامعه آماری این مطالعه دختران دبیرستانی کاشان بوده که ۳۲۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند و این مطالعه که با روش توصیفی پیمایشی صورت پذیرفت. نتایج تحقیقات نشان می دهد سرمایه فرهنگی خانواده، میزان استفاده از موبایل، جامعه پذیری خانواده و شیوه تربیتی مقتدرانه با هویت فرهنگی رابطه مثبت و معنادار و تضاد و شکاف نسلی رابطه معکوس دارد و بیشترین تاثیر بر شکاف نسلی مربوط به شیوه تربیتی استبدادی است.

۳. احمایی و همکاران(۱۳۹۴) پژوهش « تحلیل رابطه اعتیاد اینترنتی با هویت فرهنگی جوانان؛ مورد مطالعه: دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان سراب آذربایجان شرقی » را به ثمر رسانده اند. این نوشتار که حجم نمونه ۳۰۰ نفری دارد به صورت پیمایشی در بین دانش آموزان شهر سراب صورت گرفته است. یافته ها حاکی از آن است که میان اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی همبستگی معنادار و معکوسی وجود دارد. همچنین تحقیق نشان می دهد بین دین داری و اعتیاد اینترنتی همبستگی معکوسی وجود دارد.

۴. عدلی پور و همکاران(۱۳۹۴) مقاله ای با عنوان « تحلیل رابطه سبک زندگی با هویت فرهنگی جوانان شهر تبریز » انجام داده اند. این پژوهش که با استفاده از نظریات آنتونی گیدنز بوده به صورت پیمایشی و با حجم نمونه ۴۰۰ نفر در میان جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال صورت پذیرفته است. نتایج این بررسی نشان دهنده ارتباط میان سبک زندگی و هویت فرهنگی می باشد به نحوی که هر چه سبک زندگی افراد مدرن تر، از هویت فرهنگی آنان کاسته می شود و بالعکس. علاوه بر این بین پایگاه اقتصادی اجتماعی افراد با هویت فرهنگی رابطه وجود دارد درحالیکه بین جنس و هویت فرهنگی ارتباطی نمی باشد.

۵. بهرامیان و یاقوتی(۱۳۹۵) مقاله ای با عنوان « رابطه استفاده از شبکه های ماهواره ای فارسی زبان و پای بندی به هویت فرهنگی در زنان شهر تهران» انجام داده اند. این تحقیق با حجم نمونه ۴۰۰ نفر و زنان ۱۵ تا ۴۹ ساله را مد نظر قرار داده است. تحلیل یافته های این مقاله بیانگر این است که میزان استفاده از شبکه های ماهواره ای ۵۰/۶۴ و میانگین پای بندی به هویت فرهنگی ۶۲/۵۵ است. همچنین میانگین بعد ذهنی هویت فرهنگی ۱۰ درصد بالاتر از بعد عینی آن است و اینکه افرادی که از شبکه های ماهواره ای استفاده می کنند پای بندی کمتری به هویت فرهنگی ایرانی دارند و میزان رضایت از ماهواره، استفاده و اعتماد به آن باعث تضعیف هویت فرهنگی زنان می شود.

۶. صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶) پژوهشی با نام «تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی بر هویت فرهنگی دانشجویان» انجام داده اند. این پژوهش که با حجم نمونه ۲۱۸ نفر از میان دانشجویان به شیوه نمونه گیری تصادفی انتخاب شده بودند به بررسی دو شبکه وایبر و واتس اپ و تاثیر استفاده از آن ها بر زبان، دیانت، پوشش، رفتار اجتماعی و اخلاق کاربران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می دهد تمام فرضیات تحقیق درست بوده و استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی بر ابعاد مختلف هویت فرهنگی شامل زبان، دیانت، پوشش، رفتار اجتماعی و اخلاق کاربران تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

۷. بلباسی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را با عنوان «عناصر هویت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ نمونه کاوی سند(مolfه های هویت ملی ایرانیان)» انجام داده اند. این پژوهش به منظور بررسی لایه ها و سطوح مختلف هویت فرهنگی جمهوری اسلامی در سند مolfه های هویت ملی ایرانیان صورت پذیرفته است. نتایج این بررسی نشان می دهد هویت فرهنگی در سند مolfه ها در سطح کلان شامل دو بخش می شود:الف) لایه هویت فرهنگی اسلامی از جمله: معنویت و توحید، هم گرایی فرهنگی، دفع ظلم و ظلم ستیزی، ولایت مداری و غیره ب) لایه هویت فرهنگی ایرانی از جمله: معماری ایرانی، عالمان و علم دوستی، دفاع از سرزمین، خط و زبان فارسی و غیره. همچنین باید اشاره کرد که در این سند اشاره ای به هویت مدرن و متجدد ایرانیان نشده است.

۸. تقی پور و دیگران (۱۳۹۷) در مقاله ای با عنوان «بازنمایی ابعاد هویت فرهنگی در مجموعه انیمیشن باب اسفنجی» به بررسی مolfه های فرهنگی این انیمیشن پرداخته است. روش این پژوهش تحلیل محتوای کیفی از نوع قیاسی بوده و جامعه آماری آن ۱۵ قسمت مجموعه باب اسفنجی؛ شلوار مکعبی بوده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد این مجموعه با ارائه و تبیین ارزش های اجتماعی، دینی و اقتصادی و هنجار های قانونی در جامعه پذیری مخاطبانش نقش داشته و بر نوع روابط اجتماعی اثر گذار بوده است. این مجموعه از انواع نمادها به خصوص غیر کلامی در جهانی کردن هویت تمدن غرب بهره گرفته به طوری که مخاطب در هر نقطه ای که باشد با فرهنگ آمریکایی ارتباط برقرار می کند. همچنین در این مجموعه مolfه هایی مانند ارزش اجتماعی، خشونت، نمادهای غیر کلامی و هویت تمدنی غرب بیشتر به کار رفته است.

#### ۴- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و از حیث ماهیت و روش توصیفی و پیمایشی است. در این پژوهش از روش کتابخانه ای برای گردآوری اطلاعات در زمینه ادبیات پژوهش و پیشینه پژوهش های انجام گرفته در زمینه های مرتبط با تحقیق استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق که با هدف شناسایی عوامل موثر بر مشارکت شهروندان می باشد، پرسشنامه محقق ساخته است. با توجه به هدف پژوهش، پرسشنامه متناسب با سوالات تحقیق را در اختیار خبرگان در زمینه تحقیق قرار داده شد، لذا جامعه آماری پژوهش، اساتید دانشگاهی بوده که به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شده اند.

#### ۵- مدل سازی ساختاری تفسیری<sup>۱</sup>

مدل سازی ساختاری تفسیری یکی از ابزارهایی است که تعامل بین متغیرهای مختلف را نشان می دهد. مدل سازی ساختاری تفسیری روابط بین متغیرها را به صورت روابط سلسله مراتبی نشان می دهد؛ بنابراین، این روش به منظور شناسایی و نشان دادن روابط بین اجزای مختلف که می توانند روابط پیچیده ای داشته باشند، مورد استفاده قرار می گیرد.

گام های روش مدل سازی ساختاری تفسیری به شرح زیر است:

متغیرهایی که می توانند بر مشارکت شهروندان اثرگذار باشند شناسایی می شوند. در این مرحله ماتریس خودتعاملی ایجاد می شود، در ماتریس، از نمادهایی استفاده می شود که دسترس پذیری را نشان می دهند. این نمادها عبارت اند از:

V- اگر متغیر I در ایجاد متغیر J تاثیر داشته باشد.

A- اگر متغیر J در ایجاد متغیر I تاثیر داشته باشد.

X- اگر متغیر I در ایجاد متغیر J تاثیر داشته باشد و برعکس.

O- اگر متغیر I در ایجاد متغیر J تاثیر نداشته باشد و برعکس.

به منظور دستیابی به ماتریس دسترس پذیری اولیه باید نمادهای یادشده در گام قبل، به نمادهای صفر و یک تبدیل شوند. بدین ترتیب ماتریس دسترس پذیری اولیه به دست می آید.

پس از دستیابی به ماتریس دسترس پذیری اولیه، با در نظر گرفتن انتقال پذیری در روابط به دست آمده، ماتریس در دسترس پذیری نهایی به دست می آید. این ماتریس میزان وابستگی و قدرت نفوذ هر یک از عامل ها را نشان می دهد. قدرت نفوذ و هدایت از جمع اعداد در هر ردیف و میزان وابستگی از جمع اعداد در هر ستون به دست می آید.

1 Interpretative structural modeling (ISM)

در این مرحله با استفاده از ماتریس در دسترس پذیری نهایی، مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مقدم برای هر عامل به دست می‌آید. که پس از تعیین آن‌ها، اشتراکات بین دو مجموعه برای هر عامل تعیین می‌گردد. عامل‌هایی که مجموعه قابل دستیابی و مشترک آن‌ها با هم هماهنگ باشند و دارای کمترین قدرت نفوذ باشند در پایین‌ترین سطح از سلسله مراتب ساختاری تفسیری قرار می‌گیرند. هنگامی که در اولین تکرار، عامل‌هایی بالاترین سطح مشخص شدند، باید این عامل‌ها از سایر عامل‌ها حذف شوند. این عمل تا زمانی که سطح تمامی عامل‌ها مشخص شود ادامه پیدا می‌کند. در پایان مدل نهایی مدل سازی ساختاری تفسیری بر حسب همین سطح بندی عوامل ارائه می‌گردد.

## ۶- یافته‌های پژوهش

ماتریس دستیابی نهایی: پس از تشکیل ماتریس خودتعاملی و ماتریس دستیابی اولیه، ماتریس دستیابی نهایی به صورت جدول شماره (۲) محاسبه گردید.

جدول شماره ۲: ماتریس دستیابی نهایی

شاخص‌ها	سرمایه فرهنگی	وسایل نوین ارتباطی	جامعه پذیری	سبک فرزندپروری	شکاف نسلی	گروه‌های مرجع	پایگاه اقتصادی اجتماعی	گسست فرهنگی	تضاد نسلی	اوقات فراغت	باورهای دینی	تحصیلات	نظم اجتماعی	سبک زندگی	هدایت
سرمایه فرهنگی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۴
وسایل نوین ارتباطی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
جامعه پذیری	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۶
سبک فرزندپروری	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
شکاف نسلی	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
گروه‌های مرجع	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱۱
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۴
گسست فرهنگی	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۸
تضاد نسلی	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۸
اوقات فراغت	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۵
باورهای دینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
تحصیلات	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۸
نظم اجتماعی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
سبک زندگی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۲
وابستگی	۱۱	۸	۱۰	۱۰	۸	۷	۱	۱۰	۱۰	۷	۹	۳	۱۱	۱۳	

جدول شماره ۴: تکرار دوم در تعیین سطوح

کد	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۲.۱	۱
۲	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۲.۱	۲

جدول شماره ۳: اولین تکرار در تعیین سطوح

کد	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
۱	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۳.۲.۱ ۱۴	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۳.۲.۱	
۲	۱۴.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱ ۱۴.۱۳	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۲.۱	
۳	۱۴.۹.۸.۶.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۸.۶.۳.۲.۱	۱۴.۹.۸.۳.۱	
۴	۴	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۱۰.۹.۴.۳.۲.۱	۴	۱
۵	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۸.۵	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱	
۶	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۸.۶.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۸.۶.۲.۱	
۷	۱۴.۱۰.۷	۸	۷	
۸	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۳.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۵.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۳.۱	۱
۹	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۳.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۵.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۳.۱	
۱۰	۱۴.۱۳.۱۰.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۷.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۰.۲.۱	۱
۱۱	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۸.۶.۵.۲.۱	
۱۲	۱۴.۱۳.۱۲.۵.۴.۳.۲.۱	۱۲.۵.۲	۱۲.۵.۲	
۱۳	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱	۱۳.۱۲.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۲.۱ ۱۴	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۲.۱	
۱۴	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۴.۳.۲.۱	۱۲.۱۱.۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۳.۲.۱ ۱۴.۱۳	۱۴.۱۳.۱۱.۱۰.۹.۸.۶.۵.۳.۲.۱	
۳	۱۴.۹.۸.۳.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۸.۶.۳.۲.۱	۱۴.۹.۸.۳.۱	۲
۵	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۵	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱	
۶	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۲.۱	
۷	۱۴.۷	۷	۷	
۹	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۱	۲
۱۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۲
۱۲	۱۴.۱۳.۱۲.۵.۲.۱	۱۲.۵.۲	۱۲.۵.۲	
۱۳	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۲
۱۴	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۲.۱۱.۹.۷.۶.۵.۲.۱	۱۴.۱۳.۱۱.۹.۶.۵.۲.۱	۲

همانگونه که مشخص است، متغیرهای ۴، ۸، ۱۰ در سطح اول قرار گرفته اند. با حذف این متغیرها و تکرار این مرحله، عناصر سایر سطوح با توجه به جدول شماره (۴) تعیین می شوند: همانگونه که مشخص است، متغیرهای ۱۴، ۱۳، ۱۱، ۹، ۳ در سطح دوم قرار گرفته اند. با حذف این متغیرها و تکرار این مرحله، عناصر سایر سطوح با توجه به جدول شماره (۵) تعیین می شوند:

جدول شماره ۵: تکرار سوم در تعیین سطوح

کد	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
۱	۶.۵.۲.۱	۱۲.۹.۶.۲.۱	۸.۶.۲.۱	
۲	۱۲.۶.۵.۲.۱	۱۲.۶.۲.۱	۱۲.۶.۲.۱	
۵	۱۲.۵	۱۲.۶.۵.۲.۱	۱۲.۵	۳
۶	۶.۵.۲.۱	۶.۲.۱	۶.۲.۱	
۷	۷	۷	۷	۳
۱۲	۱۲.۵.۲.۱	۱۲.۵.۲	۱۲.۵.۲	

همانگونه که مشخص است، متغیرهای ۷، ۵ در سطح سوم قرار گرفته اند. با حذف این متغیرها و تکرار این مرحله، عناصر سایر سطوح با توجه به جدول شماره (۶) تعیین می شوند:



جدول شماره ۶: تکرار چهارم در تعیین سطوح

کد	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
۱	۶.۲.۱	۱۲.۹.۶.۲.۱	۸.۶.۲.۱	
۲	۱۲.۶.۲.۱	۱۲.۶.۲.۱	۱۲.۶.۲.۱	۴
۶	۶.۲.۱	۶.۲.۱	۶.۲.۱	۴
۱۲	۱۲.۲.۱	۱۲.۲	۱۲.۲	

همانگونه که مشخص است، متغیرهای ۶.۲ در سطح چهارم قرار گرفته اند. با حذف این متغیرها و تکرار این مرحله، عناصر سایر سطوح با توجه به جدول شماره (۷) تعیین می شوند:

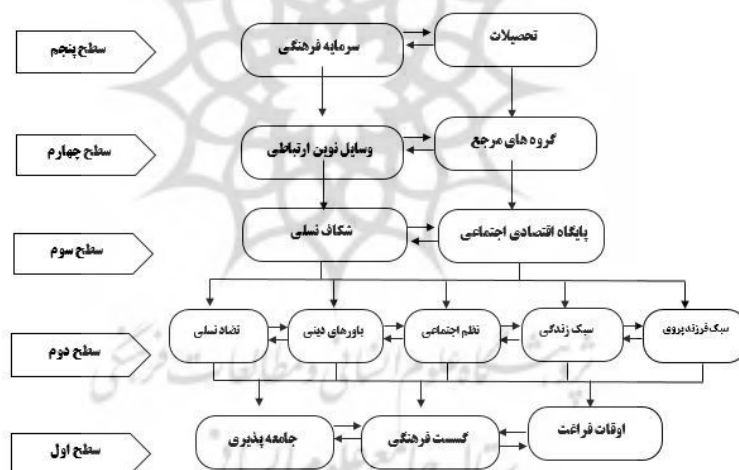
جدول شماره ۷: تکرار پنجم در تعیین سطوح

کد	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
۱	۱	۱۲.۱	۱	۵
۱۲	۱۲.۱	۱۲.۱	۱۲.۱	۵

در نهایت همانگونه که مشخص است، متغیرهای ۱۲.۱ در سطح پنجم قرار گرفته اند.

## ۷- تشکیل مدل ساختاری تفسیری

پس از مشخص شدن سطوح هر کدام از عوامل و همچنین با در نظر گرفتن ماتریس در دسترس پذیری نهایی، مدل اولیه ساختار تفسیری ترسیم می شود. مدل نهایی از ۵ سطح تشکیل شده است. عامل هایی که در سطوح پایین سلسله مراتب قرار دارند از تاثیر کمتری برخوردارند. عامل هایی همچون شیوه تربیتی خانواده و دسترسی به رسانه های گروهی که در سطوح بالای سلسله مراتب جای می گیرند در ارتباط با موضوع پژوهش از اثرگذاری بیشتری برخوردارند.



نمودار شماره ۱- مدل سازی ساختاری پژوهش

به منظور تجزیه و تحلیل مدل بدست آمده می توان از روش تجزیه و تحلیل MICMAC<sup>۱</sup> استفاده نمود.

## ۸- طبقه بندی ابعاد (تحلیل MICMAC)

در تجزیه و تحلیل MICMAC متغیرها بر حسب قدرت هدایت و وابستگی به چهار دسته تقسیم می شوند، با توجه به بررسی های انجام گرفته در جداول و اشکال فوق و با استفاده از سطوح اولویت بندی شده ی معیارها و ماتریس دستیابی، در نهایت جدول توان پیش برندگی و وابستگی در ماتریس دستیابی تشکیل می گردد. بدین صورت که به بزرگترین عدد رتبه اول و به کوچکترین عدد رتبه آخر تعلق می گیرد.

<sup>1</sup> Cross: Impact Matrix Multiplication Applied To Classification (MICMAC)



شکل شماره ۱: دسته بندی مؤلفه های مشارکت شهروندان از لحاظ قدرت هدایت و وابستگی

گروه های موجود در شکل به صورت زیر تعریف می شوند:

گروه اول (متغیرهای مستقل): معیارهایی که دارای قدرت هدایت و وابستگی ضعیف هستند. این متغیرها تقریباً از سیستم جدا هستند، زیرا دارای اتصالات ضعیف با سیستم می باشند. گروه دوم (متغیرهای وابسته): متغیرهایی که دارای قدرت هدایت ضعیف اما وابستگی قوی هستند، این دسته از متغیرها معمولاً متغیرهای نتیجه یا هدف هستند. گروه سوم (متغیرهای پیوند دهنده): متغیرهایی که دارای قدرت هدایت و وابستگی قوی می باشند. این متغیرها غیر ایستا هستند، زیرا هر نوع تغییر در آن ها می تواند سیستم را تحت تاثیر قرار دهد و در نهایت بازخور سیستم می تواند این متغیرها را دوباره تغییر دهد. گروه چهارم (متغیرهای کلیدی): متغیرهایی که دارای قدرت هدایت قوی و وابستگی ضعیف می باشند.

## نتیجه گیری و پیشنهادات

بررسی ها نشان می دهد هویت از مهم ترین مؤلفه های زنده یک جامعه است که انواع گوناگونی را شامل می شود. هویت فرهنگی آن نوع از هویت است که افزایش یا کاهش آن تاثیر شگرفی بر افراد یک جامعه می گذارد تا آنجا که می تواند مانع از گسست یا شکاف فرهنگی نسلی شود یا آن را تشدید کند که در نهایت منجر به بحران هویت می شود. از این رو شناخت و فهم عوامل مؤثر بر این مفهوم و شناسایی اولویت بندی آنان از اهمیت والایی برخوردار است. هدف این پژوهش شناسایی، تجزیه و تحلیل و اولویت بندی عوامل مؤثر فرهنگی اجتماعی بر هویت فرهنگی بوده است تا بتواند خلأ موجود در زمینه پژوهش که ناشی از ابهام روابط بین مؤلفه ها و مشخص نمودن سلسله مراتب بین مؤلفه هاست را مرتفع کند. در واقع پژوهش های پیشین در این موضوع هر کدام صرفاً چند عامل مؤثر بر هویت فرهنگی را شناسایی و بحث کرده بودند اما این تحقیق برآن بود تا علاوه بر مطالعه یافته های پیشین، مهم ترین مؤلفه های اثرگذار را شناسایی کرده و سلسله مراتب و اولویت بندی آن را نیز مشخص کند و از این رو این تحقیق یک کار بدیع در این موضوع به شمار می رود.

پژوهش های گذشته از جمله فرقانی نوش آبادی (۱۳۹۳)، عدلی پور و همکاران (۱۳۹۴)، بهرامیان و یاقوتی (۱۳۹۵)، صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶) بر مؤلفه هایی همچون سرمایه فرهنگی، وسایل ارتباطی نوین، باورهای دینی، شکاف نسلی و غیره تاکید کرده بودند. برای مثال بر اساس یافته های فرقانی نوش آبادی و همکاران (۱۳۹۳) سرمایه فرهنگی، استفاده از موبایل و سبک فرزندپروری با هویت فرهنگی همبستگی مثبت دارد و یا عدلی پور و همکاران (۱۳۹۴) در نتایج خود به این رسیده اند که میان سرمایه فرهنگی و پایگاه اقتصادی اجتماعی با هویت فرهنگی افراد رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد، همچنین بهرامیان و یاقوتی (۱۳۹۵) و صلواتیان و دولتخواه (۱۳۹۶) نیز بر ارتباط مستقیم وسایل نوین ارتباطی و هویت فرهنگی تاکید می کنند این نتایج در پژوهش حاضر نیز به دست آمده است.

بر اساس نتایج این تحقیق از روش ISM پنج سطح برای اثرگذاری بر هویت فرهنگی مشخص گردید: سطح اول شامل مؤلفه های جامعه پذیری، گسست فرهنگی و اوقات فراغت بود. سطح دوم شامل مؤلفه های تضاد نسلی، باورهای دینی نظم اجتماعی، سبک زندگی و سبک فرزندپروری بود. سطح سوم شامل مؤلفه های شکاف نسلی و پایگاه اقتصادی اجتماعی بود. سطح چهارم شامل مؤلفه های وسایل نوین ارتباطی و گروه های مرجع بود و سطح پنجم که در واقع بیشترین اثر را داشته شامل سرمایه فرهنگی و تخصصیات بوده است. در واقع سطح پنجم به عنوان اثرگذارترین سطح می باشد و بر سایر مؤلفه ها در سطوح مختلف نیز اثر می گذارد

و با تغییر این دو مؤلفه بیشترین تغییر در هویت فرهنگی رخ می‌دهد. بر اساس تحلیل MICMAC این ۱۴ مؤلفه در چهار دسته بر اساس قدرت هدایت و وابستگی تقسیم می‌شوند: دسته متغیرهای مستقل که قدرت هدایت و وابستگی ضعیفی دارند در این پژوهش صرفاً پایگاه اقتصادی اجتماعی است و اوقات فراغت بین دسته متغیر مستقل و کلیدی قرار دارد. دسته متغیرهای وابسته که دارای قدرت هدایت کندی ضعیف اما وابستگی قوی هستند شامل صرفاً شامل تحصیلات می‌شود و گروه‌های مرجع بین این دسته و دسته متغیرهای پیوندی قرار دارد. دسته متغیرهای پیوند دهنده که دارای قدرت هدایت و وابستگی قوی هستند شامل سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، نظم اجتماعی، گسست فرهنگی، تضاد نسلی، باورهای دینی و وسایل نوین ارتباطی است و مؤلفه گروه‌های مرجع بین این دسته و دسته متغیرهای وابسته قرار دارد، همچنین مؤلفه شکاف نسلی بین این دسته و دسته متغیرهای کلیدی است. دسته متغیرهای کلیدی که دارای قدرت هدایت قوی و وابستگی ضعیف هستند شامل سبک فرزندپروری و جامعه پذیری می‌باشد و مؤلفه شکاف نسلی میان این دسته و دسته متغیرهای پیوندی قرار دارد، همچنین مؤلفه اوقات فراغت نیز بین این دسته و دسته متغیرهای مستقل است.

در نهایت پیشنهاد می‌گردد متولیان امر، برای تقویت و افزایش هویت فرهنگی به مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی و تحصیلات اهمیت بیشتری نشان داده و توجه کنند، زیرا تقویت این دو مؤلفه باعث تقویت سایر مؤلفه‌ها و در نهایت تقویت خود هویت فرهنگی می‌شود و برای این کار باید پژوهشگران جهت انجام عملی این امر پیرامون رابطه عملی متغیرهای سرمایه فرهنگی و تحصیلات و چگونگی اثرش در افزایش هویت فرهنگی پژوهش‌های کاربردی انجام دهند.

## منابع

- آشنا، حسام‌الدین و محمدرضا روحانی (۱۳۸۹) هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مولفه‌های بنیادی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۴.
- احمدی، طیب (۱۳۷۹) مدیریت بدن و هویت، رساله کارشناسی ارشد، گیلان، دانشگاه گیلان.
- ازکیا، مصطفی و همکاران (۱۳۹۳) مطالعه تحول هویت فرهنگی در بین دختران دبیرستانی (مطالعه موردی دانش آموزان دبیرستان اسراء؛ کردستان ایران، هورمان تخت)، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان، سال پنجم، شماره ۱۴.
- بهرامیان، امید و هدا یاقوتی (۱۳۹۵) رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره ای فارسی زبان و پای بندی به هویت فرهنگی در زنان شهر تهران، مجله مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال چهاردهم، شماره ۱.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۸۴) شکاف نسلی موجود در ایران، و اثر تحصیلات بر آن، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۷.
- حسن زاده یامچی، داود و محمدباقر علیزاده اقدم (۱۳۹۳) بررسی رابطه بین سبک زندگی (سلامت محور) و سرمایه فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد هادی شهر در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳، مجله مطالعات جامعه شناسی، شماره ۲۴.
- خواجه نوری، بیژن و دیگران (۱۳۹۵) بررسی تاثیر وسایل ارتباطی نوین بر گروه‌های خانوادگی (مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه شیراز)، فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال دهم، شماره ۳.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۳) هویت و گفتمان هویتی در ایران، در علیخانی، علی اکبر، هویت در ایران، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰) تاثیر تحولات سیاسی اجتماعی بر هویت فرهنگی ایران معاصر، نامه پژوهش، شماره ۲۲ و ۲۳.
- روحانی، حسن (۱۳۸۸) «درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی» فصلنامه راهبرد، سال هجدهم، شماره ۵۳.
- روح الامینی، محمود (۱۳۸۴) زمینه فرهنگ شناسی، تهران، انتشارات عطار، چاپ هشتم.
- زنگنه، محمد (۱۳۸۲) بررسی عوامل فرهنگی موثر بر جامعه پذیری نوجوانان و جوانان، نامه پژوهش فرهنگی، سال هشتم، شماره هفت.
- سفیری، خدیجه و معصومه غفوی (۱۳۸۸) بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تاکید بر تاثیر خانواده، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۲.
- سلیمی، ح (۱۳۷۹) فرهنگ گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.
- شرفی، محمدرضا (۱۳۸۵) بحران هویت فرهنگی در ایران و پیامدهای آن، مجله روان شناسی و علوم تربیتی، سال سی و ششم، شماره ۳-۴.
- علیخانی، اکبر (۱۳۸۶) هویت در ایران، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- فرقانی نوش نوش آبادی، زهرا (۱۳۹۳) بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر هویت فرهنگی با تاکید بر شکاف نسلی در بین دانش آموزان (مطالعه موردی: دانش آموزان دختر دبیرستانی شهرستان کاشان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان.
- محمدپور، احمد و موسی طیبی نیا (۱۳۸۹) عوامل موثر بر هویت فرهنگی دانش آموزان اسدآباد، دوفصلنامه علمی تخصصی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵.
- نجفی، محمود (۱۳۸۳) هویت مهمم: خانواده و هویت یابی جوانان، رشد معلم، شماره ۱۸۷.
- نوابخش، مهرداد و سروش فتحی (۱۳۹۰) شیوه‌های فرزندپروری و سازگاری اجتماعی فرزندان، پژوهش دینی، شماره ۲۰.

- نیکخواه قمصری، نرگس و دیگران (۱۳۹۷) زمینه ها و عوامل موثر بر تحول گونه های هویت فرهنگی زنان شهر کاشان، فصلنامه مدیریت فرهنگی، سال یازدهم، شماره ۱.
- یوسفی، نریمان (۱۳۸۳) شکاف بین نسل ها؛ بررسی نظری و تجربی، تهران: نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- Bourdieu, Pierre and Wacquant, Loic (2002), "An Invitation to Reflexive Sociology", Polity Press, p10-45.
- Castells, M. (Yo. 4). The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol 2, 2nd Edition with a New Preface, Wiley-Blackwell
- Cote, J. , & Levine, C. (2002). Identity Formation, Agency, and Culture: a Social Psychological Synthesis. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Daphne, J (2007), "Reconceptualizing cultural identity and its role in intercultural business communication", Journal of Business Communication, Vol. 14, No. 2
- Erikson, E. (1994). Identity: Youth and Crisis. New York: Norton & Company
- Giddens, A. (1990). The Consequences of Modernity (Cambridge. Polity 53(83), 245-260
- Khademi, Mohsen, Parviz Saketi, & Vida Fallahi. (2007). "Studying the cultural identity in students of middle school (orientation and cognition)". Studies in Education and Psychology. 8th year, No2, p: 43. [Persian]
- Olson, Eric T. (2002). Personal Identity. Stanford Encyclopedia of Philosophy. First published
- Smith, A. D, (1999), Myths and Memories of the Nations, Oxford: Oxford University Press.
- Woodward, kat, (2000), Questioning Identit: Gender, Class, Nation, London: Routledge
- Yousefzadeh, Mohammad Reza, & Vida Fallahi. (2003). "Curriculum and identity formation". Studies of Education and Psychology Quarterly, University of Ferdowsi (Identity Special Issue). 4th year, Nol, p: 543. [Persian]

