

بررسی عوامل مؤثر بر چند لایه بودن هویت

* اکبر زارع شاه آبادی

E-mail: a_zare@yazduni.ac.ir

** فهیمه اصفهانیان

E-mail: fahimehesfahanian@yahoo.com

*** رحمت‌اله ترکان

E-mail: rahmatollahtorkan@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۶/۲۱

چکیده

چند لایه بودن هویت یکی از مسائلی است که فرد بر اثر تضاد بین ارزش‌ها و هنجارهای خود و عرف جامعه به آن دچار می‌شود. بدین لحاظ پژوهش حاضر عوامل مؤثر بر چند لایه بودن هویت را در بین دانشجویان مورد مطالعه قرار می‌دهد. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، و استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته دارای اعتبار محتوا و پایایی مطلوب، صورت گرفته است. جامعه آماری، دانشجویان فنی و مهندسی دانشگاه صنعتی بابل در سال ۱۳۹۱ بوده و حجم نمونه برابر با ۲۵۰ نفر است.

یافته‌ها: نتایج حاکی از آن است که بین وضعیت اشتغال دانشجویان با چند لایه بودن هویت تفاوت معناداری وجود دارد. درحالی‌که بین متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت تولد، محل سکونت و تحصیلات دانشجویان با چند لایه بودن هویت تفاوت معنادار وجود ندارد. همچنین نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های جمعی با چند لایه بودن هویت رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. اما بین تحصیلات مادر دانشجویان با چند لایه بودن هویت رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. با این همه؛ بین سن و درآمد دانشجویان، درآمد خانوار، رابطه معناداری وجود ندارد. تحلیل رگرسیونی نشان داد که به ترتیب سه متغیر تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال دانشجویان و وضعیت تأهل در مجموع ۱۹/۷ درصد از واریانس چند لایه بودن هویت را تبیین می‌کنند.

کلید واژه‌ها: هویت، چند لایه بودن هویت، نوع خانواده، رسانه‌های جمعی، دانشجویان.

* دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه یزد، نویسنده مسئول

** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

*** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

مقدمه

هویت مفهومی چندبُعدی است و می‌توان به چند طریق درباره آن بحث کرد (گیدنز، ۱۳۸۶: ۴۵). جامعه‌شناسان اغلب از دو نوع هویت سخن می‌گویند: هویت اجتماعی و هویت شخصی. هویت‌های اجتماعی نشان‌دهنده شیوه‌های همسانی افراد با یکدیگر هستند. و هویت شخصی به معنای فرآیند رشد و تکوین شخصی است که از طریق آن ما معنای یگانه و منحصربه‌فردی از خویش‌مان و مناسبات‌مان با جهان پیرامون خود خلق می‌کنیم. با پی‌گیری تغییرات هویت شخصی از جوامع سنتی به جوامع مدرن، می‌توان دور شدن از عوامل ارثی و ثابتی را مشاهده کرد که پیش از این، شکل‌گیری هویت را هدایت می‌کردند.

به باور آنتونی گیدنز «در دنیای امروز، ما فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای ساختن خویش‌مان و آفریدن هویت‌های مختص به خودمان در اختیار داریم. ما خود بهترین مرجع و منبعی هستیم که می‌توانیم تعریف کنیم که چه کسی هستیم، از کجا آمده‌ایم، و به کجا می‌رویم. اکنون که علایم و نشانه‌های سنتی کمرنگ‌تر شده‌اند، دنیای اجتماعی مجموعه سرسام‌آوری از انتخاب‌های مربوط به کیستی، چگونه‌زیستن و چه کاره بودن را پیش روی ما می‌گذارد - بدون آن‌که سرنخی درباره انتخاب‌هایی که باید بکنیم به ما بدهد. تصمیم‌هایی که ما در زندگی روزمره خود می‌گیریم - درباره چگونه لباس پوشیدن، چگونه رفتار کردن و چگونه وقت گذراندن - به شکل‌گیری کیستی ما می‌انجامد. دنیای مدرن ما را وادار می‌کند تا خویش‌مان را بیابیم» (گیدنز، ۱۳۸۴: ۴۸). از سویی، در دنیای پست‌مدرن امروز، مفهوم هویت بسیار پیچیده‌تر از دنیای مدرن است. انسان، امروزه با خواسته‌های زیادی روبه‌رو است که در گذشته برایش بیگانه بوده است، مفهوم متعارف هویت هم دستخوش دگرگونی‌های گوناگون شد. به‌عنوان مثال پست‌مدرنیسم به تأثیر از هربرت مید هویت را امری نسبی تعریف کرد. هربرت مید، با عنوان کردن مفهوم نسبیت، هرگونه تصور موقعیت و فضا و زمان مطلق را در هم ریخت. بنابراین هویت امری نسبی است و هر کس در فضا و زمان خاص هویتی متفاوت از خود نشان می‌دهد (چینی، ۱۳۹۰: ۴۲). اگر روزگاری هویت‌های مردم عمدتاً با عضویت آنها در گروه‌های اجتماعی بزرگی شکل می‌گرفت که محدود به طبقه یا ملیت بود، اکنون این هویت‌ها چندوجهی‌تر و بی‌ثبات‌تر هستند.

بریکولاژ شدن هویت (۱) یکی از بهترین تعبیری است که می‌توان برای توضیح این نوع تلقی از هویت بکار برد. این تعبیر که توسط یکی از صاحب‌نظران گفتمان‌های

معارض این دوره برای وضع هویتی دوران مابعد تجدد مورد استفاده قرار گرفته، هویت را نظیر پارچه‌های چهل تکه‌ای نشان می‌دهد که تنها عامل وحدت و یکپارچگی آن، مقاصد یا انتخاب‌های دوزنده آنست. در نهایت از آنجایی که در اینجا هویت چهل‌لایه و دوزنده، خود انسان است، معنای آن اینست که گفتمان‌های هویتی این دوران «خود»ی کاملاً متجدد را نیز فرض می‌گیرند (کچویان، ۱۳۸۷: ۲۱۰).

این روایت‌های گوناگون مستتر در شیوه‌های زندگی، ارتباط‌های مختلفی میان جفت‌های (دوگانگی‌های) متضاد اساسی ساختاری، برقرار می‌کنند. اینان روایت‌های مختلفی از ارتباط میان زندگی / مرگ، زن / مرد، زمان دور / زمان نزدیک، ایران / اسلام، ایران / غرب و... دارند. شیوه‌های متفاوت و گاه متباین زندگی ایرانی، جهان‌های متفاوت ایرانی‌اند. جهان‌هایی که در آنها اهمیت عناصر مختلف زندگی، متفاوت است. این جهان‌ها با وجود تمام این تفاوت‌ها ایرانی‌اند، چرا که حاصل امتزاج و پیوند میان جریان‌های مختلف فرهنگی در بستر تجربه ایرانیان هستند. هم‌چنین همه آنها پیوندی، التقاطی و دورگه‌اند (رجایی، ۱۳۸۶: ۷۸). جوانان ایرانی نیز متأثر از تحولات کلان فرهنگی - اجتماعی، ملی و فراملی و هم‌چنین متأثر از جایگاه‌های اجتماعی متفاوت خود در عرصه شیوه زندگی، گرایش‌های متعددی صورت داده‌اند که شناخت این صور متعدد و متنوع برای شناخت تحولات فرهنگی بسیار ضروری است (شالچی، ۱۳۸۶: ۹۳). در این میان، اهمیت قشر دانشجوی به مثابه نقطه کانونی مسأله هویت، دست‌کم از نگاه نسل بزرگسال و برنامه‌ریز جامعه یک واقعیت است. دانشجویان در مرکز فرایند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر جوانی، از یک‌سو فضای دانشگاه و سایر متعلقات آن که بیشتر موافق تغییر و تحول ویژگی‌های هویتی است، دانشجویان را با ویژگی‌های هویتی جدید آشنا می‌کند و از سوی دیگر، نه تنها در فضای دانشگاه بلکه در بدنه فرهنگی جامعه بزرگ‌تر، معمولاً انتظار این همانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آنان دارد. این وضعیت نامتعادل نه تنها چالش‌های هویتی را می‌آفریند بلکه در بیشتر اوقات به بروز هویت‌های ترکیبی و دورگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه و حتی خود نظام آموزش عالی نیز متفاوت است. به عبارت بهتر جوان بودن دانشجویان به اضافه چندگانه شدن زیست جهان‌های آنها (به قول برگر)، تاثیرات رسانه‌ای مدرنیته (به گفته گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه‌های پست مدرنی) ترکیب‌های خاص هویتی دانشجویان را سبب می‌شود (صدیق سروستانی و قادری، ۱۳۸۸: ۳۵). در این موقعیت هویتی پیوندی،

عناصر مختلفی از گفتمان‌های مختلف سنت (مانند مذهب)، مدرنیته (مانند ملی‌گرایی) و پست مدرنیته (مانند سبک زندگی) دیده می‌شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه بدنه دانشجویی با بدنه اصلی جامعه می‌شود.

باید اذعان کرد، علی‌رغم مطالعات متعددی که در ایران (احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۷۹؛ گل محمدی، ۱۳۸۰؛ ابادری و چاوشیان، ۱۳۸۱؛ مقدس و خواجه‌نوری، ۱۳۸۴؛ فرتاش و حجازی، ۱۳۸۵؛ ربانی و شیرینی، ۱۳۸۸؛ عبداللهی و بلوردی، ۱۳۹۰)، در مورد مفهوم هویت صورت گرفته اما مطالعاتی که به طور سیستماتیک و منظم به بررسی میزان و عوامل مؤثر بر چند لایه بودن هویت در میان دانشجویان پرداخته باشند، بسیار معدود و اندک هستند. این خود شاهدی بر این مدعاست که در سال‌های اخیر توجه چندانی از سوی محققان به شناخت و بررسی عوامل مؤثر بر این پدیده اجتماعی، در بین جوانان به‌طور عام و قشر دانشجو به‌طور خاص، نشده است. چرا که دانشگاه به‌عنوان یک نهاد آموزشی با آموزه‌های مدرن یکی از اساسی‌ترین نهادهای تأثیرگذار بر حوزه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در تاریخ ایران معاصر است. ما معتقدیم دانشجویان ایرانی هویتی دارند که ابعاد مختلفی دارد و بسته به وزن هر کدام از این ابعاد، سازه هویتی آنها رنگ و روی خاصی خواهد داشت. ضمن این‌که به دلیل تغییرات فردی و جمعی، این شاکله هویتی ثابت نبوده و در حال تغییر است. به یاد داشته باشیم که یکی از عوامل مؤثر در این تغییر خود، ویژگی جوان بودن است. جوانی دوره یادگیری و تغییر است و تغییرات هویتی نیز امری طبیعی است زیرا به نظر می‌رسد بعد از سنین جوانی ویژگی‌های هویتی نیز ثبات بیشتری می‌یابند.

بنابراین با توجه به توضیحات بالا، پیش فرض پژوهش حاضر این است که چنانچه تفاوت‌هایی در میزان چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان وجود داشته باشد، عوامل اجتماعی می‌تواند متمایز کننده آنها از یکدیگر باشند. بنابراین سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل اجتماعی مؤثر بر چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان کدامند؟ و ارتباط هر کدام از این عوامل با میزان چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان چگونه است؟

چهارچوب نظری تحقیق

فرایند جهانی شدن از رهگذر دگرگون کردن شالوده‌های نظری رویکردهای سنتی، فرایند هویت‌سازی را دستخوش تحولات جدی نموده است (آخوندی، ۱۳۸۴: ۱۴۱). بر

این اساس جهانی شدن در حوزه فرهنگ نتایج و پیامدهایی دارد که در قالب سه روایت از جهانی شدن به تفصیل بررسی خواهد شد:

جهانی شدن به روایت یکسان سازی فرهنگ‌ها (مخالفان جهانی شدن): مطابق با این برداشت، جهانی شدن فرایند هژمونیک اشاعه جهانی اشکال فرهنگی است که اثرات یکسان بر همه فرهنگ‌های گیرنده دارند (شکوری، ۱۳۸۵: ۱۶۷).

جهانی شدن به روایت چندپارگی فرهنگ‌ها: در تقابل با روایتی که جهانی شدن را همگون سازی و یک شکل کردن جهان تحت لوای اندیشه و باور خاصی می‌نمود، این روایت را می‌توان ذکر کرد که جهانی شدن به لایه لایه شدن و خاص گرائی‌های ملی، محلی و بومی خواهد انجامید. از پیامدهای مهم این برداشت، می‌توان به گریز از گفت‌وگو و داد و ستد اجتماعی، فرهنگی و هویت یکپارچه محلی اشاره کرد (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۵۸).

جهانی شدن به روایت دیالکتیکی و عام‌گرایی فرهنگ‌ها (موافقان جهانی شدن): طبق این نگرش می‌توان محلی زندگی کرد و جهانی اندیشید. آنتونی گیدنز نیز معتقد است که جهانی شدن پدیده‌ای دیالکتیک بوده و هست و این به مقوله عاملیت برمی‌گردد که ما عاملان این فرآیند هستیم، بر این اساس هم‌زمان تحت تأثیر آن قرار داریم و زندگی مان به کلی با آن تغییر می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۹).

در این میان، رسانه‌ها و فناوری اطلاعاتی از عوامل مؤثر در چند لایه بودن هویت است. از نظر پستمن نیز، خصلت لگام گسیخته تکنولوژی فوق‌مدرن به خلع ید انسان و اجتماع انسانی در این روند منجر شده و نهایتاً نظام ایمنی، سیستم کنترل و قدرت دفاع فرهنگی در برابر هجوم بی‌امان داده‌های اطلاعاتی و تکنولوژیک متلاشی می‌شود. «تکنوپلی» نظامی است که در آن تکنولوژی به‌ویژه تکنولوژی‌های ارتباطی جای هر باور، قدرت، ارزش و اخلاقی را می‌گیرد و جامعه را به قربانگاه معنویت و اخلاق می‌برد. فرهنگ در اینجا اعتبار و تشخیص خود را در تکنولوژی جست‌وجو می‌کند. ارضای امیال و کامیابی خود را از تکنولوژی طلب می‌کند و به دست می‌آورد و بالاخره این فرهنگ دستورالعمل‌های خود را از تکنولوژی می‌گیرد. به نظر وی رشد و نمو تکنوپلی زمانی امکان‌پذیر می‌شود که سیستم ایمنی و سازمان تدافعی مقابله با اطلاعات از هم فروپاشد (پستمن، ۱۳۸۶: ۱۰۱).

در این راستا دیوید رایزمن نیز الگوهای اجتماعی‌کننده جامعه را مسئول از خود

بیگانگی فرد می‌داند. به نظر وی انسان توده‌ای تنها منفعل و تأثیرپذیر است و وسایل ارتباط جمعی به‌طور دائم بر او اثر می‌گذارد تا وادارش کند با جماعت، هم‌رنگ شود (ساروخانی، ۱۳۶۸: ۱۰۰). بنابراین، رسانه‌ها از طریق ارائه و القای الگوهای مختلف و پیام‌های گوناگون و به نمایش در آوردن فرهنگ و اندیشه‌های مختلف، هویت منسجم و ثابت گذشته را در هم می‌ریزند و هویتی چند لایه ایجاد می‌کنند. انسان مدرن در مقایسه با جامعه سنتی به منابع معرفتی بیشتری دسترسی دارد. رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی این منابع را در اختیار بشر امروز قرار می‌دهند و از طریق تسهیل ارتباطات فردی و اجتماعی، تفکرات و اندیشه‌های گوناگون، فرصت ظهور و حضور در عرصه جهانی پیدا می‌کنند. آدمی دیگر در چارچوب یک ساختار خاص محدود نیست و آزادی بیشتری در کسب دانش و اطلاعات دارد. لذا هویت سنتی تک‌منبعی به هویت مدرن چندمنبعی و چهل‌لایه مبدل شده است (صائمی، ۱۳۸۹: ۲).

از نظر مایکل بریک عضویت در یک خرده‌فرهنگ لزوماً عضویت در طبقه خرده‌فرهنگی را می‌طلبد و خرده‌فرهنگ ممکن است ضد و یا در جهت طبقه فرهنگی باشد. خرده‌فرهنگ‌ها برای اعضای آنها به این معنا است که آنها یک راه‌حل برای آشفتگی ساختاری از طریق ثبات هویت به دست آمده - انتخاب فاکتورهای اصلی خارج از مفاهیم وابسته با هویت تعریف شده که با کار، خانه یا مدرسه توضیح داده می‌شود - پیشنهاد می‌کنند. بریک پیشنهاد می‌کند که اکثر جوانان بدون درگیری مشخص در خرده‌فرهنگ‌های منحرف زندگی را سپری می‌کنند. او می‌گوید نقش خرده‌فرهنگ جوانی فاکتورهای نمادینی را شامل می‌شود که جوانان برای ساختاربخشی هویت خارج از زنجیره طبقه و تحصیلات از آن استفاده می‌کنند. وی معتقد است، شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها نتیجه تلاش جوانان برای رفع مشکلات ساختاری و ارائه جایگزین فرهنگی و تفسیری آنهاست که می‌تواند با رشد تحصیلی از راه‌های معقول‌تری بهره بگیرد. به عبارت دیگر از نظر وی، با افزایش تحصیلات و آگاهی افراد، و با مقایسه با گروه همسالان و مرجع، احساس محرومیت نسبی در بین آنها گسترش و به موازات آن تلاششان نیز برای رسیدن به اهداف شخصی و سودهای حاصل از آن افزایش خواهد یافت. بدین معنی که با افزایش تحصیلات از میزان چند لایه بودن هویت آنها کاسته خواهد شد. به بیان دیگر چون چند لایه بودن هویت در پاسخ جوانان به مشکلات هویتی آنها شکل می‌گیرد این روند با افزایش میزان تحصیلات کاهش خواهد داشت (چینی، ۱۳۹۰: ۶۸).

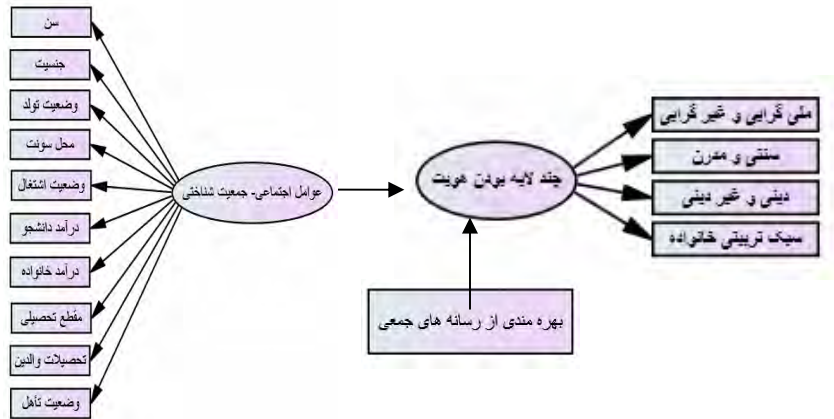
هم‌چنین مطالعات و پژوهش‌های داخلی در سال‌های اخیر (آزاد ارمکی و شالچی، ۱۳۸۴؛ ذکایی و ارانجی، ۱۳۸۴؛ رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵؛ احمدیان، ۱۳۸۵؛ شکوری، ۱۳۸۵؛ برزویی، ۱۳۸۶؛ نسترن، ۱۳۸۶؛ صدیق سروستانی و قادری، ۱۳۸۸؛ ایمان و بوستانی، ۱۳۸۹؛ چینی، ۱۳۹۰) که به بررسی روابط بین متغیرهای جنسیت، سطح تحصیلات و سن و هم‌چنین برخی از متغیرهای اجتماعی مانند مصرف رسانه‌های جمعی با وضعیت هویت‌یابی جوانان پرداخته بودند، بیانگر آنست که متغیرهای دموگرافیکی افراد و هم‌چنین متغیرهای اجتماعی مانند رسانه‌های جمعی با وضعیت هویت‌یابی آنان رابطه معناداری دارد.

در جمع‌بندی نهایی، با مرور نظریه‌ها و پژوهش‌های مرتبط با چند لایه بودن هویت مشخص شد که هر یک از نظریه‌ها به بخشی از عوامل مؤثر بر هویت‌خواهی جوانان توجه کرده‌اند. ضمناً در مورد تبیین چند لایه بودن هویت براساس متغیرهای دموگرافیکی علاوه بر مرور پیشینه نظری، از سابقه پژوهش‌های مرتبط با هویت در بین جوانان، جهت تدوین چارچوب نظری و طرح فرضیات تحقیق، استفاده شد.

فرضیات تحقیق

- بین سن و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین جنس و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت تأهل و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت تولد و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین محل سکونت و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت اشتغال و میزان چند لایه بودن هویت و رابطه وجود دارد.
- بین درآمد خود دانشجوی و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین درآمد ماهیانه خانوار و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین مقطع تحصیلی دانشجوی و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات والدین و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.
- بین میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی و میزان چند لایه بودن هویت رابطه وجود دارد.

مدل نظری تحقیق



روش تحقیق

در این تحقیق به لحاظ مفهومی از روش مطالعه اسنادی، و از حیث تجربی برای بررسی متغیرها، تحلیل و آزمون فرضیه‌ها، از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخته بوده است که ابتدا پرسش‌نامه تحقیق مورد پیش‌آزمون قرار گرفته و با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسش‌های چندگزینه‌ای و نیز پرسش‌هایی که در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته‌اند محاسبه شده است. پس از اصلاحات لازم با استفاده از نظرات اساتید و متخصصان علوم اجتماعی، مجدداً داده‌ها از طریق پرسش‌نامه نهایی جمع‌آوری شده است (اعتبار صوری) و آلفای کرونباخ برای آنها محاسبه گردیده است که در مجموع پایایی محاسبه شده برای هر کدام از پرسش‌ها، ابعاد چند لایه بودن هویت و شاخص کلی هویت چند لایه در جدول شماره (۱) گزارش شده است. پردازش و تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (مشمول بر آزمون‌های همبستگی پیرسون، آزمون تفاوت میانگین‌ها برای گروه‌های مستقل (T-test)، و رگرسیون چندمتغیری و به کمک نرم‌افزار SPSS انجام گرفته است.

جمعیت آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دانشگاه صنعتی بابل در سال ۱۳۹۱ تشکیل

می‌دهند. برای برآورد حجم نمونه، ابتدا یک مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری انجام گرفت تا پراکندگی صفت مورد مطالعه (میزان چند لایه بودن هویت) مشخص گردد و سپس با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و دقت احتمالی ۰/۰۵، حجم نمونه ۲۵۰ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی ساده بوده است. واحد تحلیل و نیز واحد مشاهده فرد است.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

هویت بریکولاژ (هویت چند لایه): مقصود از «بریکولاژ» اصطلاحی است که نخستین بار جورج زیمل بکار برد و عبارتست از این‌که کنش‌گران اجتماعی با دقت و از اجتماعات مختلف محلی، ملی و فراملی چیزهایی را برمی‌گزینند و هویت آنها تصاویر رنگارنگی از این قطعات انتخابی می‌شود. در این پژوهش چند لایه بودن هویت در قالب چهار سنجه (بعد) ملی‌گرایی و غیرگرایی با ۶ گویه؛ سستی و مدرن با ۵ گویه؛ نوع خانواده (پدرسالارانه یا دموکراتیک) با ۵ گویه؛ و دینی و غیردینی با ۵ گویه، مورد سنجش قرار گرفته است. لازم به توضیح است که برای سنجش چند لایه بودن هویت به‌طور کلی، از طیف پنج درجه‌ای برش قطبین استفاده شد. که در نهایت با تغییری در آن نمره‌گذاری شده و جمع نمره هر کدام از افراد معین گردید. بر این اساس، برای محاسبه میزان هویت چند لایه، در قالب طیف برش قطبین از گویه‌های متفاوت و متضاد استفاده شد. نمره ۳ نشانگر نظر برابر پاسخگو به هر دو گویه متفاوت یا متضاد است. دامنه نمرات نیز بین ۲۱ تا ۱۰۵ بود، به نحوی که کمترین نمره برابر با ۲۱ و بیشترین نمره برابر ۱۰۵ و میانگین نمرات بر روی این مقیاس برابر با ۶۳ است. این نحوه کار با استفاده از طیف برش قطبین برای سنجش تمام خرده مقیاس متغیر وابسته (چند لایه بودن هویت)، به جز بعد سبک تربیتی خانواده که بر روی طیف پنج درجه‌ای لیکرت سنجیده شد، مورد استفاده قرار گرفت.

ملی‌گرایی و غیرگرایی: غرور ملی یا به عبارتی ملیت‌گرایی دلالت بر نوع نگرش و غلظه پاسخگویان به سرزمین و هم‌وطنان خود و نیز میزان آمادگی آنها برای انجام وظیفه دفاع از آن دارد (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۶۹). برای سنجش ملیت‌گرایی یا غیرگرایی از گویه‌های زیر در قالب طیف برش قطبین (بسیار کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، بسیار زیاد=۵) استفاده شد.

سستی و مدرن: اساساً جریان تاریخ در دوره جدید متأثر از جریان تجدد و مدرنیته

است. مدرنیته مفهومی پیچیده است. مدرن همواره در تقابل با مفهوم سنت قرار می‌گیرد. مدرن به معنای تازه و کهن به معنای گذشته است. اصل مدرنیته به معنای همواره به پیش رفتن و در عین حال فراخواندن نو و کنار گذاردن کهنه است. «سنت» یکی از غیریت‌های اساسی مدرنیته است. به‌طور کلی با ظهور مدرنیته، مفهوم سنت و جامعه سنتی پدیدار شد و خلق این مفهوم لازمه خودفهمی مدرنیته بوده است. از این طریق انسان و جامعه انسانی دو پاره می‌شود، سنتی و مدرن؛ آنچه مدرن نیست، سنتی است. مفهوم جامعه سنتی از نیازمندی‌های ایدئولوژیک مدرنیته برای خودشناسی برخاسته است (رضوی‌زاده، ۱۳۸۷: ۳ و ۵). از طریق گویه‌های زیر در قالب طیف برش قطبین (بسیار کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، بسیار زیاد=۵) اندازه‌گیری شد.

نوع (سبک تربیتی) خانواده: در خصوص روش‌های تربیتی مطالب زیادی نوشته شده است که به‌طور کلی به سه شیوه تربیتی ملازم با سه نوع والدین، تقسیم می‌شوند. یعنی سبک تربیتی مستبدانه، سبک تربیتی مقتدرانه و سبک تربیتی آسان‌گیر. در شیوه مستبدانه، پدر فقط حرف خود را معیار می‌داند و بسیار سخت‌گیر است، در شیوه تربیتی سهل‌گیرانه فرزندان به حال خودشان رها می‌شوند و نهایتاً در شیوه تربیتی مقتدرانه که بنیابین و بهترین شیوه است، هم به فرزندان میدان داده می‌شود و هم زیر نظر گرفته می‌شوند (یوسفی، ۱۳۸۳: ۱۵۰). منظور از نوع خانواده در اینجا منظور سبک مقتدرانه و سهل‌گیرانه است. برای سنجش این مفهوم از طریق گویه‌های زیر در قالب طیف لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، موافق=۳، کاملاً موافق=۴) استفاده شد.

دینی و غیردینی: در این پژوهش منظور از دینی و غیردینی بودن، کم‌رنگ شدن یا نشدن معنویت‌گرایی و خدا‌باوری و به عبارتی دین‌داری در بین افراد جامعه است. به عبارت دیگر می‌توان دین‌داری را شناخت و باور به پروردگار یکتا، انبیاء، آخرت و جهان هستی در جهت قرب به خدا و التزام و عمل به وظایف دینی، تعریف کرد (یوسفی، ۱۳۸۳: ۱۵۲). در این پژوهش متغیر دینی یا غیردینی بودن جوانان را حول محور معنویت‌گرایی و دینداری از طریق گویه‌های زیر در قالب طیف برش قطبین (بسیار کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، بسیار زیاد=۵) اندازه‌گیری شد.

وسایل ارتباط جمعی: پیشگامان پژوهش در وسایل ارتباط جمعی، هر کدام تعریفی از وسایل ارتباط جمعی ارائه داده‌اند، به‌طوری که فراوانی تعریف‌ها و تشابه زیاد آنها، عمل‌گزینش را بسی دشوار می‌سازد. ولی از میان تعریف‌های موجود، آنچه در زیر می‌آید از همه کامل‌تر به نظر می‌رسد: اصطلاح [وسایل] ارتباط جمعی مشخص‌کننده

آن نوع از وسایل ارتباطی است که هدف برقراری رابطه با یک مخاطب یا گروه کوچکی نیست، بلکه جمع را در نظر دارد (کازنو، ۱۳۶۵: ۲۱).

برای سنجش این بعد، از پاسخ‌گو بر روی طیف پنج درجه‌ای لیکرت (خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵)، پرسیده شد، تا چه اندازه از وسایل ارتباط جمعی زیر استفاده می‌کند:

اینترنت، تلویزیون، رادیوهای داخلی، رادیوهای خارجی، روزنامه و مجله، ماهواره، انواع نرم‌افزارها، سینما.

مجموع امتیاز پاسخگو از گویه‌های مختلف بیانگر میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی وی است.

متغیرهای دموگرافیکی: شامل، سن، جنسیت، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال و مقطع تحصیلی دانشجویان، میزان درآمد خود دانشجوی، میزان درآمد ماهیانه خانواده، وضعیت تولد، محل سکونت، میزان تحصیلات پدر و مادر، که جزء عوامل تأثیرگذار بر چند لایه بودن هویت در نظر گرفته شده‌اند.

جدول شماره ۱: گویه‌های مرتبط با سنجش ابعاد چند لایه بودن هویت (به ترتیب؛ بعد ملی‌گرایی و غیرگرایی، سنتی و مدرن بودن، و دینی و غیردینی بودن) بر روی طیف برش قطبین

	کاملاً مخالف	مخالف	بی‌نظر	موافق	کاملاً موافق	
	۱	۲	۳	۴	۵	
اما اگر با زندگی در کشورم نتوانم به اهداف خود برسم حتماً آن را ترک خواهم کرد.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ما باید در راه آبادانی کشورمان ایران تلاش کنیم
اما پرچم کشورم برایم قداست خاصی ندارد	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ایران وطن من است و من آن را دوست دارم
اما کسب موفقیت در زندگی فردی و رسیدن به اهداف شخصی برایم در اولویت است	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	موفقیت کشورم در عرصه‌های مختلف برایم مهم است
اما حاضر به ترک وطن خود نیستم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	کشورهای پیشرفته را از هر نظر بهتر از کشور خود می‌دانم

امروزه مهم نیست متعلق به کدام کشوری هستیم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	اما من به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنم
حفظ تمامیت ارضی کشورم برایم مهم است	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	اما اگر جنگی در بگیرد حاضر به ایستادگی تا پای جان نیستم
به نظر من رعایت آداب و سنن مهم است	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	اما برخی از آداب و رسوم موجود در جامعه دست و پاگیر است
می‌دانم که غذاهای سنتی برای سلامتی مفیدتر هستند	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	اما بیشتر از فست فود و غذاهای آماده استفاده می‌کنم
طب جدید را بیشتر از طب سنتی قبول دارم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ولی اگر قرار باشد دارو بخورم، داروهای گیاهی را ترجیح می‌دهم
عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنت از ضروریات زندگی امروز است	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ولی من دوست دارم زندگی خالی از فضاهای مجازی به سبک گذشتگان داشته باشم
نمی‌خواهم برخلاف عرف جامعه خود عمل کنم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ولی برایم مهم است که طبق آخرین مدهای موجود لباس بپوشم
حجاب و حدود آن باید کاملاً رعایت شود.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	این که مقداری از موی سر پیدا شود اشکالی ندارد.
به‌عنوان یک مسلمان مطلقاً مشروبات الکلی استفاده نمی‌کنم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	برای همراهی با جمع مصرف گاهی مشروبات الکلی اشکالی ندارد
دین اسلام را قبول دارم و تمام واجبات را انجام می‌دهم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	از نظر من نیت و دل انسان مهم است، رعایت همه احکام دینی ضرورتی ندارد
شرکت در مراسم‌های مذهبی تا پاسی از شب را دوست دارم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ممکن است نماز صبحم قضا شود
دین را باید به حوزه‌ی سیاسی و اجتماعی وارد کرد	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	نمی‌توان انتظار داشت در همه مسائل این حوزه‌ها پاسخ‌گو باشد

جدول شماره ۲: مؤلفه‌های سنجش سبک تربیتی خانواده

گویه‌ها
معمولاً پدرم در تصمیماتی که در خانه گرفته می‌شود نظر دیگر اعضا را نمی‌خواهد.
گاهی اوقات مخالفت با تصمیماتی که پدرم در امور زندگی می‌گیرد بی‌فایده است.
به‌طور کلی پدر یا مادرم کمتر به نظرات فرزندان در زندگی توجه دارند.
اگر پدر و مادرم قصد انجام کاری را داشته باشند در اکثر مواقع با یکدیگر مشورت می‌کنند.
در گرفتن تصمیمات زندگی خانوادگیمان، نظرات مادرم و فرزندان برای پدرم بسیار مهم است.

جدول شماره ۳: ابعاد چند لایه بودن هویت و میزان پایایی هر کدام با استفاده از آلفای کرونباخ

میزان آلفای کرونباخ	تعداد گویه	ابعاد
۰/۶۷	۶ گویه اول طیف برش قطبین	ملی‌گرایی و غیرگرایی
۰/۶۸	۵ گویه دوم طیف برش قطبین	سنتی و مدرن بودن
۰/۷۸	۵ گویه سوم طیف برش قطبین	دینی و غیر دینی بودن
۰/۷۲	۵ گویه جدول (۲)	سبک تربیتی خانواده
۰/۷۳	۲۱	چند لایه بودن هویت

یافته‌های تحقیق

شاخص‌های آماری سن پاسخ‌گویان حاکی از آن است که متوسط میانگین سنی پاسخ‌گویان نزدیک ۲۳ سال ($M=22/60$) است. کوچک‌ترین سن عنوان شده ۱۸ و بالاترین سن هم ۳۶ سال است. متوسط انحراف معیار سن پاسخ‌گویان برابر ۲/۸۸ سال است. یافته‌ها نشان داد که ۷۷/۶ درصد از پاسخ‌گویان را مردان و ۲۱/۲ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. هم‌چنین به لحاظ وضعیت تأهل، ۸۸/۸ درصد از پاسخ‌گویان، مجرد و تنها ۱۰/۴ درصد از آنان متأهل هستند. به لحاظ میزان تحصیلات، ۲ درصد از پدر دانشجویان، بی‌سواد؛ ۱۲/۴ درصد ابتدایی و راهنمایی؛ ۲۴/۴ درصد دبیرستان؛ ۴۷/۶ درصد کاردانی و کارشناسی و ۱۱/۶ درصد تحصیلاتی در سطح کارشناسی ارشد و دکتری دارند. هم‌چنین ۱/۶ درصد دانشجویان، تحصیلات مادرشان بی‌سواد، ۲۲/۸ درصد آنها ابتدایی - راهنمایی، ۲۸/۴ دبیرستان، ۴۲ درصد کاردانی - کارشناسی و ۲/۴ درصد آنها تحصیلاتی در سطح کارشناسی ارشد و دکتری داشتند. ۷۳/۲ درصد از پاسخ‌گویان در

مقطع تحصیلی کارشناسی؛ ۱۷/۲ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و تنها ۴/۴ درصد در مقطع تحصیلی دکتری قرار داشتند. ۵/۲ درصد نیز مقطع تحصیلی خودشان را ذکر نکردند. ۱۲/۴ درصد از پاسخ‌گویان شاغل و ۸۱/۲ درصد غیرشاغل بودند. ۶/۴ درصد نیز وضعیت اشتغال خود را اعلام نکرده‌اند. براساس یافته‌های بدست آمده درآمد گروه خود پاسخگویان میانگین بدست آمده ۵۰۰۰۰۰۰ هزار تومان می‌باشد. براساس یافته‌های بدست آمده درآمد خانواده پاسخگویان میانگین بدست آمده ۱۰۰۰۰۰۰۰ تومان می‌باشد. هم‌چنین یافته‌ها نشان داد که ۷۶ درصد از پاسخ‌گویان بومی و ۱۸/۸ درصد غیربومی هستند. ۹۰/۸ درصد از پاسخ‌گویان ساکن شهر و تنها ۶/۸ درصد از آنان ساکن روستا هستند. یافته‌ها نشان داد که متوسط میزان مصرف وسایل ارتباط جمعی در بین دانشجویان برابر ۵۱/۱۲ بر روی مقیاس صفر تا صد و در حد متوسط است. هم‌چنین متوسط میزان چند لایه بودن هویت و شاخص‌های آن در بین دانشجویان بر روی مقیاس صفر تا صد در جدول شماره (۴) ارائه شده است.

جدول شماره ۴: مقایسه توزیع پراکندگی نمرات چند لایه بودن هویت و ابعاد آن در بین دانشجویان

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
چند لایه بودن هویت (کلی)	۲۴۵	۵۷/۸۱	۱۲/۱۲
بعد ملی‌گرایی و غیرگرایی	۲۴۶	۴۵/۳۲	۱۷/۵۲
بعد دینی بودن و غیردینی	۲۴۸	۶۷/۳۵	۲۱/۴۴
بعد سنتی یا غیرسنتی بودن	۲۴۷	۶۷/۹۰	۲۰/۹۷
بعد سبک مدیریت خانواده	۲۴۷	۵۱/۲۶	۹/۸۳

براساس اطلاعات مندرج در جدول (۴)، چند لایه بودن هویت براساس چهار شاخص سنجیده شده است. متوسط میزان هر کدام از ابعاد بر روی مقیاس صفر تا صد گزارش شده است. در این میان بالاترین میانگین به بعد سنتی و غیرسنتی با مقدار $(M=67/90)$ اختصاص دارد که بالاتر از حد متوسط است. کم‌ترین میانگین نیز متعلق به بعد ملی‌گرایی و غیرگرایی با مقدار $(M=45/32)$ است. متوسط میزان چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان نیز برابر ۵۷/۸۱ است که در حد متوسط است. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که متوسط میزان چند لایه بودن هویت در دو بعد (سنتی یا غیرسنتی، دینی یا غیردینی بودن) بالاتر از حد متوسط و در دو بعد دیگر پایین‌تر یا در حد متوسط است.

جدول شماره ۵: توزیع پاسخگویان برحسب متغیرهای مختلف و مقایسه میانگین چندلایه بودن هویت

نام متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف معیار	اندازه آزمون تفاوت	sig
جنسیت	زن	۶۴/۲۹	۱۰/۲	۰/۵۰۵	۰/۶۱۴
	مرد	۶۳/۳۸	۸/۰۱		
وضعیت تأهل	مجرد	۶۵/۹۵	۱۲/۲	۱/۱۴	۰/۲۵۴
	متأهل	۶۳/۲۶	۹/۴		
وضعیت تولد	بومی	۶۴/۰۳	۹/۶۲	۱/۳۶	۰/۱۷۳
	غیربومی	۶۱/۴۸	۱۱/۲۳		
محل سکونت	شهر	۶۳/۳۱	۹/۹۴	۱/۱۶	۰/۲۵۹
	روستا	۶۵/۲۳	۵/۲۹		
وضعیت اشتغال	شاغل	۵۹/۲۷	۱۱/۴۴	۲/۴۰	۰/۰۱۷*
	غیرشاغل	۶۴/۴۸	۹/۲۴		

براساس اطلاعات مندرج در جدول شماره ۵. مطابق با آزمون تفاوت میانگین انجام شده ملاحظه می‌شود که میانگین چند لایه بودن هویت زنان برابر ۶۴/۲۹ و میانگین چند لایه بودن هویت مردان ۶۳/۳۸ است که بیانگر بالاتر بودن میزان چند لایه بودن هویت زنان است اما با توجه به سطح معناداری ($sig > 0/05$) این تفاوت از لحاظ آماری معنادار نیست. هم‌چنین اطلاعات حاکی از آن است که میانگین چند لایه بودن هویت افراد مجرد برابر ۶۵/۹۵ و میانگین چند لایه بودن هویت افراد متأهل برابر ۶۳/۲۶ است که بیانگر بالاتر بودن میانگین چند لایه بودن هویت افراد مجرد نسبت به افراد متأهل است اما با توجه به سطح معناداری ($sig > 0/05$) این تفاوت از لحاظ آماری معنادار نیست. البته با کمی تسامح می‌توان در مورد این رابطه چنین توضیح داد که از آنجا که میزان هویت اجتماعی زنان و مردان متأهل بیشتر از میزان هویت اجتماعی زنان و مردان مجرد است، در تحلیل این رابطه می‌توان گفت که تأهل در هویت‌یابی افراد نقش بسزایی دارد، چنانچه افراد با قرار گرفتن در زندگی مشترک می‌توانند بر مشکلات هویتی خود غلبه کنند، که شاید دلیل این امر آن باشد که جوانان متأهل نسبت به جوانان مجرد از تجربه زندگی و مهارت‌های اجتماعی، آگاهی و پختگی و تعلقات اجتماعی بالاتری برخوردار می‌باشند، که احتمالاً هویت اجتماعی ایشان با این موضوعات پیوند خورده است.

هم‌چنین براساس اطلاعات مندرج در جدول بالا مشاهده می‌شود که بین محل سکونت دانشجویان و وضعیت تولدشان با چند لایه بودن هویت تفاوت آماری معناداری وجود ندارد. اما مطابق با آزمون تفاوت میانگین ملاحظه می‌شود که میانگین چند لایه بودن هویت افراد غیرشاغل برابر ۶۴/۴۸ و افراد شاغل برابر ۵۹/۲۷ است که بیانگر بالاتر بودن میزان چند لایه بودن هویت افراد غیرشاغل است و با توجه به سطح معناداری آزمون ($sig < 0/05$) این تفاوت از لحاظ آماری معنادار است. به نظر می‌رسد چون افراد غیرشاغل اوقات فراغت بیشتری دارند و عموماً بیشتر وقت خود را در خانه یا بیرون از خانه با گروه همسالان سپری می‌کنند در نتیجه میان ارزش‌هایی که خودشان بدان معتقدند و ارزش‌های موجود در جامعه احساس تعارض می‌کنند. از طرفی نیز آنها به دلیل حضور بیشتر در میان افراد جامعه بیشتر از انواع مدل‌ها مطلع می‌شوند در نتیجه رفتارهای متناقضی از خود بروز می‌دهند و بیشتر دچار چند لایه بودن هویت می‌شوند.

جدول شماره ۶: نتایج بررسی رابطه متغیرهای مستقل با چند لایه بودن هویت

متغیرهای مستقل	مقیاس	ضریب همبستگی	sig
سن دانشجو	فاصله‌ای	۰/۰۳۷	۰/۳۱۹
درآمد خود دانشجو	فاصله‌ای	۰/۰۴۴	۰/۶۳۸
درآمد ماهیانه خانوار	فاصله‌ای	۰/۰۸۵	۰/۳۲۲
میزان تحصیلات مادر دانشجو	رتبه‌ای	-۰/۲۷۱**	۰/۰۰۰
میزان تحصیلات پدر دانشجو	رتبه‌ای	-۰/۲۰۸**	۰/۰۰۴
میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی	فاصله‌ای	۰/۱۸۱*	۰/۰۱۴

براساس اطلاعات جدول شماره ۶ و مطابق با آزمون ضریب همبستگی پیرسون انجام شده ملاحظه می‌گردد که بین میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی و میزان چند لایه بودن هویت همبستگی مستقیم و معنادار وجود دارد. یعنی هر چه میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی بالاتر رود بر میزان چند لایه بودن هویت نیز افزوده می‌گردد. به عبارتی با بالا رفتن میزان تأثیرپذیری از تبلیغات بر میزان چند لایه بودن هویت نیز افزوده می‌شود. در تحلیل این رابطه می‌توان گفت افزایش تبلیغات و تأثیرپذیری از آن به ایجاد نیازهای کاذب دامن زده و میل به خرید کالا را در مصرف‌کنندگان برمی‌انگیزند که این روند در افزایش چند لایه بودن هویت نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

هم‌چنین یافته‌های جدول بالا نشان می‌دهند که بین تحصیلات والدین دانشجو و چند لایه بودن هویت همبستگی معکوس و معنادار وجود دارد. به عبارتی هر چقدر بر میزان تحصیلات والدین دانشجو افزوده گردد، به همان میزان از چند لایه بودن هویت کاسته خواهد شد. در این میان بیشترین ضریب همبستگی، به متغیر تحصیلات مادر با مقدار $(r=-0/208)$ اختصاص دارد. در تبیین این رابطه به نظر می‌رسد که این مسأله به تربیت خانواده برمی‌گردد یعنی هر چه تحصیلات پدر و مادر افزایش یابد بهتر می‌تواند ارزش‌های مطلوب خانواده را به فرزندان القا کند و فرد کمتر دچار چند لایه بودن هویت می‌شود. در مورد سایر متغیرهای تأثیرگذار (سن، درآمد دانشجو، درآمد خانوار) بر چند لایه بودن هویت، هر چند همبستگی مستقیمی بین آنها با میزان چند لایه بودن هویت وجود دارد، اما این ارتباط با توجه به سطح معناداری $(sig>0/05)$ از نظر آماری معنادار نیستند.

جدول شماره ۷: نتایج آزمون تحلیل واریانس چند لایه بودن هویت بین مقاطع تحصیلی مختلف

نام متغیر	ابعاد	میانگین	اندازه F	sig
مقطع تحصیلی دانشجو	کارشناسی	۶۳/۸۴	۰/۴۳۸	۰/۶۴۶
	کارشناسی ارشد	۶۳/۰۶		
	دکتری	۶۱		

خروجی آزمون تحلیل واریانس جهت مقایسه میزان چند لایه بودن هویت بر حسب مقطع تحصیلی دانشجویان، بیانگر این است که میانگین چند لایه بودن هویت در میان دانشجویان مقطع کارشناسی ۶۳/۸۴، ارشد ۶۳/۰۶ و دکترا ۶۱ می‌باشد که تفاوت معنی‌داری $(Sig= 0/646)$ بین آنها وجود ندارد. بنابراین فرض وجود تفاوت بین مقاطع تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری از نظر میزان چند لایه بودن هویت پذیرفته نمی‌شود. به عبارتی میزان چند لایه بودن هویت در بین گروه‌های تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا، یکسان است.

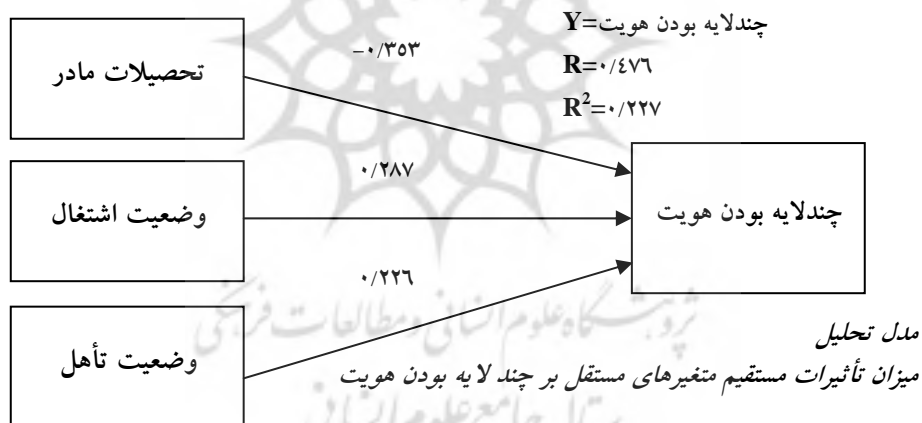
تحلیل عوامل مؤثر بر چند لایه بودن هویت دانشجویان

در این پژوهش برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل معنی‌دار بر متغیر وابسته، از تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره به روش گام به گام استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره (۸) آورده شده است.

جدول شماره ۸: نتایج تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر چند لایه بودن هویت

متغیر	ضریب غیر استاندارد B	ضریب استاندارد شده Beta	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۶۸/۴۶۴	-	۱۵/۶۰	۰/۰۰۰
تحصیلات مادر	-۳/۷۴	-۰/۳۵۳	-۳/۵۲	۰/۰۰۱
وضعیت اشتغال	۸/۳۴	۰/۲۸۷	۲/۷۹	۰/۰۰۷
وضعیت تأهل	۶/۸۵	۰/۲۲۶	۲/۱۹	۰/۰۳۱
$R = ۰/۴۷۶$ $R^2 = ۰/۲۲۷$ $R^2_{Adj.} = ۰/۱۹۷$ $F = ۷/۵۳۹$ $Sig = ۰/۰۰۰$				

همان گونه که در جدول شماره ۸ ملاحظه می شود، نتایج معادله رگرسیونی به روش گام به گام نشان می دهد که با توجه به مقدار F و سطح معناداری معادله در سطح اطمینان ۹۹٪، معادله معنادار است و متغیرهای میزان تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال و وضعیت تأهل رابطه معناداری را با متغیر وابسته (چند لایه بودن هویت) نشان می دهند. این متغیرها دارای ضریب همبستگی چندگانه به میزان $R = ۰/۴۷۶$ با چند لایه بودن هویت هستند و با توجه به مقدار R تعدیل شده ($R^2_{Adj.}$) می توان گفت که متغیرهای موجود که وارد مدل شده اند ۱۹/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کنند. و مابقی تغییرات متغیر وابسته متعلق به متغیرهایی است که در این تحقیق مدنظر قرار نگرفته است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می دهد که تحصیلات مادر با مقدار بتای استاندارد ۰/۳۵۳ بیشتر از بقیه متغیرها بر چند لایه بودن هویت اثر گذار بوده است و بعد از آن وضعیت اشتغال با مقدار بتای ۰/۲۸۷، و وضعیت تأهل با مقدار بتای ۰/۲۲۶ قرار دارند. مدل تحلیل مسیر زیر میزان تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل بر چند لایه بودن هویت را نشان می دهد.



بنابراین با توجه به مدل تحلیلی مشخص می‌شود که متغیرهای تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال و وضعیت تأهل، به‌عنوان متغیرهای کلیدی مؤثر در افزایش و یا کاهش چند لایه بودن هویت می‌باشد.

نتیجه‌گیری

هویت مفهومی چند بُعدی است که تحت تأثیر عوامل اجتماعی گوناگون قرار دارد. به اعتقاد صاحب‌نظرانی که در زمینه هویت به تحقیق پرداخته‌اند، تغییراتی که در دوره گذار از جوامع سنتی به مدرن پدید آمده و وجود دارد، به همراه پدیده‌هایی همچون رشد شهری، صنعتی شدن و فروپاشی شکل‌گیری‌های اجتماعی سابق، موجب کاهش اهمیت و نفوذ قواعد و قراردادهای سنتی و ارثی که پیش از این، شکل‌گیری هویت را هدایت می‌کرده‌اند، شده است و هویت‌ها چندوجهی‌تر و بی‌ثبات‌تر شده‌اند. پیامد چنین امری ظهور و شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌هایی در میان افراد جامعه از جمله جوانان است که در آن فرد بر اثر تضاد بین ارزش‌ها و هنجارهای خود و عرف جامعه، به آنها گرایش پیدا می‌کند. به عبارت دیگر در عصر مدرن هویت انسان امروز هویتی چندگانه است و با فرایند جهانی‌شدن پر رنگ‌تر می‌شود. هویت چند لایه یکی از بهترین تعبیر است که می‌توان برای توضیح این نوع تلقی از هویت به کار برد.

در این راستا هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان فنی و مهندسی دانشگاه صنعتی بابل بوده است. روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده است، جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه صنعتی بابل به تعداد ۳۱۷۸ نفر بوده است که ۲۵۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران به‌عنوان نمونه آماری مورد مطالعه انتخاب شدند. پردازش داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار spss انجام گرفت.

یافته‌ها نشان داد که متوسط میزان چند لایه بودن هویت در بین دانشجویان برابر ۵۷/۸۱ از صد است که در حد متوسط است. هم‌چنین نتایج آزمون مقایسه میانگین نشان داد که بین جنسیت، وضعیت تأهل، محل سکونت و وضعیت تولد با چند لایه بودن هویت رابطه معنادار وجود ندارد که با نتایج پژوهش چاوشیان (۱۳۸۱) هم‌خوان ولی برخلاف نتایج پژوهش چینی (۱۳۹۰) است. هم‌چنین نتایج نشان داد که بین چند لایه بودن هویت افراد شاغل و غیرشاغل تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که

میانگین چند لایه بودن هویت در بین افراد غیرشاغل بالاتر از افراد شاغل است که با نتایج پژوهش چینی (۱۳۹۰) ناهمخوان است.

نتایج جدول همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته نشان داد که بین سن و چند لایه بودن هویت همبستگی معناداری وجود ندارد که با نتایج پژوهش چاوشیان (۱۳۸۱) همخوان و برخلاف نتایج چینی (۱۳۹۰) است. هم‌چنین بین میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی با چند لایه بودن هویت همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد. به عبارتی هر چقدر بر میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی افزوده شود به همان نسبت چند لایه بودن هویت نیز افزایش خواهد یافت. که با نتایج پژوهش روکیچ (۱۹۸۵)؛ پژوهش چینی (۱۳۹۰) همخوانی دارد. این نتیجه هم‌چنین در راستای نظریات مطرح شده درباره تأثیر تبلیغات رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری چند لایه بودن هویت است. از دیگر نتایج پژوهش حاضر این است که بین میزان تحصیلات والدین با چند لایه بودن هویت همبستگی معکوس و معنادار وجود دارد. در این میان مقدار ضریب همبستگی میزان تحصیلات مادر با چند لایه بودن هویت ($r = -0.271$) بیشتر است.

نتایج حاصل از معادله رگرسیونی در میان کل پاسخ‌گویان نشان داد که در مجموع به ترتیب سه متغیر میزان تحصیلات مادر، وضعیت اشتغال دانشجو و وضعیت تأهل دانشجو توانستند ۱۹/۷ درصد از تغییرات چند لایه بودن هویت را تبیین کنند و مابقی تغییرات متغیر وابسته به دلیل پیچیده بودن و چند بعدی بودن این مفهوم و هم‌چنین به حساب نیامدن برخی از متغیرهایی است که بر این متغیر تأثیرگذار هستند. هم‌چنین با توجه به ضرایب بتاهای استاندارد شده ملاحظه می‌شود که میزان تحصیلات مادر با مقدار $\beta = 0.353$ در میان متغیرهای مستقل که در مدل رگرسیونی باقی مانده‌اند، بیشترین تأثیر را در تبیین چند لایه بودن هویت داشته است.

پیشنهادات

- هدایت تبلیغات و رسانه‌های جمعی به سوی شناسایی نیاز واقعی جوانان در سطح ملی و منطقه‌ای. به نظر محققان پژوهش حاضر تبلیغات رسانه‌ای به جای این‌که صرفاً شامل تبلیغات کالاهای لوکس و مصرف‌گرایی باشد بهتر است که نیازهای واقعی جوانان را به خصوص در زمینه فرهنگی و اجتماعی شناسایی کند، شناساندن فرهنگ اصیل ایرانی یکی از این راه‌ها می‌تواند باشد که تغییر محتوای بعضی از کتب درسی به خصوص در دوره ابتدایی، تهیه بازی‌های رایانه‌ای (به خصوص در میان دانشجویان کارشناسی) که متناسب با فرهنگ ایرانی باشد، می‌تواند به این امر کمک کند.

- گسترش میزان سواد و تحصیلات در سطح جامعه خصوصاً والدین کم‌سواد. تحصیلات پدر و مادر تأثیر زیادی در به وجود آمدن چند لایه بودن هویت در میان جوانان دارد. خانواده به‌عنوان مهم‌ترین نهاد جامعه‌پذیری، متأثر از والدینی که از سطوح تحصیلی مناسبی برخوردار باشند، می‌تواند فرزندان و جوانان را در شناخت نیازهای واقعی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی یاری‌گر باشد و زمینه بروز تعارضات ارزشی را در بین فرزندان کاهش دهد.

- طرح و برنامه‌ریزی به منظور ایجاد زمینه اشتغال در بین جوانان و دانشجویان جویای کار. انتظار اغلب کسانی که به سطوح عالی آموزش راه می‌یابند، آن است که در آینده شغلی مناسب بدست آورند. بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی، آثار و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... بر جای می‌گذارد. از این‌روست که این مسأله به توجه و عنایت به موقع برنامه‌ریزان و سیاستگذاران اقتصادی و اجتماعی کشور نیازمند است.

یادداشت‌ها

۱- bricolage این واژه فرانسوی به معنای سرهم‌بندی کردن و از خرده‌ریزها و قطعات مختلف و بی‌مصرف برای تعمیر یا ساختن چیزی استفاده کردن است (سجویک، ۱۳۸۸: ۳۲۳ به نقل از مصلح و پارسا خانقاه، ۱۳۹۰: ۸).

منابع

- آخوندی، مطهره (۱۳۸۴): «بررسی تبادل فرهنگی در روند جهانی‌شدن با تأکید بر هویت ملی»، *فصلنامه علمی - پژوهشی مشرق موعود*، س ۶، ش ۲۱، صص ۱۴۱-۱۵۷.
- آزادارمکی، تقی و شالچی، وحید (۱۳۸۴): «دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره اول، ش ۴، صص ۱۶۳-۱۸۳.
- آزادارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳): *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- ابادزی، یوسف و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱): «از «طبقه اجتماعی» تا «سبک زندگی» رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰، صص ۳-۲۷.
- احمدیان، رضا (۱۳۸۵): «طراحی مدل ساختار هویت‌یابی در جوانان با تأکید بر مؤلفه‌های شناختی»، *مجله اندیشه‌های نوین تربیتی*، دوره سوم، ش ۵۶، صص ۳۶-۵۵.
- احمدی‌پور، زهرا و همکاران (۱۳۸۹): «جهانی‌شدن و هویت ایرانی»، *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ج ۱۵، ش ۱۸، صص ۲۵-۴۰.
- ایمان، محمدتقی و بوستانی، داریوش (۱۳۸۹): «تحلیل کیفی پیوند فراغت و هویت در میان دانش‌آموزان دبیرستانی شیراز»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، ش ۱۶، صص ۱-۳۵.
- برزویی، مهناز (۱۳۸۶): «شناخت هویت دانش‌آموزان براساس جنسیت و رشته تحصیلی آنان در دانش‌آموزان مدارس مقطع متوسطه شهر سمنان»، *مجله اندیشه‌های نوین تربیتی*، ش ۵۰، صص ۱۷۶-۱۸۴.

- بلوردی زهیر، مصطفی و عبداللهی، محمد (۱۳۸۷)؛ «بررسی میزان رشد هویت فردی مدرن در میان دختران نوجوان شهر تهران سال ۱۳۸۷، نمونه مطالعه: مقاطع پیش دانشگاهی»، *مطالعات اجتماعی - روان‌شناسی زنان (مطالعات زنان)*، س ۹، ش ۱، صص ۱۴۳-۱۶۴.
- پستمن، نیل (۱۳۸۴)؛ *تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به تکنولوژی*، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: اطلاعات.
- چاوشیان، حسن (۱۳۸۱)، بدن به مثابه رسانه هویت، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، ش ۵۷، صص ۴-۷۵.
- چینی، نفیسه (۱۳۹۰)؛ *بررسی عوامل مؤثر هویت بریکولاژ با تأکید بر فرهنگ مصرف در بین جوانان شهر اصفهان*، دهقان: دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی.
- ذکائی، محمدسعید و زهرا پورغلام ارانجی (۱۳۸۴)؛ «خرده‌فرهنگ یا مصرف فرهنگی: پژوهشی در بین دختران دانش‌آموز شهر تهران»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال اول، ش ۴، صص ۱-۲۵.
- ربانی، علی و همکاران (۱۳۸۸)؛ «رسانه‌های جمعی و هویت ملی مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، س ۱۶، ش ۲۰ (پیاپی ۸۵)، صص ۶۵-۹۳.
- رجائی، فرهنگ (۱۳۸۶)؛ *مشکل هویت ایرانیان امروز (ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ)*، تهران: نی.
- رحمت‌آبادی، الهام و آقابخشی، حبیب (۱۳۸۵)؛ «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، س ۵، ش ۲۰، صص ۲۳۵-۲۵۶.
- رضوی‌زاده، سیدنورالدین (۹۱/۲/۱۳)؛ *بررسی نظریه‌های ارتباطات و توسعه*؛ wecome.persian.com.
- ساروخانی، باقر (۱۳۶۸)؛ *جامعه‌شناسی ارتباطات جمعی*، تهران: اطلاعات.
- شالیچی، وحید (۱۳۸۶)؛ «سبک زندگی جوانان کافی شاپ»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، س ۱، ش ۱، صص ۹۳-۱۱۶.
- شکوری، علی (۱۳۸۵)؛ «تمایزپذیری و هویت اجتماعی مبتنی بر مصرف: مطالعه موردی جوانان شهر تهران»، *نامه علوم اجتماعی*، س ۱۱، ش ۲، صص ۱۶۷-۱۸۴.
- صائمی، رضا (۹۱/۲/۱۴)؛ *هویت رسانه‌ای*، قابل دسترسی در: www.aftab.ir.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله و قادری، صلاح‌الدین (۱۳۸۸)؛ «ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی هویت دانشجویان بر مبنای مؤلفه‌های سنتی و مدرن»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره دوم، ش ۸، صص ۳۵-۶۵.
- فرتاش، سهیلا و حجازی، الهه (۱۳۸۵)؛ «تفاوت‌های جنسیتی در سبک‌های هویت، تعهد هویت و کیفیت درستی»، *پژوهش زنان*، دوره ۴، ش ۳، صص ۶۱-۷۶.
- کازنو، ژان (۱۳۶۵)؛ *جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی*، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات.
- کجویان، حسین (۱۳۸۷)؛ *تطورات گفتمان‌های هویتی ایران: ایرانی در کشاکش با تجدد و مابعدتجدد*، تهران: نی.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ *جهانی‌شدن فرهنگ و هویت*، تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)؛ *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلائی پور، تهران: طرح نو.
- (۱۳۸۶)؛ *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ اول، تهران: نی.
- مصلح، علی‌اصغر و پارسا خانقاه، مهدی (۱۳۹۰)؛ «واسازی به منزله یک استراتژی»، *متافیزیک (مجله علمی - پژوهشی)*، دوره جدید، س ۳، ش ۱۱ و ۱۲، صص ۵۹-۷۲.
- مقدس، علی‌اکبر و خواجه نوری، بیژن (۱۳۸۴)؛ «جهانی‌شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان بررسی موردی در دو شهر شیراز و استهبان»، *مطالعات زنان*، س ۳، ش ۷، صص ۵-۳۲.
- نسترن، توصیف (۱۳۸۶)؛ *تحول هویت ایرانی در روند جهانی‌شدن*، تهران: دانشگاه تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی.
- یوسفی، نریمان (۱۳۸۳)؛ *شکاف بین نسل‌ها (بررسی تجربی و نظری)*، تهران: جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- Ball, Rokeach, S. J., (1985); *The origins of individual media-system dependency: A sociological framework. Communication Research.*