

## ارائه مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام \*

طاهر سلیمانی<sup>۱</sup>  
علیرضا صامت<sup>۲</sup>  
عباسعلی قیومی<sup>۳</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر که به طراحی و ارائه مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام پرداخته، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، تلفیقی از روش‌های کیفی و کمی است. در مرحله اول از روش کیفی تحلیل محتوا (قیاسی) جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. جامعه آماری در این مرحله، حدود ۸۰ منبع در حوزه هویت فرهنگی جوانان بود که به صورت هدفمند انتخاب شد. در ادامه، متون مطالعه‌شده و گزاره‌های معنادار با سؤالات تحقیق انتخاب گردید و کد مفاهیم مرتبط با موضوع هر پاراگراف استخراج شد؛ سپس کد مفاهیم استخراج‌شده در دسته‌های هم‌مفهوم قرار گرفت. در نهایت برای دسته‌های هم‌مفهوم، نام و عنوان مناسب که بیانگر تم اصلی پژوهش است تعیین شد. پس از آن، جهت تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام از تکنیک دلفی استفاده گردید. در این تحقیق ۱۵ نفر از خبرگان و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های استان ایلام (تمام وقت و حق‌التدریس) در رشته‌های جامعه‌شناسی و مدیریت فرهنگی، به عنوان نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی جهت تعیین روایی مرحله کیفی در نظر گرفته شدند. در پایان مرحله اول، مدل کیفی تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام در ۶ بعد هویت فرهنگی، دیانت، جغرافیای فرهنگی، زبان، حافظه فرهنگی و پوشاک ارائه شد.

در مرحله دوم، جامعه آماری تحقیق را جوانان استان ایلام تشکیل دادند که مطابق اطلاعات سامانه استاندارد محدود ۳۰۰ هزار نفر بودند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر برآورد شد و پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری داده‌های پژوهش در دو سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری (نظیر فراوانی، درصد و میانگین) و سطح استنباطی تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از Spss 22 و Lisrel 8.54 صورت گرفت. معناداری ضرایب و پارامترهای به‌دست آمده ابعاد مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، هویت فرهنگی، دیانت، جغرافیای فرهنگی، زبان، حافظه فرهنگی و پوشاک نشان داد که تمامی ضرایب به‌دست آمده، معنادار هستند.

**واژگان کلیدی:** سیاست‌گذاری فرهنگی، هویت فرهنگی، جوانان، استان ایلام.

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه نویسنده مسئول با نام «ارائه مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام» به راهنمایی دکتر علیرضا صامت و دکتر عباسعلی قیومی و مشاوره دکتر اسماعیل کلوسی است.



## مقدمه

هویت، کلمه‌ای عربی و از نظر لغوی معادل **identity** است که از **identitas** مشتق شده است. در فرهنگ فارسی در ذیل کلمهٔ هویت، این معانی آمده است: ذات باری تعالی (هستی و وجود) و آنچه موجب شناسایی شخص می‌شود (معین، ۱۳۷۱: ذیل واژه). هویت را عمدتاً حقیقتِ ای یا شخص دانسته‌اند که مشتمل بر صفات ماهوی است (بریدول<sup>۱</sup>، ۱۹۹۷: ۱۰۲).

هر نوع وابستگی اجتماعی، نمودار بخشی از ویژگی‌های انسان است. این ویژگی‌ها، معرفت و شناخت ابنای بشر را تسهیل می‌کند (دورکیم، ۱۳۷۳: ۱۲۴). بر این اساس، هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آنها که فرد از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود به دست می‌آورد و در جواب به سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد (هایس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸: ۳۸) و در کل، مفهومی است که در علوم مختلف، فضای مفهومی خاصی دارد (معین، ۱۳۷۱: ۴۸). در فلسفه به معنی کیستی انسان به عنوان یک نوع است و انسان به دنبال صفات و مشخصه‌هایی می‌گردد که او را از سایر پدیده‌های جهان متمایز کند. هر پدیده گرایشی طبیعی به سوی ذات یا گوهر اصلی خود دارد و متوجه اصل خویش است. این اصل قدیم است و هرآنچه از آن پدید می‌آید جدید؛ حتی وجود خود را در مقایسه با قدیم و اصل می‌سنجد و ارزیابی می‌کند (مجتهدزاده، ۱۳۷۸: ۱۴۸). هویت‌ها، پدیده‌هایی فراتاریخی و جدا از اقتصاد، مذهب، ایدئولوژی و تاریخ و جغرافیای خاص خودشان نیستند؛ بلکه این سازه‌های اجتماعی با تکیه بر حافظهٔ جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی به وجود آمده‌اند و تعریف می‌شوند و در طی زمان به طور مجدد تفسیر می‌گردند؛ بنابراین در شکل‌گیری هویت‌ها، ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی، فناوری، اقتصاد و ساختارهای معرفتی، از جمله فرهنگ، زبان، آرمان‌ها، ایدئولوژی و سنت به طور همزمان تأثیر دارند (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۴۹). از طرفی فرهنگ، شناسنامهٔ یک ملت است و هویت فرهنگی، سند تاریخی تلاش‌ها، خلاقیت‌ها و افتخارات و در مجموع فراز و فرودهای افتخارآمیز یا عبرت‌آموز گذشته و حال یک ملت محسوب می‌شود. حفظ هویت فرهنگی هر ملتی در تعامل با سایر فرهنگ‌ها، دغدغهٔ وطن‌دوستانی است که از آب‌شخور آن فرهنگ، سیراب شده و با لالایی آرامبخش و جان‌نواز مام میهن در بستر آن فرهنگ رشد و تکامل فکری و معنوی پیدا کرده‌اند. آنچه هر جامعه را از جوامع دیگر تمیز می‌دهد، خصوصیات است که شناسنامهٔ فرهنگی آن جامعه به حساب می‌آید. تاریخ و گذشتهٔ تاریخی، وطن و سرزمین، نیاکان، باورها، زبان، عقاید، دین و اسطوره‌های مذهبی، حماسه‌ها، هنر و ادبیات کهن، نژاد، قومیت و سنن قومی عناصری هستند که «هویت فرهنگی» هر جامعه را می‌سازند (روح‌الامینی، ۱۳۷۹: ۸۶).

فرهنگ در طیف وسیعی از اعمال، گفتارها و اشیاء معنادار و نمادین خود را نشان می‌دهد که افراد به اعتبار آنها با هم ارتباط برقرار می‌کنند و تجربیات، مفاهیم و باورهای مشترکی به دست می‌آورند و به مثابه سبک زندگی ارزیابی می‌شود و در حوزه‌های مختلفی مانند فرهنگ عمومی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی و فرهنگ عامه قابل شناسایی است (تامپسون، ۱۹۹۹: ۱۳۲). در تعبیر نهایی می‌توان گفت که فرهنگ، مجموعه‌ای از دانستنی‌ها، باورها، هنرها، اخلاق، قوانین، آداب و رسوم، گرایش‌ها، قابلیت‌ها و عادت‌های روزانه است که در فرایندی

1. Bridwell

2. Heise



تاریخی، شکل و ماهیت امروزی به خود گرفته است و افراد جامعه به محض ورود به اجتماع، آن را کسب می‌کنند (بابایی، ۱۳۸۲: ۷۲).

پیوند میان هویت و فرهنگ چنان عمیق است که اغلب هویت را پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و برای فرهنگ، شأن مستقلی در هویت قائل می‌شوند؛ از این رو در ترکیب هویت فرهنگی باید به مقوله پیچیده فرهنگ بیشتر توجه کرد. در یک تعریف کاربردی می‌توان گفت جوهره اصلی فرهنگ همان علائم، اندیشه‌ها و روابط منطقی و گفتمانی است که به طور تحلیلی به ۱۲ حوزه تقسیم می‌شوند: تمثال، شخص، نماد، باور، ارزش، تکلیف، فن، نفع معرفتی، کنش ارزشی، کنشگر، رابطه منطقی و رابطه گفتمانی (چلبی، ۱۳۷۵: ۸۶). با این رویکرد، اشتراکات فرهنگی، عناصر و اجزای مشترک بین جوامع هستند و هویت فرهنگی نیز بخشی از ویژگی جامعه است که آن را از سایر جوامع متمایز می‌سازد. فرهنگ منبع هویت است و افراد با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند. در جوامع سنتی، فرهنگ به علت ایجاد تفاوت آفرینی و معنابخشی بسیار بالا هویت‌سازی خوبی را انجام می‌داد. هویت یک سیستم کنترل است که مجموعه‌ای از هنجارها و ضد هنجارها را در فرد و جامعه به وجود می‌آورد؛ به تعبیر دیگر، مجموعه معنایی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به افراد القا می‌کند یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه‌ای از معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و پیوستگی او را تشکیل می‌دهد (هونتزینگر، ۱۳۶۸: ۲۱۳).

هویت فرهنگی نیز یکی از ابعاد هویت و مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سمبل‌ها و ... است که سبب شناخته شدن فرد و جامعه و متمایز کردن آنها از دیگر افراد و جوامع می‌شود و شامل مجموعه‌ای از خصوصیات فرهنگی است که ما را به عنوان افراد، گروه‌ها یا جوامع تعریف می‌کند. منظور از هویت فرهنگی، دریافتی از خویشستن است که از عضویت (چه رسمی و چه غیررسمی) در یک گروه اجتماعی بر مبنای انتقال و پرورش دانش، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سنت‌ها و شیوه‌های زندگی معین و مشترک بین اعضا مشتق شده باشد (همان: ۹۴). هویت فرهنگی بومی به وسیله شاخص‌هایی مانند شرکت در آیین‌های مذهبی، اجرای آداب و رسوم سنتی، گذراندن اوقات فراغت مطابق با فرهنگ جامعه، احساس تعلق خاطر به زبان، میراث فرهنگی و پایبندی به برگزاری مراسم ازدواج شکل می‌گیرد. درباره عناصر شکل‌دهنده و سازنده هویت ایرانی در آثار گوناگون سخن به میان آمده است. عناصر سازنده هویت ایرانی، عواملی هستند که در درجه نخست جنبه دائمی و پایدار داشته و در طول چندین هزار سال در تداوم سرزمین و سیاست آن نقشی اساسی بازی کرده‌اند. برخی عناصر نیز در طول دوره‌های مختلف تاریخ ایران دگرگون شده و به شکل‌های جدید جلوه‌گر شده‌اند.

مؤلفه‌های هویتی را با توجه به رویکردهای مختلفی تبیین کرده‌اند؛ در دیدگاه انسان‌شناسان هویت فرهنگی از مؤلفه‌هایی چون: ملت، قلمرو جغرافیای سیاسی، زبان و دین تشکیل شده است (روح‌الامینی، ۱۳۷۹: ۳۹). آنتادیوپا<sup>۱</sup> (۱۳۶۱) انسان‌شناس سنگالی بر این باور است که هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل تاریخی، زبانی و روانشناختی بستگی دارد که با از بین رفتن هر کدام از آنها هویت فرهنگی ناقص می‌شود.



مردم ایران با توجه به پویایی فرهنگ ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی در کشور در دهه‌های اخیر، درک جامع‌تری از جهان و فرهنگ جهانی و فرهنگ ایرانی خود یافته‌اند. این شناخت و آگاهی، بی‌تأثیر از شرایط محیط داخلی و خارجی نبوده است. افزایش رفت‌وآمد بین شهری و استانی در ایران، مساعد شدن شرایط ارتباط بین حوزه‌های فرهنگی در ایران و اقدام به مسافرت به کشورهای خارجی، استفاده از رسانه‌های جمعی (ملی و بین‌المللی)، گسترش دانش عمومی نسبت به کشورها و فرهنگ‌های دیگر، مشارکت سیاسی و اجتماعی، تغییر در شرایط جهانی و توسعه روابط بین فرهنگی، موجب شده تا مردم ایران، بیشتر خود را در جامعه جهانی تعریف کنند؛ بنابراین و با توجه به آنچه که گفته شد این سؤال مطرح می‌شود که چه عواملی موجب تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام می‌شوند؟ لذا هدف پژوهش حاضر طراحی و ارائه مدلی جهت سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام است.

### پیشینه تجربی تحقیق

از جمله پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه می‌توان به پژوهش دوستی ایرانی و رضایی میرقاعد (۱۴۰۱) با عنوان «بررسی نقش فضای مجازی در شکل‌گیری هویت جمعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر قشم)» اشاره کرد. یافته‌های پژوهش آنان نشان داد که بین فضای مجازی و فردی شدن، تضعیف و کاهش ارتباطات و مشارکت اجتماعی، اضطراب دیجیتال، فرهنگ شخصی‌شده و شبکه‌های دوستیابی، رابطه معناداری وجود دارد. یافته‌های پژوهش بخشی (۱۴۰۰) با عنوان «فرهنگ پایداری، ارزش‌ها و روابط اجتماعی در جوانان» نشان داد که باورهای مذهبی و اعتقادی در سازندگی روح، اعتماد به نفس و آرامش جوانان مؤثر است. اسفندیاری فرد (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت اجتماعی جوانان» نشان داد که تقویت آگاهی اعضای جامعه و تحصیلات و مطالعات بیشتر، موجب بروز احساس تعلق بیشتر در جامعه و در نهایت شکل‌گیری هویت اجتماعی قوی‌تر می‌شود. حصارکی (۱۳۹۹) نیز در پژوهش خود با عنوان «آموزش و ترویج زبان و ادبیات فارسی و نقش آن در حفظ و تقویت هویت فرهنگی» نشان داد که هویت فرهنگی نقش مهم و اساسی خود را به عنوان یک عامل وحدت‌بخش ملی به بهترین شکل ممکن ایفا می‌کند. یافته‌های پژوهش خسروی و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان «بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تقویت هویت فرهنگی»، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد هویت فرهنگی را تأیید کرد. نتایج پژوهش محمدی و واحدی (۱۳۹۸) با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی» حاکی از آن بود که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی مؤثر است. زمانی افشار و فولادی (۱۳۷۹) نیز پژوهشی با عنوان «هویت‌بخشی به فرهنگ و پوشش در خانه مد و لباس با استفاده از معماری زمینه‌گرا» انجام داده‌اند. بر اساس نتایج این پژوهش خانه مد و لباس نقش اساسی در نمایش و حفظ فرهنگ و هویت یک جامعه در پوشش آنها دارد. کوتلیاروا و برموس<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود با



عنوان «فرهنگ و هویت ملی در زمینه جهانی شدن»، چنین بیان کردند که هویت فرهنگی نسبت به بقیه هویت‌ها، حساسترین است؛ زیرا در همراهی با فرد، هویتی متمایز و منحصر به فرد دارد و سیستم ارزشی منحصر به فردی را در جامعه ایجاد می‌کند. آریستوا<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی با هدف بازتعریف هویت‌های فرهنگی، نیروها و انگیزه‌های اساسی پشت تغییرات خاص در رفتار زبانی<sup>۲</sup> و فرهنگی را بررسی کرده است. سازگاری با فرهنگ غالب از طریق زبان میانجی<sup>۳</sup> با هزینه محو بخش‌هایی از زبان اصیل مادری و هویت فرهنگی خود به دست می‌آید که با حفظ و تقویت عمده هویت‌های فرهنگی خرد و زبان‌های اقلیت همسوست.

همانگونه که مشاهده شد، هرکدام از پژوهش‌های انجام‌شده، به صورت جداگانه به بررسی عوامل مؤثر بر تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان و رفتارهای مرتبط با آن پرداخته‌اند. در این تحقیق نیز در مدلی جامع به تأثیر این عوامل در شکل‌گیری و تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام با توجه به اهمیت و جایگاه این موضوع پرداخته شده است؛ لذا تحقیق حاضر از این حیث نوآوری دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر که با هدف طراحی و تدوین مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام صورت گرفت، از نوع تحقیقات آمیخته متوالی است که در دو بخش کیفی و کمی انجام شد؛ بخش کیفی به واسطه هدف، جزء تحقیقات بنیادین و از نوع تحقیقات اکتشافی است که روش آن تحلیل محتوا است و بخش کمی به واسطه هدف، جزء تحقیقات کاربردی و به واسطه ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی است که به روش پیمایشی انجام گرفت.

در مرحله اول تحقیق کیفی تحلیل محتوا به شیوه قیاسی، پژوهشگر با ارائه و فرض تعاریف مشخصی قبل از شروع به تحقیق، به مطالعه متون تعیین شده می‌پردازد و با مقایسه تعاریف از پیش تعیین شده و متن‌های مورد تحلیل، درباره عدم وجود یا وجود مصادیق آن تعریف در متن‌های مورد نظر داوری می‌کند. در این پژوهش، در مرحله ۱، متون مرتبط با هدف اصلی پژوهش، انتخاب و مطالعه شد و پاراگراف‌های مرتبط با سؤالات تحقیق انتخاب گردید؛ در مرحله ۲، کد مفاهیم مرتبط با موضوع هر پاراگراف استخراج شد؛ در مرحله ۳، کد مفاهیم استخراج‌شده در دسته‌های هم‌مفهوم قرار گرفت و در مرحله ۴، برای دسته‌های هم‌مفهوم، نام و عنوان مناسب تعیین شد که بیانگر تم اصلی پژوهش است.

در مرحله دوم، بعد از تعیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های اصلی تحقیق در بخش اول، پرسشنامه‌ای بر اساس مقیاس ۵ بخشی لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد و ۵=خیلی زیاد) طراحی شد و با توزیع آزمایشی پرسشنامه و دریافت نظرات اساتید آگاه در زمینه جامعه‌شناسی و مدیریت، مؤلفه‌ها مورد جرح و تعدیل قرار گرفت. بعد از اصلاحات مورد نیاز و نهایی شدن، پرسشنامه در میان اعضای نمونه آماری توزیع شد.

1. Aristova
2. Linguistic
3. Lingua Franca



در این تحقیق، از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری در این بخش در حدود ۳۰۰ هزار نفر از جوانان استان ایلام بودند. تعداد نمونه از طریق جدول مورگان در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۳۸۰ نفر به دست آمد و نمونه‌گیری به روش طبقه‌بندی در دسترس صورت گرفت. از تعداد ۴۰۰ پرسشنامه ارائه شده، ۳۸۰ پرسشنامه برگشت داده شد. ابزار و روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، تحلیل مضمون و در بخش کمی پرسشنامه محقق‌ساخته بود. روایی آن توسط اعضای گروه دلفی (۱۵ نفر از صاحب‌نظران دانشگاهی و خبرگان حوزه مدیریت آموزشی و فرهنگی استان تهران)، تأیید و پایایی آن با معیار پی اسکات ۰/۹۵ محاسبه شد. در بخش کمی، روایی محتوایی از طریق متخصصان موضوعی و روایی صوری از طریق تعدادی از پاسخگویان تأیید گردید. همچنین در بررسی روایی سازه با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی در محیط نرم‌افزار LISREL، تناظر بین ابعاد و مؤلفه‌های مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، بررسی شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. تحلیل داده‌های کیفی در ۵ مرحله، شامل مرور داده‌ها، سازماندهی داده‌ها، کدگذاری داده‌ها، طبقه‌بندی داده‌ها و ایجاد مقولات فرعی و ابعاد اصلی انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمی پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفت. در نتایج تحقیق در بخش کیفی، ۶ بعد هویت فرهنگی، دیانت، جغرافیای فرهنگی، زبان، حافظه فرهنگی و پوشاک، با ۵۰ زیرمفهوم مشخص شد و نتایج برزندگی مدل در بخش کمی از طریق تحلیل عاملی تأیید گردید.

### یافته‌های تحقیق در بخش کیفی

سؤال اول: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام کدامند؟

پس از مطالعه منابع مکتوب و دیجیتالی در دسترس، تجزیه و تحلیل مبانی نظری پژوهش و بررسی دیدگاه‌های دانشمندان و صاحب‌نظران پیرامون مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل سیاست‌گذاری فرهنگی به منظور تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام، جمله‌ها و پاراگراف‌های مرتبط با سؤال‌های تحقیق استخراج شد. پس از کدگذاری و دسته‌بندی، مفاهیم و مقوله‌های اصلی استخراج گردید که نتایج آن در جدول ذیل آمده است و در نهایت، مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام در ۶ بعد اصلی شناسایی شدند.

ردیف	ابعاد	مؤلفه
۱	تقویت هویت فرهنگی جوانان	تبیین مفهوم هویت فرهنگی
۲		تبیین مؤلفه‌های هویت فرهنگی
۳		توجه به آثار جهانی شدن فرهنگ
۴		تقویت رویکرد اسلامی به هویت در عصر جهانی شدن
۵		بررسی چالش‌های هویت فرهنگی در ایران
۶		شناسایی فرصت‌های هویت فرهنگی در عصر جهانی شدن
۷		اتخاذ راهکارهای تقویت هویت فرهنگی و توسعه فرهنگ بومی - محلی
۸	توجه به دیانت جوانان	تبیین مفهوم دیانت
۹		شناسایی ابعاد دیانت
۱۰		شناسایی مؤلفه‌های دیانت
۱۱	شناسایی جغرافیای فرهنگی	تبیین مفهوم فرهنگ‌سازی دینی
۱۲		شناسایی فرایند فرهنگ‌سازی دینی
۱۳		اتخاذ راهکارهای فرهنگ‌سازی دینی
۱۴		تبیین مفهوم هویت دینی
۱۵		شناسایی ابعاد هویت دینی
۱۶		تبیین مفهوم جغرافیای فرهنگی
۱۷		شناسایی حوزه‌های کاربردی جغرافیای فرهنگی
۱۸	توجه به جایگاه جغرافیای فرهنگی ایران	
۱۹	تقویت زبان فارسی	تبیین مفهوم زبان
۲۰		توجه به نقش زبان
۲۱		شناسایی کارکرد زبان
۲۲		تبیین شاخص‌های هویتی زبان
۲۳		توجه به سیاست‌گذاری‌های کلان زبانی
۲۴	توجه به حافظه فرهنگی	تبیین مفهوم حافظه فرهنگی
۲۵		شناسایی عناصر حافظه فرهنگی
۲۶		توجه به مکان حافظه فرهنگی
۲۷		توجه به رویکردهای مطالعات حافظه فرهنگی
۲۸		شناسایی زمینه‌های رونق مطالعات حافظه فرهنگی
۲۹		توجه به شاخصه‌های فرهنگی
۳۰		توجه به دارایی فرهنگی
۳۱		تبیین مفهوم میراث فرهنگی
۳۲		لزوم شناسایی عناصر میراث فرهنگی
۳۳		لزوم توجه به ارزش‌های منتسب به میراث فرهنگی
۳۴		لزوم توجه به شاخص‌های ثبت اثر در یونسکو
۳۵		لزوم توجه به جنبه‌های حفظ میراث فرهنگی



لزوم حفظ هویت فرهنگی میراث فرهنگی	۳۶
رویکردهای حفاظت از میراث فرهنگی	۳۷
لزوم توجه به جنبه‌های حفظ میراث طبیعی	۳۸
لزوم توجه به علل بی‌توجهی ایرانیان به حفظ و نگهداری میراث فرهنگی	۳۹
بررسی نظریه‌ها در مطالعات پوشاک	۴۰
لزوم توجه به طبقه‌بندی پوشاک	۴۱
بررسی پوشش و لباس از دیدگاه اسلام	۴۲
تبیین مفهوم ظاهرآرایی جوانان	۴۳
شناسایی ابعاد ظاهرآرایی جوانان	۴۴
تبیین مفهوم صنایع ظاهرآرایی	۴۵
لزوم شناسایی ویژگی‌های مد	۴۶
شناسایی عوامل زمینه‌ساز مدگرایی	۴۷
مدیریت چالش‌های ظاهرآرایی در ایران	۴۸
بررسی عملکرد رسانه‌ها در حوزه مد	۴۹
اتخاذ راهکارهای مقابله رسانه با مدگرایی منفی	۵۰

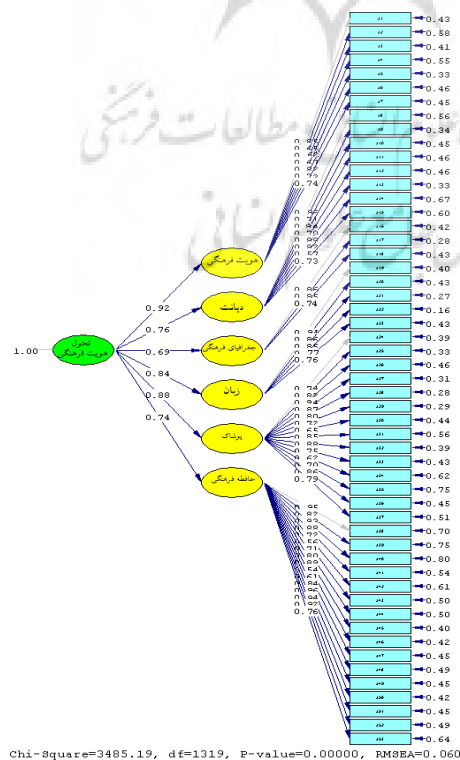
توجه به پوشاک جوانان

منبع: محقق

سؤال دوم: مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام کدام است؟

تحلیل عاملی تأییدی مدل تحقیق

در ادامه، مدل تحقیق با کمک نرم‌افزار لیزرل برازش داده شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود، نمودار اول، مدل را در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد.

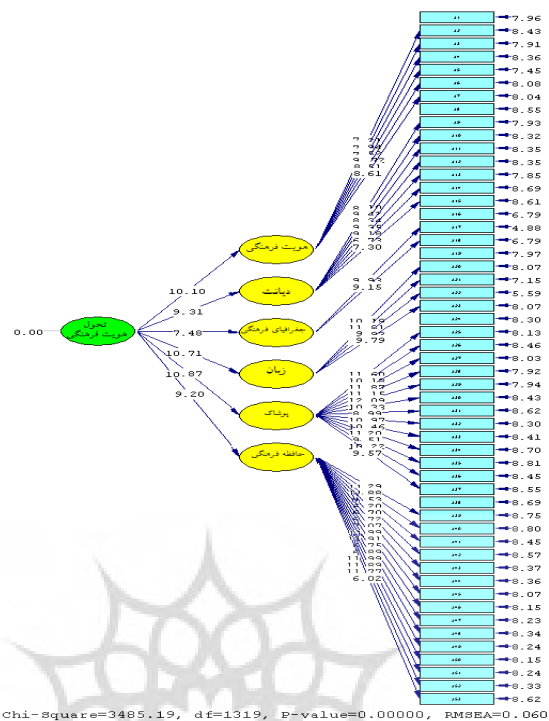


نمودار (۱). حالت ضرایب استاندارد مدل تحقیق





و نمودار زیر خروجی لیزرل درباره مقادیر t-value مدل تحقیق را نشان می دهد:



نمودار (۲). حالت معناداری مدل تحقیق

با توجه به بارهای عاملی به دست آمده از سازه‌های تحقیق همگی در سطح خطای ۵ درصد آزمون شده‌اند و تمامی بارهای عاملی در سطح ۰/۹۵ (آماره  $t$  در خارج از بازه  $-1/۹۶$  تا  $+1/۹۶$ ) توانسته‌اند سهم معناداری در اندازه‌گیری سازه مورد نظر داشته باشند. شاخصی که بار عاملی بالاتری داشته باشد سهم بیشتری در اندازه‌گیری سازه مربوطه دارد؛ در نتیجه آنچه محقق قصد اندازه‌گیری آن را داشته، با استفاده از این ابزار محقق شده است. بارهای عاملی نوشته شده مشخص می‌کنند که هویت فرهنگی با بار عاملی ۰/۹۲ بیشترین سهم را در تحول هویت فرهنگی دارد و جغرافیای فرهنگی با صدراعلمی ۰/۶۹ کمترین سهم را در تحول هویت فرهنگی دارد.

### تفسیر و تعبیر مدل<sup>۱</sup>

به طور کلی در کار با برنامه لیزرل، هریک از شاخص‌های به دست آمده برای مدل، به تنهایی دلیل برازندگی مدل یا عدم برازندگی آن نیستند؛ بلکه باید این شاخص‌ها را در کنار یکدیگر و با هم تفسیر کرد. برای ارزیابی مدل مدل‌سازی معادلات ساختاری چندین مشخصه برازندگی وجود دارد. در این پژوهش از شاخص‌های  $\chi^2$ ، میانگین مجذور پس ماندها (RMR)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)، شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شده است. از آزمون  $\chi^2$  اغلب به عنوان شاخص موفقیت نام برده می‌شود. این شاخص به سادگی

#### 1. Model Interpretation



نشان می‌دهد که بیان مدل ساختار روابط میان متغیرهای مشاهده‌شده را توصیف می‌کند یا خیر. هر قدر مقدار  $X^2$  کوچکتر باشد بهتر است. این شاخص معمولاً تحت شرایط نرمال بودن چندمتغیره<sup>۱</sup> صادق است و نسبت به اندازه نمونه حساس است؛ زیرا ممکن است یک مدل در اندازه نمونه کم تناسب داشته باشد، ولی در نمونه زیاد برازش نداشته باشد. برخی از محققان از نسبت به عنوان شاخصی جایگزین استفاده می‌کنند؛ اما این شاخص نیز محدودیت‌هایی مشابه با  $X^2$  دارد. در مورد نسبت مجذور کای  $X^2$  به درجه آزادی قطعیت وجود ندارد و در منابع مقدار زیر ۳ قابل قبول است که در مدل تحقیق این مقدار ۲/۶۴۶ محاسبه شده است. معیار GFI نشان‌دهنده اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌هاست که توسط مدل تبیین می‌شود. این معیار بین ۰ تا ۱ متغیر است که هر چه به عدد ۱ نزدیک‌تر باشند، نیکویی برازش مدل با داده‌های مشاهده‌شده بیشتر است. مقدار GFI گزارش شده برای مدل ۰/۹۲ است. ریشه دوم میانگین مجذور پس‌ماندها یعنی تفاوت بین عناصر ماتریس مشاهده‌شده در گروه نمونه و عناصر ماتریس‌های برآورد یا پیش‌بینی شده با فرض درست بودن مدل مورد نظر است. هر چه RMR برای مدل مورد آزمون به صفر نزدیکتر باشد، مدل مذکور برازش بهتری دارد. مقدار ناچیز RMR در این پژوهش (۰/۰۴۲)، نشان از تبیین مناسب کوواریانس‌ها دارد. برای بررسی اینکه یک مدل بخصوص در مقایسه با سایر مدل‌های ممکن، از لحاظ تبیین مجموعه‌ای از داده‌های مشاهده‌شده تا چه حد خوب عمل می‌کند، از مقادیر شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)، شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI) و شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) استفاده شده است. مقادیر بالای ۰/۹ این شاخص‌ها حاکی از برازش بسیار مناسب مدل طراحی شده در مقایسه با سایر مدل‌های ممکن است.

در نهایت برای بررسی اینکه مدل مورد نظر چگونه برازندگی و صرفه‌جویی را با هم ترکیب می‌کند، از شاخص بسیار توانمند ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA استفاده شده است. شاخص RMSEA، ریشه میانگین مجذورات تقریب است. این شاخص برای مدل‌های خوب ۰/۰۵ و کمتر است. مدلی که در آن این شاخص ۰/۱۰ یا بیشتر باشد، برازش ضعیفی دارد. همانطور که مشخصه‌های برازندگی نوشته شده در پایین مدل‌ها نشان می‌دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق، برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسو بودن سؤالات با سازه‌های نظری است.

جدول شماره (۲). شاخص‌های برازش مدل

نام شاخص	برآوردهای مدل	حد مجاز
کای دو بر درجه آزادی	۲/۶۴۶	کمتر از ۳
نیکویی برازش (GFI)	۰/۹۲	بالاتر از ۰/۹
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	۰/۰۶	کمتر از ۰/۱
برازندگی تعدیل‌یافته (CFI)	۰/۹	بالاتر از ۰/۹
برازندگی نرم‌شده (NFI)	۰/۹۱	بالاتر از ۰/۹
برازندگی نرم‌نشده (NNFI)	۰/۹۱۱	بالاتر از ۰/۹
برازندگی فزاینده (IFI)	۰/۹۲	بالاتر از ۰/۹



## بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام انجام شده است. شناسایی مفاهیم و ابعاد پژوهش در ۶ بعد هویت فرهنگی، دیانت، جغرافیای فرهنگی، زبان، حافظه فرهنگی و پوشاک با ۵۰ زیرمفهوم انجام گرفت. با توجه به اینکه واحد تحلیل در این پژوهش پاراگراف بود، در مجموع ۹۴۰ پاراگراف در خصوص تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام به دست آمد. مفاهیم به دست آمده از ۹۴۰ پاراگراف، ۶۱۰ مفهوم جدید را در برداشت. پس از خوشه‌بندی مفاهیم در مجموع ۵۰ مؤلفه استخراج شد که عبارتند از: مفهوم هویت فرهنگی، مؤلفه‌های هویت فرهنگی، جهانی شدن فرهنگ، رویکرد اسلامی به هویت در عصر جهانی شدن، چالش‌های هویت فرهنگی در ایران، فرصت‌های هویت فرهنگی ایران در جهانی شدن، راهکارهای تقویت هویت فرهنگی، فرهنگ بومی - محلی، مفهوم دیانت، مفهوم دین، ابعاد دین، مفهوم فرهنگ‌سازی دینی، فرایند فرهنگ‌سازی دینی، راهکارهای فرهنگ‌سازی دینی، هویت دینی، ابعاد هویت دینی، مفهوم جغرافیای فرهنگی، حوزه‌های کاربردی جغرافیای فرهنگی، جایگاه جغرافیای فرهنگی ایران، مفهوم زبان، نقش زبان، کارکرد زبان، شاخص‌های هویتی زبان، سیاست‌گذاری‌های کلان‌زبانی در هویت فرهنگی، مفهوم حافظه فرهنگی، عناصر حافظه فرهنگی، توجه به مکان حافظه فرهنگی، رویکردهای مطالعات حافظه فرهنگی، زمینه‌های رونق مطالعات حافظه فرهنگی، شاخصه‌های فرهنگی، دارایی فرهنگی، مفهوم میراث فرهنگی، عناصر میراث فرهنگی، ارزش‌های متناسب به میراث فرهنگی، شاخص‌های ثبت اثر در یونسکو، جنبه‌های حفظ میراث فرهنگی، حفظ هویت فرهنگی میراث فرهنگی، رویکردهای حفاظت از میراث فرهنگی، جنبه‌های حفظ میراث طبیعی، علل بی‌توجهی ایران به حفظ و نگهداری میراث فرهنگی، نظریه‌ها در مطالعات پوشاک، طبقه‌بندی پوشاک، پوشش و لباس از دیدگاه اسلام، مفهوم ظاهر، ابعاد ظاهرآرایی، مفهوم صنایع ظاهرآرایی، ویژگی‌های مد، عوامل زمینه‌ساز مدگرایی، چالش‌های ظاهرآرایی در ایران، عملکرد رسانه‌ها، راهکارهای مقابله رسانه با مدگرایی منفی.

اساساً جامعه از طریق جستجوی هویت و فرهنگ بازشناخته می‌شود، شخصیت می‌گیرد و درک معنای جدید از حقیقت را باز می‌نماید (نل، ۲۰۰۸) و مفهوم هویت فرهنگی را خلق می‌کند. هویت فرهنگی، نمادهای آشکار و پنهانی است که مردم سعی می‌کنند با حفظ و نمایاندن آنها خود را از سایر جوامع باز شناسند؛ همچنین مهمترین عامل وحدت قلبی یک جامعه است و آنقدر ریشه‌دار و عمیق می‌باشد که اغلب ناخودآگاه است و افراد جامعه بدون آگاهی و هوشیاری بدان وابسته و پایبند هستند (ستاری، ۱۳۸۰: ۷۲). انسان‌ها تمایل دارند تابع هویت و فرهنگی باشند که به جامعه‌ای خاص تعلق داشته باشد؛ اما در دنیای امروز، اگرچه ما به ویژگی‌های هویتی خاص خود تعلق داریم، بسیاری از ما خواسته یا ناخواسته، تحت تأثیر انتخاب شیوه‌های زندگی خود از بازار بزرگ فرهنگی نیز هستیم. نتیجه این امر، تناقض عمیقی است که امروز بیشتر ما را در دنیای متصل به هم از طریق رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعات با آن روبه‌رو می‌کند (فکوهی، ۱۳۸۴: ۱۸۶).

در جوامعی که دین رکن اساسی اداره آن را بر عهده دارد، یکی از مهمترین منابع معرفتی، مذهب است که بر مبنای آن درک تجربه، معنا و تفسیر صورت می‌گیرد؛ به همین دلیل اکثر



کنش‌های زندگی، دلایل دینی و مذهبی دارند که اشکال مختلف سازمان‌های اجتماعی را معنادار می‌کند و اجتماع و روابط اجتماعی را مشروعیت می‌بخشد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۲۴۷). رویکردهای جامعه‌شناختی نسبت به دین هنوز به طور گسترده تحت تأثیر اندیشه‌های سه نظریه‌پرداز کلاسیک جامعه‌شناسی یعنی «مارکس»، «دورکیم» و «وبر» است. اندیشه‌های مارکس به تأثیر از فوئرباخ شکل گرفته که معتقد است عقاید دینی به وسیله انسان‌ها در تکامل فرهنگی‌شان به وجود آمده؛ اما آنها آن را ندانسته به نیروهای الهی یا خدایان نسبت می‌دهند. مارکس به تأسی از فوئرباخ باور دارد دین نشان‌دهنده از خودبیگانگی انسان است. به رغم این ایده، وی تحت تأثیر نقش انکارناپذیر دین ابراز می‌دارد که «دین قلب یک دنیای بی‌قلب و پناهگاهی در برابر خشونت واقعیت‌های روزانه است. ارزش‌های مثبتی که در دین تجسم یافته می‌تواند راهنمای بهبود سرنوشت بشریت در این جهان باشد» (همان: ۱۳۶). دورکیم با تفکر و پژوهش در کارکردهای دین ابراز می‌دارد که با توسعه جوامع امروزی، نفوذ مذهب رو به افول می‌گذارد؛ اما به این واقعیت هم اشاره می‌کند که همه ادیان متضمن تشریفات منظمی هستند که موجب تقویت حس همبستگی گروهی می‌شود (همان: ۸۵). وی همچنین چهار کارکرد عمده انضباط‌بخشی، انسجام‌بخشی، حیات‌بخشی و خوشبختی‌بخشی دین را شرح می‌دهد (عباسی، ۱۳۸۲: ۵۵)؛ بنابراین هویت دینی نشان‌دهنده احساس تعلق به دین و جامعه دینی؛ همچنین تعهد به دین و جامعه دینی است؛ به عبارت دیگر با پذیرش دین به عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن، در زندگی و وجوه مختلف حیات فرد مؤمن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می‌شود که همان هویت دینی است؛ بنابراین برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پایبندی و وفاداری به آن، اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین‌های مذهبی فراگیر، در فرایند شکل‌دهی به هویت بسیار مؤثر است.

زبان و ادبیات یک جامعه پایه تفکر و آینه تاریخ آن جامعه است. زبان علاوه بر نقش پیام‌رسانی، باری عاطفی دارد که در هر فرهنگی، خاص آن فرهنگ است. در این راستا، زبان و ادبیات فارسی مهمترین جایگاه را هم از نظر زبانی و هم از جهت تاریخی - هنری در نگاهداشت هویت ملی و فرهنگی دارد و در جای‌جای آن، تاریخ، شیوه زندگی، خلق‌و‌خو، رفتار و عقاید، آداب و رسوم و عادات دیده می‌شود و شاه‌رگ حیاتی فرهنگی و تفکر ایرانی است. زبان به عنوان نماد هویت، شامل مجموعه‌ای از شئون علمی، آموزشی، دینی، تاریخی است. در بحث هویت فرهنگی بر اساس یک تعریف ساده، زبان، گفتار و نوشتار را دربرمی‌گیرد (ایتان و فابری، ۲۰۰۷: ۱۶۹). زبان را می‌توان وسیله ارتباط بین انسان‌ها تلقی کرد؛ ارتباطی که در سطح خرد، همه کنش‌های روزمره و ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم انسان‌ها را شامل می‌شود و در سطح کلان، ناقل حکمت و علم، فکر و اندیشه میراث فرهنگی و تمدن بشری است که بین ملت‌ها و نسل‌های مختلف برقرار می‌شود. بی‌شک از میان عوامل سازنده هویت ملی، نقش زبان بیش از هر عامل دیگری است؛ در واقع، انتقال فرهنگ هر ملت به وسیله زبان آن ملت صورت می‌پذیرد.

در دو دهه گذشته، مطالعه رابطه بین فرهنگ و حافظه، به عنوان قلمروی مهم و به سرعت روبه‌رشد، جایگاه ویژه‌ای را در طیفی از رشته‌ها از قبیل تاریخ، جامعه‌شناسی، هنر، ادبیات، مطالعات رسانه، مطالعات فرهنگی، روانشناسی و نوروساینس به خود اختصاص داده است. مطالعات حافظه پژوهش‌های بین رشته‌ای در علوم



انسانی، علوم اجتماعی و علوم طبیعی را دامن زد، به تقرب بیشتر این حوزه‌ها انجامید و عرصه‌های جدیدی را برای مطالعه و پژوهش برانگیخت. شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان هر کشور از اجزای مهم هویت ملی دانست که توافق فرهنگی را سبب می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، همه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربر می‌گیرد، به نحوی که خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از نشانه‌های تاریخ هر فرهنگ و ملت به شمار می‌رود. باید گفت که میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه مناسبی عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فولکلور است؛ بنابراین تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی، در قوام و تقویت هویت ملی بسیار مؤثر است و در حقیقت، گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنت‌های ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیان، ۱۳۸۸: ۹۴).

جغرافیای فرهنگی در تقسیم‌بندی‌های خود، گاه مترادف با جغرافیای انسانی و گاه یکی از زیرشاخه‌های آن دانسته می‌شود. این شاخه به زندگی اجتماعی بشر در رابطه با زمین مربوط می‌شود؛ در واقع جغرافیای فرهنگی هنجارها و محصولات فرهنگی و تنوع آنها را در امتداد و در رابطه با فضاها و مکان‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد؛ به طور کلی موضوع جغرافیا را می‌توان توزیع و نحوه قرارگیری عناصر سازنده زمین بر سطح آن دانست. واژه جغرافیا در ۲۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، توسط اراتوستنس ابداع شد که به معنای «توصیف زمین» بود. مطالعه جغرافیایی شامل مطالعه بر روی محیط زیست و رابطه انسان‌ها با این محیط است. جغرافی دانان در مطالعات خود از اقتصاد، تاریخ، زیست‌شناسی، زمین‌شناسی و ریاضیات استفاده می‌کنند. ریشه‌های اصلی جغرافیای فرهنگی را می‌توان در نوشته‌های لافیتو<sup>۱</sup> یا لری<sup>۲</sup> درباره نژادهای مردم و آداب و رسوم دنیای مدرن یا زمینه‌های تمثیلی که در ادبیات نویسندگانی چون رابله<sup>۳</sup> یا بعدها سوئیفت<sup>۴</sup> که در قرن شانزدهم میلادی بدان توجه شده، مشاهده کرد؛ در واقع این همان نقطه عطفی است که جغرافیا را با مضامین مردم‌شناسی از زمان‌های قدیم گره زده است (کرانگ<sup>۵</sup>، ۱۹۹۸: ۴۸). انسان به لحاظ جغرافیایی و مکانی با محیط زندگی خود ارتباط برقرار می‌کند. این بستگی جغرافیایی، نقش مهمی در هویت فرهنگی نیز دارد؛ در واقع همانطور که شرایط اقلیمی در رفتار فرهنگی، آداب و رسوم و اخلاق افراد، گروه‌ها و فرهنگ‌ها تأثیر می‌گذارد، بر لایه‌های زیرین فرهنگی که هویت فرهنگی را در بر می‌گیرد نیز مؤثر است. یکی دیگر از مهمترین مؤلفه‌های مرتبط با هویت، پوشاک افراد جامعه است که بی‌شک با دیگر عناصر، ارتباطی تنگاتنگ دارد و از آنها اثر می‌پذیرد. تمام مؤلفه‌های هویت خواه‌ناخواه با فرهنگ پیوند دارند. هنگامی که از هویت ایرانی سخن گفته می‌شود، مقصود هویت فرهنگی ایرانی است که زمینه‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد و وقتی پرسیده می‌شود فرهنگ ایرانی چیست، منظور بیان وجه فرهنگی هویت است (الهی، ۱۳۸۹: ۷۸). پوشاک، مهمترین و مشخص‌ترین مظهر قومی و سریع‌الانتقال‌ترین و بارزترین نشانه فرهنگی است که به سرعت تحت تأثیر پدیده فرهنگ‌پذیری بین جامعه‌های گوناگون انسانی قرار می‌گیرد؛ حتی عده‌ای

1. Lafitau

2. Lery

3. Rable

4. Swift

5. Crang



معتقدند که چیرگی فرهنگی و سلطه‌پذیری در وهله نخست از طریق انتقال پوشاک صورت می‌گیرد و می‌توان با تغییر پوشاک افراد یک جامعه، نوع زندگی و شیوه تولید آنها را نیز دگرگون نمود و تغییرهایی در ساختار زندگی اجتماعی آن جامعه ایجاد کرد (شریعت‌زاده، ۱۳۶۹: ۷۴). لباس یک نشانه هویتی است که با بررسی آن می‌توان رد پای مباحث جغرافیایی، تاریخی، سیاسی، اجتماعی، هنری و ... را در یک جامعه خاص یافت و بدین ترتیب به بسیاری از راز و رمزهای پوشیده در دل تاریخ پی برد.

همانگونه که ملاحظه می‌شود، همه ابعاد و مؤلفه‌ها در بخش کمی با تحلیل عاملی تأیید شد؛ لذا این پژوهش در نهایت منجر به طراحی مدل تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام شده است که با تأیید بسیاری از پژوهش‌های هویت فرهنگی جوانان، الگوی به‌دست‌آمده می‌تواند مدلی تجویزی برای تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام باشد. نتایج این پژوهش با نتایج بسیاری از پژوهش‌های صورت‌گرفته همانند پژوهش‌های دوستی ایرانی و رضایی میرقاعد (۱۴۰۱)، بخشی (۱۴۰۰)، اسفندیاری فرد (۱۳۹۹)، حصارکی (۱۳۹۹)، خسروی و همکاران (۱۳۹۸) و آریستوا (۲۰۱۶) همخوانی دارد و این نشان می‌دهد که تعداد زیادی از مفاهیم و ابعاد و مؤلفه‌های تقویت (ارتقای) هویت فرهنگی جوانان استان ایلام در بستر عمیقی از فهم مشترک جامعه قرار دارد. از طرفی، یان چائو<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در پژوهش خود با بررسی و مقایسه رویکردهای دولت در مورد تنوع قومی دو مستعمره سابق انگلیس در جنوب شرقی آسیا (میانمار و مالزی) نشان می‌دهد که در هر دو کشور، شباهت کلیدی این است که دولت در سیاست‌های خود از گروه قومی غالب طرفداری کرده و تا حدودی، پروژه‌های ملی‌سازی موفق به ایجاد حس هویت ملی هم در جمعیت میانمار و هم در مالزی شده است. این هویت بسیار مبتنی بر گروه قومی غالب است و نتوانسته است هژمونی کامل را به دست آورد و دائماً مورد اعتراض گروه‌های اقلیت قرار گرفته است. کوتلیاروا و برموس (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود، عاملی را که بر شناسایی هویت ملی تأکید می‌کند شکافی می‌دانند که با نقش مهم ارزش‌ها در پایداری توسعه انسانی مشخص می‌شود. هویت فرهنگی از جمله عناصری است که جامعه می‌تواند به کمک آن، احساس تعلق و همبستگی را در شهروندان نسبت به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند فراهم آورد. هابر ماس (۱۳۹۰: ۱۲۱) معتقد است جوامعی می‌توانند در عصر مدرنیته به حیات فرهنگی و اجتماعی خود امیدوار باشند که برای شناسایی هویت فرهنگی شهروندان خود تلاش بیشتری کرده باشند.

### پیشنهادها

کنفرانسی جهانی که یونسکو در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی درباره سیاست‌های فرهنگی برگزار کرد، هویت فرهنگی را هسته مرکزی شخصیت فردی و جمعی قلمداد می‌کند که به مثابه اصولی حیاتی زیربنای بیشتر تصمیم‌های معتبر، رفتار، اعمال و فرایندهایی است که یک جامعه را در دستیابی به توسعه توانا می‌سازد؛ در عین اینکه ویژگی‌های خویش را نیز حفظ می‌کند (سلیمی، ۱۳۷۹: ۷۲). در این معنا هویت نیز در کنار توسعه معرفی می‌شود گو اینکه برای حل



تعارض‌های درونی دو مفهوم با یکدیگر حفظ ویژگی‌های منحصر به فرد یک فرهنگ نیز مورد تأکید قرار می‌گیرد.

• الزام دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان استان ایلام به حفظ زبان فارسی در استان؛ چراکه در تاریخ افتخارآمیز ایران، همواره هویت و همبستگی ملی مردم، از راه زبان فارسی حفظ شده است. در حقیقت زبان فارسی چون آسمانی پهناور، تمامی اقوام و نژادها را در زیر خود جمع کرده است. اقوام متنوع و متکثر ایرانی که از همان دوران امپراتوری هخامنشی و اشکانی و ساسانی تا امروز وجود داشته و دارند، از راه زبان پارسی به یگانگی و وحدت رسیده‌اند. سیاست‌گذاری‌های کلی دست‌اندرکاران آموزش در هر کشوری، که خود متأثر از عوامل و عناصر فرهنگی و اجتماعی آن جامعه است، از مهمترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر حوزه آموزش زبان است؛ چراکه آموزش زبان به معنای انتقال فرهنگ و تمدن یک جامعه، تأثیر بسزایی بر روح و روان فراگیران و کاربران آن زبان خواهد داشت. بی‌شک هر نوع برنامه‌ریزی زبانی، مستلزم سیاست‌گذاری است و هر سیاست زبانی در صورتی قابل اجراست که مبتنی بر فرهنگ جامعه باشد. فرهنگ هر جامعه به طور طبیعی تعیین‌کننده نوع سیاست‌هاست و برنامه‌ریزی زبان به این مفهوم با فرهنگ زبانی مرتبط می‌شود؛ به عبارت دیگر، برنامه‌های زبانی فرهنگ‌بنیادند و فرهنگ جامعه زبانی در تعیین سمت‌وسوی آنها مؤثر است. تعیین سمت‌وسوی برنامه‌ریزی زبان نیز بدون توجه به فرهنگ جامعه به طور کلی و فرهنگ زبانی به طور خاص، به شکست برنامه‌ها منجر خواهد شد. البته اگرچه شناخت دقیق تاریخ فرهنگی گذشته به‌ویژه در ایران باستان با دشواری روبه‌رو است؛ ولی مؤلفه هویتی زبان، پرده از عمیق‌ترین لایه‌های تاریخی برمی‌دارد. این موضوع را می‌توان در آثاری همچون: شاهنامه ابومنصوری، شاهنامه فردوسی و خدای نامک‌ها (پیش از اسلام) مشاهده کرد.

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

• الزام دست‌اندرکاران مدیریت امور جوانان به فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن ارزش‌های دینی در استان ایلام؛ چراکه لازمه فرهنگ‌سازی دینی در حال حاضر این است که همه نهادهای اجتماعی، کارگزاران فرهنگی، صدا و سیما، مطبوعات و ... به صورت هماهنگ و منسجم در نهادینه کردن ارزش‌های دینی، تلاش ورزند. در این میان، نقش خانواده، آموزش و پرورش، صدا و سیما و مطبوعات به مراتب از دیگر نهادها برجسته‌تر است. فرهنگ‌سازی دینی به معنای نهادینه کردن ارزش‌های دینی در رفتار افراد و صحنه‌های اجتماعی و دادن نمود عینی به آنهاست که در فرایندی چندین مرحله‌ای تحقق خواهد یافت.

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

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## الف) فارسی

- آنتادیوپ، شیخ (۱۳۶۱)، «هویت فرهنگی»، پیام یونسکو، شماره ۱۴۹.
- اسفندیاری فرد، پردیس (۱۳۹۹)، «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت اجتماعی جوانان»، سومین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی، اردیبهشت، <https://civilica.com/doc/۱۳۶۹۳۱۳>
- الهی، محبوبه (۱۳۸۹)، «لباس به مثابه هویت»، مطالعات ملی، سال ۱۱، شماره ۲.
- بابایی، غلامرضا (۱۳۸۲)، فرهنگ علوم سیاسی، تهران: آشیان.
- بخشی، منصوره (۱۴۰۰)، «فرهنگ پایداری، ارزش‌ها و روابط اجتماعی در جوانان»، نخستین کنفرانس آموزش و پرورش و دفاع مقدس، تاکستان، <https://civilica.com/doc/۱۲۹۴۳۹۰>
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، چ چهارم، تهران: نی.
- حاجبانی، ابراهیم (۱۳۸۸)، «هویت ملی ایرانیان: مبانی و مؤلفه‌ها»، پژوهشنامه هویت اجتماعی، شماره ۴۹.
- حصارکی، محمدرضا (۱۳۹۹)، «آموزش و ترویج زبان و ادبیات فارسی و نقش آن در حفظ و تقویت هویت فرهنگی»، الزامات آموزش زبان و ادبیات فارسی در مدارس، مراکز زبان‌آموزی، دانشگاه‌ها و فضای مجازی، مشهد، <https://civilica.com/doc/۱۱۶۲۳۸۹>
- خسروی، مریم، مهین یعقوبی و حمیدرضا چرخ‌انداز (۱۳۹۸)، «بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی و تقویت هویت فرهنگی»، کنفرانس ملی ایده‌های نوین و پژوهش‌های کاربردی در علوم انسانی، رشت، سازمان بسیج مهندسی صنعتی استان گیلان، [https://www.civilica.com/Paper-INPE۰۱-INPE۰۱\\_۰۲۲.html](https://www.civilica.com/Paper-INPE۰۱-INPE۰۱_۰۲۲.html)
- دورکیم، امیل (۱۳۷۳)، قواعد و روش جامعه‌شناسی، ترجمه علی محمد کاردان، تهران: دانشگاه تهران.
- دوستی ایرانی، فاطمه و محسن رضایی میرقاع (۱۴۰۱)، «بررسی نقش فضای مجازی در شکل‌گیری هویت جمعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله شهر قشم)»، هفتمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در روانشناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و آموزشی، <https://civilica.com/doc/۱۴۸۹۶۳۳>
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۹)، زمینه فرهنگ‌شناسی، تهران: عطار.
- زمانی افشار، نیلوفر و وحدانه فولادی (۱۳۹۷)، «هویت بخشی به فرهنگ و پوشش در خانه مد و لباس با استفاده از معماری زمینه‌گرا»، کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام، تبریز: دانشگاه تبریز، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان و دانشگاه علمی کاربردی شهرداری تبریز، [https://www.civilica.com/Paper-CAUCONF۰۱-CAUCONF۰۱\\_۱۳۸۳.html](https://www.civilica.com/Paper-CAUCONF۰۱-CAUCONF۰۱_۱۳۸۳.html)
- ستاری، جلال (۱۳۸۰)، هویت ملی و هویت فرهنگی: بیست مقاله در قلمرو تاریخ و فرهنگ، تهران: مرکز.
- سلیمی، حسین (۱۳۷۹)، نظریه‌های گوناگون درباره جهانی شدن، تهران: سمت.
- شریعت‌زاده، علی اصغر (۱۳۶۹)، «پوشاک بارزترین نشانه فرهنگی»، میراث فرهنگی، سال اول، شماره اول.
- عباسی، ولی‌الله (۱۳۸۲)، «بررسی اندیشه‌های بزرگان جامعه‌شناسی دین»، معرفت، شماره ۷۲، صص ۴۸-۶۲.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۴)، در هزار توهان نظم جهانی، تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲)، تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۸)، «ایران و ایرانی بودن در آستانه قرن ۲۱»، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۴۷ و ۱۴۸.
- محمدی، فاطمه و مهدی واحدی (۱۳۹۸)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت فرهنگی کاربران ایرانی»، دومین کنفرانس بازیابی تعاملی اطلاعات، تهران، دانشگاه تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس با همکاری پردیس کیش دانشگاه تهران، [https://www.civilica.com/Paper-IIIRC۰۲-IIIRC۰۲\\_۰۳۴.html](https://www.civilica.com/Paper-IIIRC۰۲-IIIRC۰۲_۰۳۴.html)
- معین، محمد (۱۳۷۱)، فرهنگ معین، چ هشتم، تهران: امیرکبیر.
- منتظر قائم، محمد مهدی (۱۳۷۹)، «رسانه‌های جمعی و هویت»، مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۴.
- هابرماس، ی. (۱۳۹۰)، فرهنگ و زندگی روزمره ۲، ترجمه مازیار اسلامی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- هونتزینگر، ژاک (۱۳۶۸)، دو آمدی بر روابط بین‌الملل، ترجمه عباس آگاهی، مشهد: معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی.

## ب) انگلیسی

- Aristova, N. (2016). Rethinking cultural identities in the context of globalization: linguistic landscape of Kazan, Russia, as an emerging global city. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 160-153, 236.
- Bridwell-Bowles, L (1997). *Identity Matters: Rhetorics of Difference*, Prentice Hall.
- Crang, M (1998). *Cultural Geography*, London: Routledge.
- Eytan, A, Petschen. N. J, Fabry. M.G (2007). *Bicultural Identity among Economical Migrants from Three South European Countries Living in Switzerland, Adaptation and Validation of a New Psychometric Instrument*, BMC Psychiatry
- Heis, D.R (1998). *Conditions for Empathic Solidarity*, in Patrick Doreian and Thomas Fararo, *The Problem of Solidarity, Theories and Models*, Amsterdam: Gordon and Breach
- Kotlyarova, Victoria, Bermus, Alexander (2019), "Culture and national identity in the context of globalazation", *International Scientific Conference «Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism»*, pp. 1767 - 1760

- Nel, D.F & Kroeze, J (2008). Information Technology as an Agent of Post Modernism, University of Pretoria
- Thompson, J.B. (1999), Ideology and modern culture, Polity Press, Cambridge
- Yan chao,Ivan (2020), State approaches towards managing ethnic diversity in myanmar and Malaysia:British legacies, postcolonial nationalism and contemporary issues,Asian Ethnicity,dol:10.1080.



پرویشکاه علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی