

بررسی رابطه سرمایه-فرهنگی و هویت اجتماعی - دینی جوانان (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه خوارزمی پردیس کرج)

نسیم ثانوی^۱ - مهرداد نوابخش^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱

چکیده:

بررسی کنیم که این هویت به دو شکل هویت جمعی و فردی تقسیم شده است. هویت ربط و پیوندی بین گذشته، حال و آینده است و خصلتی معنا دهنده دارد. هویت، از مفاهیم محوری و مناقشه‌انگیز است که بسیاری از متفکران و اندیشمندان سیاسی و اجتماعی به آن مشغول‌اند. هویت از رابطه دیالکتیکی فرد و جامعه شکل می‌گیرد و از منظر ماتریالیسم دیالکتیک تاریخی هویت‌ها مرکب، سیال، در حال تکامل و بازسازی‌اند و با متصور شدن در قالب دیگری تعیین می‌یابند. پژوهش حاضر براساس روش پیمایشی میان دانشجویان به این نتایج دست یافت که میان سرمایه فرهنگی و اشکال هویت ارتباط و همبستگی مستقیم وجود دارد که بیشترین همبستگی با هویت ملی و کمترین با هویت جهانی را داشت. در انتها نیز دلالت‌های یافته‌ها و نتایج به‌دست آمده درخصوص مطالعات آینده و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی مورد مذاقه قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: سرمایه فرهنگی، هویت اجتماعی، خودپنداره، کنش متقابل نمادین.

در این پژوهش که بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی دینی دانشجویان دانشگاه خوارزمی پردیس کرج هدف اصلی است، با قرار دادن دانشجویان دانشگاه خوارزمی پردیس کرج به‌عنوان جامعه آماری به دنبال بررسی ارتباط هویت اجتماعی دینی با ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی در میان این دانشجویان هستیم. سرمایه فرهنگی تمایلات پایدار و گرایش‌ها و عاداتی است که در فرایند جامعه‌پذیر حاصل می‌شود. مفهوم سرمایه فرهنگی مطابق دیدگاه «پیر بوردیو» سه بعد اصلی دارد: بعد عینی، بعد ذهنی و بعد نهادی. در این پژوهش درصدد هستیم به هویت و ابعاد آن را

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران: nasim2sanavi@gmail.com

۲- استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

Investigating the relationship between cultural capital and social-religious identity of youth (case study of students of Kharazmi University, Karaj campus).

Abstract: In this study, the main goal of which is to examine the relationship between cultural capital and the socio-religious identity of students at Kharazmi University, Karaj Campus, we are looking to examine the relationship between socio-religious identity and the three dimensions of cultural capital among these students by placing students at Kharazmi University, Karaj Campus as the statistical population. Cultural capital is the enduring tendencies, tendencies, and habits that are achieved in the process of socialization. According to Pierre Bourdieu, the concept of cultural capital has three main dimensions: objective, subjective, and institutional. In this study, we are going to examine identity and its dimensions, which are divided into two forms: collective and individual identity. Identity is a connection and link between the past, present, and future and has a meaningful nature. Identity is one of the central and controversial concepts that many political and social thinkers and intellectuals are concerned with. Identity is formed from the dialectical relationship between the individual and society, and from the perspective of historical dialectical materialism, identities are complex, fluid, evolving, and reconstructive, and are determined by being imagined in another form. Based on a survey method among students, the present study reached the following results: there is a direct relationship and correlation between cultural capital and forms of identity, which had the highest correlation with national identity and the lowest with global identity. Finally, the implications of the findings and results obtained regarding future studies and cultural policies were examined.

Keywords: Cultural capital, social identity, self-concept, symbolic interaction.

مقدمه:

طوری که عضو جامعه‌ای از جوامع دیگر متمایز باشد و فرد در برابر معیارها و ارزش‌های جامعه‌اش حس تعهد و تکلیف داشته و در امور مختلف آن مشارکت‌کننده باشد، پاسخ‌گو انتظارات جامعه باشد و در زمان بحران برای غلبه بر بحران و سرنوشت جامعه تلاش کند. در واقع هویت اجتماعی حس تعلق خاطر افراد به امور مشترک با عناوینی ویژه که چنین حسی به وجود آورنده یک واحد جمعی و همبستگی است (توسلی و همکاران، ۱۳۸۳: ۲). هویت اجتماعی بخشی از خودپنداره^۷ فرد است که نشئت گرفته از عضویت وی در گروه‌های گوناگون است. خودپنداره تمام درک، ذهنیت و احساسی است که فرد نسبت به خود به عنوان یک موضوع دارد. اینکه فرد خود را در یک زمینه آگاه یا ناآگاه، توانا یا ناتوان و به‌طور کلی نسبت به اطرافیان در چه جایگاهی بداند خودپنداره فرد را تشکیل می‌دهد. خودپنداره از خود کنونی، خود گذشته، خود آینده و طرح‌واره ذهنی فرد نسبت به خود شکل می‌گیرد. خودپنداره دو بعد کلی دارد: هویت‌ها و خودآزمایی‌ها که در این تحقیق بر هویت‌ها تأکید دارد. سرمایه فرهنگی رابطه بسیار نزدیکی با هویت اجتماعی دارد. عوامل موقعیتی و محیطی موجب تغییر و تحول در هویت‌ها می‌شود که از جمله این عوامل می‌توان به سرمایه فرهنگی یا دسترسی به منابع معرفتی اشاره کرد. انسان از همان آغاز که شروع به شناخت خود کرد، هویت برایش مطرح شد؛ اما در عصر حاضر، معمای هویت بیش از هر زمانی ذهن انسان را به خود مشغول کرده است. در حقیقت بحث هویت زمانی برای انسان معضل شد که در عصر جدید تاریخ هستی را به فراموشی سپرد و امروزه از مهم‌ترین مسائل جوامع بشری محسوب می‌شود و افراد هر روز بیش از گذشته معانی‌شان را نه براساس اعمال، بلکه براساس هویت‌شان یا آنچه که می‌پندارند هویت‌شان است نظام می‌بخشند. در جوامع سنتی هویت به‌عنوان مسئله مطرح نبود، بلکه با ورود

سرمایه به معنای عام عبارت است از سعی بر تسلط و استیلای گذشته، در حال حاضر و اکنون. پیر بوردیو^۳ معتقد است چنانچه درصددیم جهان اجتماعی را بفهمیم، باید اندیشه و انگاره سرمایه، انباشت آثارش را دوباره به جهان اجتماعی بشناسانیم. بوردیو معتقد است سرمایه شکل‌های مختلفی دارد که عبارتند از: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادینه. این اشکال مختلف سرمایه نقش مهم و اثرگذاری در پویایی اجتماعی ایفا می‌کنند. بوردیو در کنار سرمایه اقتصادی که به‌عنوان مالکیت ثروت‌های مادی یا مالی عنصر مهمی در تربیت اجتماعی و روابط اجتماعی به‌دلیل تقابل بالقوه فقر و ثروتمندان است، به انواع دیگری از سرمایه اشاره می‌کند که نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری طبقات، گروه‌های اجتماعی و بازتولید اجتماعی دارد و از سویه‌های مادی برخوردار است که از جمله این سرمایه‌ها، سرمایه فرهنگی است (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۳).

ابعاد سرمایه فرهنگی عبارتند از: بعد تجسم‌یافته یا ذهنی^۴، بعد عینیت‌یافته^۵ و بعد نهادی‌شده^۶ که می‌تواند تعیین‌کننده موقعیت و اظهار وجود هویت افراد باشد. سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای ثروت‌های نمادین دارد که از یک طرف به معلومات اکتسابی باز می‌گردد و از طرف دیگر به صورت موفقیت‌های مادی، سرمایه به حالت عینیت یافته و میراث فرهنگی به شکل اموال نمایان می‌شود و همچنین بعد نهادینه شده آن در جامعه که در قالب عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقه‌های ورودی و... که به استعدادها فرد عینیت بخشیده و پایگاه و جایگاه فرد را تعیین می‌کند (حسینی‌نیا، بذرافشان، ۱۴۰۱: ۱۰۳۶).

از سوی دیگر در این تحقیق درصدد هستیم هویت اجتماعی جوانان را مورد سنجش قرار دهیم. هویت اجتماعی حس تعلق و همبستگی به اجتماع

3. Pierre Bourdieu

4. Embodied

5. Objectified

6. Institutionalized

7. Self-Concept

به‌طور کلی سه دیدگاه هویت اجتماعی و سرمایه فرهنگی را در جامعه‌شناسی تبیین می‌کند که دیدگاه نخست کنش متقابل نمادین است:

نظریه کنش متقابل نمادین

در این دیدگاه بنیان‌های تئوریک هویت در چارچوب سازه‌های اجتماعی ارائه می‌شود، از این‌رو نظریه هویت بیش از هر چیز با تعامل‌گرایی نمادین پیوند خورده است. بحث اصلی در تعامل‌گرایی نمادین این است که افراد به اشیاء، منش‌ها، خود و دیگران معنای نمادین می‌دهند و آنرا از طریق تعاملاتشان به یکدیگر انتقال و گسترش می‌دهند. ویژگی مشترک از نگاه کنش متقابل نمادین اهمیت و ارزشی است که برای بستر اجتماعی شکل‌گیری شان قائلند (دوران و محسنی، ۱۳۸۳: ۸۹). این دیدگاه با دو رویکرد تعامل‌گرایی ساختی و فرایندی دست به تبیین می‌زند و «مانفرد کان» را نماینده تعامل‌گرایی ساختی می‌شناسند. مانفرد کان برای سنجیدن هویت، نگرش‌ها و ایستارهایی از ذهنش را عملیاتی و دیدگاه دیگران را درباره آنها می‌پرسد. تعامل‌گرایی سازوکاری است که طی آن هویت‌های شکل‌گرفته آشکار می‌شود. انسان‌ها در تعریف هویت فردی و جمعی خود از نمادها و ایستارهایی ذهنی که در تعامل با محیط کسب کرده استفاده می‌کند و مالکیت سازه‌های فرهنگی این نمادها را برای معرفی خود به ذهن القای می‌کند.

نظریه هویت اجتماعی

«هنری تاجفل» براساس نظریه مقوله‌بندی‌اش به تبیین هویت اجتماعی می‌پردازد. از نظر تاجفل هویت به دو صورت فردی و اجتماعی وجود دارد. هویت فردی به جنبه‌هایی از خود که فرد را از دیگران متمایز می‌کند ناظر است و منحصرأ به فرد تعلق دارد. اما هویت اجتماعی تشابهات فردی را بیان می‌کند. در این حالت فرد خود را مطابق با وابستگی‌های گروهی و طبقاتی‌اش تعریف می‌کند. آنچه نظریه هویت اجتماعی انجام می‌دهد این است که از نمادهای ذهنی، مدارک و مدارج تحصیلی و علمی، تعلق گروهی و دستاوردهای فردی در زندگی به‌عنوان سرمایه فرهنگی در راستای معرفی فرد استفاده می‌کند

به دوران مدرن هویت را به‌عنوان مسئله مورد واکاوی و مذاقه قرار می‌دهیم (حسینی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۳۷ و احمدی، ۱۳۸۵: ۳۹). شکل‌گیری هویت و باز تعریف آن تحت تأثیر عوامل مختلفی است که سرمایه فرهنگی یکی از این عوامل است و تحقیقات بسیاری در این مورد صورت گرفته است. پژوهش حاضر تلاش دارد به سنجش و اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی بپردازد و اجزا و عناصر هویت اجتماعی جوانان را بشناسد و به این روش همبستگی سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی را مشخص کند.

سؤالات و فرضیات پژوهش

سوال اصلی پژوهش چنین است که همبستگی میان سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی موجود است یا خیر؟ میزان ارتباط سرمایه فرهنگی با انواع هویت اجتماعی چقدر است؟ همچنین میزان تأثیر ابعاد سرمایه فرهنگی به‌طور مجزا با انواع هویت اجتماعی چقدر است؟ فرضیه‌های مهم پژوهش عبارتند از: سرمایه فرهنگی و هویت جهانی با هم رابطه مستقیم دارند. سرمایه فرهنگی و هویت ملی با هم رابطه مستقیم دارند. سرمایه فرهنگی و هویت دینی با هم رابطه مستقیم دارند. سرمایه فرهنگی و هویت قومی با هم رابطه مستقیم دارند. سرمایه فرهنگی و هویت فردی با هم رابطه مستقیم دارند.

مبانی نظری و ادبیات تحقیق:

از نظریه بازتولید فرهنگی برای سنجیدن سرمایه فرهنگی استفاده شده است. براساس این نظریه طبقه حاکم و مرفه جامعه با راه‌های گوناگون و از طریق تمایز فرهنگی خود از دیگر افراد؛ برتری و توفیق خود بر طبقات دیگر را حفظ می‌کند. به این ترتیب مفهوم سرمایه فرهنگی و بعدها سه گانه آن مورد توجه این نظریه قرار می‌گیرد. به اعتقاد بوردیو افراد و خانواده‌ها به لحاظ سرمایه فرهنگی با هم مقایسه می‌شوند (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۴).

و هویت فرد را نمایان می‌کند (سرمست و خورشیدی زگلود، ۱۳۹۱: ۸۶).

مارکس و تحلیل طبقاتی

از نگاه «مارکس» طبقه مشخص‌کننده رفتارها، احساسات و اندیشه‌های فرد و روابط اجتماعی‌اش است. طبقه نه تنها وسیله‌ای برای تحلیل زندگی بلکه مجموعه شرایط مادی در برگیرنده و ترسیم‌کننده هویت اجتماعی‌شان است.

ادبیات تحقیق

محمود شارع‌پور و همکاران در تحقیقی تحت عنوان رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان شهر تهران به این نتیجه رسیده‌اند که بین سرمایه فرهنگی با هویت مذهبی و ملی همبستگی وجود دارد (شارع‌پور و همکاران، ۱۳۸۱).

محسن نیازی و همکاران با تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه معنادار بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی جوانان وجود دارد (نیازی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۷).

مهدی لقمان‌نیا و همکاران با بررسی جایگاه هویت در نظام آموزش پرورش به این نتیجه رسیده‌اند که در اهداف آموزشی به صورت جامع به هویت ملی توجه نشده است (لقمان‌نیا و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۸).

جعفر زلفعلی‌فام و همکاران با تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی دختران دانشجو، به این نتیجه رسیده‌اند که دختران جوان هویت اجتماعی مدرن را برای خود تعریف می‌کنند (زلفعلی‌فام و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۹).

ناصر فکوهی و همکاران در بررسی هویت ملی و قومی جوانان کردستان به این نتیجه رسیده‌اند که جوانان کرد در دوره اخیر با کمک سرمایه فرهنگی همچون رسانه محلی هویت قومی خود را تقویت کرده‌اند (فکوهی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۸۹).

خدیجه سفیری و همکاران در تحقیقی با عنوان تبیین رابطه سرمایه فرهنگی زنان شاغل با نوع روابط همسران بیان می‌کنند که با بالا رفتن سرمایه فرهنگی رابطه همسران با یکدیگر دمکراتیک‌تر می‌شود (سفیری و

همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۷).

ابراهیم خدایی در بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و اقتصادی با احتمال قبولی دانش‌آموزان به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه فرهنگی و اقتصادی احتمال قبولی دانش‌آموزان را افزایش می‌دهد (خدایی، ۱۳۸۷: ۹۵).

محسن نوغانی در بررسی تأثیر نابرابری سرمایه فرهنگی بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان در دستیابی به آموزش عالی به این نتیجه رسیده است که سرمایه فرهنگی سهم مثبت و معناداری بر احتمال قبولی داوطلبان دارد (نوغانی، ۱۳۸۱: ۲۰۶).

رسول ربانی و همکاران با بررسی اوقات فراغت و هویت اجتماعی جوانان به این نتیجه رسیده است که همبستگی شدیدی بین هویت و طبقه اجتماعی در حوزه فراغت وجود دارد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۲۰).

خدیجه سفیری و همکاران در تحقیقی با عنوان بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده عنوان می‌کنند که در خانواده‌هایی که والدین به مؤلفه‌های دینی و ملی پایبند هستند، جوانان نیز از هویت ملی و دینی قوی‌تری برخوردارند (سفیری و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۵۸).

علی‌اکبر تاج‌مزینانی در تحقیقی تحت عنوان جوانان و هویت عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت جوانان را درونی، ذاتی و عوامل محیطی، جایگاه و موقعیت اجتماعی بیان می‌کنند (تاج‌مزینانی و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۰۳).

باقر ساروخانی و همکاران در تحقیقی با عنوان عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در باز تعریف هویت اجتماعی زنان به این نتیجه رسیده‌اند که موقعیت ساختاری در مقایسه با هویت شخصی تأثیر بیشتری در باز تعریف هویت اجتماعی زنان داشته است (ساروخانی و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۸۲).

با توجه پژوهش‌های صورت گرفته که در ادبیات تحقیق به آن اشاره شد، مقاله حاضر با انتخاب جامعه آماری خاصی قصد دارد نگاه‌های و دیدگاه‌های کامل‌تری را باتوجه به خاص بودگی شهر کرج مدنظر و مذاقه قرار دهد، چرا که این شهر به دلیل نزدیکی به کلان‌شهر تهران محل تجمع قومیت‌ها، گروه‌ها و مهاجران داخلی و خارجی متنوعی است که امکان گردآوری و مقایسه این چندگانگی را فراهم می‌آورد. همچنین با توجه به

افزوده شد. پس از بازبینی پرسش‌نامه‌های مخدوش را که تعدادشان ۱۰ تا بود حذف شد. پس از تعیین نمونه مناسب که ۳۹۱ است، با توجه به اینکه تعداد کل دانشجویها در سه در مقطع تحصیلی بودند، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است. این پژوهش از نظر نحوه عمل این مراحل را در برداشت:

در ابتدا جامعه آماری به زیرمجموعه‌ها یا طبقه‌ها تقسیم شد و سپس با روش تصادفی از هر طبقه انتخاب صورت گرفت و در نهایت تعداد نمونه به تفکیک جنسیت و مقطع و رشته تحصیلی با نسبت درصد کل و به کارگیری فرمول $m/N \times 391$ تعیین شد.

آمار حجم نمونه دانشجویان به تفکیک جنسیت و مقطع تحصیلی و شاخه تحصیلی

تحقیقات معرفی شده که در سال‌های پیشین صورت گرفته است، تغییرات شگرف جوانان و اثرگذاری سریع و شدید تکنولوژی و اطلاعات در جامعه کنونی ما بر آنان که تأثیر مستقیم بر نگاه‌ها، نگرش‌ها و هویت بر ساخته شده از این اثرگذاری دارد. بررسی و سنجش مجدد و به‌روز به‌شدت امری ضروری است.

روش‌شناسی پژوهش جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانشجویان دانشگاه خوارزمی پردیس کرج است. حجم نمونه را با استفاده از فرمول کوکرات به دست آمده است. حجم نمونه مورد نظر ۳۸۱ نفر است که برای جلوگیری از خطای بیشتر و همچنین کاهش تأثیر پرسش‌نامه‌های از دست رفته و بالا بردن ضریب اطمینان ۲۰ پرسش‌نامه را به نمونه

ردیف	مقطع تحصیلی	حجم نمونه		جنسیت						شاخه تحصیلی					
		فرد	کل	مرد		زن		علوم پایه		علوم انسانی و هنر		کشاورزی			
				فرد	کل	فرد	کل	فرد	کل	فرد	کل	فرد	کل		
۱	کارشناسی	۲۱۷	۸۲	۷۶	۱۵۸	۸۸	۱۶۱	۷۹	۷۸	۱۰۲	۸۶	۵۲	۷۷	۸۶	۸۲
۲	کارشناسی ارشد	۵۸	۱۴	۱۸	۳۷	۱۰	۱۹	۱۷	۱۷	۱۴	۱۲	۹	۱۳	۱۶	۱۵
۳	دکتری	۱۶	۴	۶	۱۲	۲	۴	۵	۵	۳	۲	۵	۱۰	۲	۳
جمع کل		۳۱۱	۱۰۰	۱۰۰	۳۰۷	۱۰۰	۱۰۴	۱۰۱	۱۰۰	۱۱۹	۱۰۰	۶۶	۱۰۰	۱۰۵	۱۰۰

مفهوم سرمایه فرهنگی

تعریف مفهومی سرمایه فرهنگی عبارت از شناخت و درک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه عمل متناسب. ذخیره ارزش‌ها و مظاهر فرهنگی و هنری با ارزش، شایستگی‌های تحصیلی و آموزش رسمی و گرایش‌ها و عادت‌های قدیمی که از طریق جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری به دست می‌آیند. در برخی موارد سرمایه فرهنگی را با نشانه‌ها، منش‌ها، اسناد و مدارک آموزشی، قرائح، طبایع و روش‌ها و همچنین روش‌های زبانی تعریف می‌کنند (فائقی و باینگانی، ۱۳۹۵: ۱۳۰).

سرمایه فرهنگی، یک مفهوم جامعه‌شناسی است و به تمرکز و انباشت انواع مختلف کالاهای ملموس فرهنگی و نیز قدرت و توانایی در اختیار گرفتن این کالاهای و همچنین استعداد و ظرفیت فرد در شناخت و کاربرد این وسایل گفته می‌شود. در پژوهش‌های انجام

شده داخلی و خارجی قرائت‌ها و تفسیرهای گوناگونی از مفهوم سرمایه فرهنگی به چشم می‌خورد که هر کدام از این تفاسیر با توجه به فرهنگی بومی جامعه خود نزدیک و قابل توجه است. اما در ایران قادر به ارائه برآوردی از نحوه و چگونگی کاربرد مفهوم سرمایه فرهنگی نیستیم با اینکه تکرار استفاده از آن بسیار زیاد است (رضایی و تشویق، ۱۳۹۲: ۹). سرمایه فرهنگی نقش مهم اما ظریف در وضعیت اجتماعی هر فرد ایفا می‌کند. بورديو سرمایه فرهنگی را آشنایی با فرهنگ مشروع در جامعه می‌داند (عابدی خوب و فراغت، ۱۴۰۲: ۳۳).

عادت‌واره قالبی است که پیربورديو عادت‌ها و منش‌ها را با آن مدنظر قرار می‌دهد که یک مجموعه از خصلت‌های ماندگار و جابه‌جاشدنی را مشخص می‌کند و به‌وسیله آن می‌فهمیم و قضاوت می‌کنیم و در جهان اطراف خود به عمل می‌پردازیم (استونز، ۱۴۰۰: ۳۳۵). سرمایه فرهنگی بر این تأکید می‌کند که ما قادریم کاری

یک محیط و تبدیل آن به سرمایه و ارزش معمولاً در شکل‌بندی اجتماعی در زمره طبقه بالای جامعه قرار می‌گیرند (نیازی، صنعت‌کار و سخایی، ۱۴۰۱: ۳۱).

بورديو و برنشتاین هر دو تلاش کردند دیدگاه‌های دورکیم و مارکس را با هم تلفیق کنند و کارشان به نوعی تکمیل-کننده یکدیگر است. آنها معتقدند منشأ نابرابری در جامعه تنها به لحاظ ماهیت اقتصادی نیست، بلکه بیشتر جنبه و ماهیتی فرهنگی دارد. به اعتقاد بورديو هرگونه خاستگاه و منشأ در عرصه اجتماعی که در توانایی شخص برای بهره‌مندی از منافع خاص که در میدان به‌وجود می‌آید، اثرگذار خواهد بود؛ سرمایه می‌نامیم (استونز، ۱۴۰۰: ۲۳۷).

به‌طور کلی سرمایه به چهار صورت متجلی می‌شود:

الف) سرمایه اقتصادی^۸

سرمایه‌ای که قابل تبدیل به پول است و به صورت حق مالکیت و دارایی مالی و مادی نهادینه می‌شود.

ب) سرمایه اجتماعی: سرمایه‌ای که تکلیف و الزامات اجتماعی و روابط اجتماعی یا پیوندها را شامل می‌شود و با شرایط خاصی به سرمایه اقتصادی مبدل می‌شود.

ج) سرمایه فرهنگی^۹

سرمایه‌ای که مجموعه‌ای از کیفیات فکری را شامل می‌شود و تحت شرایط ویژه‌ای به سرمایه اقتصادی تبدیل می‌شود و به‌صورت مدارک و درجات تحصیلی نهادینه می‌شود.

د) سرمایه نمادین^{۱۰}

سرمایه‌ای شامل مجموعه آداب و ابسته به افتخار یا حق‌شناسی که متعلق به یک فرد یا گروه است و افراد تأثیرات آن را طوری که هست متوجه نمی‌شوند (نیازی و دیگران، ۱۳۹۷: ۳).

به اعتقاد بورديو انواع سرمایه فرهنگی عبارت است از:

۱- حالت تجسم یافته یا ذهنی: بیشتر ویژگی‌های

را به انجام رسانیم و به هدفی برسیم. مأموریتی را به انجام رسانیم و ایفا کننده نقشی در زندگی باشیم (شارع‌پور، ۱۳۸۱: ۶۶).

سرمایه فرهنگی به روش‌های فرهنگی ویژه‌ای اشاره می‌کند که طی آموزش‌های خانوادگی و رسمی در فرد نهادینه شده و همچنین در برگزیده ظرفیت شناخت افراد در به‌کارگیری ملزومات فرهنگی است (نیازی و کارکنان ۱۳۸۶: ۵۸-۵۶). سرمایه فرهنگی یک جامعه عبارت است از مجموعه روابط، اطلاعات و معلومات و امتیازهایی که فرد برای نگهداشتن یا به‌دست آوردن موقعیتی اجتماعی به کار می‌برد. سرمایه‌هایی که برای آموزش و یادگیری این نظریه‌ها و فنون در مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی صرف می‌شود، بخشی از ذخایر و ثروت جامعه به حساب می‌آید (سپهرنیا، ۱۳۸۹: ۱۰۴).

سرمایه فرهنگی مهارت‌ها و شناخت‌هایی است که جامعه در اختیار فرد می‌گذارد. در میدان اجتماعی فرصت‌های برابری برای اعضای جامعه فراهم می‌شود، اما افرادی از فرصت‌های فراهم شده سود و بهره می‌برند که در جذب فرصت‌ها مهارت داشته باشند. بنابراین می‌توان گفت سرمایه فرهنگی متغیر مداخله‌گر مهمی است که در مواقع وجود توزیع نابرابر به‌عنوان متغیر بازتولیدکننده، نابرابری اجتماعی مداخله می‌کند و هم‌زمانی که جامعه خواهان برابری فرصت‌ها و پاداش‌هاست، متغیر دخالت‌کننده مهمی خواهد بود. از این‌رو بستر خانوادگی و اجتماعی مستقیماً بر دستیابی به سرمایه فرهنگی اثر دارد و سرمایه فرهنگی مستقیم بر حصول دستاوردهای علمی و شغلی موثر خواهد بود (سپهرنیا، ۱۳۸۹: ۱۰۴). سرمایه فرهنگی به روش‌های فرهنگی خاصی که در فرایند آموزش خانوادگی و رسمی در افراد ایجاد می‌شود، تأکید می‌کند و همچنین توانایی شناخت افراد در استفاده از ملزومات فرهنگی را نیز شامل می‌شود به عبارت بهتر استفاده‌کنندگان سرمایه فرهنگی به‌دلیل قابلیت‌ها در استفاده از گزاره‌های فرهنگی در

8. Economic Capital

9. Social Capital

10. Symbolic Capital

فکری-اعتقادی، نوشتاری و علمی کسب می‌کنند. جوامع سرمایه‌دار، سرمایه فرهنگی به صورت نابرابر میان افراد توزیع می‌شود و طبقه حاکم تعریف خود را از واقعیت برای طبقات دیگر به ظهور می‌گذارد (بورديو، ۱۹۹۷: ۲۸۲).

مفهوم هویت اجتماعی

هویت عبارت است از حس تمایز، تداوم و استقلال شخصی (تامپسون، ۲۰۲۰: ۹). هویت آگاهی فرد نسبت به خودش است که به دلیل کنش‌های فرد به وی واگذار نمی‌شود و فرد در زندگی روزمره باید مداوم و پیوسته به ایجاد آن پردازد و در فعالیت‌هایش آن را پشتیبانی و حمایت کند (گیدنز، ۱۳۹۳: ۸۰). از نگاه دیگر هویت روند ساخته شدن معنا براساس ویژگی‌های فرهنگی است که برتر از منابع معنای دیگر است، براساس این تعریف هویت‌ها همیشه تولید و باز تولید می‌شوند. کاستلز معتقد است هویت منبع معنا برای کنش‌گران محسوب و توسط خود کنش‌گران از طریق فرآیند فردیت بخشی ساخته می‌شود (کاستلز، ۱۹۹۷: ۷). در تاریخ اندیشه هویت، اندیشمندان متقدم، دو عنصر آگاهی و فردیت را دو جزو جدا نشدنی مفهوم هویت می‌دانند (رئیس‌الساداتی و پارسانیا، ۱۴۰۲: ۱۰).

نظریه هویت اجتماعی «جورج هربرت مید» این قضیه که جامعه خود را شکل می‌دهد و این مهم به نوبه خود شکل‌دهنده رفتار اجتماعی است را رسمی و تنظیم می‌کند. بر مبنای نظریه هویت به‌طور قطع همه افراد در جوامع مدرن گوناگون هویت‌های مختلف و متعددی دارد که در روشی سلسله‌مراتبی سازمان یافته‌اند (مرولا، سرپ و استریکر، ۲۰۱۲: ۱۵).

بیان خصوصیات اجتماعی، ارزش‌ها، عقاید، منش‌ها و نگرش‌های مختلف و متفاوت گروه‌های اجتماعی یعنی بیان اجتماعی آنها. به عبارت ساده هویت اجتماعی تعریفی است که فرد، براساس عضویت در گروه‌های اجتماعی از خود ارائه می‌کند. اساساً هویت اجتماعی با مقایسه اجتماعی صورت می‌گیرد، قیاس‌هایی که افراد می‌شوند. با گذر زمان و همچنین تسریع در پدیده جهانی شدن ایران مانند جوامع دیگر در معرض تغییر و تحولات

سرمایه فرهنگی را از این حالت استنباط می‌کنیم که این سرمایه با فردی که در او تجسم یافته رابطه نزدیکی دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به‌عنوان بعد جدا نشدنی از فرد تبدیل شده است. این همان قسمتی است که بورديو آن را سرمایه فرهنگی همراه متولد شدن فرد می‌داند و با هدیه، خرید یا مبادله به فرد دیگر انتقال نمی‌یابد.

۲- حالت عینیت یافته: عینی‌ترین شکل سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای گوناگون فرهنگی میان قشرهای مختلف جامعه است و تابع متغیرهای مختلف فردی و اجتماعی است. سرمایه فرهنگی عینیت یافته در اشیا مادی رسانه‌ها از جمله نوشتار، نقاشی و ابزار... انتقال پذیر است. از این رو کالاهای فرهنگی را در قالب مادیات می‌توان تخصیص داد که سرمایه اقتصادی را رقم می‌زند و به شکل نمادی که سرمایه فرهنگی را به وجود می‌آورد.

۳- حالت نهادی شده: این بعد نوعی رسمیت دادن به سرمایه فرهنگی فرد محسوب می‌شود. مدارک دانشگاهی نمونه‌ای از آن است. این مدارک میزان تبدیل میان سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی است و از طریق ضمانت ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی مشخص صورت می‌گیرد. از آنجا که منافع مادی و نمادی مدارک تحصیلی به نادر بودن آنها ارتباط دارد، سرمایه‌گذاری انجام شده به لحاظ زمان، کوشش و پول امکان دارد به اندازه پیش‌بینی شده فایده و سود نداشته باشد (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۵).

در این مقاله تلاش می‌شود، سرمایه فرهنگی به‌عنوان متغیری با سنجش حالات سه‌گانه آن به‌عنوان شاخص ترکیبی مدنظر تمایلات و گرایش‌های روحی و روانی فرد نسبت به مصرف کالاهای فرهنگی، اندازه مصرف بی‌واسطه و مستقیم کالاهای فرهنگی به شکل عینی و مدارک تحصیلی، علمی و فرهنگی افراد است.

وظیفه سرمایه فرهنگی بیشتر مشروعیت بخشیدن به اعتقادات و باورهای فرهنگ طبقه حاکم است. سرمایه فرهنگی فقط ساخته شده توسط فرهنگ برتر نیست، عوامل بیرونی متعددی در آن دخالت دارد؛ مثلاً دانشجویان سرمایه فرهنگی را در قالب مهارت‌های

صورت گرفته در عرصه‌های گوناگون زندگی قرار گرفته است.

برای سنجیدن مفهوم هویت اجتماعی نظریه‌های هویت را به دو رویکرد مدرن و پست مدرن تقسیم می‌کنیم. مدرنیته دربردارنده دو روایت اصلی است: یکی روایت رادیکال که در آن فاعل و کارگزار معرفت و عمل اجتماعی آزادی و آگاهی انسان است و روایت دیگر که محافظه‌کارانه است، به بحث انضباط‌گرایی و محدودکنندگی تبعات برخاسته از مدرنیته اشاره می‌کند (بشیریه، ۱۳۸۳: ۲۰).

هویت را به‌وسیله عواملی چون موجود طبیعی، روانی یا اجتماعی تعریف می‌کند. این نظریه‌ها دو مقوله کلی را دربردارد، نظریه‌های جامعه‌شناسانه که هویت را ساخته و پرداخته مکان می‌داند. جامعه‌شناسانی چون «گیدنز و جنکینز» و همچنین تعامل‌گرایان نمادین در این زمره قرار دارند. فرآیندهای روانی فرد در نظریات روان‌شناسان اجتماعی نقشی لازم و ضروری در ساختن و پرداختن هویت‌های اجتماعی دارند. رویکرد پست مدرن بر این باور است که شکل‌گیری و تعریف هویت دور از مداخله هر عاملی ماقبل موجود طبیعی، روانی یا اجتماعی است. نظریه‌گفتمانی‌شناسان این رویکرد است و به‌طور عمده از ادبیات، زبان‌شناسی و معناشناسی اثر می‌پذیرد (چرگن، ۱۹۹۶: ۱). هویت اجتماعی خرد و کلان از ۳ رویکرد برخوردار است:

۱- رویکرد مربوط به متناقض و ستیزآمیز رابطه هویت‌های خرد و کلان در جهان کنونی و متعلق به کاستلز است. ۲- رویکرد مخالف جهانی‌شدن که به تکرر هویت‌های جمعی رأی می‌دهد و متعلق به پست مدرن‌هاست. ۳- رویکرد مربوط به توازی هویت‌های خرد و کلان مانند رویکرد گیدنز و جنکینز.

در رویکرد اول کاستلز سه نوع هویت مطرح می‌شود: الف) هویت مشروعیت‌بخش: هویتی که نهادهای غالب جامعه آن را می‌سازند تا سلطه خود را بر کنش‌گران جامعه گسترده‌تر و عقلانی‌کنند. این نظریه منطبق بر نظریه‌های ملی‌گرایی است. پیامد یک وابستگی این چنینی به‌وجود آمدن جامعه مدنی است.

ب) هویت مقاومت: این نوع هویت به‌وسیله کنش‌گرانی ایجاد می‌شود که از سوی منطبق سلطه بی‌ارزش

شناخته می‌شوند. افراد به‌وجودآورنده این هویت احساس می‌کنند از طرف مرکز زیر فشارند، بنابراین در جست‌وجو پناهگاه‌اند.

ج) هویت برنامه‌دار: چنین هویتی وقتی مطرح می‌شود که کنش‌گران اجتماعی به‌وسیله هر نوع مواد و مصالح فرهنگی در دسترس، شکل‌دهنده هویت جدیدی‌اند که موقعیتشان را از نو در جامعه مطرح می‌کند و به این شکل به‌دنبال تغییر کل ساخت اجتماعی‌اند. کاستلز معتقد است جهان کنونی بر تکرر فرهنگی بنا نهاده شده و سه حالت مشروح جلوه‌های این تکرر محسوب می‌شوند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۱۰).

◀ رویکرد پست‌مدرن

«هال» معتقد است رویکرد پست مدرن ماهیت ثابت بنیادی و ماندگاری برای انسان قائل نیست و او را در زمان‌های مختلف برخوردار از ماهیت متفاوت می‌داند و دارا بودن هر نوع هویت اصلی را زیر سؤال می‌برند. در نتیجه از منظر آنها هویت مقوله‌ای ذاتی و ثابت ندارد. هویت‌های جمعی التقاطی‌اند و هر هویت از گفتمان خاصی حاصل شده است و متصور شدن هویت جهانی امر شدنی نیست.

رویکرد توازی یا هم‌زیستی هویت‌های خرد و کلان: این رویکرد به گیدنز و جنکینز تعلق دارد. به اعتقاد گیدنز جهانی‌شدن این نیست که جامعه جهانی در حال یکپارچه شدن باشد، برعکس این پدیده‌ها در برخی ابعاد همراه تفرقه و پراکندگی است. جهانی‌شدن در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، فنی و در حوزه زندگی شخصی و روابط عاطفی صورت می‌پذیرد. در واقع با تحولات جهانی دهه هشتاد میلادی به بعد شاهد هم‌نشینی هویت‌های جمعی و خوردیم. واقعیتی که پست مدرنیسم بر آن صحنه می‌گذارد، اما برخلاف عقیده پست‌مدرن‌ها، این هم‌نشینی تفرز در واحدهای خرد محلی و جاری نیست، بلکه در خصوص هویت‌های خرد و کلان نیز صدق می‌کند. جهانی‌شدن علاوه بر طرح هویتی عام، موجب حضور و پررنگ شدن هویت‌های محلی و خرد نیز می‌شود (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۱۹).

جهانی‌شدن سبب می‌شود تا فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی، به هم‌زیستی فرهنگ و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی

برای قاعده‌مندی مفاهیمی که نقش عاملیت را برجسته می‌سازند (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۱۳۸).

به اعتقاد گیدنز عموماً مردم خویشتن یکپارچه‌ای را تجربه می‌کنند در نتیجه از امنیتی وجودی برخوردار می‌شوند. گیدنز خودشناسی را تأملی بر خود می‌داند و چنین تأمل و بازاندیشی از خصوصیات مدرنیته متأخر است. گیدنز با طرح موضوع هم‌زیستی و توازی هویت‌های خرد و کلان انواع هویت را در سطح ملی و جهانی به حجت می‌گذارد. در مقاله حاضر هویت از هر دو جنبه مورد بررسی قرار گرفته شده است. گیدنز اظهار می‌دارد هر چه سطح آگاهی بیشتر شود، فرهنگ‌ها و هویت‌ها گسترده‌تر و فراگیرتر خواهد شد که این مهم محور همه فرضیات تحقیق حاضر است. هویت فرد در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض نشده، بلکه چیزی است که فرد آن را مدام و روزمره به وجود می‌آورد و آن را در کنش‌های بازتابی‌اش مورد حمایت قرار می‌دهد و به آن آگاه است، یعنی هویت همان تداوم فرد طی مکان و زمان تعریف می‌شود (گیدنز، ۱۳۹۳: ۸۰).

منابع اولیه هویت

مهم‌ترین منابع هویت عبارتند از:

- ۱- مکان،
 - ۲- زمان،
 - ۳- زبان،
 - ۴- فرهنگ عامه و میراث مشترک (گل محمدی، ۱۳۹۶: ۲۳۵).
- همان‌طور که گفته شد، شکل‌گیری دو گانه نظام شخصیت (انتسابی و اکتسابی) موجب به وجود آمدن دو گونه سرمایه فرهنگی می‌شود که عبارت است از سرمایه فرهنگی انتسابی و سرمایه فرهنگی اکتسابی (بابایی فرد و حیدریان، ۱۳۹۳: ۳). در این تحقیق سرمایه فرهنگی را با سنجش ابعاد سه گانه آن به صورت شاخصی ترکیبی بررسی شده است. این شاخص ترکیبی تمایلات و گرایش‌های روحی و روانی شخص به استفاده از کالاهای فرهنگی، اندازه مصرف کالاهای فرهنگی به شکل عینی و مدارک تحصیلی و علمی و فرهنگی است.

آوردند و براساس عقلانیت به سمت آموزه‌های استحکام جهانی و آگاهی جهانی سوق یابند (ده‌شیری، ۱۳۷۹: ۷۶). جنکینز دیدگاهی براساس اتخاذ رویکرد بینابینی مدرنیته و پست مدرنیسم دارد. به اعتقاد وی هویت امری ثابت و تمام شده و منسجم نیست، همچنین امری سیال و چندباره نیز نیست.

رویکرد مورد استفاده در این تحقیق براساس رویکرد سوم یعنی هم‌زیستی هویت‌های خرد و کلان است. البته از رویکرد اول و دوم نیز کمک گرفته شده است. با وفق و مدارا می‌توانیم بگوییم رویکرد توازی و هم‌زیستی نسبت به رویکردهای اول و دوم جامع‌تر است. در حقیقت در دنیای کنونی دیگر نمی‌توانیم از جهانی شدن به صورت یکپارچگی جهانی افراط‌گرایان سخن به میان آوریم، همچنین نمی‌توانیم به‌طور مطلق با رویکردی تدافعی و جانب‌دار فرآیند جهانی شدن را منکر شد و یکسره آن‌طور که «کاستلز» و پیروان پست مدرنیسم و برخی ایدئولوژی‌های بنیادگرا خواستار آن هستند به سبب و گسترش محلی‌گرایی رأی می‌دهیم (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۲۰).

نظریات «آنتونی گیدنز و ریچارد جنکینز» چارچوب نظری اصلی این تحقیق را تشکیل داده است. آنها نظریات بسیاری درباره انواع هویت دارند و تلاش کرده‌اند برای تحلیل هویت بر شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار ارتباط برقرار کنند و فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران مدرن را با مدنظر قرار دادن تأثیرات دو سوپه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند. گیدنز و جنکینز معتقدند ساختار و کنش هر دو مهم هستند و به‌جای بحث منفک شده ساختار یا کنش بهتر است ساختار و کنش با هم مدنظر قرار بگیرد، یعنی می‌توان گفت عناصر خرد و کلان در پروژه‌های تکمیلی قرار دارند و می‌توانند هم‌نشینی و سازگاری داشته باشند. براساس چنین نگرشی جامعه محل هم‌نشینی عناصر خرد و کلان است که جلوه عینی آن بر تکثرگرایی و قبول تأیید هویت‌های جمعی مختلف است. این تحقیق برای نقش انتخاب و تفاسیر کنش‌گران در شکل‌دهی هویت جمعی و فردی اهمیت قائل است و این یعنی لزوم بازاندیشی در خصوص مفاهیم و رویکردهای ساخت‌گرا در تحلیل‌ها و تحقیق‌های اجتماعی و همچنین تلاش

از ایرانیان هویت خود را با مذهبشان گره می‌زنند و این موضوع در مناسبت‌ها، جشن‌ها و مراسم مذهبی به‌وضوح دیده می‌شود. دین می‌تواند به‌عنوان یک عامل وحدت‌بخش عمل کند، اما ممکن است موجب تفرقه میان اقوام و گروه‌های مختلف نیز شود. هویت قومی در ایران که کشوری چند قومی است و هر قوم ویژگی‌ها، زبان‌ها و فرهنگ‌های خاص خود را دارد، می‌تواند بر هویت فردی و دینی تأثیر بگذارد و با آنها تداخل کند. در برخی موارد، هویت دینی و قومی ممکن است با یکدیگر در تضاد باشند و این موضوع می‌تواند به احساس بیگانگی و نارضایتی منجر شود. به‌طور کلی هویت دینی و فردی در ایران به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر هویت ملی و قومی قرار دارد و این روابط می‌تواند در زمان‌های مختلف تغییر کند.

◀ هویت ملی:

همچون دیگر پدیده‌های اجتماعی، هویت ملی مقوله‌ای تاریخی است که در سیر حوادث تاریخی پدیدار می‌شود، رشد می‌کند، دگرگون می‌شود و معناهای گوناگون پیدا می‌کند. هویت ملی ریشه در تجربه‌ها و تصورات جمعی دارد و در دوره تاریخی معینی ابداع می‌شود و امری ثابت و طبیعی نیست، قباله تاریخی برای آن تنظیم می‌شود، خاطرات تاریخی برای آن ساخته می‌شود و در سالروز و سالگردها زنده می‌شود (اشرف، ۱۳۸۳: ۱۳۸). بنابراین، این نوع هویت به‌معنای احساس تعلق به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است.

◀ هویت جهانی:

یعنی اینکه فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی، به هم‌زیستی فرهنگی و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی بیاورند و به‌سوی آگاهی محلی و جهانی فکر کن و محلی عمل کن، جهت یابند (گل-محمدی، ۱۳۸۱: ۲۵۱).

◀ هویت قومی:

قومیت فرایندی روان‌شناختی و جامعه‌شناختی است که به‌واسطه آن افراد با یک گروه و برخی جنبه‌های فرهنگ آن گروه پیوند می‌یابند. در واقع این نوع هویت به‌معنای احساس تعلق و دل‌بستگی به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع قومی است (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۱: ۹۹). در

همچنین با توجه به اینکه هویت امری اجتماعی است و در فرایندی براساس زمان به‌دست می‌آید، تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. در این تحقیق براساس نظریات مورد استفاده تلاش شد، روند هویت‌یابی و هویت‌سازی با در نظر گرفتن آثار دو طرفه فرد و ساختار اجتماعی تبیین شود. همان‌طور که گفته شد بخشی از سرمایه فرهنگی اکتسابی و قابل تغییر و بخشی هم انتسابی است. استراتژی فرد به تفسیر کنش‌گران از محیط اجتماعی‌شان مرتبط است. طبق رویکردهای نظری به‌کار رفته، هویت اجتماعی مبتنی بر خود، متغیر و درجه‌ای از تأملی بودن را دارد و بسترهای ساختاری و فرهنگی در شکل‌گیری و باز تعریف هویت جمعی و فردی اثرگذار است.

در دوران معاصر بر اثر جریان‌های مدرنیسم و پست‌مدرنیسم در کنش‌ها و هویت‌های انسانی بازاندیشی بیشتر صورت می‌گیرد و همه نهادها و سازمان‌های مدرن در به‌وجود آوردن هویت‌ها نقش اثرگذاری ایفا می‌کنند. افراد در برابر این تأثیرات و ایستادگی در برابر ساختارها و بازسازی هویت اجتماعی نقشی فعال دارند. در نتیجه با توجه به اینکه هویت‌یابی جریانی دیالکتیکی است، در کنار عوامل انتسابی، عوامل اکتسابی و نحوه تعریف فرد از خود در تحلیل هویت باید مدنظر قرار گیرد.

طبق نظریات هویت اجتماعی به دو گروه جمعی و فردی تقسیم می‌شود. منابع هویت جمعی تعلق و بستگی به فرهنگ، سرزمین، زبان و تاریخ مشترک است و منابع هویت فردی نیز خودپنداره منسجم و عزت نفس در نظر گرفته می‌شود. از این رو با افزایش سرمایه فرهنگی، هویت اجتماعی افراد نیز به احتمال زیاد بیشتر می‌شود. همچنین لازم به ذکر است هویت جمعی از نگاه یک ملت جامع‌ترین است و هویت ملی اطلاق می‌شود و با خود حس پایبندی، دل‌بستگی و تعهد به اجتماع ملی را به دنبال دارد و جزئی از هویت فرد محسوب می‌شود.

در ایران هویت دینی و فردی ارتباط پیچیده‌ای با هویت ملی و قومی دارد که این روابط به عوامل تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی وابسته است. هویت دینی در ایران، دین اسلام به‌خصوص مذهب شیعه نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت ملی دارد. بسیاری

الف) دانش تاریخی به معنای آگاهی از مهم‌ترین حوادث و شخصیت‌های تاریخی

ب) تعلق خاطر تاریخی به معنای وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث، وقایع و شخصیت‌های تاریخی که نتیجه آن برخورد افتخارآمیز با آن یا موفق دانستن فعالیت‌ها و اقدامات شخصیت‌های مؤثر و مثبت در تاریخ کشور یا ناراحتی و سرافکندگی و تحقیر است.

۴- بعد فرهنگی: این بعد حاوی مجموعه‌ای از عناصر شناختی، نمادین و عملی است که میراث سنتی خاصی را تشکیل می‌دهد؛ آموزه‌ها، کتاب‌ها، علم و تفاسیر علمی، رفتارها و آیین‌ها و رموز آیینی، تاریخ اندیشه‌ها و شیوه‌های اندیشه‌ورزی که ریشه در فعالیت‌های اجتماعات دارند. عادت غذا خوردن، لباس پوشیدن، امور جنسی، بهداشت و نظایر آن که با نظام اعتقادات فرد مرتبط‌اند. هنر و آفریده‌های زیبا شناختی که به‌طور علمی توسعه یافته است و با این اعتقادات ارتباط دارد. نظایر آن شامل بعد فرهنگی و هویت دینی می‌شود. در واقع بعد فرهنگی، نگرش مثبت به میراث فرهنگی مذهبی و اهتمام به حفظ و نگهداری آن را نشان می‌دهد.

◀ هویت فردی:

به تعریف بازاندیشانه فرد از خودش اطلاق می‌شود؛ تعریفی که بر اثر آگاهی و تأمل، از خودش می‌کند (گیدنز ۱۳۹۳: ۸۲). چنان‌چه تعریفی که فرد از خودش می‌کند مثبت باشد، شخص دارای خودپنداره منسجم و قوی است و احترام به نفس بالایی دارد و چنان‌چه تعریف فرد از خودش منفی باشد، خودپنداره او نامنسجم و ضعیف و احترام به نفس او پایین است. هویت فردی که بر اثر آگاهی فرد از خود شکل می‌گیرد به دو بعد عزت نفس و خودپنداره منسجم فرد تقسیم و براساس هجده معرف سنجدیده شد (ساروخانی و رفعت‌جاء، ۱۳۸۳: ۱۴۸).

برای پایایی تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و اعتبار تحقیق از طریق تحلیل عاملی به دست آمد.

نتایج و اجزای پایایی گویه‌های تحقیق

این تحقیق، اقوام ایرانی براساس شاخص زبان مشترک، سرزمین مشترک، میراث فرهنگی مشترک و تاریخ مشترک برگزیده شدند.

◀ هویت دینی:

هویت دینی را در دو سطح می‌توان مشاهده کرد: اول سطح فردی و شخصی که تقریباً مترادف با دین‌داری فردی است، اما در سطح دیگر، هویت دینی به عنوان جمعی نیز مطرح است و متضمن سطحی از دین‌داری است که با هویت جمعی یا همان اجتماع دینی یا امت مقارنه دارد. در این معنا، هویت دینی به معنای تعلق و تعهد به جامعه دینی است (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۱: ۹۹). در اندیشه مدرن آنچه بر سر مفهوم هویت آمد حرکت از ساخت مفهومی فردی به سمت مفهوم اجتماعی و سیاسی است. اما در خصوص مفهوم دین مسئله تفاوت دارد. دین مفهومی قدیم و ریشه‌دار و اجتماعی است که اندیشمندان مدرن در تلاقی معرفتی با آن به شدت دنبال رها کردن خویشتن اجتماعی و فکری از آن بوده‌اند در نتیجه درصد بی‌نیازی جامعه و اندیشه از آن برآمدند (رئیس‌الساداتی و پارسانیا، ۱۴۰۲: ۱۰).

◀ ابعاد هویت دینی:

۱- بعد دین‌داری: بررسی پژوهش‌های تجربی راجع به دین‌داری نشان می‌دهد که چند بعدی بودن دین نکته‌ای است که عموماً توسط پژوهشگران پذیرفته شده است. مدل «گلاک و استارک» که در این حوزه مورد توجه بسیار قرار گرفته است، برای آن پنج بعد در نظر گرفته است: بعد اعتقادی، بعد شعائر و مناسک، بعد تجربی، بعد دانش دینی و بعد پیامدی.

۲- بعد اجتماعی: این بعد با مجموعه‌ای از نشانگرها سر و کار دارد که مرز گروه‌های دینی را تعریف می‌کند و به شخص اجازه می‌دهد که میان درون‌گروه و برون‌گروه تمایز قائل شود. بعد اجتماعی به تعریف رسمی و علمی تعلق و با آن ارتباط دارد. در واقع بعد اجتماعی، احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به مای مسلمان را نشان می‌دهد.

۳- بعد تاریخی: بعد تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دل بستگی بدان دانست. این تعریف در برگزیده دو بعد است.

ردیف	نام متغیر	ابعاد متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفا	ضریب آلفای کل
۱	سرمایه فرهنگی	بعد ذهنی	۵	۰/۸۶	۰/۷۹
		بعد عینی	۵	۰/۷۵	
		بعد نهادی	۶	۰/۸۳	
۲	هویت اجتماعی	هویت قومی	۱۴	۰/۸۴	۰/۸۵
		هویت ملی	۱۰	۰/۸۸	
		هویت جهانی	۴	۰/۷۸	
		هویت دینی	۴	۰/۸۶	
		هویت فردی	۱۸	۰/۷۷	

تجزیه و تحلیل

نتایج آزمون تفاوت میانگین (t مستقل) هویت اجتماعی بر اساس جنسیت

t-test for Equality of Means					Levene's Test for Equality of Variances		تعداد	جنسیت	هویت	
فاصله اطمینان در سطح ۰/۹۵		تفاوت میانگین	Sig. (2-tailed)	df	t	Sig.				F
بالا	پایین									
۶/۴۱	۱/۷۶	۴/۰۸	۰/۰۰۰	۳۸۹	۳/۴۵	۰/۰۳۲	۲/۹۵	۲۰۹	مرد	هویت ملی
۶/۴۰	۱/۷۷	۴/۰۸	۰/۰۰۰	۳۸۸	۳/۴۷			۱۸۲	زن	
۰/۱۶۹	۱/۴۴	۰/۶۳۸	۰/۱۲۱	۳۸۸	۱/۵۶	۰/۹۳۳	۰/۰۰۷	۲۰۵	مرد	هویت جهانی
۰/۱۶۵	۱/۴۴	۰/۶۳۸	۰/۱۱۹	۳۸۵	۱/۵۷			۱۸۶	زن	
۱/۹۵	۰/۱۱۰	۰/۹۲۴	۰/۰۸۰	۳۸۹	۱/۷۵	۰/۰۷۹	۳/۱۰	۲۰۵	مرد	هویت دینی
۱/۹۳	۰/۰۸۷	۰/۹۲۴	۰/۰۷۳	۳۸۹	۲/۷۹			۱۸۴	زن	
۱۸/۹۱	۱۳/۹۴	۱۶/۴۲	۰/۰۰۰	۳۸۹	۱۳	۰/۰۰۱	۱۱/۹	۲۰۵	مرد	هویت فردی
۱۸/۸۸	۱۳/۹۷	۱۶/۴۲	۰/۰۰۰	۳۸۶	۱۳/۱			۲۰۵	مرد	
۰/۱۸۷	۴/۴۷	۲/۱۴	۰/۰۳۷	۳۸۹	۱/۸۰	۰/۰۰۲	۰/۳۸۹	۲۰۵	مرد	هویت قومی
۰/۱۸۷	۴/۴۷	۲/۱۴	۰/۰۳۸	۳۸۴	۱/۸۰			۱۸۶	زن	

آزمون میانگین‌ها هیچ رابطه‌ای را بین جنسیت و هویت جهانی نشان نمی‌دهد. نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها هیچ رابطه‌ای را در مورد جنسیت و هویت دینی نشان نمی‌دهد؛ پس بین زن و مرد از لحاظ هویت دینی تفاوتی وجود ندارد و فرضیه صفر در اینجا پذیرفته می‌شود. همچنین رابطه بین هویت قومی و جنسیت در سطح

جدول بالا نشان می‌دهد نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها حکایت از وجود رابطه بین جنسیت و هویت ملی دارد و در سطح ۰/۰۱ معنادار است. پس در مورد رابطه جنسیت و هویت ملی فرضیه صفر رد و فرضیه اصلی تأیید می‌شود و از آنجا که میانگین مردها بیشتر از زنان است، گرایش مردان به داشتن هویت ملی بیش از زنان است. نتایج

پیرسون ۰.۲۵ است و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ و این موضوع بیانگر این است که رابطه بین دو متغیر مثبت است و بنابراین با افزایش سرمایه فرهنگی، هویت دینی نیز افزایش می‌یابد. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت جهانی از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی دو متغیر بر این اساس ۰.۰۵۴ و سطح معناداری آن ۰.۳۱۲ است. این نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر خیلی ضعیف است. میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و هویت قومی ۰.۲ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است. بنابراین رابطه بین دو متغیر مثبت و مستقیم است. به بیان دیگر، هر چه میزان سرمایه فرهنگی بالاتر برود، هویت قومی نیز افزایش می‌یابد. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت فردی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و هویت فردی ۰.۱۸ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۷ است. بنابراین، رابطه بین دو متغیر مثبت و مستقیم است. به بیان دیگر، هر چه میزان سرمایه فرهنگی بالاتر برود، هویت فردی نیز افزایش می‌یابد. نتیجه اینکه سرمایه فرهنگی با تمام انواع هویت همبستگی مثبت دارد، ولی بیشترین همبستگی آن با هویت ملی، دینی و قومی و فردی و کمترین همبستگی با هویت جهانی است. بدین ترتیب می‌توان ادعان داشت رشد این نوع سرمایه بیشتر از همه به تقویت ملی، دینی، قومی و فردی و به طور خیلی ضعیف، جهانی منجر می‌شود. وقتی اجزای تشکیل‌دهنده سرمایه فرهنگی (عینی، ذهنی و نهادی) به صورت جداگانه، با انواع هویت مورد تحلیل همبستگی قرار گرفت و مشخص شد که ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی دارای ضریب همبستگی متفاوتی با انواع هویت است. جدول زیر رابطه ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی را با انواع هویت نشان می‌دهد.

۰.۰۵ معنادار است و از آنجا که میانگین زنان بیشتر از مردان است، می‌توان گفت که بین جنسیت و هویت قومی رابطه وجود دارد و گرایش زنان به هویت قومی بیشتر از مردان است. در مورد رابطه جنسیت و هویت فردی آزمون میانگین‌ها حاکی از وجود رابطه بین جنسیت و هویت فردی است. همان‌گونه که جدول نشان می‌دهد رابطه بین جنسیت و هویت فردی در سطح ۰.۰۱ معنادار است و از آنجا که میانگین مردان بیشتر از زنان است، چنین نتیجه گرفته می‌شود که تمایل مردها به داشتن هویت فردی بیشتر از زنان است. لازم است یادآوری شود که جنسیت جزو متغیرهای زمینه‌ای است.

◀ ارتباط سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی

برای بررسی رابطه میان سرمایه فرهنگی و انواع هویت از ضریب همبستگی خطی «پیرسون» استفاده شد. نکته قابل ذکر این است که برای استفاده از همبستگی پیرسون باید توزیع متغیرها نرمال باشد و از طرف دیگر، فرضیه‌ها بر رابطه دو سویه دلالت داشته باشند. گرچه قواعد سهل و سریعی برای متمایز کردن همبستگی زیاد از همبستگی کم وجود ندارد. باز خوب است که قاعده‌ای کلی برای تفسیر مقدارهای مختلف ضریب همبستگی فراهم آید. در این قسمت به بررسی رابطه ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی با هویت‌های ملی، دینی، قومی، فردی و جهانی پرداخته می‌شود. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی و هویت ملی ۰.۵۶ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ است که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر است و همبستگی زیاد است. بنابراین، هر چه میزان سرمایه فرهنگی بالا رود گرایش به داشتن هویت ملی نیز زیاد می‌شود. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت دینی از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی

انواع هویت ابعاد ابعاد سرمایه فرهنگی	هویت جهانی	هویت ملی	هویت دینی	هویت قومی	هویت فردی
ذهنی	۰/۰۸	۰/۳۵	۰/۲۸	۰/۱۸	۰/۱۴
عینی شده	۰/۰۴	۰/۲۹	۰/۱۵	۰/۱۱	۰/۹
نهادی	۰/۰۱	۰/۴۰	۰/۲۲	۰/۱۸	۰/۱۷

و با هویت قومی ۰.۱۱ و با هویت فردی ۰.۹ است. ضریب همبستگی بعد نهادی با هویت ملی ۰.۴، با هویت جهانی ۰.۰۱، با هویت دینی، ۰.۲۲ با هویت قومی ۰.۱۸ و با هویت فردی نیز ۰.۱۷ است.

تحلیل استنباطی چند متغیره هویت ملی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورد شده	یافته	ضریب تعدیل یافته (adjusted square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۰	۷۳/۴۱	۱/۹۰۲	۹/۱۶۶		۰/۵۷۴	۰/۵۹۸	۰/۷۷۵

باقی مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم است و سطح معناداری آماره F ، ۰،۰۰۰ است. بنابراین مدل رگرسیون معنادار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت ملی

بر این اساس، ضرایب بعد ذهنی سرمایه فرهنگی با هویت ملی ۰.۳۵، با هویت جهانی ۰.۰۸، با هویت دینی ۰.۲۸ با هویت قومی ۰.۱۸ و با هویت فردی ۰.۱۴ است. همچنین ضرایب بعد عینی سرمایه فرهنگی با هویت ملی ۰.۲۹، با هویت جهانی ۰.۰۴، با هویت دینی ۰.۱۵

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت ملی ۰.۷۷۵ است و ضریب تعیین آن ۰.۵۹۸ است. بنابراین، سه بعد سرمایه فرهنگی، روی هم ۰.۶ از واریانس هویت ملی را تبیین می‌کند. همچنین براساس جدول فوق میزان دوربین واتسون ۱.۹ بوده، که

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد		ضرایب متغیرها	
		ضرایب شده	ضرایب غیراستاندارد		
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۵/۸۱		۲/۰۸	۱۲/۴۵۱	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۱۲/۱۸۸	۰/۵۲۷	۰/۰۵۹	۰/۷۲۵	بعد نهادی
۰/۰۶۳	۱/۱۸	۰/۰۸۵	۰/۰۹۸	۰/۱۸۲	بعد عینی
۰/۰۲۷	۲/۲۳	۰/۰۹۸	۰/۱۲۹	۰/۲۹۲	بعد ذهنی

در این جدول ضریب رگرسیون بعد نهادی ۰.۲۲۵، بعد عینی ۰.۱۸۲ و بعد ذهنی ۰.۲۹۲ است و این ضرایب با توجه به سطح معناداری برای بعد نهادی ۰،۰۰۰، برای بعد عینی ۰.۰۶۳ و برای بعد ذهنی ۰.۰۲۷ است. بنابراین بعد نهادی در سطح ۰.۰۱ و بعد ذهنی در سطح

تحلیل استنباطی چند متغیره هویت دینی

۰.۰۵ معنادار است و بعد عینی معنادار نیست. همچنین، براساس ضرایب بتا، عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت ملی به ترتیب اولویت عبارتند از بعد نهادی، بعد ذهنی و بعد عینی.

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورد شده	ضریب تعدیل یافته (adjusted square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۰	۱۰/۹۱	۱/۷۷	۱۱/۵۴	۰/۲۵۳	۰/۲۷۵	۰/۳۹۸

۱۱.۷۷ است که باقی مانده های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده، سطح معناداری آماره F ، 0.000 است. بنابراین مدل رگرسیون معنادار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند. متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت دینی

جدول فوق نشان می دهد که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت دینی 0.398 و ضریب تعیین آن 0.275 است. بنابراین، سه بعد سرمایه فرهنگی روی هم 0.275 از واریانس هویت دینی را تبیین می کند. همچنین براساس جدول فوق میزان دوربین واتسون

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد		ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		شده	Beta	خطای استاندارد	ضریب B	
۰/۰۰۷	۵/۹۷			۲/۶۲	۱۵/۶۶	مقدار ثابت
۰/۰۰۳	۳/۱۵	۰/۱۶۳		۰/۰۷۵	۰/۲۳۷	بعد نهادی
۰/۷۷۰	۰/۲۹۴	۰/۰۱۶		۰/۱۲۳	۰/۰۳۷	بعد عینی
۰/۰۰۱	۳/۳۹	۰/۱۷۸		۰/۱۶۴	۰/۵۵۸	بعد ذهنی

و بعد ذهنی در سطح 0.01 معنادار است و بعد عینی معنادار نیست. همچنین براساس ضرایب بتا، عمده ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت دینی به ترتیب اولویت عبارتند از بعد ذهنی، بعد نهادی و بعد عینی. تحلیل استنباطی چندمتغیره هویت جهانی

همان گونه که در این جدول می بینید ضریب رگرسیون بعد نهادی 0.237 ، بعد عینی 0.037 و بعد ذهنی 0.558 است. این ضرایب با توجه به سطح معناداری برای بعد نهادی 0.003 و برای بعد عینی 0.770 و برای بعد ذهنی 0.001 است. بنابراین بعد نهادی در سطح 0.01

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورد شده	ضریب تعدیل یافته (adjusted square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۴۱۲	۰/۹۴	۱/۶۹	۴/۲۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۸	۰/۰۸۵

۱.۶۹ است که از باقی مانده های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده، سطح معناداری آماره F ، به مقدار 0.412 است. بنابراین مدل رگرسیون معنادار نیست. متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت جهانی

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت جهانی 0.085 و ضریب تعیین آن 0.008 است. بنابراین، سه بعد سرمایه فرهنگی رو هم 0.008 از واریانس هویت جهانی را تبیین می کند. همچنین براساس جدول فوق، میزان دوربین واتسون

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد شده		ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		Beta	Beta	خطای استاندارد	ضریب B	
۰/۰۰۰	۹/۰۸			۰/۹۷۰	۸/۸۱۲	مقدار ثابت
۰/۸۸۲	-۰/۱۵۰	-۰/۰۰۸		۰/۰۲۸	-۰/۰۰۵	بعد نهادی
۰/۷۱۵	۰/۳۶۷	۰/۰۲۱		۰/۰۴۵	۰/۰۱۸	بعد عینی
۰/۱۶۲	۱/۴۰	۰/۰۷۶		۰/۰۶۱	۰/۰۸۶	بعد ذهنی

در این جدول ضریب رگرسیون بعد نهادی $0.005-$ و بعد عینی 0.018 و بعد ذهنی 0.086 است و این ضرایب با توجه به سطح معناداری برای بعد نهادی 0.882 و برای

تحلیل استنباطی چند متغیره هویت قومی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورد شده	ضریب تعدیل یافته (adjusted square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
0/000	7/49	1/78	5/12	0/211	0/232	0/368

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت قومی 0.368 و ضریب تعیین آن 0.232 است. بنابراین، سه بعد سرمایه فرهنگی روی هم 0.232 از واریانس هویت قومی را تبیین می‌کند. همچنین براساس جدول فوق میزان دوربین واتسون

1.78 است که باقی مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده و سطح معناداری آماره F به میزان 0.000 است. بنابراین مدل رگرسیون معنادار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت قومی

Sig	آماره t	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب متغیرها
		خطای استاندارد	ضریب B	
0/007	2/69	1/164	3/13	مقدار ثابت
0/013	2/52	0/132	0/085	بعد نهادی
0/952	0/062	0/003	0/04	بعد عینی
0/003	3/007	0/159	0/218	بعد ذهنی

در این جدول ضریب رگرسیون بعد نهادی 0.085 ، بعد عینی 0.04 و بعد ذهنی 0.218 است و این ضرایب با توجه به سطح معناداری برای بعد نهادی 0.013 و برای بعد عینی 0.952 و برای بعد ذهنی 0.003 است. بنابراین، بعد نهادی در سطح 0.05 و بعد ذهنی 0.001 در

سطح معنادار است و بعد عینی معنادار نیست. همچنین براساس ضرایب بتا، عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت قومی به ترتیب اولویت عبارتند از بعد ذهنی، بعد نهادی و بعد عینی.

تحلیل استنباطی چند متغیره هویت فردی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورد شده	ضریب تعدیل یافته (adjusted square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
0/001	76/03	1/73	11/57	0/182	0/208	0/318

جدول نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت فردی 0.318 و ضریب تعیین آن 0.208 است. بنابراین سه بعد سرمایه فرهنگی روی هم 0.208 از واریانس هویت فردی را تبیین می‌کند. همچنین

براساس جدول فوق، میزان دوربین واتسون 1.73 است که باقی مانده‌های این مدل رگرسیون از هم مستقل بوده و سطح معناداری آماره F به میزان 0.001 است. بنابراین مدل رگرسیون معنادار است و متغیرهای مستقل بر

متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت فردی

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد شده		ضرایب غیراستاندارد		ضرایب متغیرها
		Beta	خطای استاندارد	ضریب B		
۰/۰۰۰	۷/۵۷			۲/۶۱	۱۹/۹۲	مقدار ثابت
۰/۰۰۳	۲/۹۲	۰/۱۵۳		۰/۰۷۴	۰/۲۱۹	بعد نهادی
۰/۷۷۶	-۰/۲۸۴	-۰/۰۱۵		۰/۱۲۴	۰/۰۳۴	بعد عینی
۰/۰۲۵	۲/۲۲	۰/۱۱۹		۰/۱۶۴	۰/۳۶۶	بعد ذهنی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

این پژوهش ارتباط میان دو مفهوم و سازه نظری در جامعه‌شناسی را بررسی می‌کند. دسترس بودن منابع با ارزش جامعه رتبه اجتماعی را مشخص می‌کند. منابع ارزشمندی که مشخصاً وجود دارند عبارتند از:

۱- دارایی‌های اقتصادی که همان میزان دسترسی به ثروت و مادیات است.

۲- دارایی سازمانی یا همان دسترسی به موقعیت سازمان یافته است.

۳- ثروت و اعتبار اجتماعی که همان تعهدات اجتماعی در جامعه است.

۴- دارایی فرهنگی یا سرمایه فرهنگی که میزان دسترسی به منابع معرفتی در جامعه است (چلبی، ۱۳۹۵: ۹۵-۹۴).

در پژوهش‌های صورت گرفته گذشته، رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی براساس رویکرد تجربی-نظری مورد بررسی و مذاقه قرار گرفته شد؛ که در اینجا لازم است متذکر شویم که در شهر کرج که نزدیک کلان شهر تهران است و بسیاری از دانشجویان ساکن تهران با رویکرد اینکه برای تحصیل خارج از شهر محل سکونت و خانواده نباشند، ترجیح اولشان تحصیل در این شهر است که شاید بتوان گفت این پژوهش می‌تواند مصداقی از پژوهش در یکی از دانشگاه‌های کلان شهر تهران تلقی شود.

مهم‌ترین یافته این پژوهش افزایش وابستگی هویت اجتماعی با افزایش سرمایه فرهنگی است. اثر سرمایه

فرهنگی بر هویت‌های جمعی به ترتیب بیشترین اثرگذاری عبارتند از: هویت ملی، هویت دینی، هویت قومی و هویت فردی. این تحقیق نشان داد که هیچ رابطه‌ای میان هویت جهانی و سرمایه فرهنگی وجود ندارد. فرضیه وابستگی به هویت ملی براساس میزان سرمایه فرهنگی در بالاترین رتبه و فرضیه وابستگی هویت جهانی براساس میزان سرمایه فرهنگی در پایین‌ترین رتبه قرار گرفتند. وابستگی هویت‌های ملی، دینی، قومی و فردی را از این منظر می‌توانیم تحلیل کنیم که آداب و مناسک ملی، قومی و مذهبی به‌عنوان عناصر فرهنگی شناخته می‌شوند و بعد عینی از میان ابعاد سرمایه فرهنگی دارای بیشترین ارتباط با هویت‌ها بود.

چنانچه بخواهیم از منظر تئوریک مقاله را مورد بررسی قرار دهیم، باید گفت رویکرد این پژوهش محک زدن و آزمون کردن دیدگاه‌های گیدنز، جنکینز و کاستلز در جامعه مورد بررسی پژوهش است. به لحاظ تجربی و عینی نیز به نتایجی دست یافته که محققان دیگری پیشتر به آن دست یافته‌اند. نتایج تحلیل رگرسیون تحقیق حاضر نشان می‌دهد. تحصیلات و درجه تحصیلی بالا که فرد را به ارزش‌ها و نگرش‌های جدید که همان منابع فرهنگی محسوب می‌شود و نیز آگاهی بیشتر مجهز می‌کند، نقش پررنگ و بسزایی نسبت به بعد ذهنی دارد. همچنین لازم به ذکر است هویت ملی باید برآیند جمعی عام یعنی همه افراد باشد و به‌طور عینی و عملی منافع جمعی همه افراد را عینیت ببخشد و تأمین کند تا همه اقوام و طبقات در این تعامل دارای حس رضایت و انتفاع

باشند.

در نظریات مرتبط با هویت اجتماعی با رویکرد گیدنز تلاش شد در تحلیل هویت بر شکاف بین فرد و جامعه ارتباط برقرار شود، فرایند هویت‌یابی و باز تعریف هویت با مدنظر قرار دادن آثار دو طرفه و دیالکتیک عامل و ساختار مورد تبیین قرار گرفت. رویکرد هم‌زیستی و توازی هویت‌های خرد و کلان گیدنز و جنکینز با مطرح کردن انواع هویت در سطح ملی و جهانی مورد آزمون قرار گرفت که نتایج به پذیرفته شدن انجامید. گیدنز معتقد است با بیشتر شدن آگاهی انسان‌ها، فرهنگ‌ها و هویت‌ها فراگیرتر می‌شوند که این مهم، کانون همه فرضیه‌ها تحقیق محسوب می‌شود.

در دیدگاه کاستلز انواع هویت مطرح می‌شود. هویت هدفمند و برخوردار از برنامه که به هویت اجتماعی گیدنز شبیه است مبنای کلیه فرضیه‌ها شد و در نهایت مورد پذیرش قرار گرفت؛ اما برخلاف گیدنز در رویکرد کاستلز برخورد و درگیری میان هویت‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است و گاهی دردسر ساز شمرده می‌شود. چنین رویکردی در پژوهش وجود نداشت و با اثبات فرضیه‌ها عکس این نشان داده شد. به‌طور کلی در این پژوهش از میان سه رویکرد نظری مطرح شده، رویکرد توازی و هم‌زیستی هویت‌های خرد و کلان تأییدکننده نتایج به‌دست آمده است.

براساس آنچه در این پژوهش محرز شد، پیشنهاد می‌شود:

۱. باید سرمایه فرهنگی را از لحاظ تئوری و تحقیقات علمی بیشتر مورد مطالعه و بررسی قرار دهیم.
۲. لازم است در این خصوص که دانشجویان به چه سرمایه فرهنگی نیاز دارند و در نظام آموزشی چه نوع سرمایه فرهنگی به‌کار می‌آید، بیشتر مورد توجه قرار بگیرد.
۳. لازم است دستگاه‌های اجرایی حوزه فرهنگ با توجه به اثر مثبت سرمایه فرهنگی بر هویت‌های جمعی و فردی، زمینه‌های مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های فرهنگی را مهیا و تقویت کنند.
۴. رسانه‌های جمعی به‌عنوان -مهم‌ترین وسیله و ابزار اثرگذار در معرفی میراث تاریخی و مروج و آموزش‌دهنده حقوق شهروندی- عملکردشان را ارتقاء دهند.

منابع:

- آزاد ارمکی، تقی و حسن چاوشیان، (۱۳۸۱)، بدن به مثابه هویت، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، شماره ۴.
- بابذری، یوسف و حسن چاوشیان، (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲.
- احمدی، بابک، (۱۳۹۶)، معمای مدرنیته، چاپ ۱۰، تهران، نگاه معاصر.
- استونز، راب، (۱۴۰۰)، متفکران جامعه‌شناسی، ترجمه: مهرداد میردامادی، تهران، نشر مرکز.
- اشرف، احمد، (۱۳۷۳)، بحران هویت ملی و قومی در ایران، ایران‌نامه، شماره ۱۲.
- بابایی فرد، اسداله و امین حیدریان، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال ۱۲.
- بشیریه، حسین، (۱۳۸۳)، عقل در سیاست: سی و پنج گفتار در فلسفه، جامعه‌شناسی و توسعه سیاسی، تهران، نگاه معاصر.
- توسلی، غلام‌عباس و یارمحمد قاسمی، (۱۳۸۳)، هویت‌های جمعی و جهانی شدن، نامه علوم اجتماعی دوره ۲۴، شماره ۲۴.
- توسلی، غلام‌عباس و مرضیه موسوی، (۱۳۸۴)، مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳.
- چلبی، مسعود، (۱۳۹۵)، جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران، نشر نی.
- حسینی‌نیا، سیدابوالفضل، شهرزاد بذرافشان، آذر اسکندری و رحمت‌اله امیراحمدی، (۱۴۰۱)، تأثیر سرمایه اجتماعی-فرهنگی بر هویت ملی جوانان شرق استان گلستان، فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال ۳، دوره ۱۰.
- خانی، بهمن، امینه احمدی و مهدی باقری، (۱۴۰۰)، نقش هویت ملی و سرمایه فرهنگی در ارتقای آموزش شهروند جهانی، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۲، دوره ۱۳.

sociology, <https://ia903102.us.archive.org>.

-Castell, manuel, (1997), *The power of identity*, Oxford, England, blackwell drmonfaredpaya.ir.

-Giddens, Anthony, (2000). *The third way and it's critics*, Cambridge, polity
-Merolla, David m, Richard T. Serpent and Sheldon stryker, (2012), "structural precursors to identity processes the rule of proximate social structures", social psychology quarterly, V.75, Issue 2.

-Thompson, janna, (1998), "community identity and world citizenship", H. Archinugi and j.kohler (eds.), *Culture and global change*, London, England, Routledge.

-ده‌شیری، محمدرضا، (۱۳۷۹)، درباره جهانی شدن و هویت ملی، شماره ۵.

-رضایی، محمد و فاطمه تشویق، (۱۳۹۲)، بازخوانی سنجه‌های سرمایه فرهنگی، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره دوم، شماره ۱.

-رئیس‌الساداتی، ریحانه‌سادات و حمید پارسانیا، (۱۴۰۲)، هویت دینی و شاخص‌های آن نزد اندیشمندان اجتماعی پسامدرن، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره ۱۴، شماره ۲.

-ساروخانی، باقر و مریم رفعت‌جاه، (۱۳۸۳)، زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۲.

-شارع‌پور، محمود و غلام‌رضا خوش‌فر، (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت جوانان شهر تهران، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.

-عابدی‌خوب، فاطمه و لیلا فراغت، (۱۴۰۲)، بیش‌بینی هویت علمی دانش‌آموزان براساس سرمایه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، پژوهش در روش‌های آموزش، سال ۱، شماره ۳.

-فائقی، سحر و بهمن بانیگانی، (۱۳۹۵)، سنجش سرمایه فرهنگی طبقات براساس جایگاه اقتصادی و اجتماعی، مطالعه موردی: شهروندان اصفهانی، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره ۷، شماره ۳.

-کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۵)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: قدرت هویت، ترجمه: حسن چاوشیان، افشین خاکباز و احد علی‌قلیان، جلد ۲، تهران، طرح نو.

-گل‌محمدی، احمد، (۱۳۹۶)، جهانی شدن، فرهنگ، هویت، چاپ ۹، تهران، نشر نی.

-گیدنز، آنتونی، (۱۳۹۳)، تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، چاپ ۹، تهران، نشر نی.

-نیازی، محسن، احسان صنعت‌کار و ایوب سخایی، (۱۴۰۱)، فراتحلیل رابطه سرمایه فرهنگی و اوقات فراغت: بر پایه مطالعه مرور نظام‌مند، مطالعات جامعه‌شناختی شهری، دوره ۱۲، شماره ۴۵.

منابع انگلیسی:

-Bordieu, pierre, (2008), "The forms of capital", readings in economic