



عوامل مؤثر در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام

ظاهر سلیمانی^۱، علی رضا صامت^{۲*}، عباسعلی قیومی^۳، اسماعیل کاوسی^۴

چکیده	اطلاعات مقاله
این تحقیق در راستای بررسی عوامل مؤثر در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام انجام شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان در سازمان‌های فرهنگی استان ایلام می‌باشند که تعداد آن‌ها حدوداً ۱۷۵۰ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری ساده می‌باشد. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (براساس شیوه‌ی نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۳۱۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده و سپس با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در چهار بعد و ۴۴ گویه تنظیم براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت، و گویه‌های مستخرجه در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی نیز، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی ارائه گردیده و در بخش آمار استنباطی، جهت بررسی فرضیه‌ها از آزمون معادلات ساختاری استفاده شده است. با توجه به داده‌های تحقیق می‌توان گفت، میراث معنوی ایرانیان، میراث فرهنگی ایرانیان، میراث سیاسی ایرانیان و میراث تاریخی ایرانیان بر ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام اثر مثبت و معنی داری دارد.	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۴۵۶۵</p> <p>شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۹۷۷۵</p> <p>واژه‌های کلیدی:</p> <p>میراث معنوی ایرانیان، میراث فرهنگی ایرانیان، میراث سیاسی ایرانیان، میراث تاریخی ایرانیان</p>

۱- دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران soleymani22@gmail.com

۲- استادیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران arsamet@gmail.com

۳- دانشیار گروه مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران ghaiyoomi@gmail.com

۴- استاد گروه فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

مقدمه

با ورود به عصر مدرنیته و گذر از جنگ سرد و عدم توانایی ابرقدرتها در تسلط بر کشورها به طریق حمله نظامی، بحث فرهنگ و تسلط بر آن به میان آمده است، چرا که فرهنگ یک ملتی هویت آن ملت بوده و در جامعه بین المللی، ملتی را بر پایه هویت فرهنگی آن می شناسند. تسلط و تصرف زورگویان همیشه و در همه حال، در همه اعصار بوده و خواهد بود ولی چون اولاً، توان نظامی دولت‌ها تقریباً باهم برابری می کند و اینکه حمله نظامی دارای هزینه‌های گرانی بر دولت متجاوز به بار می آورد و از طرف دیگر به دلیل وجود سازمان‌های بین المللی و در برخی موارد حمایت آنها از دولت‌های ضعیف، امکان حمله نظامی را از متخصصان گرفته و آن‌ها برای رسیدن به اهداف ظالمانه خود سعی بر تسلط بر فرهنگ ملت‌ها به عبارت دیگر استحاله فرهنگی دارند، چون فرهنگ یک ملت ریشه در اعتقادات و باور آن ملت داشته و در عمق وجودی افراد آن ملت رخنه کرده است، هر چند تسلط بر آن زمان زیادی را نیازمند است ولی در صورت موفقیت، نابودی دولت را در پی خواهد داشت.

فرهنگ در یک جامعه نقش مهمی در روند توسعه آن جامعه داشته، به طوری که آن را پایه معنوی همان جامعه می دانند. (Trung & Van, 2020: 220) هویت فرهنگی نیز یک مفهوم فراگیری بوده (Young, 2007: 253) و آن را می توان به عنوان شخصیت یک فرد یا اجتماع تعریف کرد که شامل تربیت، آموزش، باورها، ارزش‌ها و دانش خاصی می شود. (Stenishcheva, 2021: 2) در اصل هویت فرهنگی سنگ بنای هویت ملی بوده و می تواند هم در سطح اجتماع و نیز در سطوح فردی تجسم شود. (Bouymaj, 2020: 9) بنابراین می شود گفت که این هویت، به نوعی فرهنگ مشترکی است که خود واقعی جمع را نشان می دهد که در درون اجتماع پنهان می باشد. (Koc, 2006: 1) عواملی مانند جنگ، فتوحات، استعمار، تغییرات آب و هوایی، منافع اقتصادی و جهانی شدن باعث آمیختگی فرهنگی بین دو یا چند فرهنگ شده و باعث تسلط یکی بر دیگری می شود. (Carrasco, 2006: 7).

ابرازهای فرهنگی هویت ساز، باعث شکل گیری مقوله‌های هویتی در بین جوامع بشری می شود. زبان، مذهب، پوشاک، علایق زیباشناختی، تفریحات و سرگرمی، ورزش، تغذیه و ... موارد فرهنگی هستند که برای زندگی هر گروهی ایجاد معنا می کنند و باعث شباهت درون گروهی و تفاوت از برون گروه می شود. براین اساس، یک گروه و یا حتی یک فرد می تواند در موقعیت‌های گوناگون هویت‌های متعددی برای خود بسازد و خود را بدان متعلق بدانند. «اصولاً زندگی اجتماعی بدون وجود راهی برای دانستن این که دیگران کیستند وبدون نوعی درک از این که خود ما کیستیم غیرقابل تصور است» (جنکینز، ۱۳۸۱). آگاهی به وجود «خود» و پی بردن به کیستی و هویت خود از خلال ارتباط با دیگر جوامع ومردمان دیگر به وجود می آید. بنابراین خود آگاهی درباره هویت اجتماعی یعنی این که معنای انسان بودن چیست، معنای انسان از نوع خاصی بودن چیست. معنای انسان از نوع خاصی بودن به چه معنا است، و این که آیا آدمیان همان هستند که جلوه می کنند. معنای هویت‌های اجتماعی در شرایط جهانی و به قول فریدمن در پروسه جهانی دارای شباهت در عین تفاوت هستند. همه ما تا اندازه‌ای، تحت یک نظام شکوفای جهانی اطلاعات تجارت و حمل و نقل سریع، زندگی می کنیم که در شباهت‌های جهانی به همان اندازه تفاوت‌های محلی واضح است. جنکینز در پرورش نظریه هویت اجتماعی‌اش تحت تأثیر اندیشه‌های کسانی چون هربرتیمید، اروینگ و فردریک بارث مردم شناس است. جنکینز شکل گیری نظریه خویش را به این خلاصه می کند. «اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، برعکس آن نیز صادق است. هویت فردی که در خویشتنی تجسم یافته جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. هویت فردی بر تفاوت و هویت جمعی بر شباهت تاکید دارد. اما هویت فردی و خویشتنی به طور کامل در اجتماع ساخته می شوند. یعنی در فرایندهای

اجتماعی شدن اولیه و متعاقب و در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند (جنکینز، همان).
با توجه به مطالب فوق، در این تحقیق تأثیر دین داری، سلامت معنوی، حمایت اجتماعی و سبک زندگی در هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری و مدل مفهومی تحقیق

به نظر تاجفل اجتماع از افرادی تشکیل شده است که با هم بر اساس پایگاه و قدرتشان رابطه دارند و ساختار این ارتباط گروهی برای شکل بندی هویت دارای اهمیت است. تاجفل معتقد است که افراد برای اثبات برتری گروه خودشان به مقایسه گروه خود با دیگری می‌پردازند و با این کار ارزش گروه خودشان را در رابطه با گروه‌های شبیه نشان می‌دهند و به یک مقایسه بین گروهی دست می‌زنند. تاجفل این فرایند را که افراد خودشان یا او را درون گروه را از برون گروه جدا می‌کنند، مقوله بندی اجتماعی می‌نامد. به نظر تاجفل هویت اجتماعی در یکی از همین فرایندهای درونی کردن مقوله بندی اجتماعی پدید می‌آید (تاجفل، ۱۹۸۲: ۴۵). این تئوری بیان می‌کند که هویت اجتماعی فرد به وسیله گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود. این هویت تابعی از ویژگی‌های فرهنگی آن گروه است و مبتنی بر تفسیر درون گروه (group in) و برون گروه (out group) است (تاجفل، ۱۹۸۲: ۴۸). در تئوری هویت اجتماعی تاجفل و ترنر، یک شخص تنها یک خود شخصی ندارد، بلکه دارای چندین خود است که با چرخه‌های عضویت گروهی هم خوانی دارد. زمینه‌های متفاوت اجتماعی ممکن است یک شخص را به فکر کردن، احساس کردن و عمل کردن بر مبنای رده خود شخصی، خانوادگی یا ملی برانگیزاند (ترنر، ۱۹۸۲). طبق تعریف این محققان، هویت اجتماعی برداشت افراد از خود است که از عضویت ادراک شده، در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود (هاگ و وگن، ۲۰۰۲: ۶۴). از نظر تاجفل هویت فرد در تعامل با گروه شکل می‌گیرد؛ این تعامل در موقعیت‌های متفاوت و همچنین گروه‌های مختلف ابعاد گوناگونی به خود می‌گیرد، اما آنچه مسلم است؛ بحث هویت یابی فرد در شناخت موقعیت با توجه به عناصر شناختی، ارزشی و احساس معنا می‌یابد. موقعیت‌ها، تعیین کننده جدی هویت فرد نیستند، چرا که افراد از نظر تاجفل با آگاهی از پیامدهای احتمالی و تأثیرات کنش‌های ساختاری موقعیت، خود را وارد گروه یا موقعیت کرده، هویت خود را نشان می‌دهد (عبدالرحسینی و حقیقتیان، ۱۳۹۴).

هویت فرهنگی ۱:

فرهنگ در طیفی از معناها و نمادها مانند اعمال، گفتارها و اشیای معنادار و نمادین مختلف است 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 حوزه‌هایی مختلف مانند فرهنگ عمومی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی و فرهنگ عامه قابل شناسایی است (Thompson, 1999: 132). ابن خلدون، عناصر فرهنگی را در قوام و گسترش جامعه مؤثر دانسته، می‌نویسد: «انسان، ساخته و فرزند عادت و مأنوسات خویش است، نه فرزند طبیعت و مزاج خویش و به هرچه در آداب و رسوم مختلف انس گیرد تا آنکه خوی و ملکه و عادت او شود. سرانجام همان چیز جانشین طبیعت و سرشت او می‌شود و اگر این وضع را در مردم مورد دقت قرار دهیم، نمونه‌های بسیاری از آن

¹ Cultural identity

خواهیم یافت» (نصرآبادی، شادالویی و طاهری، ۱۳۹۰: ۱۷). در تعبیر نهایی می‌توان گفت که فرهنگ، مجموعه‌ای انباشتی از دانستی‌ها، باورها، هنرها، اخلاق، قوانین، آداب و رسوم و گرایش‌ها، قابلیت‌ها و عادت‌های روزانه است که در فرایندی تاریخی، شکل و ماهیت امروزی به خود گرفته‌است و افراد جامعه به محض ورود به اجتماع، آن را کسب می‌کنند (بابایی، ۱۳۸۲: ۷۲).

هویت فرهنگی مفهوم پیچیده‌ای است که شامل عوامل ذهنی مانند ایدئولوژی، دانش خانوادگی، آداب و رسوم، زبان و مهارت‌های اکتسابی و غیره است. (Espin Leon & et al, 2020: 1) این مقوله به عنوان موضوعی جالب و تأثیر گذار، سال‌ها مورد علاقه انسان‌شناسان بوده و به دنبال درک بیشتر گروه‌های انسانی در سراسر جهان هستند. به دلیل اینکه مفهوم هویت فرهنگی یک باور مشترک در بین جهانیان بوده و بر عملکردشان تأثیر گذار می‌باشد، بدین خاطر است که از مردم شناسی به بحث مدیریت وارد شد. (Weber & Martensen, 2021: 4) اسطوره‌ها، سنت‌ها، ساختمان‌ها، عادات و رسوم، قراردادهای اجتماعی، جشن‌ها، نحوه نگرش به مرگ، سوگواری‌ها و جز آن عناصر سازنده هویت فرهنگی به حساب می‌آیند که به سه عامل تاریخی، زبانی و روانشناسی بستگی دارد. (آذر، ۱۳۹۳: ۷۸)

مفهوم هویت فرهنگی تداوم بین گذشته و حال را نشان داده و نفس این تداوم خود بر شناخت گذشته دلالت می‌کند. (هنری، ۱۳۷۴). در این باره باید به دو قاعده کلی توجه کرد. اولین قاعده ناظر به مقوله هویت فرهنگی این است که تا ندانیم «که بودیم؟» نمی‌توانیم بدانیم «که هستیم؟» هویت فرهنگی در این باره به گذشته وابسته است. گذشته برای ما در اسناد، هنرهای دستی، بناهای تاریخی، داستان‌ها، گونه‌ها، سنت‌ها و نهادهایی نهفته است که خود نشانه‌هایی از خواست‌ها و توانایی‌های نیاکان ما برای فراتر رفتن از زمانه آن‌ها به شمار می‌رود. قاعده دوم آن است که نمی‌توانیم بدانیم «کجا می‌رویم؟» مگر آنکه بدانیم «چگونه به جایی که در آن هستیم، رسیده‌ایم؟» به سخن دیگر، این هر دو فرضیه درباره هویت همیشه به زمان حال بر می‌گردند (هنری، ۱۳۷۴). هویت فرهنگی به طور ناخودآگاه در ما وجود دارد. یعنی در وضعیت عادی افراد نسبت به آن آگاه نیستند، اما به محض آنکه حالتی پدید آید به منصفه ظهور می‌رسد.

اساساً جامعه از طریق جست و جوی 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 مردمان سعی می‌کنند با حفظ و نمایاندن آنها خود را از سایر جوامع باز شناسند. هویت فرهنگی، مهم‌ترین عامل وحدت قلبی یک جامعه است و آنقدر ریشه‌دار و عمیق است که غالباً ناخودآگاه بوده و افراد جامعه بدون آگاهی و هوشیاری بدان وابسته و پایبند هستند (ستاری، ۱۳۸۰).

گاهی نیز تعاملات بین افراد و گروه‌ها تولید هنجارهای جدید می‌نماید و زمینه گسترش حوزه عمل، اخلاق و افق هنجارهای اعضای جامعه را فراهم می‌کند و در نهایت، به تعمیم و توسعه وابستگی اعضا و تعهدات درونی آنها نسبت به یکدیگر در نظام فرهنگی جامعه منجر می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵).

مؤلفه‌های هویت فرهنگی

گرچه اهمیت عوامل فوق در موقعیت‌های تاریخی و اجتماعی مختلف یکسان نیست با این وجود هرگاه این عوامل به طور کلی در یک ملت یا فرد وجود نداشته باشد، هویت فرهنگی آن ملت یا فرد ناقص می‌شود و تلفیق موزون این عوامل، یک

²- Nel, D.F

وضعیت ایده آل است. هرگاه یکی از این عوامل تحت تأثیر قرار گیرد، شخصیت فرهنگی جمعی یا فردی تغییر می‌کند. این تغییرات ممکن است تا آن جا ادامه یابد که موجب یک "بحران هویتی" شود.

برخی از مهمترین عناصر سازنده هویت ایرانی را می‌توان بر حسب تداوم و اهمیت بدین شرح بیان کرد:

۱- میراث تاریخی ایرانیان:

چرا که این ویژگی بیانگر آغازین دروان‌های شکل‌گیری روح جمعی و دیرینه هویت ایرانی است.

۲- سرزمین و جغرافیا:

تاریخ ایران از روزگاران باستان تا کنون همیشه پیوند ناگسستی با سرزمینی که در متون کهن اوستایی از آن به عنوان «ایرانویج» و بعدها «ایران زمین» یاد می‌شده است، داشته است (فره‌وشی، ۱۳۷۴).

۳- میراث سیاسی ایرانیان:

یکی از عمده‌ترین عناصر تشکیل دهنده هویت ملی ایرانی است که بیشتر پژوهشگران آن را نادیده گرفته‌اند. اندیشه حکومت و آرمانشهر ایرانی که در ادبیات سیاسی کشور به شکل شاهی و آرمانی تجسم یافته بود، عاملی مهم در رستخیز سیاسی ایران و ظهور حکومت‌های محلی-ایرانی پس از اسلام بود. در واقع، چنانچه تاریخ و سرزمین ایران را دو پایه اساسی تداوم هویت ایرانی بدانیم، نهاد حکومت و اندیشه شاهی، پایه سوم آن را تشکیل می‌دهد.

۴- میراث فرهنگی ایرانیان:

در تاریخ، جغرافیا و اندیشه حکومت آرمانی ایرانیان آداب و رسوم، سنت‌ها، آیین‌ها و آثار نثر و نظم بسیار متعددی ثبت شده است که می‌توان از آن به مثابه میراث فرهنگی نام برد. این میراث شامل آیین‌هایی است که از عهد واپسین تاریخ ایران تا به امروز همچنان تداوم یافته و بخش جدایی ناپذیر از هویت و فرهنگ ایرانی شده‌اند (احمدی، ۱۳۸۲).

۵- جامعه و مردم ایران:

در اندیشه سیاسی ایرانی‌ها، مردم همیشه نقش محوری ایفا کرده‌اند و در تداوم و بقای سرزمین، تاریخ و فرهنگ ایران زمین، اغلب این عامل نقش محوری داشته است.

۶- دین و میراث معنوی ایرانیان:

در ایران دین اسلام نقش مهمی در هویت ملی ایرانیان و تداوم سرزمینی آنان داشته است. در این ارتباط، قبل از ظهور زرتشت، ایرانیان فلات ایران به ادیان دیگری همچون میترائیسم و نظایر آن باور داشتند (گیمن، ۱۳۵۷). پس از آن دین زرتشت به بخش مهمی از هویت ایرانی تبدیل شد و ایرانیان نیازهای معنوی خود را از طریق عمل به احکام آن برآورده می‌کردند. با ظهور اسلام، دین زرتشت موقعیت پیشین خود را از دست داد و اکثریت ایرانیان آیین جدید را نپذیرفتند و در کشاکش این تحول بنیادی پذیرش اسلام به هیچ وجه به عنوان عاملی متضاد با هویت ایرانی قلمداد نشد (احمدی، ۱۳۸۲). در میان محققان ایرانی، خانیکی (۱۳۸۳) معتقد است وقتی مفهوم هویت وارد حوزه علوم اجتماعی می‌شود، در میان سه ضلع زبان، دین و سرزمین قرار می‌گیرد. در رویکردی دیگر عالم (۱۳۷۶) آن را در سه عامل اساسی زبان مشترک، بستگی‌های جغرافیایی و بستگی‌های مشترک اقتصادی خلاصه کرده است. اسمیت (۱۹۹۱) استاد قوم‌گرایی و ملی‌گرایی دانشکده اقتصادی لندن نقش ممتازی را به جغرافیا و تاریخ فرهنگی داده و معتقد است این دو در مقوله هویت از دو حیث اهمیت می‌یابد؛ قلمرو تاریخی و

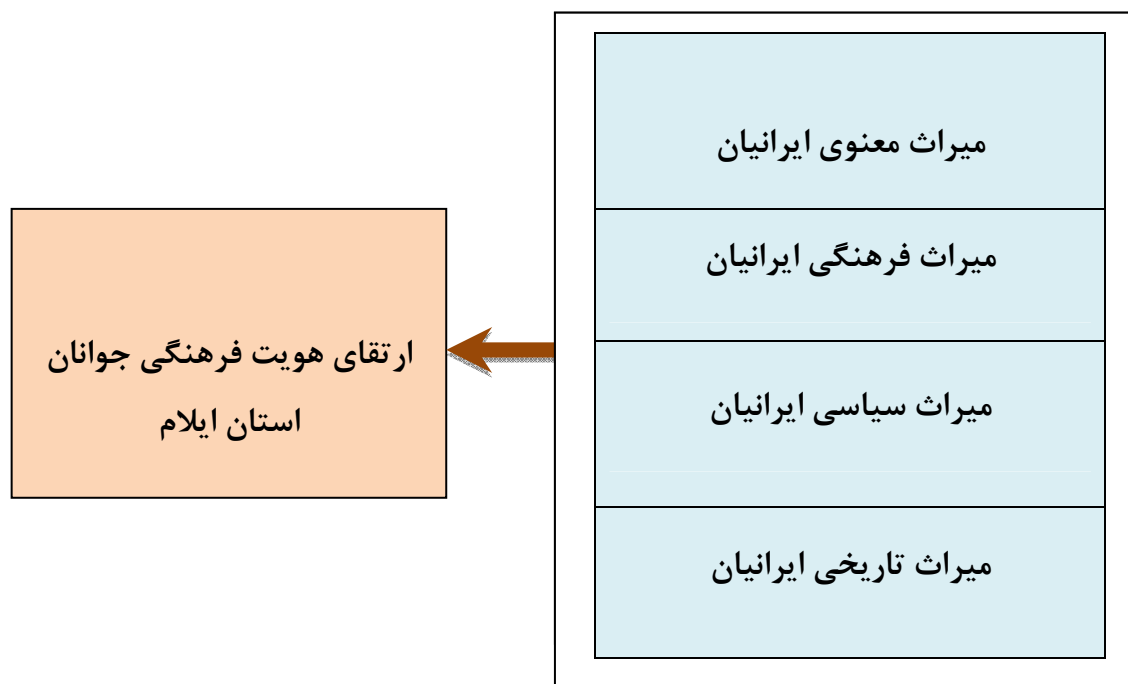
حافظه تاریخی که می‌توان قلمرو تاریخی را در حوزه جغرافیایی فرهنگی و حافظه تاریخی را در نظام اجتماعی و حافظه و تاریخ فرهنگی مدنظر قرار داد. نظام اجتماعی و زندگی روزمره نیز در ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر قرار گرفته و باید در مؤلفه‌های هویتی مورد توجه قرار گیرند؛ چنانکه ای‌تان ۴ (۲۰۰۷) استاد روانپزشکی دانشگاه جنوای سوئیس نیز زندگی روزمره را در مؤلفه‌های هویت فرهنگی منظور نموده است.

در یک نگاه کلی می‌توان زبان، دیانت، تاریخ، حافظه فرهنگی و جغرافیای فرهنگی را مؤلفه‌هایی مهم و اساسی در شکل‌گیری، حفظ و تحول هویت فرهنگ ایرانیان مورد توجه قرار داد؛ این مؤلفه‌ها در اسناد رسمی جمهوری اسلامی ایران نیز، قابل توجه است.

مدل تحقیق

متغیر مستقل: میراث معنوی ایرانیان، میراث فرهنگی ایرانیان، میراث سیاسی ایرانیان و میراث تاریخی ایرانیان

متغیر وابسته: ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام



نمودار شماره ۱- مدل تحلیلی تحقیق - محقق ساخته برگرفته از ادبیات تحقیق

فرضیه‌های تحقیق:**فرضیه اصلی:**

(میراث معنوی ایرانیان، میراث فرهنگی ایرانیان، میراث سیاسی ایرانیان و میراث تاریخی ایرانیان) در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.

فرضیه‌های فرعی

میراث معنوی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.
 میراث فرهنگی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.
 میراث سیاسی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.
 میراث تاریخی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی می‌باشد زیرا هدف از انجام این تحقیق توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص، به قصد کاربرد نتایج یافته‌ها برای توسعه قابلیت اعتماد می‌باشد. همچنین در زمینه‌ی نحوه گردآوری داده‌ها نیز مطالعه حاضر مطالعه‌ای توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان در سازمان‌های فرهنگی استان ایلام می‌باشند که تعداد آن‌ها حدوداً ۱۷۵۰ نفر می‌باشد. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۳۱۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده‌اند. در این مطالعه به منظور تحلیل داده‌ها از دو رویکرد کلی آماری آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. آمار توصیفی به منظور توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه آماری در کنار سنجش شاخص‌های پراکندگی داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، آمار استنباطی و به کارگیری آزمون معادلات ساختاری برای بررسی معناداری تأثیر مفروض متغیرها بر یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت. مطالعه حاضر در بردارنده یک فرضیه اصلی و ۴ فرضیه فرعی می‌باشد.

یافته‌های تحقیق:**آزمون فرضیه‌های تحقیق**

۱- فرضیه فرعی اول: میراث معنوی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.

$$\begin{cases} H0: \rho_{xy} = 0 \\ H1: \rho_{xy} \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۱: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه فرعی اول

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
رد H1	ارتقای هویت فرهنگی جوانان	میراث معنوی ایرانیان	۱.۶۸	۰/۰۹

H1 مدعی این است که بین میراث معنوی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس جدول شماره ۱ ضریب استاندارد بین دو متغیر میراث معنوی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان برابر با ۰.۰۹ است و با توجه به t بدست آمده (۱.۶۸) که کوچکتر از ۱.۹۶ می باشد، لذا H1 رد و H0 قبول می گردد. پس می توان نتیجه گرفت که میراث معنوی ایرانیان بر ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام تأثیر ندارد و از این رو فرضیه فرعی اول رد می گردد.

۲- فرضیه فرعی دوم: میراث فرهنگی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می باشند.

$$\begin{cases} H0: \rho_{xy} = 0 \\ H1: \rho_{xy} \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۲: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه فرعی دوم

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
رد H0	ارتقای هویت فرهنگی جوانان	میراث فرهنگی ایرانیان	۴.۴۳	۰/۲۳

H1 مدعی این است که بین میراث فرهنگی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس جدول شماره ۲ ضریب استاندارد بین دو متغیر میراث فرهنگی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام برابر با ۰.۲۳ است و با توجه به t بدست آمده (۴.۴۳) که بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، لذا H0 رد و H1 قبول می گردد. پس می توان نتیجه گرفت که میراث فرهنگی ایرانیان بر ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام تأثیر دارد و از این رو فرضیه فرعی دوم تأیید می گردد.

۳- فرضیه فرعی سوم: میراث سیاسی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می باشند.

$$\begin{cases} H0: \rho_{xy} = 0 \\ H1: \rho_{xy} \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۳: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه فرعی سوم

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
رد H0	ارتقای هویت فرهنگی جوانان	میراث سیاسی ایرانیان	۲.۲۶	۰/۲۳

H1 مدعی این است که بین میراث سیاسی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس جدول شماره ۳ ضریب استاندارد بین دو متغیر میراث سیاسی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام برابر با ۰.۲۳ است و با توجه به t بدست آمده (۲.۲۶) که بزرگتر از ۱.۹۶ می‌باشد، لذا H0 رد و H1 قبول می‌گردد. پس می‌توان نتیجه گرفت که میراث سیاسی ایرانیان بر ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام تأثیر دارد و از این رو فرضیه فرعی سوم تأیید می‌گردد.

۴- فرضیه فرعی چهارم: میراث تاریخی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام مؤثر می‌باشند.

$$\begin{cases} H0: \rho_{xy} = 0 \\ H1: \rho_{xy} \neq 0 \end{cases}$$

جدول ۴: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری: فرضیه فرعی چهارم

نتیجه آزمون	متغیر وابسته	متغیر مستقل	T-value	ضریب استاندارد
رد H0	ارتقای هویت فرهنگی جوانان	میراث تاریخی ایرانیان	۱۲.۰۲	۰/۶۷

H1 مدعی این است که بین میراث تاریخی ایرانیان و ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس جدول شماره ۴ ضریب استاندارد بین دو متغیر میراث تاریخی ایرانیان در ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام برابر با ۰.۶۷ است و با توجه به t بدست آمده (۱۲.۰۲) که بزرگتر از ۱.۹۶ می‌باشد، لذا H0 رد و H1 قبول می‌گردد. پس می‌توان نتیجه گرفت که میراث تاریخی ایرانیان بر ارتقای هویت فرهنگی جوانان استان ایلام تأثیر دارد و از این رو فرضیه فرعی چهارم تأیید می‌گردد.

نتیجه گیری

فرهنگ، به عنوان شناسنامه یک ملت است و هویت فرهنگی، به عنوان سند تاریخی تلاش‌ها و خلاقیت‌ها، 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، دغدغه وطن‌دوستانی است که از آبخور آن فرهنگ سیراب شده‌اند و با لالایی آرام‌بخش و جان‌نواز مام میهن در بستر آن فرهنگ رشد و تکامل فکری و معنوی پیدا کرده‌اند. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۸).

اهمیت فرهنگ در تحول‌های اخیر به حدی است که برخی اندیشمندان از ظهور قاره ششم (فرهنگی) سخن می‌گویند؛ بسیاری نیز، قرن بیست‌ویکم را قرن فرهنگ و پارادایم‌های فرهنگی می‌نامند (سینایی و ابراهیم‌آبادی، ۱۳۸۴: ۱۰۹). به تعبیر مانوئل کاستلز،

نبردهای فرهنگی، نبردهای قدرت در عصر اطلاعات هستند و با تضعیف موقعیت دولت به عنوان یگانه منبع هویت بخش، جماعت‌های فرهنگی که مقاومتی جدید را سازمان می‌دهند به عنوان منبع اصل هویت پدیدار می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۸). با توجه به پویایی فرهنگ ایرانی و تحولات اجتماعی و فرهنگی در ایران در دهه‌های اخیر، مردم ایران درک جامع‌تری از جهان و فرهنگ جهانی و فرهنگ ایرانی‌شان یافته‌اند. این شناخت و آگاهی، بی تأثیر از شرایط محیط داخلی و خارجی نبوده است. افزایش رفت و آمد 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.

منابع

- احمدی، ح. (۱۳۸۲). هویت ملی ایرانی: بنیادها، چالش‌ها و بایسته‌ها. نامه پژوهش فرهنگی. سال هفتم، دوره جدید، شماره ۶، صص ۵۵-۵.
- آذر، اسماعیل (۱۳۹۳)، «نقش شاعران در بحران هویت ملی»، فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، سال دهم، شماره ۲۴، صفحات ۷۳-۹۷
- بابایی، غلامرضا (۱۳۸۲)، فرهنگ علوم سیاسی، تهران: نشر آشیان.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱)، هویت اجتماعی، ترجمه یاراحمدی، تهران: پردیس دانش
- جنکینز، کیت (۱۳۸۶) بازاندیشی در تاریخ، ترجمه ساغر صادقیان، تهران: مرکز.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نشر نی، چاپ چهارم
- خانیک، هادی (۱۳۸۳) هویت و گفتمان‌های هویتی در ایران، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، چاپ اول
- ستاری، جلال (۱۳۸۰). هویت ملی و هویت فرهنگی: بیست مقاله در قلمرو تاریخ و فرهنگ، تهران: نشر مرکز
- سینایی، وحید و غلامرضا ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۴)، «کثرت‌گرایی فرهنگی در عصر جهانی‌شدن و تحول فرهنگ سیاسی نخبگان در ایران». نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۵، بهار، ص ۱۰۹.
- فره‌وشی، بهرام (۱۳۷۴). ایران‌ویچ، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: قدرت هویت، ترجمه چاوشیان، ج ۲، تهران: طرح نو
- نصرآبادی، علی باقی، هادی طاهری و نوریه شادالویی (۱۳۹۰)، فرهنگ و جهانی‌شدن، تهران: انتشارات یاقوت.
- هنری، ویلیام (۱۳۷۴). هویت ایرانی از سامانیان تا قاجاریه، ماهنامه کلک، شماره ۶۷

AbdolHosseini, A. & Haghghatian, M. (2015). The study of social effective factors on social identity (A case study: 15-29 adults of Esfehan city)., The Journal of youth sociology studies, Year 6, No. 18, Summer 2015. Pp: 33-52 In Persian.

Bouymaj, Imane (2020), "Globalization's Impact on Cultural Identity: Empirical study on 1st and 2nd Generation Immigrants", Department of Marketing, Strategy and Operation, pp. 1 – 83

- Espin Leon, Aldrin Marcel, Morenilla, Antonio Jimeno, Pertegal-Felices, Maria Luisa, Azorin Lopez, Jorge (2020), "Cultural Identity Distance Computation through Artificial Intelligence as an Analysis Tool of the Amazon Indigenous People. A Case Study in the Waorani Community", MDPI, Sustainability, pp. 1 – 16
- 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
- Hogg, M. A. & Vaughan, G. M. (2002). Social Psychology.3rd ed. London: prentice Hall kegan pan prees.
- Koc, Mustafa (2006), "Cultural Identity crisis in the Age of Globalazation and Technology", The Turkish Online Journal of Educational Technology, volume 5 Issue 1, pp. 1 – 7
- 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. 1760 – 1767
- Nel, D.F & Kroeze, J (2008). Information Technology as an Agent of Post Modernism, University of Pretoria
- Smith P. B. & Bond, M. H. (1993). Social psychology across cultures; Analysis and perspectives. Harvester wheatsheaf.
- Smith, Anthony D (1991). National Identity, London: Penguin Books
- Sperber, D. (1985) "Anthropology and Psychology: Towards an Epistemology of Representations", Man, 20: 73-89.
- Stenishcheva, Alisa (2021), "The relationship between the formation of the cultural identity of students and the level of education", Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia, SHS Web of Conferences, pp. 1 – 5
- Tajfel, H. (1982). Social Identify and Inter group Relations, Cambridge: Cambridge University Press.
- Thompson, J.B. (1999), Ideology and modern culture, Polity Press, Cambridge
- Trung, Nguyen Sy, Van, Vu Hong (2020), "Vietnamese Cultural Identity in the Process of International Integration", Journal of Advances in Education and Philosophy, Scholars Middle East Publishers, Dubai, United Arab Emirates, pp. 220 – 225
- Turner,j.c. (1982)" Towards A Cognitive Redefinition of The social Group ".in social Identity and Intergroup Relations.ed.H.Tajfel Cambridge university press.
- Weber, Gunilla, Martensen, Malte (2021), "Transforming Organizational Culture amidst a Diverse Workforce: A Qualitative Study in the Service Industry", IUBH Discussion Papers - Human Resources, pp 1 – 21
- Young, Yun Kim (2007), "Ideology, Identity, and Intercultural Communication: An Analysis of Differing Academic Conceptions of Cultural Identity", Journal of Intercultural Communication Research, Vol. 36, No. 3, pp. 237–253



Investigate effected factors on enhancement of enhancement of cultural identity of youth in Eilam

Taher Soleimani¹, Alireza Samet², Abbasali Ghayoumi³, Esmail Kavousi⁴

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>eISSN: 2008-9775 pISSN: 2783-4565</p> <p>Keywords: cultural heritage, religious heritage, political heritage, historical heritage</p>	<p>The aim of the current applied, descriptive and correlational study was to investigate effected factors on enhancement of cultural identity of youth in Eilam. The research population comprised 1750 employees in cultural organizations in Eilam out of whom a sample 315 was randomly selected, based on Morgan Table, to participate in the study. The research data were collected using a researcher-made five-point level Likert scale questionnaire comprising 4 factors and 44 items tapping the participants' responses were. Therefore, 350 questionnaires were distributed among members of the target population. Having distributed and collected the questionnaires, we analyzed descriptively and inferentially. Descriptively, features like absolute and relative frequency, mean, standard deviation and variance of background and main variables were estimated. Inferentially, correlational tests, multiple regression and spirman used indicated that cultural heritage, religious heritage, political heritage and historical heritage had a significant effect on Quality of Guestcarees services at 4 Stars hotels in Iran.</p>

1-PhD Student in Management of Cultural policy making of Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

2-Assistant Professor, Department Cultural Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3-Asociated Professor, Department of Cultural Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran ghaiyoomi@gmail.com

4-Professor, Department of Cultural Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran