

بازیابی هویت جمعی غالب در میان جوانان شهری در فرآیند جهانی شدن

حسین دبیریان تهرانی^۱

ملیحه کاظمی نسب^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۵/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۲۶

چکیده

در گذر از جوامع سنتی به مدرن و متعاقباً گسترش ارتباطات جمعی، دسترسی افراد به منابع هویت ساز متنوع تسهیل گشته است. این امر گاهاً تصور هویتی اشخاص را مخدوش کرده و امکان گرایش به هویت‌های جایگزین را فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد که با تشدید فرآیند جهانی شدن افراد با بحران خلاء معنا و سیطره عقلانیت ابزاری در زندگی خود مواجه هستند؛ بنابراین به سمت هویتی روی می‌آورند که معنا و ارزش را به حیات اجتماعی‌شان بازگرداند. در این میان شناخت این موضوع که جامعه ایرانی در حال حاضر چه نوعی از هویت را تجربه می‌کند و کدام یک از هویت‌های جمعی (اسلامی - ایرانی - غربی) هویت غالب به شمار می‌آید از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. در بخش مباحث نظری از دو دسته نظریه بهره‌گرفته شده است: اول، دیدگاه‌های تقلیل‌گرای هویت جمعی از جمله نظریات مید، بلومر و گافمن و دسته دوم دیدگاه‌های تلفیق‌گرای هویت جمعی که نظریات گیدنز، کاستلز و بوردیو را شامل می‌شود. در این تحقیق ۳ مقیاس برای سنجش ابعاد هویت جمعی طراحی شده و پس از دوبار پیش‌آزمون، در جمعیت نمونه‌ای که بر اساس فرمول کوکران بدست آمد در شهرستان ری اجرا شده است. در مباحث روش‌شناسی از پیمایش و از پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز بهره‌برده شد. یافته‌ها در این پژوهش نشان می‌دهد که هر سه نوع هویت جمعی در میان این نسل وجود داشته اما در یک نگاه تطبیقی می‌توان گفت هویت اسلامی در مقایسه با سایر هویت‌ها برجستگی بیشتری دارد که البته با توجه به گرایشات مذهبی ساکنین شهرری دور از نظر نبود. همچنین بین متغیرهای پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه فرهنگی و میزان تعاملات اجتماعی با هویت جمعی غالب رابطه معناداری وجود ندارد. واژگان کلیدی: جهانی شدن، هویت جمعی، هویت ایرانی، هویت اسلامی، هویت غربی

۱- دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، dabiriyahdt@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز mkazeminasab@yahoo.com

۱. مقدمه

جهانی شدن یکی از پدیده‌های مهم دنیای معاصر است. در فرآیند جهانی شدن بسیاری از مؤلفه‌های زندگی با تحولی عمیق روبه رو می‌شود، برخی از این دگرگونی‌ها در عرصه‌ی سیاسی و اقتصادی ظاهر شده، و برخی دیگر در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی رخ می‌نمایند. در این راستا رواج ارزشهای گوناگون، قرارگرفتن در معرض اندیشه‌ها و عقاید متفاوت می‌تواند هویت جمعی افراد جامعه را تحت الشعاع قرار دهد. در طی فرآیند جامعه‌پذیری که در سنین نوجوانی و جوانی صورت می‌پذیرد فرد خود را در معرض انواعی از فرهنگ‌ها و هویت‌های متعدد می‌یابد. این تنوع فرهنگی می‌تواند برگرفته از فرهنگ بومی و محلی فرد و یا ارزش‌ها و فرهنگ‌های فرامحلی و جهانی باشد. در واقع این فرهنگ غربی است که در قالب فرآیند جهانی شدن خود را به عنوان هویت جهان وطن عرضه داشته است.

با توجه به اینکه حجم وسیعی از جمعیت جامعه ایرانی را جوانان تشکیل می‌دهند و همچنین با در نظر گرفتن تمدن چند هزار ساله ایرانی در کنار آموزه‌های غنی دین مبین اسلام و نهایتاً تأثیرات فرآیند جهانی شدن این مسئله حائز اهمیت است که کدام یک از هویت‌های جمعی (ایرانی - اسلامی - غربی) به عنوان هویت غالب در بین جوانان شهرستان ری مطرح است. این مسئله که جوان ایرانی ساکن در شهرستان ری در مواجهه با انواع هویت‌ها کدام یک را برگزیده و عوامل اجتماعی مؤثر بر انتخاب هویت جمعی توسط وی چیست مد نظر این پژوهش قرار دارد. مهمترین تحقیقاتی که در این زمینه انجام گرفته را در قالب جدول ذیل عرضه داشته‌ایم و نتایج آنها را به خلاصه بیان کردیم.

جدول شماره (۱): مروری بر تحقیقات پیشین

مروری بر تحقیقات پیشین	
<p>هویت ملی ابعاد گوناگون دارد: زبانی - فرهنگی - اجتماعی - مذهبی - تاریخی - جغرافیایی و سیاسی</p> <p>نتایج تحقیق:</p> <p>۱- هویت ملی در ایران با بحران هایی مواجه است ولی این به معنای فروپاشی یا نابودی هویت ملی نیست.</p> <p>۲- وی شدت مسائل هویت ملی در ابعاد هفت گانه فوق را درجه بندی می کند که حادثترین مسائل را در بعد اجتماعی و خفیف ترین آنها را در بعد میراث فرهنگی می داند.</p> <p>به نظر وی مسائل فوق در مناطق مرزی، حاشیه‌ای و اقوام گوناگون بیشتر از شهروندان دیگر می‌باشد وی در نهایت علل اصلی این بحران ها را در عوامل زیر جمع بندی می کند:</p> <p>فقدان سیاست هویتی مشخص از سوی مدیریت کلان نظام اجتماعی / ۲- ضعف و آسیب پذیری ساختارها و نظام های موجود / ۳- تضعیف فرآیندهای جامعه پذیری / ۴- گسترش فرهنگ جهانی و فراگیر شدن وسایل ارتباط جمعی (حاجیانی، ۱۳۸۷، ۲۲۳-۱۹۴)</p>	<p>ابراهیم حاجیانی:</p> <p>مقاله تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران</p>
<p>در خانواده‌هایی که والدین پابندی بالایی نسبت به مؤلفه های ملی و دینی دارند جوانان آن ها نیز از هویت ملی و دینی قوی تری برخوردار هستند.</p> <p>عملکرد والدین در زمینه آموزش جوانان در دو بعد ملی و دینی با هویت ملی و دینی جوانان، رابطه مستقیم و مثبت دارد.</p> <p>میان منطقه محل سکونت و هویت ملی و دینی جوانان رابطه ای منفی و معکوس وجود دارد.</p> <p>با افزایش سن هویت دینی کاهش می‌یابد و بین تحصیلات و هویت دینی و ملی رابطه منفی و معکوس وجود دارد.</p>	<p>خدیجه سفیری و معصومه غفوری:</p> <p>بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده</p>
<p>جامعه آماری این تحقیق، دانش آموزان مقطع سال سوم متوسطه نواحی چهار رگانه آموزش و پرورش شهر شیراز هستند که نمونه ای ۴۰۰ نفره شامل دختران و پسران مورد مطالعه را دربر می‌گیرند. نتایج نشان داده ۸۸ درصد دانش آموزان دارای هویت دینی قوی هستند و تنها ۴ درصد پاسخگویان، در این حوزه دارای مشکل یا بحران هستند.</p>	<p>عبدالحسین کلانتری و همکاران: «هویت دینی و جوانان، نمونه آماری جوانان شهر شیراز»</p>
<p>یافته‌های تحقیق بیانگر این موضوع است که در میان والدین و فرزندان هر سه نوع هویت جمعی وجود دارد اما آنچه که در میان والدین و فرزندان تفاوت معناداری دارد این است که در میان والدین هویت جمعی غالب خاص‌گرایانه است و برای فرزندان هویت جمعی غالب عام‌گرایانه تر (فراملی) می باشد. و آنچه که در بین هر دو گروه مشابه است ضعف هویت ملی است.</p>	<p>حسین دبیریان تهرانی:</p> <p>تحول بین نسلی هویت جمعی در بین والدین و فرزندان ساکن در شهر تهران</p>

جهانی شدن: یعنی افزایش دامنه و ژرفای روابط اجتماعی جهانی و وابستگی متقابل جهانی. جهانی شدن حاکی از این واقعیت است که ما به نحو فزاینده ای در «یک جهان» زندگی می‌کنیم، جایی که کنش‌های ما نتایج و پیامدهایی برای دیگران، و مسائل جهان پیامدهایی برای ما دارند. (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۰۹)

هویت: مفهوم هویت در جامعه‌شناسی مفهومی چند بعدی است و می‌توان به چند طریق درباره آن بحث کرد به بیان کلی هویت به درک و تلقی مردم از اینکه چه کسی هستند و اینکه چه چیزی برایشان معنادار است مربوط می‌شود. این درک و تلقی ها در پیوند با خصوصیات معینی شکل می‌گیرند که بر سایر منابع معنایی اولویت دارند. برخی از منابع اصلی هویت عبارتند از جنسیت، جهت‌گیری تمایل جنسی، ملیت یا قومیت و طبقه اجتماعی. جامعه‌شناسان اغلب از دو نوع

هویت سخن می‌گویند: هویت اجتماعی، هویت شخصی. این شکل‌های هویت تنها از نظر تحلیلی از هم جدا و متمایز می‌شوند اما در واقع پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند.

هویت اجتماعی به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود این ویژگی‌ها را می‌توان نشانه‌هایی تلقی کرد که نشان می‌دهد که هر شخص معینی اساساً چه کسی است. در عین حال این ویژگی‌ها شخص مذکور را به افراد دیگری مربوط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۴۶-۴۵).

هویت ایرانی: منظور آن دسته از مولفه‌ها و شاخص‌هایی هستند که در درون جغرافیا و فرهنگ و تمدن ایرانی بروز و ظهور یافته‌اند. و هم اکنون بخشی از شاکله هویت ایرانی قلمداد می‌شوند. این دسته از عناصر خاستگاه ملی داشته و دارند به این معنی که ویژگی‌های خاص جامعه ایرانی بوده و وجه ممیزه آن از سایر فرهنگ‌ها به شمار می‌آید. هرچند این مولفه‌ها را نباید با دید کهن‌گرایان (دارای اصالت ذاتی و طبیعی) تحلیل کرد. در اینجا با مقولاتی مانند موسیقی ایرانی - زبان فارسی - جغرافیا و سرزمین - ادبیات - سرگذشت تاریخی - شخصیت‌های ادبی و تمدنی، میراث فرهنگی و توجه خاص به ایران باستان و غیره سروکار داریم (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۱).

هویت دینی (اسلامی): این نوع هویت در اکثر جوامع دین نقش برجسته‌ای در شکل دادن به هویت جمعی دارد و خود یکی از عوامل و منابع هویت به شمار می‌آید. برای جامعه ایرانی نیز هویت اسلامی یکی از منابع مهم هویت ساز محسوب می‌شود. عملکرد دولت جمهوری اسلامی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در نهادینه‌سازی و فراگیری این سطح از هویت «با تأکید بر هویت شیعی» نقش جدی داشته است. مؤلفه‌های هویت اسلامی به قرار زیر است:

۱- اهمیت دادن به مذهب و تسری نقش آن در همه امور زندگی ۲- ارجاع به مذهب در کثیری از امور زندگی جاری
۳- تعریف خود به عنوان شخص مذهبی ۴- تعلق به اجتماعات دینی (همان: ۱۲)

هویت جهانی (غربی): در اثر تماس و ارتباط ایرانیان با جهان غرب بویژه از اواخر قرن نوزده به تدریج ایرانیان با عناصری از فرهنگ و تمدن غرب آشنا شدند و در معرض عناصر فرهنگ غرب و تجددگرایی قرار گرفتند این فرآیند از دهه ۱۹۸۰ به بعد و قوت گرفتن روندهای جهانی شدن سرعت و شدت بیشتری به خود گرفته است که طی آن به نحو مستمری ایرانیان در تعامل (و بیشتر اخذ) رویه‌ها و یا جوهرهای تمدن غربی بوده‌اند (همان، ۱۲). مؤلفه‌های هویت غربی بدین قرار است: ۱- نگرش مثبت به فرهنگ غربی ۲- گرایش به ارزش‌های فرهنگی مدرن ۳- اعتقاد به ارزش‌های اساسی غربی (عقل‌گرایی، فردگرایی، و ...) ۴- هویت جهانی شده

جرح هربرت مید در بحث از چگونگی تکوین خود به عنوان هویت فرد در چارچوب روابط اجتماعی و جامعه‌پذیری از ایفای نقش بحث می‌کند که در طی آن خود فرد در سه مرحله تقلید، بازی و مسابقه مراحل تکامل خود را طی می‌کند و در مرحله‌ی نهایی است که فرد موقعیت خود را در ارتباط با موقعیت دیگران می‌شناسد و دیگری عمومیت یافته، نقش و اهمیت خاصی پیدا می‌کند. به این گونه که فرد از منظر دیگر اعضای گروه یا از منظر گروه اجتماعی‌ای که به آن تعلق دارد، خودش را تجربه و ارزیابی می‌کند؛ و گروه اجتماعی خودش را به عنوان یک مجموعه سازمان‌یافته از گرایش‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و هدف‌هایی که به رفتار او و دیگری شکل می‌دهد فرض می‌کند. که در آن فرآیند اجتماعی از راه دیگری تعمیم یافته بر رفتار افراد گروه تأثیر می‌گذارد (صدیق، ۱۳۸۱: ۱۵۸) و بر اثر این تأثیر فرد می‌آموزد که در نقش دیگران قرار بگیرد و از زاویه آنها به اعمال خود نگاه کند.

به نظر می‌آید دیگری تعمیم یافته^۱ همان رویکرد کل اجتماع است و در آن خود کامل تنها زمانی پدید می‌آید که دیگری تعمیم یافته چنان درونی شود که اجتماع بتواند بر رفتار تک تک اعضایش نظارت داشته باشد. از نگاه وی، پیدایش خود که به موازات گسترش فزاینده‌ی پهنه درگیری انسانی به تدریج صورت می‌گیرد، یک تحول صرفاً جسمانی نیست، بلکه این خود هستی اجتماعی است که از طریق فرآیند تحول اجتماعی از مرحله‌ی ساده تقلید تا مرحله‌ی یکی شدن با دیگری تعمیم یافته پیش می‌رود. برای روشن کردن بنیاد اجتماعی خود دو عنصر اساسی را تشخیص می‌دهد: ۱- من^۲ - من^۳ اجتماعی^۴

در جمع‌بندی نظریات می‌توان گفت که من مفعولی یا اجتماعی همان هویت است که ذاتاً و لزوماً اجتماعی است؛ و در جریان ارتباطات و تعاملات نمادی شکل می‌گیرد. این هویت جنبه آگاهانه‌ی «خود» را تشکیل می‌دهد و متناسب با موقعیت‌ها بروز می‌نماید. و نقش مهمی در احساس تعهد و تکلیف نسبت به گروه و اعمال کنترل اجتماعی دارد. اما من فاعلی یا خلاق هر چند نشان دهنده‌ی قوه‌ی ابتکار و آزادی شخص است و جنبه‌ی منحصر به فرد «خود» را تشکیل می‌دهد و از آن جا که در آگاهی حضور نداشته و نامناسب با موقعیتها بروز می‌کند نمی‌توان آن را هویت قلمداد نمود. بنابراین هویت را می‌توان همان من مفعولی دانست که در اینجا عبارت است از پنداشتی که شخص از خودش در جریان تعاملات با دیگران به دست می‌آورد. در همین رابطه در نگاه مید با پیچیده شدن روابط اجتماعی گستره‌ی معانی و نمادهای ذهنی افراد تغییر کرده و از هویت جمعی خاص گرایانه و محلی به سمت هویت جمعی عام گرایانه تر حرکت می‌کند. بدین معنا که با پیچیده شدن روابط اجتماعی و گسترش معانی و نمادهای ذهنی فرد، در فراگرد اجتماعی هویت افراد از هویت جمعی خاص گرایانه محلی، به سمت هویت جمعی عام گراتر در سیلان است، به نحوی که هر چه تعامل فرد در فراگرد اجتماعی شدن، با دیگران وسیع‌تر باشد، دایره انتخاب و گزینش خود وسیع‌تر می‌گردد و گرایش به هویت جمعی عام افزون می‌گردد

از نظر هربرت بلومر انسان موجودی فعال و تفسیرگر بر حسب موقعیت می‌باشد که در جریان تعاملات اجتماعی یا فرآیند اجتماعی شدن نهادها را فرا می‌گیرد و این فراگیری بر اساس پنداشتی است که هم تابع ذهن و هم تابع واقعیت یا عین می‌باشد. بلومر در تفسیر کنش با توجه به موقعیت به سه نکته اشاره می‌کند:

(۱) بهترین تصویری که از جامعه می‌توان داشت این است که شامل مجموعه‌ای وسیع از خویشن‌های فردی است که کنش‌های فردی را به صورت مناسبی در هم می‌آمیزد.

(۲) موقعیت‌ها: که زمان و مکان شخص را برای رفتار عملی در بر می‌گیرد.

(۳) بلومر اصرار دارد که شناسایی موقعیت شرط ضروری برای رفتار اجتماعی است یعنی پیش از اینکه وضعیتی برای هر فردی با معنی جلوه کند باید آن را بشناسد و از نتایج کنشی که به عهده می‌گیرد آگاه باشد (ادیبی انصاری، ۱۳۶۵: ۸۲).

یکی از مفاهیم مهم بلومر مفهوم «خود» است که در دیدگاه کنش متقابل نمادین مفهومی کلیدی به شمار می‌آید. در این دیدگاه عمل فردی (با توجه به مفهوم خود) یک پدیده‌ی ترکیبی است نه اینکه صرفاً تراوشی محض و ذهنی باشد. در اینجا به مفهوم جامعه انسانی باز می‌گردد که صرفاً از ساخت‌های کلی و مبهم ساخته نشده بلکه از افراد دارای «خود» تشکیل شده که برای خود معنا می‌سازند و آن را مورد تعریف و تعبیر قرار می‌دهند (توسلی، ۱۳۸۱: ۲۷۹). می‌توان گفت در نظرات بلومر هویت یک فرآیند^۴ می‌باشد. که در هیچ زمان و مکانی ثابت نیست. و همواره در حال شکل‌گیری است این

1. generalized other

2. I

3. me

4. Process

موضوع می‌تواند ما را به سمت فرآیند جامعه‌پذیری سوق دهد که در سرتاسر زندگی افراد در جریان است که در طی آن افراد ارزش‌ها و هنجارهای موجود در جامعه را از طریق نگرش‌های سازمان یافته دیگران در طی کنش متقابل اخذ کرده و آن را درونی می‌کنند، که خود این مفهوم می‌تواند ما را به سمت گروه‌های مرجع و نقش آنها در جامعه‌پذیری راهنمایی کند.

اروینگ گافمن در قالب نظریه نمایشی، «خود» را محصول کنش متقابل نمایشی میان کنشگر و مخاطبین نقش یا حضار می‌داند. افراد در هنگام کنش متقابل در پی آنند که جنبه‌ای از خود را که مورد پذیرش دیگران است نمایش دهند. البته باید گفت که گافمن، بر گروه و کنش متقابل بین گروه‌ها تأکید داشت تا تک تک افراد. در پی‌گیری از اندیشه وی می‌توان گفت او بر تأثیر ایفای نقش‌های اجتماعی در تشکیل هویت تأکید دارد و از نظر او تعامل و اجرای نقش همیارانه، تابع مقررات و سازمان یافته است. موقعیت‌های اجتماعی همان چارچوب‌های اجتماعی‌اند که مقررات، معناهای خاص، تعامل ویژه و سازمان‌یابی خاص هویت را ممکن می‌سازند. به نظر گافمن افراد آگاهانه هدف خود را دنبال می‌کنند و درصدند چیزی یا کسی باشند یا به نظر برسند تا هویت‌های اجتماعی خاصی به دست آورند. به نظر وی عقلانیت محاسبه‌گر سرچشمه رفتار است اما بخشی از رفتار هم بر اساس عادت صورت می‌گیرد و در هر حال هویت در قالب عمل اجتماعی تجسم می‌یابد (جنکیز، ۱۳۸۱: ۱۱۶) از نظر وی افراد در موقعیت‌های مختلف بر سر هویت‌های خود چانه می‌زنند. در واقع انسانها در جریان تعاملات روزمره و رقابت‌های اجتماعی، تصویری از خودشان را برای پذیرفته شدن از طرف دیگران ارائه می‌دهند. پیامی (هویت) از طرف فرد برای «دیگران» فرستاده می‌شود. دیگران می‌توانند این هویت را بپذیرند و تصویب کنند و یا نپذیرند. هویت در رابطه‌ای شکل می‌گیرد که در آن بین تصویر خود^۱ و تصویر عمومی^۲ از «خود» برخورد ایجاد می‌شود. گافمن زندگی اجتماعی را به صورت نمایشنامه‌ای تحلیل کرده و جامعه را به مناطق تعاملی جدا از هم تقسیم می‌کند. دو منطقه مهم تعاملی، پشت صحنه و جلو صحنه هستند. از نظر او افراد در جلو صحنه، خود را به دیگران یا تماشاچیان ارائه می‌کنند و تماشاچیان در برابر این ارائه واکنش نشان می‌دهند. در پشت صحنه افراد می‌توانند نسبت به اضطراب‌های ارائه خود، آزاد باشد، و این حوزه را بیشتر می‌توان حوزه‌ی «تصویر خود» دانست تا «تصویر عمومی» از خود، بنابراین در این حوزه فرد می‌تواند نقشی را که در جلوی صحنه ایفاء کند، تمرین کند (همان: ۸۱). در یک نگاه کلی گافمن به تبعیت از پیشگامانش در نظریه کنش متقابل نمادین محوری‌ترین مفهوم بندیش در ارتباط با هویت، مفهوم «خود» می‌باشد. که وی سعی دارد از طریق ارائه نظریه نمایشی که در آن هویت را فرآیندی لحاظ می‌کند که بر اثر تعاملات اجتماعی در زندگی روزمره متأثر از انتظارات دیگران در موقعیت‌های ایفاء نقش از رهگذر «خود» افراد شکل می‌گیرد، توضیح دهد و در اینجا رابطه دیالکتیکی بین بازیگران و حضار و تلاش آنها برای اجراء بهترین ایفاء نقش در جلوی صحنه که مورد تأیید حضار باشد نقش مهمی در توسعه مفهوم «خود» و شکل‌گیری هویت دارد.

ریچارد جنکینز؛ شکل‌گیری نظریه خویش را به این صورت خلاصه می‌کند. «اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، برعکس آن نیز صادق است.» هویت فردی که در خویشی تجسم یافته - جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. هویت فردی بر تفاوت و هویت جمعی بر شباهت تأکید دارد. اما هویت فردی و خویشی به طور کامل در اجتماع ساخته می‌شوند. یعنی در فرایندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب، و در فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها، افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند. بنابراین هویت هر فرد آن چیزی است که او را شبیه خودش و متفاوت با دیگران می‌کند، آن چیزی که فرد توسط آن خودش را می‌شناسد و تعریف می‌کند و آن

چیزی که توسط آن خودش را پذیرفته شده و شناخته شده از طرف دیگران احساس می‌کند و لذا می‌توان گفت که هویت اجتماعی دستاوردی عملی، یعنی یک فرایند است و همچنین فهم هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی از طریق به کار گرفتن کنش متقابل دیالکتیکی درونی و برونی امکان‌پذیر می‌گردد.

علاوه بر درونی و برونی بودن هویت، زمان و مکان هم از منابع ساخته شدن هویت در اجتماع هستند. «شناسایی یک چیز به معنای این است که آن را در زمان و مکان جای دهیم» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۶). او همچنین قومیت را «یک هویت اجتماعی اولیه» می‌داند. قومیت هویتی جمعی است که ممکن است حضور عمده‌ای در تجربه افراد داشته باشد. هویت قومی اغلب وجه مهم و ابتدایی خود شناسایی است. هنگامی که قومیت در نظر آدمیان مهم می‌شود، به راستی اهمیت می‌یابد. «قومیت به شباهت و تفاوت «ما» و «آنها» متکی است» (همان). اما مفهوم قومیت احتمالاً همیشه این صلابت را نداشته باشد، و در بعضی موارد، مورد چون و چرا واقع شود. چرا که قومیت امری ازلی نیست و تا حدودی ساخته می‌شود. قومیت مستلزم درونی کردن شباهت‌های درون گروهی است. شباهت از خلال تفاوت‌گذاری به دیگران حاصل می‌شود. یکی از وجوه مشترک آدمیان تفاوتی است که با دیگران داریم. تعریف «ما» مستلزم دادن تعریفی از «آنها» است. به هر حال، به طور کلی هویت جمعی- اجتماعی- ترکیب یافتن مضمونهای درهم آمیخته و جدایی‌ناپذیر شباهت و تفاوت انسانی در خلال عمل اجتماعی است. آن دائماً ساخته می‌شود و عملی فرایندی است و از طریق دیالکتیک درونی و برونی شناسایی حاصل می‌شود. شکل‌گیری هویت هر فرد از طریق سازماندهی نگرش‌های فردی دیگران در قالب نگرش‌های سازمان یافته اجتماعی این گروهی شکل می‌گیرد به عبارت دیگر تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند.

آنتونی گیدنز مسئله هویت را در ذیل بحث شرایط تجدد مورد بررسی قرار می‌دهد. به نظر او پویایی و تحرک زندگی اجتماعی امروز دارای سه عنصر اصلی است:

- ۱- جدایی زمان و فضا و سازمان دهی فعالیت‌هایی که از نظر جسمانی در حضور همدیگر نیستند.
- ۲- از جا کنده شدن نظام‌های اجتماعی (پدیده‌هایی که پیوند نزدیک با عوامل دخیل در تفکیک زمانی و مکانی دارند) و همینطور دوباره جای‌گیری آنها در بسترهای مشخص زمانی و مکانی.
- ۳- بازتابندگی، که عبارت است از دسته بندی، نظم دهی، یا سامان‌دهی بازتابی یا تجدید سازمان‌دهی روابط اجتماعی با عنایت به درون داده‌های دانش که بر اعمال و هویت افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارد (گیدنز، ۱۳۸۰: ۲۱). با توجه به نظریه گیدنز در ارتباط با هویت می‌توان به جمع بندی نکات زیر رسید:
 - ۱- هویت شخصی دیگر صرفاً تحت انقیاد سنت نیست.
 - ۲- هویت شخصی بر اثر تأثیرات جهانی (دور) و محلی (نزدیک) شکل می‌گیرد و در آنها تأثیر می‌گذارد.
 - ۳- هویت شخصی نه دیگر آن امنیت حاصل از سنت را دارد که بر اثر عواملی چون خویشاوندی، مذهب و محلّیت شکل می‌گرفت و نه توانسته به آن یقین روشنگری و آمال آنها دست یابد. بلکه تنها در دنیای از شک‌ها و تردیدها غوطه‌ور شده است.
 - ۴- هویت در دوران تجدد امری است که به طور بازتابی ساخته و پرداخته می‌شود نه اینکه از طریق عوامل سنتی بر فرد تحمیل شود.
 - ۵- هویت در دوران تجدد به امری درون مرجع تبدیل می‌شود که در آن هویت، پروژه و طرحی خواهد بود که به طور مستمر ساخته می‌شود و باید روی آن کارکرد و آن را انتخاب کرد و به دست آورد (دبیریان تهرانی، ۱۳۸۷: ۷۴). پس در یک نگاه کلی در مدرنیته بر اثر مکانیسم‌های پویایی بخش مدرنیته زمینه برای تأثیر هر چه بیشتر نزدیک (محلی) و دور

(جهانی) به طور دیالکتیکی فراهم شده است که بر اثر آن برخلاف دوران سنت افراد صرفاً تحت تعیین منابع محدود هویتی قرار نمی‌گیرند بلکه در میان منابع گوناگون هویتی افراد دست به انتخاب می‌زنند و در همین راستا بر اثر یکی از خصلت‌های اساسی هویت، جامعه‌شناسی و مدرنیته یعنی بازتابندگی به طور مداوم هویت و شیوه زندگی افراد در پرتو اطلاعات تازه مورد بازسنجی قرار می‌گیرد و به این صورت هویت تبدیل به طرحی می‌شود که به صورت فعالانه و درون مرجع از رهگذر انتخاب افراد شکل می‌گیرد و برخلاف دوران سنت که هویت امری تفویضی بود در اینجا امری گزینشی است که در ارتباط «خود» صورت می‌گیرد و آنچه که در کار ما بسیار مهم است این موضوع است که با گذار از جوامع سنتی به مدرن سطوح هویتی نیز هر چه بیشتر دچار تغییر و تحول می‌شود. (همان، ۷۶) اما در نهایت گیدنز الگوی اصلی هویت سازی در جوامع کنونی را غیرخاص گرایانه می‌داند و تأکید دارد هویت سازی پروژه‌ای بازتابانه است و افراد برای اتخاذ هویت خود گزینش کرده و چانه می‌زنند چرا که در مجموع جهانی شدن فرصت بازسازی مستمر هویت را فراهم می‌کند (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۲۸).

ایمانوئل کاستلز؛ از نظر وی هویت اجتماعی همواره در بستر روابط قدرت صورت می‌گیرد. و در این معنا سه نوع هویت در تناسب با قدرت به وجود می‌آید. هویت مشروعیت بخش، هویت مقاومت، هویت برنامه‌دار. هویت مشروعیت‌بخش را می‌توان آن هویتی دانست که توسط نهادهای غالب جامعه ایجاد می‌شود، تا سلطه آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی کند به تعبیر دیگر هویت مشروعیت بخش به جامعه مدنی مرتبط است و در همین رابطه کاستلز به تأسی از گرامشی بیان می‌دارد که جامعه مدنی از مجموعه‌ای از ابزارها از قبیل کلیساها، اتحادیه‌ها، احزاب، تعاونی‌ها و موسسه‌های شهری و غیره شکل می‌گیرد که از یک سو پویس‌های دولت را استمرار می‌بخشد اما از سوی دیگر ریشه‌های عمیقی بین مردم دارند. غلبه نیروهای تغییر و تحول حاضر در جامعه مدنی بر دولت، دقیقاً به دلیل پیوستگی میان نهادهای جامعه مدنی و ابزارهای قدرت که حول محور هویت یکسانی سازمان یافته‌اند (شهروندی، دموکراسی، سیاسی شدن، دگرگونی‌های اجتماعی، محدود بودن قدرت به دولت و شاخه‌های آن و نظیر آن) امکان پذیر می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۵).

کاستلز در مقابل هویت مشروعیت بخش، از هویت مقاومت بحث می‌کند که در واقع این نوع هویت، به دست کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از طرف منطق سلطه بی ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آنها زده می‌شود. این هویت‌ها نیز به مثابه سنگ‌هایی برای مقاومت و بقا بر مبنای اصول مورد حمایت نهادهای جامعه ساخته می‌شوند. این هویت‌ها منجر به ایجاد جماعت‌ها یا اجتماعات می‌شود. و به نظر کاستلز شاید مهمترین شکل هویت سازی در جامعه ما می‌باشد. به نظر وی این هویت شکل‌هایی از مقاومت جمعی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کند که در غیر اینصورت تحمل ناپذیر بودند و معمولاً بر مبنای هویت‌هایی ساخته می‌شوند که آشکارا به وسیله تاریخ، جغرافی یا زیست‌شناسی تعریف شده‌اند و تبدیل مرزهای مقاومت را به جنبه‌های اساسی و ذاتی آسانتر می‌کند (همان: ۲۶). متن اصلی شکل‌گیری انواع هویت جامعه شبکه‌ای است و انواع هویت بر اساس جایگاه تاریخی، متن و زمینه اجتماعی شکل می‌گیرد. به نظر کاستلز در جامعه شبکه‌ای امر جهانی و امر محلی به وضوح مطرح می‌شود. وی معتقد است دو قطب دیالکتیکی در خصوص شکل‌گیری هویت ملی وجود دارد:

۱- ساختار شکنی دولت متمرکز چندملیتی که، منجر به شکل‌گیری شبه دولت و ملت می‌شود.

۲- شبه دولت‌های ملی

کاستلز معتقد است که ملی‌گرایی‌های معاصر می‌تواند هم مبتنی بر ساخت حاکمیت دولت ملی مستقل باشد و هم نباشد. و نیز این که ملی‌گرایی جدید بیشتر دارای ماهیت فرهنگی است (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۲۸). بنابراین برطبق این دیدگاه می‌توان

گفت جهانی شدن در عین حال که به شکل‌گیری هویت‌های جهان وطنی به وسیله رسانه‌های الکترونیکی منجر می‌شود می‌تواند به شکل‌گیری هویت‌های بنیادگرایی و خاص‌گرایی قومی، دینی و ... بیانجامد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۴). پیر بوردیو؛ دیدگاه هستی‌شناسی بوردیو نسبت به جامعه مدل فضای اجتماعی مرکب از میدان‌های مختلف است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۸)؛ در هر میدان انواعی از سرمایه‌های اجتماعی وجود دارد که تعیین‌کننده جایگاه افراد در میدان است. سرمایه‌های درون میدان‌ها را می‌توان به انواع چون، سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه نمادین تقسیم کرد (توسلی، ۱۳۸۳: ۲۳) بوردیو این میدان‌ها را پویا می‌داند و مطرح می‌کند که هر میدانی دارای استقلال نسبی از میدان‌های دیگر است (واکو و انت، ۱۳۸۱: ۳۳۸) و البته وی برای تحلیل قدرت در میدان سیاسی و ارتباطش با میدان‌های دیگر نقش مهمی قائل است (جنکینز، ۱۳۸۵: ۱۳۹).

در عملکردهای اجتماعی افراد در میدان‌های مختلف تحت‌تأثیر عادت‌واره خاص آن میدان، بر سر سرمایه‌های مختلف برای دستیابی قدرت بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند که از این طریق بتوانند موقعیت و هویت خود را تحکیم یا تغییر دهند (زنجان‌زاده، ۱۳۸۳: ۳۰-۲۴). از نظر بوردیو طبقه مسلط طبقه خود را آشکارا اعمال نمی‌کند. طبقه تحت سلطه را به زور وادار به پذیرش اراده خود نمی‌کند. برعکس طبقه مسلط جامعه سرمایه داری از قدرت اقتصادی، اجتماعی و نمادین سود می‌برد قدرتی که در سرمایه اقتصادی و فرهنگی تجسم یافته و با جای‌جای نهادها و اعمال جامعه در هم تنیده است و توسط همین نهادها و اعمال بازتولید می‌شود (لچت، ۱۳۷۸: ۷۸).

جدول شماره (۲) : تئوری‌های جامعه‌شناسی هویت جمعی

		تئوری‌های جامعه‌شناسی هویت جمعی	
۱- هویت افراد متأثر از «خود» (Self) می‌باشد که با توجه به برداشت، تفسیر، پنداشت و تعریفی که از موقعیت دارند این هویت‌ها شکل می‌گیرد.	مید بلومر گافمن	تئوریهای تقلیل گرا	
۲- در این نحله بجای تأکید بر عوامل تعین بخش بیرونی بر پنداشت و معانی ذهنی افراد تأکید می‌شود.			
۳- هویت بر اثر آموزش و اجتماعی شدن در ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد.			
۴- هویت امری سیال و پویا است که در هیچ زمان و مکانی ثابت نیست و همواره در حال شدن است.			
۵- هویت افراد متأثر از ارزشها و هنجارهای دیگران مهمی (گروه مرجع) می‌باشد که بر اثر تعریف و تفسیری که دارند آنها را درونی می‌کنند.			
۱- هویت نه صرفاً تقلیل یافته به عواملی خاص، بلکه تلفیقی از عواملی چون: (عاملیت و ساختار) (درون- بیرون) (خرد- کلان) (دور- نزدیک) (محلی- جهانی) (سیستم - زیست جهان) و ... لحاظ می‌شود.	جنکینز بوردیو کاستلز گیدنز	تئوریهای تلفیق گرا	
۲- هویت امری بازتابی لحاظ می‌شود که دائم در پرتو اطلاعات تازه می‌تواند مورد بازسنجی قرار گیرد.			
۳- منابع هویت بخش را گوناگون و متکثر می‌دانند.			
۴- در این نحله هویت امری گزینشی است که بر اثر انتخاب افراد شکل می‌گیرد نه صرفاً تفویض شده توسط عوامل بیرونی			
۵- هویت امری درونی مرجع لحاظ می‌شود و آنرا پروژه ای می‌دانند که بطور مستمر ساخته می‌شود و باید آنرا انتخاب کرد.			

در این مقاله برای تبیین مفهوم هویت و سطوح هویت جمعی و روند تحولات آن با توجه به پیچیده شدن جوامع تلاش شده از تئوریهای جامعه‌شناسی هویت در دو سطح تقلیل‌گرا و تلفیق‌گرا برای تبیین مفهوم هویت و هویت جمعی استفاده شود. به این دلیل که هیچ یک از دیدگاه‌های مطرح شده به تنهایی قادر نیستند که تمام جوانب پدیده‌های اجتماعی را تبیین کنند در نتیجه سعی بر آن شده تا از تئوریهای مختلف برای تدوین چهارچوب مفهومی استفاده شود. با گذار از جامعه ساده به پیچیده و گسترده شدن تعاملات اجتماعی هویت جمعی افراد نیز از حالت خاص گرایانه به عام گرایانه تحلیل می‌یابند و از میان هویت‌های عام گرایانه در این تحقیق هویت‌های ایرانی، اسلامی و غربی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

یکی از خصائص مشترک ذهنی کنش متقابل نمادین‌ها و به صورت اخص مید و بلومر و گافمن در مورد هویت و «خود» این موضوع است که آنها معتقدند، همواره برداشت و تفسیر و پنداشت افراد که از طریق «self» صورت می‌گیرد متأثر از موقعیت اجتماعی می‌باشد که این تعریف از طریق آن صورت می‌گیرد. بنابراین در این نگاه موقعیت و پایگاه اجتماعی افراد می‌تواند بعنوان یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر هویت جمعی لحاظ شود. یکی دیگر از متغیرهایی که در ارتباط با هویت و هویت جمعی در این تحقیق لحاظ شده «مشروعیت نظام سیاسی» می‌باشد که از آراء کاستلز استنتاج شده است. بر طبق این نگاه زمانی که هویت‌های مشروعیت بخش از طریق نظام سیاسی در میان افراد جامعه توانائی لازم برای توجیه عملکردهای خود را نداشته باشد کنشگران به هویت‌های تدافعی و برنامه دار روی می‌آورند.

در ارتباط با متغیر نقش رسانه‌های جمعی بر هویت جمعی افراد از تئوری کاستلز استفاده شده که در این تئوری به نقش رسانه‌های ارتباط جمعی و تأثیر جهانی آنها بر شکل‌گیری هویت‌های جمعی پرداخته می‌شود. برای مثال کاستلز معتقد است با گسترش رسانه‌های جمعی در عین حالیکه می‌تواند به شکل‌گیری هویت‌های جهان وطن بیانجامد می‌تواند منجر به شکل‌گیری هویت‌های بنیادگرایانه قومی و دینی نیز اشاره شود. متغیر تعاملات اجتماعی از دیدگاه اندیشمندانی چون گیدنز و جنیکنز بهره برده شده است. به این صورت که با گسترده شدن دایره تعاملاتی، روابط دوجانبه فرد و اجتماع نیز بیشتر می‌شود و بر اثر آن هویت افراد به سمت هویت‌های عام گرایانه‌تر حرکت می‌کند. متغیر جهانی شدن (با مولفه‌های غربی) از نظریات گیدنز بهره گرفته شده است. در بحث از متغیر سرمایه فرهنگی تلاش شده تا مطالب مرتبط با موضوع از دیدگاه بوردیو به گونه زیر طبقه‌بندی شود.

۱- حالت «تجسم یافته»، می‌توان بیشتر ویژگی‌های «سرمایه فرهنگی» را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. این همان بخشی است که «بوردیو» آن را ابعاد «سرمایه فرهنگی» همراه با تولید می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این گونه سرمایه به شکل آمادگی‌های مداوم ذهنی و جسم تجلی می‌یابد.

۲- حالت «عینیت یافته»، یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه‌ی فرهنگی مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون و اجتماعی قرار گیرد. سرمایه‌ی فرهنگی «عینیت یافته» در اشیاء مادی، رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار، پوشاک، و البسه و نظایر آن و به طور کلی در مادیات قابل انتقال است. بنابراین، کالاهای فرهنگی را نیز می‌توان به شکل مادی تخصیص داد که منجر به «سرمایه‌ی اقتصادی» می‌شود و هم به صورت نمادین که منجر به «سرمایه‌ی فرهنگی» می‌شود.

۳- حالت «نهادی شده»: در این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه از این حالت است. این گونه مدارک نوعی نرخ تبدیل بین «سرمایه فرهنگی» و «سرمایه اقتصادی» برقرار می‌سازند و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آن جایی که منافع

مادی و نمادی مدارک تحصیلی بستگی به کمپایی آن‌ها دارد، سرمایه گذاری صورت گرفته (از لحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش‌بینی می‌شود، سودمند نباشد. در اینجا تلاش شده است تا سرمایه فرهنگی بعنوان یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر سطوح هویت جمعی لحاظ شود.

با توجه به مطالبی که ذکر شد فرضیات تحقیق بقرار زیر است:

- بین تفاوت در هویت جمعی (اسلامی، ایرانی، غربی) جوانان با پنداشت مشروعیت نظام سیاسی آنان، رابطه وجود دارد.
- بین تفاوت هویت جمعی (اسلامی، ایرانی، غربی) جوانان با میزان بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی توسط آنان، رابطه وجود دارد.
- بین تفاوت هویت جمعی (اسلامی، ایرانی، غربی) جوانان با میزان سرمایه فرهنگی آنان رابطه وجود دارد.
- بین تفاوت هویت جمعی (اسلامی، ایرانی، غربی) جوانان با میزان تعاملات اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
- بین تفاوت هویت جمعی (اسلامی، ایرانی، غربی) جوانان با پایگاه اجتماعی و اقتصادی آنان رابطه وجود دارد.

۲. روش

در پژوهش حاضر از روش پیمایش مقطعی با دو هدف توصیف و تبیین استفاده شده است. در سطح توصیف، هدف نشان دادن تصویری از چگونگی جامعه آماری، براساس متغیرهای مورد مطالعه به‌ویژه از نظر هویت جمعی می‌باشد. در سطح تحلیل یا تبیین، هدف یافتن روابط بین متغیرهای مستقل، و متغیر وابسته یعنی هویت جمعی و تلاش برای تبیین تغییرات و یا به عبارت بهتر، واریانس متغیر وابسته بر اساس متغیرهای مستقل می‌باشد. واحد مشاهده و واحد تحلیل در این تحقیق فرد و سطح تحلیل خرد می‌باشد.

در تحقیق حاضر از تکنیک و ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. در تهیه پرسش‌ها یا مقیاس‌های لازم برای سنجش متغیرها سعی گردیده است تا حد امکان از هر دو مبنای نظری و تجربی برخوردار باشند. برای این منظور تلاش شده است تا گویه‌ها هم متناسب با ویژگی‌های نظری متغیر مربوطه باشند و هم اینکه تا حد ممکن با استفاده از تجربیات سایر محققین و متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی ایران طرح شوند. تجزیه و تحلیل و بدست آوردن آمارهای لازم، از داده‌های تحقیق تبعیت می‌کند. از آنجا که اغلب متغیرهای این تحقیق در سطح ترتیبی هستند، آزمون‌های آماری تا سطح رگرسیون را می‌توان برای آنها انجام داد. اما بطور مشخص‌تر در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها در سطح توصیفی با استفاده از جداول یک بعدی و به کمک شاخص‌های مرکزی مانند میانگین و نما صورت می‌گیرد و در سطح استنباطی یا تبیینی، که در آن فرضیات مورد آزمون قرار می‌گیرد، از جداول دو بعدی و آزمون‌های کای اسکوئر، Tab کندانال و گاما استفاده شده است همینطور برای تحلیل چند متغیری از تحلیل رگرسیون بهره گرفته شده است.

در این تحقیق تأیید اعتبار محتوایی پرسشنامه مد نظر است که در آن به بررسی اجزا و شاخص‌های تشکیل دهنده ابزار اندازه‌گیری پرداخته می‌شود. اعتبار محتوایی با مراجعه و تبادل نظر با صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه‌ها تضمین گردید. مفهوم پایایی (reliability) نیز جواب این پرسش است که: اگر یک مجموعه از چیزها را با یک ابزار اندازه‌گیری یا ابزاری مشابه آن بارها اندازه‌گیری شود، آیا نتایج مشابه به دست خواهد آمد؟ (کرلینجر، ۱۳۸۳: ۱۳۲) برای سنجش پایایی درونی ابزار تحقیق (پرسش‌نامه) از روش آلفای کرونباخ و ماتریس همبستگی بین گویه‌ها و نرم افزار Spss استفاده شد که در جدول زیر مشخص است.

جدول ۳: متغیرها و آلفای کرونباخ آنها

ضریب آلفای استاندارد شده	تعداد گویه‌ها	طیف
۷۵ درصد	۱۵ گویه	هویت ملی
۸۰ درصد	۱۳ گویه	هویت غربی
۷۷ درصد	۱۵ گویه	هویت اسلامی
۷۰ درصد	۸ گویه	پایگاه اجتماعی و اقتصادی
۷۱ درصد	۸ گویه	مشروعیت نظام سیاسی
۷۴ درصد	۷ گویه	رسانه ارتباط جمعی داخلی
۸۰ درصد	۷ گویه	رسانه ارتباط جمعی خارجی
۷۰ درصد	۶ گویه	گستره تعاملات اجتماعی
۷۱ درصد	۶ گویه	سرمایه فرهنگی
۷۲ درصد	۸ گویه	جهانی شدن (مولفه‌های غربی)

جامعه آماری این پژوهش، جوانان ساکن در شهرستان ری (۱۸ تا ۳۰ سال) است و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۴۲۰ نفر در نظر گرفته شد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای به جمع‌آوری اطلاعات منجر گردید به این صورت که در این روش ابتدا از میان بخش‌های شهرستان ری چند منطقه به صورت نمونه انتخاب گردید و رفته رفته از میان مناطق انتخاب شده مناطق کوچکتری نمونه‌گیری شده است و نهایتاً کار به انتخاب نمونه‌ای از خانواده‌ها و روشی برای انتخاب افراد در خانواده‌های منتخب ختم می‌شود (دواس، ۱۳۸۱: ۷۴).

۳. یافته‌ها

جدول ذیل در ارتباط با هویت ملی جوانان نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی (۳۲۰) (۷۶/۶ درصد) در طبقه متوسط قرار دارد و همینطور در ارتباط با هویت اسلامی جوانان نشان داده می‌شود که در بین آنها بیشترین فراوانی (۳۲۲) (۷۶/۷ درصد) در طبقه قوی و در رابطه با هویت غربی نشان داده می‌شود که بیشترین فراوانی (۳۳۶) (۸۰ درصد) در طبقه ضعیف قرار دارد.

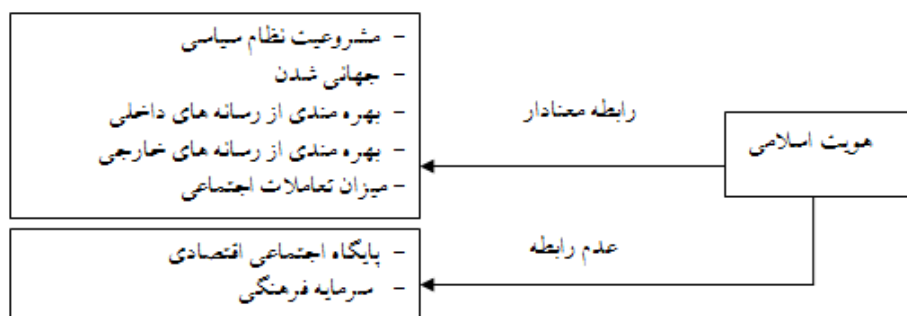
در بخش تبیین داده‌ها به تحلیل دومتغیری داده‌ها و آزمون فرضیات پرداخته شد که نتایج به شرح زیر است:



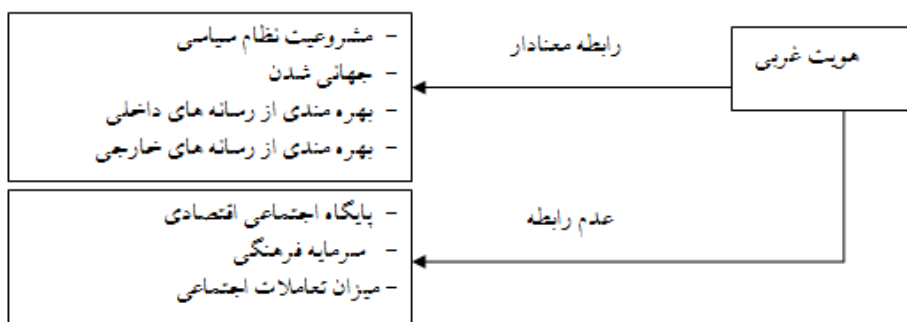
جدول شماره (۴): فراوانی انواع هویت جمعی

درصد فراوانی تجمعی	درصد	فراوانی	طبقه	هویت ملی				هویت اسلامی			
				درصد فراوانی تجمعی	درصد	فراوانی	طبقه	درصد فراوانی تجمعی	درصد	فراوانی	طبقه
۸۰	۸۰	۳۳۶	ضعیف	۱۰	۱۰	۴۲	ضعیف	۱۰	۱۰	۴۲	ضعیف
۹۰/۴	۱۰/۴	۴۴	متوسط	۲۳/۳	۱۳	۵۶	متوسط	۸۶/۶	۷۶/۶	۳۲۰	متوسط
۱۰۰	۹/۶	۴۰	قوی	۱۰۰	۷۶/۷	۳۲۲	قوی	۱۰۰	۱۳/۴	۵۸	قوی
	۱۰۰	۴۲۰	جمع		۱۰۰	۴۲۰	جمع		۱۰۰	۴۲۰	جمع

برطبق مطالب ذکر شده باید توجه کرد که به بین هویت ملی و متغیر بهره‌گیری از خارجی رابطه وجود دارد اما جهت رابطه منفی است یعنی با افزایش هویت ملی بهره‌مندی از رسانه خارجی کاهش می‌یابد.



بین هویت اسلامی با متغیرهای جهانی شدن و بهره‌مندی از رسانه‌های خارجی و همچنین تعاملات اجتماعی رابطه معنادار مشاهده می‌شود، اما این رابطه دارای جهت منفی است و معکوس می‌باشد.



با توجه به مطالب ذکر شده بین هویت غربی و متغیر مشروعیت نظام سیاسی رابطه وجود دارد. اما جهت رابطه منفی است به این معنا که هرچه هویت غربی پررنگ تر می شود، از مشروعیت نظام سیاسی کاسته می‌شود. همچنین جدول فوق نشان می‌دهد:

بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی و هویت جمعی (ایرانی - اسلامی - غربی)

بین سرمایه فرهنگی و هویت جمعی (ایرانی - اسلامی - غربی)

بین میزان تعاملات اجتماعی و هویت جمعی (ایرانی - اسلامی - غربی)

رابطه معناداری وجود ندارد. به این معنا این سه فرضیه تحقیق رد شده و بقیه فرضیه‌ها تأیید می‌گردد.

جدول ذیل تحلیل رگرسیون چند متغیره را نشان می‌دهد.

مدل رگرسیونی حاضر شیوه‌ای است که در آن متغیرهای مستقلی (رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی، رسانه‌های ارتباط جمعی خارجی، جهانی شدن (با مولفه‌های غربی)، مشروعیت نظام سیاسی، تعاملات اجتماعی) در بین جوانان که دارای همبستگی با متغیر وابسته (سطوح هویت جمعی) بوده به طور همزمان از طریق روش (enter) وارد تحلیل شده و اثرات کلیه متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته بررسی گردیده است و سطح معناداری بدست آمده در این آزمون نشان دهنده رابطه معنادار در این ترکیب خطی است. معادلات رگرسیونی در ذیل آورده شده است:

$$\begin{aligned} & \text{(رسانه ارتباط جمعی داخلی)} - 0/343 - \text{(جهانی شدن «با مولفه های غربی»)} + 0/327 + 0/314 = \text{(هویت غربی)} \\ & \text{(مشروعیت نظام سیاسی)} - 0/380 - \text{(رسانه ارتباط جمعی خارجی)} + 0/290 \\ & \text{(رسانه ارتباط جمعی داخلی)} + 0/324 + \text{(جهانی شدن «با مولفه های غربی»)} + 0/585 + 2/52 = \text{(هویت ملی)} \\ & \text{(مشروعیت نظام سیاسی)} + 0/393 + \text{(رسانه ارتباط جمعی خارجی)} + 0/441 \\ & \text{(رسانه ارتباط جمعی داخلی)} + 0/29 + \text{(جهانی شدن «با مولفه های غربی»)} + 0/28 + 1/669 = \text{(هویت اسلامی)} \\ & \text{(میزان تعاملات اجتماعی)} - 0/25 - \text{(مشروعیت نظام سیاسی)} + 0/252 + \text{(رسانه ارتباط جمعی خارجی)} - 0/255 \end{aligned}$$

۴. بحث

در این پژوهش مشخص شد که هر سه نوع هویت جمعی در میان این نسل وجود داشته اما در یک نگاه تطبیقی می‌توان گفت هویت اسلامی در مقایسه با سایر هویت‌ها برجستگی بیشتری دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که در رابطه با متغیر هویت اسلامی این متغیرها (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی و میزان تعاملات اجتماعی) رابطه معناداری داشته و مابقی متغیرها معنادار نشدند. در رابطه با متغیر هویت اسلامی این متغیرها (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی و میزان تعاملات اجتماعی) رابطه معناداری داشته و مابقی متغیرها معنادار نشدند. در مورد متغیر هویت ملی این متغیرها (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن (با مولفه‌های غربی)، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی) رابطه معناداری داشته و مابقی متغیرها معنادار نشدند.

در رابطه با متغیر هویت غربی این متغیرها (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی رابطه معناداری داشته و مابقی متغیرها معنادار نشدند. در آزمون‌های همزمان از طریق تحلیل چندمتغیره رگرسیون در ارتباط با هویت اسلامی نشان داده می‌شود که ۰/۸۹ از تغییرات واریانس متغیر هویت اسلامی توسط این متغیرهای مستقل (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی و میزان تعاملات اجتماعی) تبیین می‌شود. همین آزمون‌ها در ارتباط با هویت ملی نشان دادند که ۰/۷۷ از تغییرات واریانس متغیر هویت اسلامی توسط این متغیرهای مستقل (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن (با مولفه‌های غربی، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی) تبیین می‌شود؛ و در نهایت در ارتباط با هویت غربی نشان داده می‌شود که ۰/۹۶ از تغییرات واریانس متغیر هویت غربی توسط این متغیرهای مستقل (مشروعیت نظام اجتماعی، جهانی شدن (با مولفه‌های غربی، بهره‌مندی از رسانه داخلی، بهره‌مندی از رسانه خارجی) تبیین می‌شود.

منابع

- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳). تحلیلی از اندیشه پی‌یر بوردیو درباره فضای منازعه آمیز. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۵). پی‌یر بوردیو. (حسن چاوشیان، مترجم) تهران: نشر نی.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی. (چاپ اول). (تورج یاراحمدی، مترجم). تهران: پژوهش شیراز.
- حاجیانی ابراهیم (۱۳۸۷). تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه. پایان نامه دکتری. دانشگاه تهران.
- دبیریان تهرانی، حسین (۱۳۸۷). تحول بین نسلی هویت جمعی در بین والدین و فرزندان ساکن در شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی.
- دواس، دی. ای (۱۳۸۱). روش پیمایش در تحقیقات اجتماعی. (مریم رفعت جاه و رخساره کاظم، مترجمان). تهران: نشر نی.
- زنجانی زاده، هما (۱۳۸۳). مقدمه ای بر جامعه‌شناسی پی‌یر بوردیو. مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی. شماره دوم تابستان ۱۳۸۳.
- سفیری، خدیجه؛ غفوری، معصومه (۱۳۸۸). بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده. مجله پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه. شماره دوم، بهار و تابستان ۱۳۸۸.
- کاستلز، ایمانوئ (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت. (جلد دوم). (علی پایا و حسن چاوشیان). تهران: طرح نو.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۰). جهانی شدن و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال سوم شماره ۱۰.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۳). درآمدی نظری بر جهانی شدن و هویت قومی. دوهفته‌نامه فرهنگ و پژوهش. شماره ۱۵۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. (چاپ اول). (ناصر موفقیان، مترجم). تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰). پیامدهای مدرنیته. (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- لچت، جان (۱۳۷۸). پنجاه متفکر بزرگ معاصر. (حسن حکیمی، مترجم). تهران: انتشارات خجسته.