

بررسی جامعه‌شناختی رابطه سرمایه‌ی فرهنگی و هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی در بین جوانان (مطالعه‌ی موردی شهر بابلسر)

قربانعلی ابراهیمی^۱
عباس بهنوئی‌گدنه^۲

چکیده:

مقاله‌ی حاضر درصدد آن است که به بررسی جامعه‌شناختی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی جوانان و مؤلفه‌های هویت اجتماعی فردی و جمعی آنان بپردازد و همبستگی بین سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های مختلف هویتی را مورد مطالعه قرار دهد. برای بررسی رابطه‌ی این دو سازه (سرمایه‌ی فرهنگی و هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی) از نظریه بوردیو، جنکینز و گیدنز استفاده شده است همچنین برای سنجش رابطه این دو سازه از آزمون‌های T و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون‌ها حاکی از همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی جوانان و مؤلفه‌های هویت آنان است. لکن بیشترین ضریب همبستگی سرمایه فرهنگی با مؤلفه‌های هویت شخصی و گروهی و کمترین میزان همبستگی گونه‌های هویت ملی، مذهبی و خانوادگی است. از سوی دیگر نتایج نشان داد که گرایش دختران به مؤلفه‌های هویت جمعی بیشتر از پسران می‌باشد در صورتی که بر خلاف دختران، میزان گرایش پسران به مؤلفه‌های هویت فردی بیشتر می‌باشد. همچنین نتایج تحقیق حاکی از این است که میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان تقریباً یکسان است.

کلیدواژه: جوانان، سرمایه‌ی فرهنگی، خود‌انگاره، گونه‌های هویتی.

^۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران ghorbanaliebrahimi@gmail.com

^۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه مازندران abbas.behnoei@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

موضوع هویت و مؤلفه‌های آن در فرهنگ اجتماعی، هیچ‌گاه به گستردگی امروز محل بحث و مناقشه نبوده و این از آن روست که شاید صاحب‌نظران و متفکران این حوزه هرگز اهمیت تفاوت را چنین ملموس و گسترده، به صورت تمایز یافته تجربه نکرده بودند. در واقع در جامعه‌ی امروزمین و با گسترش ارتباطات محلی، ملی و بین‌المللی، حوزه‌ی مطالعه‌ی جدیدی در باب هویت و مؤلفه‌های آن باز شده است.

از این‌رو یکی از ابعاد مورد مطالعه‌ی زندگی انسان معاصر هویت اوست که عوامل گوناگونی در حوزه‌ی زندگی اجتماعی مانند خانواده، دوستان، مذهب، ملیت، نوع سرمایه‌های فردی همچون سرمایه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره در فرآیند شکل‌گیری و از عوامل مرتبط با این سازه عنوان می‌شوند. به بیان کلی‌تر می‌توان گفت که فرهنگ و عناصر مرتبط با آن، از مهمترین منابع هویت به‌شمار می‌روند. با وجود این، انسان معاصر در هر محیط اجتماعی که زندگی کند، سعی دارد تا موقعیتی برای خود دست و پا کند و یک هویت متمایز برای خود داشته باشد.

در اکثر جوامع سنتی، یکسری عوامل خاص مانند مذهب، خانواده، ملیت، نژاد و قومیت (ویژگی‌های انتسابی) از مهمترین عوامل موثر بر هویت افراد محسوب می‌شوند اما جوامعی که مدرنیته یا فرآیندهای مربوط به مدرنیته را تجربه کرده‌اند، عواملی که بیشتر دستاورد خود او باشند، هویت آنان را می‌سازند. با این فرض، جامعه‌ی ایرانی نیز در دهه‌های اخیر با فرآیندهای مربوط به مدرنیته یا تجدد مواجه بوده است. تجدد همه حوزه‌ها را تحت تأثیر قرار داده و یکسری ارزش‌های جدید را در جامعه از قبیل علم‌آموزی، کتاب خواندن، تخصص داشتن، بازدید از مکان‌های تفریحی و تاریخی، انجام فعالیت‌های هنری، رفتن به مراکز هنری و غیره رواج داده است. این ارزش‌ها که از آن به ارزش‌های مدرن تعبیر می‌شود، موجب تکثر ارزش و تمایز گذاری افراد بر حسب ملاک‌های امروزمین از قبیل سرمایه‌ی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی افراد شده که حتی در برخی از زمینه‌ها، با ملاک‌های جوامع سنتی در تعارض قرار دارند. از این رو با تغییر ملاک‌های تمایزساز و هویت‌بخش در بین افراد جامعه به ویژه در جوانان، تحقیق حاضر در جستجوی آن است که به بررسی تجربی پیوند و همبستگی بین

سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های مختلف هویتی در بین جوانان پردازد. به عبارت دیگر پژوهش حاضر می‌کوشد، اولاً به سنجش میزان سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت در بین جوانان (دختر و پسر) پردازد و ثانیاً همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی را با مؤلفه‌های هویت نظیر هویت ملی، مذهبی، گروهی، خانوادگی و فردی مشخص کند، ثالثاً رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی جوانان را نیز روشن سازد. بدینسان هدف اصلی مقاله بررسی همبستگی و رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی با نحوه‌ی برداشت و تعریف جوانان از خویشتن خویش دارد چرا که جوانان سهم بسیار بزرگی از گروه سنی را در ترکیب جمعیتی جامعه دارا می‌باشند و با رشد حضور آنان در عرصه‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و به‌ویژه در مراکز علمی، آنها تحت تأثیر این فرآیندها قرار گرفته‌اند. این فرآیندها همچون دیگر فرآیندهای دیگر رابطه‌ی دیالکتیکی با جوانان دارد و آنها به شیوه‌های گوناگون به آن واکنش نشان می‌دهند. یکی از تأثیرهای سرمایه‌ی فرهنگی بر جوانان، دگرگونی در فرآیند تولید و بازتولید نوع هویت‌های جمعی و فردی آنهاست. از این رو بررسی هویت جوانان و مؤلفه‌های آن با نادیده گرفتن سرمایه‌ی فرهنگی، کامل و بی‌عیب نمی‌باشد.

اهمیت و رواج فرآیندها مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی در علوم اجتماعی و به‌ویژه در مطالعات فرهنگی، ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند. حال با توجه به تغییری که در رویکردهای نظری و تجربی بوجود آمده، می‌توان نتیجه گرفت که مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی بدیل یا جایگزینی برای مفاهیم ساختاری از قبیل طبقه اجتماعی افراد شده است. بنابراین با مطرح شدن رویکردهای جدید و نیز وضعیت ایجاد شده در دنیای امروزین، دیگر نمی‌توان هویت جمعی و فردی یک جامعه توریست‌پذیری مثل شهر بابلسر را تنها به کمک مفاهیم ساختاری و کلان تبیین و بررسی کرد، بلکه برای بررسی، تبیین و ارائه الگویی از مؤلفه‌های هویت‌های شهر بابلسر لازم است از مفاهیمی همچون سرمایه‌ی فرهنگی کمک گرفت.

حال با توجه به گسترش اهمیت موضوع بررسی همبستگی و رابطه بین سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های هویت، این امر، سؤال مربوط به نوع همبستگی و رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت را به یک پرسش با اهمیت تبدیل کرده است. بر این اساس در این مقاله در

پی بررسی این سؤال هستیم که چه نوع همبستگی و رابطه‌ای بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت‌ملی، مذهبی، گروهی، خانوادگی و فردی وجود دارد؟ توجه به این موضوع می‌تواند تحلیل‌گران مسائل فرهنگی و اجتماعی را در تحلیل مسائل فرهنگی جوانان کمک نماید. از همین رو این پژوهش، درصدد پاسخگویی به سؤالات ذیل می‌باشد:

۱. میزان سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت در میان جوانان شهر بابلسر چقدر است؟
۲. آیا بین دختر و پسر از نظر میانگین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویتی تفاوتی وجود دارد؟

۳. آیا بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی جوانان و مؤلفه‌های هویتی جوانان رابطه وجود دارد؟

۴. آیا بین میزان سرمایه‌ی فرهنگی (جوانان) و مؤلفه‌های هویتی آنان رابطه وجود دارد؟

واکاوی بینش مفهومی و چشم‌انداز نظری تحقیق

چارچوب نظری تحقیق حاضر مبتنی بر نظریات بازنمایی فرهنگی و مراتب مؤلفه‌های هویت است. با تأمل در تغییراتی که در دنیای متجدد اتفاق افتاده، به همین منوال تفسیر و توضیح تمایزات اجتماعی ناشی از هویت افراد بر اساس رویکردهای نظری نیز تغییر کرده‌است. بگونه‌ای که صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان این حوزه بر این باور هستند که محتوای هویت هر فرد بسته به اینکه تحت شرایط زمانی و مکانی زاینده‌ی چه مکانیسم‌هایی باشد، تغییرپذیر است. به نظر می‌رسد با تغییر و تحولاتی که در چند دهه‌ی اخیر در ذائقه و منش انسان امروزی در عرصه فرهنگی بوجود آمده، همین امر سبب ورود خیل زیاد کالاهای فرهنگی از قبیل کتاب، فیلم، موسیقی، مطبوعات و غیره در تیراژها و عنوان‌های مختلف، در بازارهای مصرفی شده است. از جمله مخاطبان و متقاضیان اصلی این کالاها و بازارهای مصرفی جوانان می‌باشند. از این رو است که صاحب‌نظران بر این باورند در دنیای امروزی کالاهای فرهنگی و مصرفی هستند که به اقشار مختلف از جمله جوانان هویت می‌بخشند. (ذکایی، ۱۳۸۶)

سرمایه‌ی فرهنگی

سرمایه‌ی فرهنگی از جمله مفاهیمی است که در خلاء عمل نمی‌کند، بلکه نیرویی است

که ایفای نقش خود را در یک ساختار گسترده‌تر اجتماعی انجام می‌دهد. در الگوی بوردیو از جوامع پیچیده مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی همراه با سرمایه‌ی‌های اقتصادی و اجتماعی جایگاهی مرکزی دارد. بر همین اساس بوده که تا به امروز تعاریف متعددی از سرمایه‌ی فرهنگی بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های مختلف به‌عمل آمده است. در نظر خود بوردیو سرمایه‌ی فرهنگی عبارت از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب است. (فاضلی، ۱۳۸۶، ۴۴) به عبارت دیگر بوردیو سرمایه را تلاشی برای دربند کردن گذشته در آینده می‌داند و سرمایه‌ی فرهنگی را در سه شکل کالاها، مصنوعات و فرآورده‌های فرهنگی، به رسمیت شناخته شدن ذخیره‌ی دانش، مهارت و تجارب افراد، آنچنان که مثلاً در مورد مدارج و گواهی‌نامه‌ی آموزشی و علمی و حرفه‌ای می‌توان در نظر گرفت و سرانجام تمایلات و عادت-واره‌های افراد که آنها را در پیشرفت و اندوختن مهارت و تخصص بیشتر یاری می‌رساند، متجلی می‌بیند. (بوردیو، ۱۹۸۶، به نقل از ذکایی، ۱۳۸۶، ۲۴۲) با این حال لامونت و لاریو بر این باورند که برداشت بوردیو از سرمایه‌ی فرهنگی واضح و روشن نمی‌باشد، از این رو آنها تعریف بوردیو را از سرمایه‌ی فرهنگی اینگونه بیان می‌کنند که سرمایه‌ی فرهنگی دربر دارنده‌ی نشانه‌های فرهنگی نهادینه شده از قبیل نگرش‌ها، ترجیحات، دانش رسمی، رفتارها، اهداف و اعتبارات ارزشمند که برای ایجاد انحصار اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌شود، است. (فاضلی، ۱۳۸۶، ۴۷).

این تعاریف تنها تعاریفی نیست که از سرمایه‌ی فرهنگی به عمل آمده است مثلاً مهر و دی‌مگیو نیز داشتن ذائقه‌های دارای پرستیژ و توانایی درک کردن و شناخت اشیاء یا سبک‌های هنری که دارندگان اقتدار فرهنگی به آنها اهمیت می‌دهند را سرمایه‌ی فرهنگی می‌دانند. (فاضلی، ۱۳۸۶، ۴۹)

آنچه برای بحث فعلی درباره‌ی هویت و مؤلفه‌های هویت کاربرد دارد، رابطه‌ی بین سرمایه‌ی فرهنگی فرد و مؤلفه‌های هویت است. از این‌رو فرضیه‌ی بازتولید فرهنگی نیز تا آنجا اهمیت دارد که بتوان درست بودن آن را هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ تحقیق عملی در عرصه‌های دیگری همچون هویت مورد بررسی و کنکاش قرار گیرد. به عبارتی، توجه ما در این تحقیق در باب سرمایه‌ی فرهنگی به این دلیل است که اهمیت یافتن مؤلفه‌های هویت می-

تواند از عوامل مختلفی که ریشه در میدان‌های مختلف دارند، ناشی شود. از جمله‌ی این عوامل سرمایه‌ی فرهنگی افراد و به‌ویژه جوانان در جامعه است که می‌توان به آن اشاره داشت. از این رو در مطالعه‌ی حاضر، سرمایه‌ی فرهنگی جوانان به عنوان متغیری مورد توجه قرار می‌گیرد که با سنجش شاخص‌های آن، به‌صورت یک شاخص ترکیبی از میزان مصرف کالاهای فرهنگی، مدارک تحصیلی، میزان خرید کالاهای فرهنگی از قبیل کتاب، وسایل و آلات هنری، انجام فعالیت‌های هنری مختلف، رفتن به مراکز هنری مختلف درآمده است.

هویت

بسیاری از نظریه پردازان، صاحب‌نظران و محققان علوم‌انسانی و اجتماعی در دهه‌های اخیر از تغییر مؤلفه‌های هویت بخش و تغییر مؤلفه‌های هویتی سخن به میان آورده‌اند که به منزله‌ی عنصر اصلی تحول اجتماعی فرهنگی در نقد فضای مدرنیته متأخر تلقی می‌شود. در دهه‌های اخیر، مباحث هویتی توجه متفکران علوم اجتماعی را به‌طور جدی به خود جلب نموده است. مباحث صورت گرفته درباره اینکه هویت، محصول توافق و مبتنی بر شباهت و تدام باشد یا تفاوت و تمایز عامل اصلی ایجاد آن قلمداد شود؛ در میان اکثریت قریب به اتفاق نظریه‌پردازان هویت، اجماع نظر وجود دارد. اما درباره کاربرد این معانی باب چون و چرا همچنان گشوده است. اغلب روانشناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را امری فردی و شخصی دانسته‌اند و معتقدند که دو معنا و جنبه‌ی هویت (شباهت و تفاوت) معطوف به ویژگی‌های شخصی و احساسی فرد هستند. اما برخلاف این نگرش که هویت را نوعی احساس استقلال، تداوم و تمایز شخصی تلقی می‌کنند، روانشناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان بر این باورند که هویت (حتی هویت فردی) امری غیرشخصی یا به عبارت دیگر امری اجتماعی است که به واسطه‌ی دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. از دیدگاه این صاحب‌نظران، هرچند هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات شخصی افراد نمود پیدا می‌کند ولی زمینه و بستر شکل‌گیری آن، زندگی جمعی است و تصویری که فرد از خود می‌سازد و یا آگاهی و احساسات فرد نسبت به خود، بازتاب نگرش دیگران نسبت به اوست. نگرش اخیر نسبت به هویت از سوی هربرت مید مطرح و توسط اندیشمندان دیگر نظیر اروینگ گافمن، فردریک بارث، گیلبرت

رایل، هاوارد بکر، پیتر برگر، توماس لوکمن، آنتونی کوهن، پیر بوردیو، آنتونی گیدنز و ریچارد جنکینز مورد توجه و تأمل قرار گرفته است.

چهارچوب نظری این تحقیق برای سنجش مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی شخصی و جمعی ملهم از آرای دو جامعه‌شناس معاصر ریچارد جنکینز و آنتونی گیدنز است. این دو متفکر در مورد هویت‌های اجتماعی شخصی و جمعی نظریه‌پردازی کرده و تلاش کرده‌اند در تجلی هویت بر شکاف میان فرد، جامعه، کنش و ساختار پل بزنند و فرآیندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دو سویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند.

ریچارد جنکینز:

مطابق این رویکرد نظری هویت‌های اجتماعی (هویت ملهم از مؤلفه‌های فردی و جمعی) مبتنی بر خویشتنی، متغیر و واجد درجه‌ای از تأملی بودن است. خود یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه‌ی هویت‌های بعدی است. (جنکینز، ۱۳۸۱) به عبارت دیگر به نظر جنکینز برای فهم هویت فردی و اجتماعی، می‌توان از یک الگوی هویت‌شناسی واحد استفاده کرد. الگویی که روند هویت‌یابی را شامل دو وجه درونی و برونی می‌داند که همچون دو سویه‌ی یک واقعیت واحد عمل می‌کند. واقعیتی که در آن واحد هم هویت فردی آنها را تعیین می‌کند و هم هویت اجتماعی آنها را.

از آنجا که موضوع این تحقیق بررسی مؤلفه‌های هویت و رابطه‌ی آن با سرمایه فرهنگی می‌باشد، علاوه بر مد نظر قرار دادن دیالکتیکی و دو سویه بودن مؤلفه‌های هویت (جمعی و فردی)، رابطه‌ی دو سویه بودن مؤلفه‌های هویت نیز با سرمایه‌ی فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است.

هویت اجتماعی تعریفی است که فرد از خود در رابطه با دیگران می‌کند و براساس عضویت در رده‌ها و گروه‌های گوناگون اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت افراد وابسته به برداشت دیگران است و شناسایی دیگران لازمه تثبیت هویت است. دو معنای اصلی هویت، تشابه و تمایز مطلق است. همه هویت‌های انسانی حتی هویت فردی که در خویشتنی تجسم می‌یابد و

بر اساس نحوه دوران حیات و بر اساس نحوه ارتباط با دیگران و تجربه‌های دوران حیات شکل می‌گیرد، اجتماعی‌اند چون به معنا مربوط می‌شوند و معنا نتیجه‌ی توافق و عدم توافق و موکول به جمع است. به‌علاوه هویت اجتماعی شخص هیچ‌گاه تمام شده نیست و مدام در معرض تغییر و تحول و بازنگری است.

از نظر جنکینز هویت نه امری ثابت و تمام شده و دارای انسجام و نه امری کاملاً سیال و چند پاره است. از سوی دیگر از نظر وی برخلاف نظریه‌ی صاحب‌نظران و نظریه‌پردازان که به تفکیک بین هویت فردی و هویت جمعی قائل هستند، وی بر این باور است که نمی‌توان هویت فردی و هویت جمعی را از هم متمایز کرد چراکه تمایز فرد و جامعه را نمی‌توان بدیهی انگاشت. (همان، ۲۶)

وی نظریه‌ی هویت خویش را براساس نظرات مید، گافمن، فردریک بارث ساخته و پرداخته کرده است. به نظر او هویت شرط ضروری حیات اجتماعی، هویت است اما هویت فردی نیز که در خویشتنی تجسم یافته، به طور کامل در جامعه ساخته می‌شود. یعنی در فرآیندهای اجتماعی شدن اولیه و فرآیندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند. خود ترکیبی است جاری و پویا که حاصل تعریف خود (درونی) و تعاریفی است که دیگران از خود عرضه می‌کنند. (بیرونی) جنکینز روی الگوی واحدی از خویشتن تأکید می‌گذارد که ترکیبی دیالکتیکی از تعریف درونی و بیرونی است.

هویت؛ درک هر شخص از خود و هویت اجتماعی؛ درک هر شخص از خود و دیگران از یکسو و درک دیگران از خود و غیر خود از سوی دیگر است. بنابراین هویت اجتماعی امری ذاتی نیست بلکه محصول توافق بوده و همواره در حال ساخته شدن است.

آنتونی گیدنز:

گیدنز هویت را آگاهی فرد نسبت به خود می‌داند که در نتیجه‌ی تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او واگذار نمی‌شود، بلکه فرد باید به‌طور مداوم و پیوسته، در زندگی روزمره آن را مورد پشتیبانی قرار دهد. (گیدنز، ۱۳۷۸، ۸۱) هدف او از این نکته بیان چگونگی ساخت هویت است.

چنانکه گیدنز می‌گوید: هویت هر شخص را نباید در رفتار او و در واکنش‌های دیگران جست و جو کرد، بلکه باید آن را در توانایی و ظرفیت وی برای حفظ و ادامه‌ی روایت مشخصی از زندگی‌نامه‌اش یافت.

از سوی دیگر، گیدنز معتقد است که به دلیل پویایی جوامع امروزی، حق انتخاب و تنوع انتخاب افراد بیشتر شده است و همچنین تنوع مراجع، در ساخت هویت شخصی افراد خیلی مؤثر است. بازتابندگی خود، در مراجع امروزی آنقدر زیاد است که حتی جسم افراد تحت تأثیر بازتابندگی خود است. به عبارت دیگر، جسم مادی یک جسم بیرونی تلقی نمی‌شود که خارج از هرگونه کنترل درونی ایفای نقش کند، بلکه ارتباط کاملی بین رشد جسمانی و شیوه‌ی زندگی به چشم می‌خورد و در دنیای مدرن معاصر، بدن انسان به صورت پدیده‌ای درآمده است که می‌توان آن را موضوع انتخاب‌ها و گزینش‌های مختلف قرار داد. رویدادهای امروزی تنها فردیت را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند، بلکه بین جنبه‌های شخصی توسعه‌ی جسمانی و عوامل جهانی نیز ارتباط‌هایی برقرار می‌کنند. (همان، ۲۴) براساس دیدگاه نظری و مدل مفهومی جنکیز و گیدنز باید در نظر داشت که هنگام تعریف هویت‌های اجتماعی (فردی و جمعی)، موضوع آن را از شکل‌های بروز آن تفکیک کرد. موضوع آن ممکن است فرد، گروه، جامعه، هم‌نوع و غیره باشد. اما شکل‌های آن ممکن است به صورت احساس علاقه به خود، خانواده، گروه، هم‌نوع، جامعه، ملیت، مذهب و غیره باشد.

مجموعاً در تحقیق حاضر براساس آنچه برونر و گاردنر با استفاده از سطوح سه‌گانه تحلیل (یعنی، سطح فرد، سطح بین شخصی و سطح گروه)، سه گونه هویت معرفی می‌کنند. (دوران، ۱۳۸۱) ما نیز بر همین مبنا یک تقسیم‌بندی از هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی (جنکینز، ۱۳۸۱، ۴۴) به عمل آوردیم که بتوانیم هویت را عملیاتی کنیم. به عبارتی می‌توان: هویت شخصی را نوعی هویت اجتماعی، مبتنی بر فرد، هویت‌های خانوادگی و گروهی را نوعی هویت اجتماعی، مبتنی بر رابطه و هویت مذهبی و ملی را نوعی هویت اجتماعی، مبتنی بر جمع دانست. بدینسان می‌توان عنوان کرد که هویت شخصی که در خویشتن تجسم یافته جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنادار نیست. افراد یگانه و متفاوت هستند، اما خویشتن به طور کامل در اجتماع ساخته می‌شود: یعنی در فرآیندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب، و در فرآیندهای

جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و بازتعریف می‌کنند. در مجموع بر اساس دیدگاه جنکیز (۱۳۸۱) می‌توان هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی را با به کارگیری کنش متقابل دیالکتیکی درونی و برونی فهم کرد. (همان، ۴۴) بطور کلی از نظر وی در قالب الگوی دیالکتیک درونی-برونی شناسایی به عنوان فرآیندی که همه هویت‌ها - اعم از فردی و جمعی - به واسطه‌ی آن ترکیب می‌یابند، میسر می‌سازند (همان، ۳۵)

بنابراین هویت‌های اجتماعی جوانان مجموعه‌ای از هویت‌ها و در برگیرنده‌ی هویت‌های شخصی، خانوادگی، گروهی، دینی و ملی است. از اینرو با تفکیک هویت به پنج نوع: شخصی، خانوادگی، گروهی، دینی، ملی، ارتباط و همبستگی سرمایه‌ی فرهنگی با انواع هویت در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به نوع ارتباط متغیرهای مستقل (جنسیت، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی) با متغیر تابع مؤلفه‌های مختلف هویت (مذهبی، ملی، گروهی، خانوادگی و شخصی) می‌توان فرضیه‌های زیر را استنتاج کرد:

۱. به نظر می‌رسد بین دختر و پسرها از نظر میزان میانگین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویتی تفاوت معناداری وجود داشته باشد.
۲. به نظر می‌رسد بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های مختلف هویت، همبستگی و رابطه‌ی معناداری وجود داشته باشد.
۳. به نظر می‌رسد بین میزان سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویتی، همبستگی و رابطه معناداری وجود داشته باشد.

روش تحقیق

روش پژوهش با توجه به اهداف، سؤالات و فرضیه‌های موجود، پیمایشی می‌باشد. و ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای است. قابل ذکر است که پرسشنامه مذکور

حاوی اطلاعات مربوط به متغیرهای زمینه‌ای و اطلاعات مرتبط با شاخص‌های تعریف شده برای متغیرهای مورد توجه در فرضیه‌ها می‌باشد.

جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل همه‌ی پسران و دختران (۲۵- ۱۵ سال) ساکن شهر بابلسر است. تعداد این افراد بر طبق آمارگیری سال ۱۳۸۵ اداره‌ی بهداشت شهرستان بابلسر ۹۹۰۵ نفر بوده است. حجم نمونه (نمونه‌ی آماری) با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۹ نفر تعیین شد که در تحقیق حاضر برای بالا بردن اعتبار تحقیق، نمونه‌ی آماری به ۳۸۰ نفر افزایش داده شد.

روش نمونه‌گیری

از آنجائی که هیچ فهرستی از جامعه‌ی آماری در دست نبود لذا انتخاب نمونه‌ی احتمالی با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و یا سیستماتیک از افراد میسر نبود. بنابراین مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این تحقیق، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای طبقه‌ای متناسب بوده است. برای استفاده از این شیوه، بعد از مراجعه حضوری به مرکز آمار استان مازندران، نقشه‌ی شهر و تعداد بلوک‌های موجود در حوزه‌های مختلف شهر تهیه گردید. شهر بابلسر به لحاظ کاربری شامل یازده حوزه می‌باشد که از میان این حوزه‌ها شش حوزه از روی نقشه به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شد.

بر طبق آمار به دست آمده، تعداد بلوک‌های دارای خانوار در تمام یازده حوزه شهر بابلسر ۴۵۳ بلوک می‌باشد که از این تعداد با پیشنهاد کارشناسان آماری ۲۱ بلوک با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از شش حوزه، مورد نمونه‌گیری واقع شد و متناسب با تعداد بلوک‌های هر حوزه و جمعیت دختر و پسر شهر بابلسر نمونه مورد نظر انتخاب شد.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

پایگاه اقتصادی- اجتماعی: پایگاه اقتصادی- اجتماعی جایگاه سلسله مراتبی افراد با توجه به قدرت اقتصادی و منزلت اجتماعی آنهاست که از طریق ترکیب معرف‌های، درآمد خانواده، شغل پدر و مادر و میزان تحصیلات پدر و مادر بدست آمده است. بُعد شغل بر اساس

نمره‌ی منزلت شغلی (نایی و عبدالهیان، ۱۳۸۱) بدست آمده و نهایتاً پس از استاندارد کردن ابعاد سه گانه‌ی فوق و ترکیب کردن آنها با هم متغیر مورد نظر بدست آمده است.

سرمایه‌ی فرهنگی: بوردیو در مقاله‌ی شکل‌های سرمایه (۱۳۸۴) سرمایه‌ی فرهنگی را در برگیرنده‌ی تمایلات پایدار فرد می‌داند که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند. وی تحصیلات را نمودی از سرمایه‌ی فرهنگی می‌داند لیکن گرایش به اشیای فرهنگی و جمع شدن محصولات فرهنگی در نزد فرد را سرمایه‌ی فرهنگی می‌خواند. (فاضلی، ۱۳۸۶، ۴۲) در غالب تحقیقات و به منظور بررسی نظریه‌ی بوردیو درباره‌ی بازتولید فرهنگی از طریق سرمایه‌ی فرهنگی و از درون سازکارهای مدارس، سرمایه فرهنگی براساس رابطه‌ی با مدرسه و رفتارهای مرتبط با مطالعه و خواندن کتاب تعریف شده است. با توجه به اینکه همه‌ی موارد را می‌توان جزئی از سرمایه‌ی فرهنگی به حساب آورد، در اینجا برای سنجش سرمایه‌ی فرهنگی ترکیبی از: ۱. عادت‌های مطالعه و خواندن، ۲. میزان تحصیلات پاسخگویان، ۳. فعالیت‌های هنری مورد علاقه، ۴. نوع عادت‌های مورد علاقه‌ی هنری در خصوص مصرف‌های فرهنگی، ۵. میزان هزینه کردن برای خرید محصولات فرهنگی، ۶. رفتن به مراکز هنری را به‌عنوان شاخص‌های سرمایه‌ی فرهنگی جوانان در نظر گرفته‌ایم.

هویت: هویت را می‌توان آگاهی فرد نسبت به خود دانست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او واگذار نمی‌شود، بلکه فرد باید آن را به طور مداوم و پیوسته در زندگی روزمره ایجاد کند و نیز در فعالیت‌های خویش مورد پشتیبانی قرار دهد. (قاسمی، ۱۳۸۳) بدین معنی که هویت در بستر فرهنگی نظام‌اجتماعی (فرهنگ مذهبی، فرهنگ ملی، فرهنگ گروهی، فرهنگ خانوادگی، فرهنگ شخصی و غیره) شکل گرفته و منبع فرهنگی رفتار به‌شمار می‌رود.

هویت مذهبی: هویت مذهبی در این تحقیق به معنای مجموعه خصوصیات می‌باشد که فرد را به واسطه‌ی داشتن نوع احساسات و تعلقات مذهبی به یک شخصیت متمایز تبدیل کرده است. در این پژوهش، برای سنجش این مفهوم از سؤالات چند گزینه‌ای با کمک گرفتن از طیف لیکرت و مقیاس ترتیبی استفاده گردیده است.

هویت ملی: هویت ملی نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به اجتماع عام می‌باشد که موجب وحدت و انسجام جامعه می‌باشد و بخشی از هویت فرد را تشکیل می‌دهد. (رزازی

فر، ۱۳۷۹، ۱۰۶) در این پژوهش برای سنجش این متغیر از سؤالات پنج گزینه‌ای و از طیف لیکرت و مقیاس ترتیبی استفاده شده است.

هویت خانوادگی: هویت خانوادگی یک فرد به خصوصیات، مشخصات و به تفکراتی که یک شخص درمورد خانواده‌ی خود دارد، اطلاق می‌گردد. برای بررسی این مفهوم در این پژوهش، از سؤالات پنج گزینه‌ای با استفاد از طیف لیکرت و مقیاس ترتیبی استفاده شده است.

هویت گروهی: هویت گروهی یک شخص از طریق سنجش خصوصیات، ویژگی‌ها و تفکراتی که یک شخص در مورد گروه‌هایی که عضو آنها است، حاصل می‌گردد. این متغیر در این تحقیق از طریق سؤالات پنج گزینه‌ای و با استفاده از طیف لیکرت و مقیاس ترتیبی سنجیده می‌شود.

هویت شخصی: هویت شخصی به صورت رفتارهایی جلوه‌گر می‌شود که به طور بازتابی به وجود می‌آیند. این تصویر بازتابی از خویشتن، که بر روایت‌های زندگی‌نامه‌های منسجم و همواره قابل تجدید نظر، استوار است. در تار و پود انتخاب‌های متعدد و برآمده از نظام‌های مجرد جای می‌گیرد. (کیدنز، ۱۳۸۲، ۲۸) برای بررسی این مفهوم در این پژوهش، از طیف لیکرت با سؤالات چند گزینه‌ای و مقیاس ترتیبی استفاده شده است.

اعتبار و روایی تحقیق

در این تحقیق برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق (پرسشنامه) از روش اعتبار صوری که نوعی اعتبار محتوایی است استفاده شده است. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر با یک شاخص یا معیار است. (ساروخانی، ۱۳۸۰، ۲۸۷) بدین منظور از نظریات متخصصان و کارشناسان جامعه‌شناسی در زمینه‌ی منطبق بودن محتوای سؤالات با ویژگی‌های مورد انتظار استفاده شده است.

برای تعیین روایی سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت ملی، مذهبی، خانوادگی، گروهی و شخصی پرسشنامه مذکور بین ۳۵ نفر از جوانان شهر توریستی بابلسر پیش‌آزمون شد. پاسخ‌های به دست آمده از پیش‌آزمون به وسیله‌ی نرم افزار SPSS پردازش گردید. نتیجه‌ی این پردازش و روایی به دست آمده در جدول شماره‌ی (۱) بیان شده است.

جدول شماره‌ی (۱). معرف‌ها و ضریب روایی هر یک از آنها

مفهوم	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
هویت شخصی	۱۷	۰/۶۷
هویت خانوادگی	۸	۰/۶۲
هویت گروهی	۷	۰/۵۹
هویت مذهبی	۱۰	۰/۶۹
هویت ملی	۷	۰/۸۹
سرمایه‌ی فرهنگی	۱۱	۰/۵۹

یافته‌های پژوهش

- یافته‌های توصیفی

بررسی‌های توصیفی، آمارهای ساده و اولیه‌ای را فراهم می‌نماید که می‌توان تحلیل‌های تبیینی را بر پایه آنها بنا نهاد. همچنین آمارهای توصیفی می‌تواند به شناخت کامل‌تر جامعه مورد بررسی کمک نماید. جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب جنس، سن و زبان مادری نشان می‌دهد.

جدول ۲: ویژگی زمینه‌ای پاسخگویان

متغیر	طبقات پاسخگویان	تعداد	درصد متغیر
جنسیت	دختر	۱۹۱	۵۰/۳
	پسر	۱۸۹	۴۹/۷
سن	گروه سنی ۱۵ - ۲۰	۲۲۷	۵۹/۷
	گروه سنی ۲۱ - ۲۵	۱۵۳	۴۰/۳
زبان مادری	مازنی	۲۰۷	۵۴/۵
	ترکی	۲۸	۷/۴
	گیلکی	۳۷	۹/۷
	فارسی	۱۰۷	۲۸/۲
	ترکمن	۱	۰/۳

چنان که جدول شماره‌ی (۲) نشان می‌دهد، نسبت پاسخگویان دختر (۵۰/۳) و پسر (۴۹/۷) نسبتاً برابر می‌باشد. از نظر سنی ۵۹/۷٪ از پاسخگویان در گروه سنی ۲۰-۱۵ سال و ۴۰/۳٪ از پاسخگویان در گروه سنی ۲۵-۲۱ سال قرار دارند. لذا بیشتر پاسخگویان (۲۲۷ نفر) سن خود را در گروه سنی ۲۰-۱۵ سال ابراز نموده‌اند. همچنین به لحاظ زبان مادری، ۵۴/۵٪ مازنی، ۷/۴٪ ترکی، ۹/۷٪ گیلکی، ۲۸/۲٪ فارسی و ۰/۳٪ ترکمن بوده‌اند. از این رو همانگونه که توزیع فراوانی متغیر زبان مادری نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان این نمونه را مازنی‌ها (۲۰۷ نفر) و کمترین تعداد نمونه را ترکمن‌ها (۱ نفر) تشکیل داده‌اند.

جدول (۳) نتایج توصیف آماری سرمایه فرهنگی در جامعه‌ی نمونه را نشان می‌دهد

متغیر	حجم نمونه	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف استاندارد
سرمایه فرهنگی	۳۸۰	۲۷	۶۷	۴۳/۵۸	۶/۲۷

چنان که جدول شماره‌ی (۳) نشان می‌دهد، میانگین سرمایه فرهنگی در بین جوانان ۴۳/۵۸ می‌باشد این درحالیست که بیشترین مقدار سرمایه‌ی فرهنگی ۶۷ و کمترین مقدار ۲۷ می‌باشد. تفاضل حداکثر و حداقل نمرات (دامنه تغییرات) برابر با $R = 67 - 27 = 40$ است. برای اینکه بدانیم چه تعداد از جوانان از بیشترین میزان سرمایه‌ی فرهنگی و چه تعداد از جوانان از کمترین میزان سرمایه فرهنگی برخوردارند و چه تعداد از جوانان در حد متوسط قرار دارند، در جدول شماره‌ی (۴) توزیع چارکی نمونه بازگو شده است.

جدول شماره‌ی ۴. توزیع فراوانی و درصد تجمعی میزان سرمایه‌ی فرهنگی

چارک‌ها	میزان سرمایه فرهنگی	فراوانی	درصد تجمعی
چارک اول (کمترین میزان سرمایه‌ی فرهنگی)	از ۲۷ تا ۳۹	۹۵	۲۵/۰۰
چارک دوم و سوم (میزان سرمایه‌ی فرهنگی متوسط)	از ۴۰ تا ۴۷	۱۹۲	۵۰/۵۳
چارک چهارم (بیشترین میزان سرمایه‌ی فرهنگی)	از ۴۸ تا ۶۷	۹۳	۲۴/۴۷

همانگونه که در جدول می‌توان دید تعداد افرادی که در چارک اول و چهارم قرار دارند به نسبت کمتر از افرادی است که در چارک دوم و سوم قرار دارند به عبارتی حدود ۱۹۲ نفر

(۵۰/۵۳٪) نمره‌ی اکتسایشان از سرمایه‌ی فرهنگی بین ۴۰ تا ۴۷ می‌باشد. این در حالیست که ۹۵ نفر (۲۵٪) نمره‌ی دریافتی‌شان بین ۲۷ تا ۳۹ است که کمترین میزان سرمایه‌ی فرهنگی در جامعه‌ی مورد مطالعه می‌باشد. ۹۳ نفر (۲۴/۴۷٪) هم نمره‌ی دریافتی‌شان بین ۴۸ تا ۶۷ است که بیشترین میزان سرمایه‌ی فرهنگی در این مطالعه می‌باشد. این توزیع بازگویی آن است که تعداد افرادی که میزان سرمایه فرهنگی‌شان در حد متوسط می‌باشد بیشتر از بقیه است.

جدول (۵) نتایج توصیف آماری مؤلفه‌های هویت را در جامعه‌ی نمونه نشان می‌دهد.

جدول شماره‌ی ۵. نتایج توصیف آماری مؤلفه‌های هویت

متغیر	کمترین مقدار	بیشترین مقدار	میانگین	انحراف	استاندارد دامنه	درصد تجمعی چارک سوم
هویت ملی	۱۰	۴۵	۳۷/۰۴	۷/۰۶	۳۶/۰	۴۳/۰۰
هویت مذهبی	۱۰	۵۰	۳۸/۳۰	۵/۴۵	۴۰/۰	۴۲/۰۰
هویت گروهی	۱۱	۵۰	۶۷/۷۲	۴/۸۵	۳۹/۰	۳۰/۰۰
هویت خانوادگی	۹	۴۵	۳۵/۱۴	۵/۹۳	۳۶/۰	۳۹/۰۰
هویت شخصی	۳۶	۱۱۷	۶۰/۶۸	۸/۲۲	۸۱/۰	۶۵/۰۰

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که میانگین مؤلفه‌های هویت به ترتیب در بین جوانان عبارتند از: هویت ملی با میانگین ۳۷/۰۴، هویت مذهبی با میانگین ۳۸/۳۰، هویت گروهی با میانگین ۶۷/۷۲، هویت خانوادگی با میانگین ۳۵/۱۴ و هویت شخصی با میانگین ۶۰/۶۸. درصد تجمعی چارک سوم در مقابل تغییرات دامنه‌ی (Range) مؤلفه‌های هویت براساس کمترین و بیشترین میزان، نشان دهنده‌ی آن است که میزان گرایش به هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی در بین جوانان بالا می‌باشد به عبارت دیگر درکل میزان گرایش آنان به مؤلفه‌های فردی و جمعی هویت سطح بالایی را در جدول بالا نشان می‌دهد.

آزمون فرضیات

جهت بررسی درستی یا نادرستی فرضیه‌های تحقیق، ابتدا میزان تشابه و تمایز دختران و پسران را در میزان میانگین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی

بررسی می‌کنیم. در صورت عدم یا وجود تفاوت معناداری بین دختر و پسرها در برخی از میزان سرمایه‌های فرهنگی و مؤلفه‌های هویتی، می‌توان وجود یا عدم وجود تفاوت در بین دو گروه (دختر و پسرها) را نشانه تأیید یا رد فرضیه تحقیق دانست. به این منظور در این قسمت ابتدا موارد تشابه و تمایز دو گروه (دختر و پسرها) از نظر میزان میانگین سرمایه‌های فرهنگی و مؤلفه‌های هویتی نشان داده می‌شود، سپس صحت و سقم دیگر فرضیه‌ها مورد بررسی قرار داده می‌شود.

در جدول شماره ۶ (۶) نتایج تفاوت میانگین بین متغیرهای مستقل و وابسته بازگو شده است.

جدول شماره ۶: آزمون T سرمایه‌های فرهنگی و مؤلفه‌های هویت (ملی، مذهبی، گروهی، خانوادگی و

شخصی) برحسب جنسیت

ردیف	متغیر	جنسیت	میانگین	درجه آزادی	میزان T	سطح معنی‌داری	تفاوت معناداری یا عدم تفاوت
۱	سرمایه‌های فرهنگی	دختر	۵۵/۴۳	۳۷۸	۰/۳۷۷	۰/۷۰۷	تفاوت معناداری وجود ندارد
		پسر	۷۰/۴۳				
۲	هویت مذهبی	دختر	۳۹/۳۲	۳۷۸	۳/۷۴	۰/۰۰۰	تفاوت معناداری وجود دارد
		پسر	۳۷/۲۶				
۳	هویت ملی	دختر	۳۷/۵۷	۳۷۸	۱/۴۷	۰/۱۴۱	تفاوت معناداری وجود ندارد
		پسر	۳۶/۵۰				
۴	هویت گروهی	دختر	۲۶/۲۷	۳۷۸	-۱/۷۹	۰/۰۷۳	تفاوت معناداری وجود ندارد
		پسر	۲۷/۱۶				
۵	هویت خانوادگی	دختر	۳۵/۸۰	۳۷۸	۲/۱۶	۰/۰۳۱	تفاوت معناداری وجود دارد
		پسر	۳۴/۴۸				
۶	هویت شخصی	دختر	۶۰/۳۱	۳۷۸	-۰/۸۶	۰/۳۸	تفاوت معناداری وجود ندارد
		پسر	۶۱/۰۴				

داده‌های جدول بالا حاکی از این است که بین دختران و پسران از نظر میزان سرمایه‌های فرهنگی تفاوت معناداری وجود ندارد. به عبارت دیگر میزان سرمایه‌های فرهنگی تا حدی یکسان

در بین جوانان حاکی از همه‌گیر شدن منظومه‌ی مشترکی از ارزش‌های جهانی مشترک از قبیل دیجیتال شدن فرهنگ، تحصیلات، تجربه‌های فرهنگی مشترک، احساس نقش‌آفرینی به‌ویژه در عرصه‌های فرهنگی و اجتماعی در بین دختران و پسران جوان است.

داده‌ها همچنین نشان می‌دهد که در بین دختران و پسران از نظر میزان گرایش به هویت‌های مذهبی و خانوادگی دست کم در سطح ۹۵٪ اطمینان تفاوت معناداری وجود دارد و بر عکس در بین مؤلفه‌های هویت‌ملی، گروهی و شخصی تفاوت معناداری در سطح ۹۵٪ اطمینان در بین دختران و پسران وجود ندارد. نکته‌ی مورد توجه اینکه در کل میزان گرایش دختران به مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی جمعی بیش‌از پسران است و در مقابل گرایش پسران به مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی هویت فردی و هویت گروهی که بیشتر به انتخاب و استقلال شخصی آنان برمی‌گردد، زیاده‌تر است. این نتیجه شاید به فضاها، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی ما (میدان‌های جمعی) برگردد که به پسران استقلال فکری و تصمیم‌گیری بیشتری را نسبت به دختران در انتخاب‌های آنان در باب مسائل شخصی‌شان می‌دهد.

داده‌های جدول ۷، ضریب همبستگی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی را با سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های مختلف هویتی نشان می‌دهد. نتایج حاصل از جدول به تفکیک نشان می‌دهد که: بین دو متغیر سرمایه‌ی فرهنگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی همبستگی مثبت و تا حدی قوی وجود دارد. به علاوه با توجه به سطح معنی‌داری مشاهده شده، همبستگی بین دو متغیر دست کم در سطح ۹۹٪ اطمینان معنی‌دار و با رابطه می‌باشد. به عبارت دیگر این نتیجه بیانگر این است که جوانان بر اساس پایگاه اقتصادی-اجتماعی‌شان، منزلت و پایگاه اجتماعی (هویتی) خودشان را از طریق سرمایه‌ی فرهنگی بازتولید می‌کنند. چراکه سرمایه‌ی فرهنگی قابلیت تبدیل به سرمایه‌های دیگر از قبیل سرمایه‌ی اقتصادی و اجتماعی را نیز دارد و می‌تواند بر جایگاه اقتصادی - اجتماعی آنان اثرگذار باشد. قابل ذکر است یافته‌ها همچنین حاکی از این است که هرچه پایگاه اقتصادی - اجتماعی جوانان بالاتر رود میزان سرمایه‌ی فرهنگی آنان نیز افزایش پیدا می‌کند.

بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مؤلفه‌های هویت مذهبی، ملی و خانوادگی همبستگی منفی وجود دارد و همبستگی بین متغیرها در سطح ۹۵٪ اطمینان معنادار می‌باشد. به عبارت

دیگر این نتیجه نشانگر آن است که با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی جوانان میزان گرایش آنان به مؤلفه‌های هویت مذهبی، ملی و خانوادگی کاهش پیدا می‌کند. از این منظر می‌توان عنوان کرد که بالا بودن پایگاه اقتصادی-اجتماعی تضعیف کننده‌ی میزان گرایش جوانان به مؤلفه‌های هویتی مذکور می‌باشد. در مقابل یافته نشان دهنده‌ی آن است که بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی تقویت کننده‌ی هویت شخصی جوانان است. به عبارتی با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی جوانان میزان گرایش آنان به هویت شخصی‌شان بیشتر می‌شود. نتایج همچنین بیان کننده‌ی آن است که بین هویت گروهی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی در سطح ۹۵٪ اطمینان رابطه وجود ندارد اما همبستگی ضعیف و مثبتی بین این دو متغیر وجود دارد.

جدول ۷. ضریب همبستگی پایگاه اقتصادی و اجتماعی با سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت

متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی داری	رابطه یا عدم رابطه
سرمایه‌ی فرهنگی	۰/۲۰۱	۰/۰۰۰	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد.
هویت مذهبی	-۰/۱۹۸	۰/۰۰۰	رابطه‌ی منفی و معکوس وجود دارد.
هویت ملی	-۰/۱۹۸	۰/۰۰۰	رابطه‌ی منفی و معکوس وجود دارد.
هویت گروهی	۰/۰۳۱	۰/۵۵	رابطه وجود ندارد اما همبستگی ضعیفی وجود دارد.
هویت خانوادگی	-۰/۱۲۰	۰/۰۲۰	رابطه‌ی منفی وجود دارد.
هویت شخصی	۰/۱۶۷	۰/۰۰۱	رابطه‌ی مثبت و مستقیم وجود دارد.

همانطور که در جدول (۸) مشاهده می‌شود بین سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های هویت مذهبی، ملی و خانوادگی همبستگی منفی وجود دارد یعنی با افزایش میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان میزان گرایش آنان به مؤلفه‌های هویت مذهبی، ملی و خانوادگی کاهش پیدا می‌کند. همچنین داده‌ها بیانگر آن است که اگرچه بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت مذهبی و ملی همبستگی منفی وجود دارد اما این همبستگی دست کم در سطح ۹۵٪ اطمینان معنی دار و بین این متغیرها رابطه وجود دارد. اما همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی و هویت خانوادگی در سطح ۹۵٪ اطمینان معنی دار نمی‌باشد و رابطه‌ای هم بین متغیرها وجود ندارد.

یافته‌های تجربی بیانگر آن است که بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت گروهی و شخصی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر این نتیجه بیانگر آن است که با افزایش میزان سرمایه‌ی فرهنگی جوانان میزان گرایش آنان به هویت گروهی و شخصی افزایش پیدا می‌کند. از سوی دیگر یافته نشان می‌دهد که بین متغیرهای مذکور دست کم در سطح ۹۹٪ رابطه وجود دارد.

جدول ۸. ضریب همبستگی سرمایه‌ی فرهنگی با مؤلفه‌های هویتی

متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی داری	رابطه یا عدم رابطه
هویت مذهبی	-۰/۱۴۷	۰/۰۰۴	رابطه منفی وجود دارد.
هویت ملی	-۰/۱۰۵	۰/۰۴۱	رابطه منفی وجود دارد.
هویت گروهی	۰/۲۲۱	۰/۰۰۰	رابطه ی مثبت و مستقیم وجود دارد.
هویت خانوادگی	-۰/۰۲۵	۰/۶۲۲	رابطه وجود ندارد اما همبستگی ضعیف وجود دارد.
هویت شخصی	۰/۲۷۹	۰/۰۰۰	رابطه ی مثبت و مستقیم وجود دارد.

در مجموع داده‌های جدول بالا حاکی از آن است که سرمایه‌ی فرهنگی عاملی است که بر میزان گرایش جوانان به مؤلفه‌های هویتی تأثیر می‌گذارد. از سوی دیگر همچنان که نتایج جدول نشان داد نقش سرمایه‌ی فرهنگی دایره‌ی عملش بیشتر در جهت تقویت سطوح فردی‌تر هویت است تا سطوح جمعی.

رگرسیون دو متغیره

جدول (۸). نتایج رگرسیون سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جمعی

نام متغیر	B	Beta	T	sig.T
هویت اجتماعی	۵/۷۶	۰/۲۴	۴/۸۲	۰/۰۰۰
R=21/0 F= 23/23 R ² = 0/05 sig.F= 000/0				

همانطور که داده‌های جدول (۹) نشان می‌دهند سرمایه فرهنگی ۰/۲۴ بر هویت اجتماعی جمعی را با عنوان یک متغیر مستقل تأثیر دارد. همچنین این متغیر به تنهایی ۰/۰۵ از تغییرات هویت اجتماعی جمعی را تبیین می‌کند.

جدول (۹). نتایج رگرسیون سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی فردی

نام متغیر	B	Beta	T	sig.T
هویت فردی	۱/۲۲	۰/۱۷	۳/۴۳	۰/۰۰۱
R= 0/17 F= 11/77 R ² = 0/03 sig.F= 0/001				

نتایج حاصل از آزمون رگرسیون دو متغیره خطی بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی فردی در جدول ۹ نشان داد که همبستگی سرمایه فرهنگی به عنوان متغیر مستقل و متغیر وابسته (هویت فردی) ۰/۱۷ است. به گونه‌ای که این متغیر به تنهایی ۰/۰۳ از تغییرات هویت اجتماعی فردی را تبیین می‌کند. بنابراین در مجموع نتایج حاصل از جداول ۸ و ۹ (Beta و R) نشان می‌دهند که سرمایه فرهنگی می‌تواند به عنوان متغیری تأثیرگذار در بحث‌های هویت اجتماعی قلمداد شود.

نتیجه‌گیری

معنای هر فرد در هر محیط و اجتماعی به هویت وی بستگی دارد و برای اینکه فرد بتواند در جامعه زندگی کند به یک هویت مستقل و مشخص نیاز دارد. چراکه هویت هر فرد اولاً وجه تمایز بین من و ما با دیگری و دیگران را روشن می‌سازد و ثانیاً هویت هر فرد مهمترین و اساسی‌ترین منبع شناخت عواطف و احساسات و سازماندهی و رفتارهای جمعی و فردی درون جامعه به‌شمار می‌رود.

هویت در برخی از عرصه‌ها به طور ناخودآگاه و در بستر جامعه شکل می‌گیرد، اما در اغلب موارد- بخصوص در دنیای پیچیده‌ی امروزی- هویت فرد در قالب برنامه‌ها و مکانیسم-های ارتباطی همچون جامعه‌پذیری، علم آموزی، رسانه‌ای و... شکل می‌گیرد. در این مقاله با در نظر گرفتن سازه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان عاملی که امروزه از آن به عنوان سازه‌ی بازتولید هویتی نام برده می‌شود، رابطه‌ی این سازه (سرمایه‌ی فرهنگی) با مؤلفه‌های هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی مورد بررسی قرار گرفت.

از آنجا که هویت افراد محصول نگرش آنان نسبت به خویشتن خویش و همچنین محصول هویت فرد در میان گروه‌ها و اجتماعات مختلف است، مشخص می‌شود که در هر

زمان و مکانی ممکن است با توجه به شرایط زمانی و مکانی افراد و یا اینکه کدام یک از چارچوب روابط بین فردی و یا بین گروهی آنان برجسته گردد، یکی از مؤلفه‌های هویت آنها برجسته و تقویت می‌گردد.

تحولات فرهنگی جهانی در تعامل با تحولات اجتماعی ایران سبب گشوده شدن منظومه-ای از ارزش‌های جدید از قبیل اهمیت پیدا کردن تحصیلات، فعالیت‌های هنری، اوقات فراغت و غیره در بین جوانان شده است. همین امر زمینه‌ی کم اهمیت‌تر شدن بعضی از ارزش‌هایی که مورد توجه و احترام دیگر اقشار جامعه به‌ویژه بزرگسالان بوده، را در بین جوانان به دنبال داشته است. همانگونه که نتایج بررسی رابطه‌ی بین سازه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی با مؤلفه‌های هویت در این تحقیق نشان داد، نتایج حاکی از این است که سرمایه‌ی فرهنگی پیوستار هویتی را به دو قسمت فردی و جمعی تقسیم کرده است. یک قسمت آن ذائقه‌ها و منش‌های فردی بیشترین نقش را دارند و در قسمت دیگر میدان‌هایی که جمع‌ها و دیگران در آنها حضور دارند تأثیرگذار هستند. در قسمتی که منش‌ها و دستاوردهای فردی که تا حدی نیز از میدان‌های اطراف تأثیر پذیرفته‌اند، با سرمایه‌ی فرهنگی رابطه‌ی مثبت دارند اما قسمت دیگر که نقش میدان‌های جمعی و ارزش‌های جمعی بیشتر اثرگذار هستند با سرمایه‌ی فرهنگی که تقریباً به عاملیت برمی‌گردد، دارای رابطه‌ی مثبت و همگرایی تقویت شونده، نمی‌باشند.

در مجموع بر اساس یافته‌های تجربی بدست آمده از این تحقیق می‌توان عنوان نمود سرمایه‌ی فرهنگی که جوانان از طرق مختلف کسب می‌کنند، متضمن فرآیندی است که به موجب آن جوانان از این طریق خودشان را بازتولید فرهنگی می‌کنند. همانگونه که نتایج تحقیق نیز نشان داد، همبستگی و ارتباط بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های هویت حاکی از این است که نقش سرمایه‌ی فرهنگی در بازتولید هویت شخصی بسیار بیشتر از مؤلفه‌های دیگر هویت است. به عبارتی سرمایه‌ی فرهنگی جوانان، میزان اهمیتی را که جوانان به هویت شخصی خود می‌دهند را تقویت می‌کند در صورتی که همبستگی و رابطه بین سرمایه‌ی فرهنگی و مؤلفه‌های جمعی هویت (هویت ملی، مذهبی و خانوادگی) معکوس می‌باشد. نتیجه این تحقیق بیانگر این مطلب است که در دنیای امروزی و به‌ویژه در جامعه‌ای مثل شهر بابلسر، سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر با محوریت فردی جوانان همراه است تا با محوریت جمعی آنان. بدینسان سرمایه

فرهنگی به وسیله‌ای برای بازنمایی و بازسازی هویت شخصی متمایز در بین جوانان تبدیل شده است. اینکه چرا سرمایه‌ی فرهنگی ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های حاکم بر خانواده و ایدئولوژی ملی و مذهبی را تقویت نمی‌کند یا با آنها همگرا نیست، نیاز به تحقیق و پاسخ دارد. شاید پاسخی که بتوان به عنوان یک پیش فرض قبول کرد این است که چون سرمایه‌ی فرهنگی نمودی از عاملیت است از همین رو سازگاریش با مؤلفه‌های جمعی کمتر می‌باشد تا مؤلفه‌ی شخصی هویت. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سرمایه فرهنگی جوانان همبستگی مثبت و رابطه وجود دارد. این امر نشان دهنده‌ی آن است که سرمایه‌ی فرهنگی با ارزش‌های مادی، ارتباط قابل توجهی دارد. به عبارتی این نوع سرمایه که به سرمایه‌ای سمبلیک برای بازنمایی پایگاه اقتصادی-اجتماعی جوانان تبدیل شده، تأیید کننده-ی دیدگاه بوردیو (۱۹۸۴) درخصوص بازتولید جایگاه طبقه‌ای (هویتی) افراد براساس میزان سرمایه‌ی فرهنگی آنان است.

از سوی دیگر نتایج تحقیق حاضر نشان داد که درکل میزان گرایش دختران به هویت‌های جمعی بیش از پسران می‌باشد. به‌علاوه اینکه به جز در هویت‌های ملی، گروهی و شخصی، تفاوت معناداری بین دختران و پسران از نظر میزان گرایش به هویت مذهبی و خانوادگی دیده می‌شود.

با توجه به نتایجی که از آزمون فرضیات و سنجش همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی با مؤلفه‌های هویت بدست آمده، چون تحصیلات یکی از شاخص‌های سازه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی بشمار می‌رود پیشنهاد می‌شود در محتوای مفاهیم و مؤلفه‌های مربوط به هویت‌های جمعی (ملی، مذهبی، خانوادگی) درکتاب درسی مقاطع تحصیلی عمومی و متوسطه تجدید نظری مضاعف به عمل آید همچنین از آنجا که سرمایه‌ی فرهنگی نمودی از عاملیت است، در باب باتولیدهای هویتی که ناشی از رسانه‌ها جمعی از قبیل تلویزیون می‌باشد؛ در چگونگی معرفی مصرف‌های فرهنگی جوانان از متخصصینی که در حوزه‌ی مطالعات فرهنگی و مهندسی فرهنگی صاحب‌نظر می‌باشد دعوت به همکاری شود. به‌علاوه اینکه باید دستگاه‌های اجرایی متولی حوزه فرهنگ نیز در برنامه‌های خودشان در چگونگی تدوین و ارائه سازکارهای فرهنگی مرتبط با همبستگی اجتماعی و ملی تجدید نظر به عمل آورند.

فهرست منابع:

۱. جنکینز، ریچارد، (۱۳۸۱)، **هویت اجتماعی**، ترجمه‌ی تورج یار احمدی، نشر شیرازه، تهران.
۲. دوران، بهزاد و محسنی، منوچهر، (بی‌تا)، **هویت: رویکردها و نظریه‌ها**، ویژه‌نامه مجله دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد، صص ۹۰-۳۹.
۳. ذکائی، محمد سعید، (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی جوانان**، نشر آگه، تهران.
۴. ساروخانی، باقر، (۱۳۸۰)، **روش تحقیق در علوم اجتماعی**، انتشارات پژوهشکده‌ی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، چاپ چهارم.
۵. فاضلی، محمد، (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی مصرف موسیقی**، پژوهشگاه فرهنگ و هنر ارتباطات، تهران.
۶. قاسمی، فرزانه، (۱۳۸۳)، **مراتب و مؤلفه‌های هویت**، مجموعه مقالات مبانی نظری هویت و بحران هویت، گردآوری کننده علی اکبر علیخانی، نشر پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، تهران.
۷. گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۲)، **تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، نشر نی، تهران، چاپ دوم.
۸. _____، (۱۳۷۷)، **پی‌آمدهای مدنیت**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، نشر مرکز، تهران.
۹. نایبی، هوشنگ و عبداللهیان، حمید، (۱۳۸۱)، **تبیین قشربندی اجتماعی**، نامه‌ی علوم اجتماعی، صص ۲۳۶-۲۰۵.
10. Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity; Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
11. Bourdieu, Pierre. (1984) *Distinction: A social Critique of the Judgment of taste*, Routledge.