

تحلیل و بررسی رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و هویت ملی جوانان (نمونه مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه)

هایل حیدرخانی^{۱*}، منصور حقیقتیان^۲، احمد آذین^۳، رضا اسماعیلی^۴

۱- دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، گروه معارف اسلامی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

۳- استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا

۴- استادیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

چکیده

هویت ملی در زمره موضوعاتی به شمار می‌آید که در تئوری‌ها و دیدگاه‌های گوناگون جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی به دلیل قرابت و تداخل معنایی و مفهومی با پدیده‌های فراگیر نظیر بازنمایی، آگاهی، عضویت و تعلق جمعی، انسجام اجتماعی، نمادگرایی و معنا به عنوان تعیین کننده جهت گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی افراد مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته و به شیوه‌های متفاوتی مفهوم سازی شده است. به همین جهت، اشتغال نظری و عملی به هویت، به مشخصه اساسی آثار نظری و تجربی در دوران معاصر درآمده است. پژوهش حاضر که با هدف رابطه ابعاد سرمایه فرهنگی و هویت ملی در بین جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه است، از نظر نوع هدف یک بررسی کاربردی، از نظر وسعت پهنانگر، از نظر دامنه خرد و از نظر زمانی یک بررسی مقطعی است. روش این پژوهش روش میدانی با استفاده از تکنیک

پیمایش، و ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه است. همچنین حجم نمونه در این پژوهش ۶۲۶ نفر از جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه است. در جهت دسترسی به هدف اصلی پژوهش به بررسی و تحلیل ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی چون سرمایه فرهنگی عینیت یافته، نهادینه شده و تجسم یافته به عنوان متغیرهای مستقل و رابطه آن با هویت ملی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شده است. نتایج این پژوهش نشان دهنده رابطه مثبت، مستقیم و معنادار بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش است. بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته (۰/۲۳)، سرمایه فرهنگی تجسم یافته (۰/۱۸)، سرمایه فرهنگی نهادینه شده (۰/۱۶) و میزان کل سرمایه فرهنگی (۰/۱۹) در بین جوانان بیشتر باشد گرایش به هویت ملی بیشتر می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فرهنگی، هویت ملی، سرمایه فرهنگی عینیت یافته، سرمایه فرهنگی نهادینه شده، سرمایه فرهنگی تجسم یافته.

مقدمه و بیان مسأله

هویت ملی در زمره موضوعاتی به شمار می‌آید که در تئوری‌ها و دیدگاه‌های گوناگون جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی به دلیل قرابت و تداخل معنایی و مفهومی با پدیده‌های فراگیر نظیر بازنمایی، آگاهی، عضویت و تعلق جمعی، انسجام اجتماعی، نمادگرایی و معنا به عنوان تعیین کننده جهت گیری‌های شناختی، عاطفی و عملی افراد مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته و به شیوه‌های متفاوتی مفهوم سازی شده است. به همین جهت، اشتغال نظری و عملی به هویت، به مشخصه اساسی آثار نظری و تجربی در دوران معاصر درآمده است. هویت ملی، شناسه آن گروه یا حوزه اجتماعی است که شخص بدان تعلق داشته و با آن خود را معرفی می‌کند و در زندگی اجتماعی، خود را نسبت به آن ملتزم، متعهد و وفادار می‌داند.

آگاهی سؤالاتی از قبیل که هستیم؟ چه هستیم؟ برای چه هستیم؟ و ... به ذهن ما خطور می‌کند و درصدد هستیم به نحوی به آنها پاسخ دهیم. این سؤالات ما را متوجه ریشه و خاستگاه بنیادی خودمان می‌سازد. به عبارت دیگر، برای ریشه‌یابی هویت خود که همان تلاش برای تعیین آن است، حرکت می‌کنیم. برای دیگران نیز اهمیت دارد که ما به کجا تعلق داریم؛ بیشتر مردمی که با آنها برخورد می‌کنیم می‌کوشند ما را در کشوری قرار دهند که در آن ملیتی

داشته باشیم، یا به موقعیت، جایگاه و لنگرگاهی پیوند دهند که بر اساس آن بتوانند رفتارهای اجتماعی ما را تفسیر پذیر، پیش بینی پذیر یا تحلیل پذیر نمایند. این جنبه اصلی آن چیزی است که وقتی درباره هویت^۱ سخن می‌گوییم، به آن اشاره داریم (آلبرو، ۱۳۸۰: ۱۲۶). سؤالاتی که مطرح شد می‌تواند ابعاد مختلفی (مانند ابعاد ملی، سیاسی، فرهنگی، دینی و ...) به خود بگیرد که بیانگر نوع هویت ماست. با مشخص شدن این ابعاد برای هر گروه یا جامعه‌ای به نوعی تفاوت بین گروه خودی و گروه غیرخودی یا دیگری آشکار می‌شود (اسمیت، ۱۹۹۳ و ولف، ۱۹۹۶).

احساس کسی بودن یا اینکه ما چه کسی هستیم، معنایی اجتماعی دارد؛ زیرا به ما اجازه می‌دهد به این واقعیت پی ببریم که ما چگونه خودمان را دیده یا دیگران چگونه ما را در می‌یابند؛ با وجود این، هویت، ثابت و غیرقابل تغییر نیست و شکل پویای زندگی اجتماعی است و از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد.

با توجه به افزایش ارتباطات جهانی و جهانی شدن^۲، که باعث ایجاد تغییرات فرهنگی بسیاری در جوامع مختلف شده است انسان‌ها در معرض رواج ارزش‌ها، اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف قرار گرفته‌اند و شخصیت آنها معجونی شده است از کثرت‌ها و ارزش‌ها و هنجارهای (ناهمخوان) که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است.

بنابراین 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 امروزین 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 مطالعه 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

1 Identity

2 Globalization

مرتبط با این سازه عنوان می‌شوند. به بیان کلی تر می‌توان گفت که فرهنگ و عناصر مرتبط با آن، از مهمترین منابع هویت به شمار 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.

هویت‌های متعددی برای انسان وجود دارد که هویت فردی، اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و قومی از آن جمله‌اند. اما هویت ملی^۱ از لحاظ سیاسی مشرف بر تمامی انواع هویت‌هاست و با آنها در ارتباط متقابل قرار دارد. هویت ملی دارای ابعاد گوناگونی است. از جمله این ابعاد برآیند هویت‌های افراد در مقیاس جمعی به اضافه آموزش، جامعه‌پذیری^۲ و آداب و رسوم^۳ آنان است که در زمینه‌های مختلف فردی، سیاسی و اجتماعی متجلی می‌شود (علیخانی، ۱۳۸۶؛ برگرفته از حسینی، ۱۳۸۸).

اما با توجه به تغییری که در رویکردهای نظری و تجربی به وجود آمده است باید گفت که دیگر به مانند گذشته نباید صرفاً برای تحلیل هویت از مفاهیم ساختاری مانند طبقه اجتماعی افراد استفاده کرد. بلکه شرایط امروزی توجه به سنخ‌شناسی‌های جدید با استفاده از مفاهیمی چون انواع سرمایه را نیز مورد نیاز خود می‌بیند.

اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سرمایه در علوم اجتماعی، 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 سرمایه بدیل یا جایگزینی برای مفاهیم ساختاری از قبیل طبقه اجتماعی افراد شده است.

هویت به‌عنوان شالوده فکری یک فرد جزو اساسی‌ترین مسایلی است که نسل امروز در ایران با آن درگیر است. پاسخگویی به سوالات درباره «خود» و «ریشه خود» با وجود هجوم انواع مظاهر غرب اهرمی است که سرنوشت آینده کشور را تحت تاثیر قرار می‌دهد، زیرا جوانان به‌عنوان آینده‌سازان کشور در صورتی می‌توانند در راه آبادانی و سازندگی کشور گام

1 Cultural identity

2 Sociability

3 Customs

بردارند که به آن احساس تعلق داشته باشند. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی با هویت ملی جوانان است.

پیشینه پژوهش

- سروش و افراسیابی (۱۳۸۹) پژوهشی را با عنوان «سرمایه اجتماعی، هویت و مشارکت اجتماعی جوانان شیراز» به انجام رساندند. هدف این پژوهش بررسی میزان مشارکت اجتماعی جوانان و ارتباط آن با سرمایه اجتماعی و هویت بوده است. نتایج پژوهش، گویای سطح پایین مشارکت اجتماعی (متوسط ۴٫۸ فعالیت از ۱۸ فعالیت) در میان جوانان است. از میان متغیرهای زمینه‌ای تنها میزان تحصیلات بر میزان مشارکت تاثیر داشته است. کسانی مشارکت اجتماعی بیشتری می‌کنند که کیفیت روابط (میزان صمیمیت) بالاتری داشته، از حمایت‌های بیشتری (در بعد حمایت مشاوره‌ای و اطلاعاتی) برخوردار باشند و بیشتر به هنجار عمل متقابل اعتقاد داشته باشند؛ به علاوه جوانانی که دارای هویت ملی و دینی قوی‌تر و هویت جنسیتی مدرن‌تری هستند، مشارکت بیشتری دارند. نتایج نشان می‌دهد که در بعد ذهنی جوانان جویای مشارکت هستند، اما میزان نازل سرمایه اجتماعی جدید در شبکه اجتماعی که باید به عنوان منبع توانمندکننده کنش عمل کند، به آنها اجازه مشارکت عملی را نمی‌دهد.

- شریفی و کاکاوندی (۱۳۸۹) پژوهشی را با عنوان «رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان» به انجام رساندند. هدف اصلی این پژوهش، مطالعه ابعاد روابط گفتمانی و هنجاری درون خانواده و هویت اجتماعی به عنوان متغیرهای اصلی پژوهش و مطالعه سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی جوانان و نیز چگونگی پیوند آن دو است. سرمایه اجتماعی، به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی، هنجارها و روابط را در برمی‌گیرد. مفهوم هویت نیز به دو بعد ذهنی و عینی تقسیم می‌شود. نتایج به دست آمده از این پژوهش، بیانگر وجود رابطه معنادار و مثبت بین دو متغیر سرمایه اجتماعی خانواده و هویت اجتماعی در سطح معناداری ۹۹ درصد است.

- ابراهیمی و بهنوئی گدنه (۱۳۸۹) پژوهشی را با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت‌های اجتماعی فردی و جمعی در بین جوانان (مطالعه موردی شهر

بابلسر)» به انجام رساندند. نتایج حاصل از آزمون‌ها حاکی از همبستگی بین سرمایه فرهنگی جوانان و مولفه‌های هویت آنان است. لکن بیشترین ضریب همبستگی سرمایه فرهنگی با مولفه‌های 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 مولفه‌های هویت جمعی بیشتر از پسران است در صورتی که بر خلاف دختران، میزان گرایش پسران به مولفه‌های هویت فردی بیشتر است. همچنین نتایج پژوهش حاکی از این است که میزان سرمایه فرهنگی جوانان تقریباً یکسان است.

- فخرایی، سیروس و کریمیان، انور (۱۳۸۸) پژوهشی را با عنوان «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت‌پذیری (مطالعه موردی در بین دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی پسرانه شهرستان بوکان در سال تحصیلی ۹۰-۸۹)» را به انجام رساندند. نتایج حاصل از بررسی نشان می‌دهد که همبستگی معنادار و مثبت بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی، قومی و دینی وجود دارد. لیکن همبستگی معناداری بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی وجود ندارد. همچنین نوع همبستگی ابعاد عینی، ذهنی و نهادی سرمایه فرهنگی با انواع هویت اجتماعی متفاوت است بدین معنا که بین بعد عینی سرمایه فرهنگی و هویت‌های قومی، ملی و دینی رابطه معنی‌داری وجود دارد، در حالی که بین بعد عینی سرمایه فرهنگی و هویت جهانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. هم‌چنین بعد ذهنی سرمایه فرهنگی و هویت‌های قومی و ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد، در حالی که بین بعد ذهنی سرمایه فرهنگی و هویت‌های دینی و جهانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد و نیز بین بعد نهادی سرمایه فرهنگی و هویت‌های قومی، ملی، دینی و جهانی هیچ‌گونه رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

- ساندرز^۱ (۲۰۰۰) وجود رابطه میان هویت قومی و سرمایه اجتماعی را به اثبات رساند و نشان داد شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی منتج از آن برای مطالعه قومیت در جوامع متکثر دارای چشم‌انداز هستند.

- اکسلی و دیگران^۱ (۱۹۹۰) اثر متقابل سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی را مورد مطالعه قرار دادند. آنان معتقدند که مدارس، ظرفیت بالای تولید اجتماعی دارند. نتایج این پژوهش

نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در شکل‌گیری هویت اجتماعی نقش به‌سزایی دارد. سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی به صورت تعاملی سبب تقویت یکدیگر می‌شوند (شریفیان ثانی، ۱۳۸۰).

- امبر^۲ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای با عنوان درک هویت در قرن بیست و یکم: چالش پیش روی جوانان اماراتی، به فرایند شکل‌گیری هویت فرهنگی در کشور امارات پرداخته است. نتایج این مقاله نشان داد که از میان فاکتورهای مهم تشکیل‌دهنده هویت فرهنگی برای ۹۰ درصد پاسخ‌دهندگان، مذهب بسیار مهم بوده است؛ همین‌طور به ترتیب زبان ۸۶/۵ درصد، ارزش‌های فرهنگی ۷۷/۱ درصد، اصل و نسب ۷۴/۴ درصد. از طرف دیگر ازدواج با ۶۲/۴ درصد کمترین اهمیت را برای پاسخ‌دهندگان داشته است.

مبانی نظری

- سرمایه فرهنگی

از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی قابل تفکیک به سه مقوله است:

الف- سرمایه فرهنگی تجسیدی یا لحاظ شده^۳: این نوع سرمایه به بدن و ذهن فرد پیوسته و به تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری شخصی فرد وابسته است و به وسیله خود فرد به دست می‌آید. آن کسی که برای بهبود خود تلاش می‌کند، آن را بدست می‌آورد. صرف کردن زمان برای کسب علم، تلاش برای کسب سرمایه تجسیدی است. این نوع سرمایه، پیوسته و همراه فرد است و جزء عادت واره‌های او شده است و برخلاف پول و دارائی‌های حقوقی دیگر، از طریق بخشش یا وراثت، خرید یا مبادله به دیگری انتقال نمی‌یابد. این نوع سرمایه نمی‌تواند جدای از فرد در اختیار دیگران قرار گیرد. اقدامات تربیتی جامعه و طبقه فرد، در اکتساب آن نقش اساسی دارد. پیوسته و همراه کنشگر است و به همراه او می‌میرد. در واقع حالت تجسیدی سرمایه فرهنگی، مجموعه توانایی‌ها و دانایی‌های ذهنی و مهارت‌های عملی و تجربی و رفتاری است که در شیوه سخن گفتن، باورها و ارزش‌ها و نگرش‌های خاص فرد تجلی پیدا می‌کند.

1 Exceci and others

2 Amber

3 Embodied

بورديو سرمایه فرهنگی تجسدي را حق استفاده دائمی فرد از ذهن و جسم خود می‌داند (تراسبی، ۱۳۸۲: ۴۴).

ب- سرمایه فرهنگی^۱ عینیت یافته: اشیای مادی، کالاهای فرهنگی و رسانه‌ای مانند نوشته‌ها، کتاب‌ها، نقاشی‌ها و ابزارهای موسیقی، جزو سرمایه فرهنگی عینیت یافته هستند. بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی عینیت یافته، وابسته به سرمایه فرهنگی تجسدي فرد است. برای اندازه‌گیری این نوع سرمایه فرهنگی، می‌توان مجموع دارایی‌ها و موجودی کالاهای فرهنگی مورد استفاده فرد مانند تعداد و نوع کتاب‌ها، مجلات، تابلوهای نقاشی، دوربین عکاسی و فیلم برداری، واکمن، انواع نوارهای صوتی و تصویری و کامپیوتر را در نظر گرفت که میل به مصرف کالای فرهنگی را در او می‌سنجد (حیدرخانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۳-۵۹).

پ- سرمایه فرهنگی نهادینه شده^۲: عینیت سنجشیدن به سرمایه فرهنگی، از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی است و خارج از دارایی‌های مادی و عینی فرهنگی و سرمایه تجسدي و بیولوژیکی واقعیت پیدا می‌کند. این کار از طریق کسب عناوین تحصیلی که به صورت قانون و نهادی تأیید شده است، حاصل می‌شود. این مدارک مستقل از صاحبانشان دارای اعتبارند و می‌توان افراد را از نظر این نوع مدارک، با هم مقایسه کرد، حتی می‌توان نرخ تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی را به سرمایه اقتصادی بر حسب ارزش پولی برآورد کرد. استراتژی تغییر و تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی به سرمایه اقتصادی، وابسته به کمیابی آن است. برای اندازه‌گیری این نوع سرمایه فرهنگی، می‌توان مدارک تحصیلی، مدارک فنی و حرفه‌ای، انواع گواهی نامه‌های فرهنگی و هنری از انجمن‌های رسمی مانند خوشنویسان، موسیقی، هنرهای نمایشی و ... را در نظر گرفت (پور زارعیان، ۱۳۸۷: ۲۴). نکته اساسی در بحث سرمایه فرهنگی، این است که این سرمایه (به استثنای سرمایه فرهنگی عینی) به ارث نمی‌رسد، بلکه به طور ضمنی و در طی فرآیند جامعه‌پذیری انتقال پیدا می‌کند. در نظریه مارکس، مالک سرمایه می‌تواند ارزش افزوده بیشتری تولید کند و سرمایه افزون‌تری را انباشته سازد و به دیگران از جمله فرزندان او از طریق حقوق مالکیت یا ارث، انتقال دهد.

1 Objective

2 institutionalized

به اعتقاد بوردیو هم سرمایه اقتصادی و هم سرمایه فرهنگی سهم مهمی در نابرابری و باز تولید آن ایفا می کنند و کشاکش متعددی را در بطن زندگی اجتماعی ایجاد می نمایند و از سوی دیگر، قابل تبدیل به یکدیگر هستند.

سوروکا (۲۰۰۴) از جمله نظریه پردازان دیگر سرمایه فرهنگی است که درباره چگونگی کسب آن بحث می کند. سوروکا می نویسد که «کسب سرمایه فرهنگی ضروری است، اما شرط کافی برای داشتن سطح بالایی از سرمایه اجتماعی نیست، اما همان طور که دیده شد، بوردیو (۱۹۸۶) اظهار می دارد که همه اشکال سرمایه به هم وابسته اند، به عنوان مثال، سرمایه اجتماعی می تواند به سرمایه اقتصادی تعبیر شود، اگر پیوندهای شخصی به یک تاجر، جهت بستن یک قرارداد مهم کمک کند. سرمایه اجتماعی می تواند به سرمایه فرهنگی تعبیر شود، اگر آگاهی و شناخت شخص، او را برای مثال با جهان تئاتر آشنا سازد. با این حال سرمایه فرهنگی بر عکس سرمایه اقتصادی نمی تواند به ارث برده شود و یا به صورت خیلی ملموس در تصرف و مالکیت فرد باشد، بلکه به طور ضمنی و در طی جریان جامعه پذیری انتقال پیدا می کند. به عبارت دیگر می توان گفت که سرمایه فرهنگی دائماً خود را باز تولید می کند.

به باور تیلور، سرمایه فرهنگی از مؤلفه های بسیاری تشکیل شده است، برای مثال در یک فرهنگ غربی شاخص های زیر، جهت سرمایه فرهنگی مطرح می شود که مؤلفه هایی نازل به نظر می رسند:

الف) دانش، زبان، سلاط و سبک های زندگی؛

ب) آنچه به آن فرهنگ فرهیختگان می گویند؛

پ) شمار و دامنه فرهنگ واژگان افراد؛

ت) توانایی افراد در شناخت و تشخیص غذاها و نوشیدنی های اشرافی؛

ث) انتخاب بازی راگی به جای فوتبال.

هایس^۱ اصطلاح سرمایه فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیر اقتصادی مانند زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه گذاری های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آنها دانست که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می

گذاورد. سرمایه فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می‌شود که اغلب یک مکانیسم مهم در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (ترابسی، ۱۳۸۲: ۷۴-۶۸).

دومایس^۱ اشاره می‌کند که سرمایه فرهنگی مشتمل بر کفایت زبانی و فرهنگی و مهارت در فرهنگ طبقات بالاتر است. موضوع زبان مناسب و «فرهیخته» به عنوان جزیی مهم از تعریف سرمایه به عنوان جزیی مهم از تعریف سرمایه فرهنگی به وسیله سولیان (۲۰۰۱) ارائه شده است.

هویت ملی

از نظر «مکنزی»^۲ نظام اجتماعی به افراد یک گروه هویت ملی می‌بخشد و «هویت ملی» تنها یکی از مولفه‌های چهارگانه هویت فرهنگی است. سه نوع دیگر آن عبارتند از: هویت نژادی، هویت دینی و هویت طبقه‌ای. این تقسیم‌بندی در کشور ایران می‌تواند شامل هویت دینی، هویت ملی و هویت قومی باشد. اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی یا ناسیونالیسم بنامیم تعریف دقیق‌تر آن عبارت است از وجود احساس مشترک یا وجدان و شعور جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند. این وجدان جمعی است که میان افراد حاضر در جامعه و بین آنها و گذشتگان، رابطه و دلبستگی‌هایی ایجاد می‌کند و روابط و مناسبات آن‌ها را با هم و با سایر ملل رنگ می‌دهد و آمل و آرمان‌های آنان را به هم نزدیک و منطبق می‌سازد (واین و راب، ۱۹۹۷: ۹۲-۸۲).

بنظر گیدنز^۳ هویت در رابطه با فرهنگ است و عبارت است از خود‌آنطوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می‌دهد؛ هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱)؛ وی می‌گوید «نیروی اساسی اغلب کنش‌ها (در جامعه جدید) مجموعه‌ای ناآگاهانه برای کسب

1 Dumais

2 Mak Kenzi

3 Giddens

احساس اعتماد در کنش متقابل با دیگران است» به اعتقاد او، یکی از نیروهای پراکنده و موتور حرکتی کنش نیاز به رسیدن به امنیت هستی شناختی (یا حس اعتماد) است. چون انسان‌ها میل دارند در روابط اجتماعی از میزان اضطراب خود بکاهند، این فرایند ناآگاهانه قبل از مکانیزم زبان‌آموزی و آگاهی قطعی بوجود می‌آید و منشأ کنش است و به همین دلیل سیال و پویاست. از نظر وی هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد؛ به عبارت دیگر هویت شخصی چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به وی تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را بطور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱).

از نظر استرایکر نیز عمل به انتظارات فرهنگی که از عوامل موثر بر هویت جمعی است، رعایت آزادی در تعاملات را هم تضمین می‌کند. «گلنر» نظام آموزش عام را سبب تجانس فرهنگی می‌داند که قواعد مشترکی را برای تعاملات اجتماعی فراهم می‌نماید و عمل به این قواعد مشترک موجب ناسیونالیزم یا تعهد ملی عام می‌گردد (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۱۲).

استرایکر و سرپ به تعهد کنش متقابلی که از طریق ارتباط با شبکه‌های مختلف روابط مشخص می‌شود، اشاره می‌کنند و می‌گویند:

«افراد خاص که شبکه‌های کنش متقابل را شکل می‌دهند از طریق چنین ساختارهای اجتماعی با تاثیر روی تعهدات مستقیماً بر هویت موثر می‌گردند» (دینش، ۱۹۹۹: ۷۴).

یکی از مشهورترین صاحب‌نظرانی که به طور جدی به طرح نظریه هویت پرداخته است تاجفل^۱ است که نوعی پیوند علی بین ملزومات هویت و اشکال مختلف رفتار بین گروهی قایل است. کانون توجه تاجفل این فرضیه است که هویت‌های اجتماعی مردم در ابتدا از طریق مقایسه اجتماعی شکل می‌گیرد که گروه خودی را از گروه‌های غیر خودی متمایز می‌سازد. براین اساس می‌توان گفت که این ایده، غلبه گروهی را، حتی در صورت نبود تضاد منافع واقعی، تبیین می‌کند (کوپر و کوپر، ۱۹۹۵: ۷۹۷ - ۷۹۰).

ایده اساسی در این نظریه این است که افراد دارای عضویت‌های مقوله‌ای هستند که تعریف آنها از خودشان و ویژگی‌های گروهی را که دستورالعمل رفتار یا نشانه‌های هنجاری رفتار را تجویز می‌کند، مشخص می‌کند.

تاجفل هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و آن را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی (فرضیاتی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند).

بنابراین در یک جمع بندی باید گفت که هویت فرهنگی یکی از شاخص‌های هویت اجتماعی است که مجموعه ارزش‌ها، باورها، سمبل‌ها و... را در بر می‌گیرد که سبب شناخته شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می‌شود. از این رو هویت فرهنگی بر سه مدار پیوسته با یکدیگر که حول یک محور می‌چرخند، حرکت می‌کند: ۱- فرد درون گروه و جماعت واحد، که می‌تواند در قبیله، طایفه و یا گروه اجتماعی ظهور می‌کند؛ ۲- جماعت و گروه‌های مدرن ملت‌ها که هویت فرهنگی مشترکشان به مثابه وجه تمایز آنان به‌شمار می‌رود؛ ۳- و سرانجام ملت‌های واحد و یکپارچه در مقایسه با دیگر ملل.

- نظریات تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت (چهارچوب نظری پژوهش)

بورديو، در سطح کلان به ساختارها یا حوزه‌های تعاملاتی اشاره می‌کند که هر کس بر حسب میزان سرمایه کلی (مجموع دو نوع سرمایه اقتصادی و فرهنگی) و بر اساس ساختار سرمایه (بر حسب وزن نسبی انواع مختلف سرمایه اقتصادی و فرهنگی که در مجموع کل دارائی دارد)، در میدان اجتماعی توزیع و جایگاه و پایگاه اجتماعی پیدا می‌کند و در جوار کسانی جای می‌گیرد که از لحاظ سرمایه کلی با او مشابه هستند. افراد دارای پایگاه مشابه و تعاملات مشترک از عادت واره و الگوی کنشی نسبتاً همسو و هماهنگی برخوردارند و هویت افراد را شکل می‌دهد. عادت واره ماتریس ادراکات و ارزیابی است و مشخص کننده و سازمان دهنده جهان بینی افراد و نحوه عمل آنها در جهان اجتماعی است و مبین خصلت رفتاری است که در ذیل نوعی فضا و میدان اجتماعی معنا پیدا می‌کند (بورديو، ۱۹۸۴: ۴۸۶).

بورديو، با تفكيك عادت واره فردی و طبقه ای بر این باور است كه عادت واره فردی، از فردیت و ادراكات بلافصل شخص و هویت فردی جدایی ناپذیر است و عادت واره طبقه ای كه از موقعیت اجتماعی - اقتصادی و جایگاه عاملان اجتماعی در ساختارها و میدان‌های تعاملاتی نشأت می‌گیرد، بر هویت‌های جمعی مشترك دلالت دارد و نشانگر بازنمایی عاملان از محیط هنجاری و پنداشتی است كه از جهان اجتماعی و از جایگاه شان در آن دارند. عادت واره طبقه ای، در سبك زندگی افراد متعلق به گروه‌ها و طبقات مختلف به گونه ای نمود می‌یابد كه از ذائقه غذایی تا سلائق زیبایی شناختی و نگرش‌های سیاسی كه در برگیرنده هویت سیاسی آنان است را جهت می‌بخشد (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۱۶ - ۱۱۲).

بورديو جایگاه قابل توجهی را برای میدان قدرت قائل است، و در درون همین میدان انواع سرمایه بر هویت افراد تأثیر می‌گذارد (قادرزاده و معیدفر، ۱۳۸۹). به نظر وی، میدان قدرت، به منزله نوعی فرامیدان، اصل سازمان دهنده تمایز و منازعه در همه میدان‌ها است و طبقه اجتماعی مسلط را تعیین می‌كند. ساختار تقاطعی سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی در همه میدان‌های اجتماعی از جمله میدان قدرت حاکمیت دارد. با این وجود، میدان قدرت فضای بازی ای است كه دارندگان سرمایه‌های گوناگون به ویژه برای اعمال قدرت به دولت درون آن به نبرد می‌پردازند (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۲۱). با توجه به دیدگاه بورديو می‌توان گفت كه افراد حاضر در يك جامعه از لحاظ انواع سرمایه متفاوت هستند و دارای پایگاه‌ها و عادت واره‌های متفاوتی هستند كه در كم و کیف تعلقات جمعی و هویت جمعی آنان نمود می‌یابد. بنابراین بر طبق نظر بورديو می‌بینیم كه انواع مختلف سرمایه بر هویت ملی افراد دارای تأثیر است.

نظریه پرداز بعدی كه نظریات وی می‌تواند به عنوان چهارچوب نظری مورد استفاده قرار بگیرد جنکینز است. به عقیده جنکینز - نظریه پرداز بزرگ در زمینه هویت -، هویت اجتماعی خصلت یا خصیصه همه انسان‌ها به عنوان موجوداتی اجتماعی است، و از این لحاظ سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است و نیز امری برساخته است. از نظر جنکینز هویت اجتماعی يك بازی ست كه «رو در رو بازی می‌شود»، هویت اجتماعی درك ما از این مطلب است كه چه کسی هستیم و دیگران کیستند و همچنین، درك دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست؟ از این رو هویت اجتماعی نیز همانند معنا ذاتی نیست، و محصول توافق و عدم توافق است و

می‌توان در باب آن به چون و چرا پرداخت (جنکینز، ۱۳۹۱: ۸-۷). بنابراین هویت به عنوان یک برساخته اجتماعی می‌تواند در فرایند توافق غیرتحمیلی بازاریابی شود. جنکینز معتقد است که ابزارهای فرهنگی هویت ساز، باعث شکل‌گیری مقوله‌های هویتی در جوامع بشری می‌شوند. براین اساس، یک گروه و یا حتی یک فرد می‌تواند در موقعیت‌های گوناگون هویت‌های متعددی برای خود بسازد و خود را به آنها متعلق بداند (جنکینز، ۱۳۹۱: ۸-۷). بنابراین می‌بینیم که جنکینز در نظریه خود به فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در ساخت هویت توجه داشته است و بنابراین در پژوهش حاضر می‌تواند یکی از نظریات مبنای رابطه سرمایه فرهنگی و هویت ملی جوانان باشد.

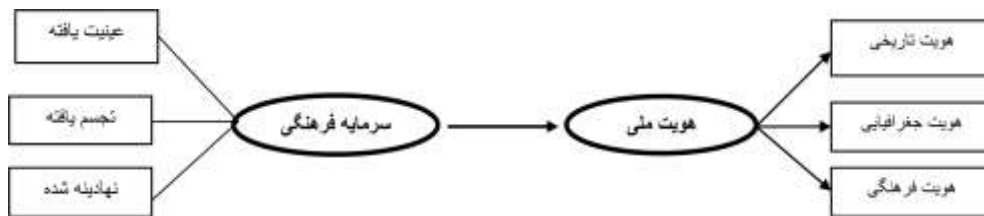
علاوه بر نظریه پردازان فوق به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی خود شاخصی از توسعه فرهنگی به شمار می‌رود. با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی، لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه، برآوردی از رشد آن را در اختیار داشته باشند و چگونگی تحولات آنرا بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. بدین ترتیب با مطالعه علمی و شناخت دقیق سرمایه فرهنگی اقشار مختلف جامعه می‌توان از این مفهوم به عنوان متغیر پیش‌بینی کننده در تحلیل مسائل اجتماعی - فرهنگی نظری هویت اجتماعی، مشارکت سیاسی و ... سود جست (شارع پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۵-۱۳۴). بنابراین فرضیات زیر از نظریه‌های بالا استخراج می‌شود:

فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه ۱- بین میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته در بین جوانان و هویت ملی آنان ارتباط وجود دارد.
- فرضیه ۲- بین میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط وجود دارد.
- فرضیه ۳- بین میزان سرمایه فرهنگی نهادینه شده در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط وجود دارد.

فرضیه ۴- بین میزان کل سرمایه فرهنگی در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط

وجود دارد.



مدل نظری پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس نوع داده‌های جمع آوری و تحلیل شده، پژوهشی کمی است و از لحاظ نوع برخورد با مسأله مورد بررسی و ورود به آن مطالعه ای میدانی است. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش پیمایش است. در مطالعه میدانی، برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پیش از آغاز پیمایش، پرسشنامه ابتدایی مورد آزمون اولیه قرار گرفت و با استفاده از نتایج به دست آمده، نقایص موجود برطرف و پرسشنامه نهایی تنظیم شد. جامعه آماری این مطالعه همه جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه است. از آنجا که به طور طبیعی امکان مطالعه دیدگاه‌های تمامی شهروندان وجود نداشت از شیوه «نمونه گیری» برای تبیین نظریات افراد مورد مطالعه استفاده شده است و بر اساس آن تعدادی از افراد (۶۲۶ نفر) که معرف جامعه آماری تشخیص داده شدند به عنوان نمونه انتخاب و مطالعه شده است. روش نمونه گیری در این پژوهش شیوه نمونه گیری دو مرحله ای با استفاده از نمونه گیری خوشه ای و سپس نمونه گیری تصادفی ساده است. پس از گردآوری داده‌ها تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از نرم افزار آماری اس پی اس انجام گردید و در این رابطه برای آزمون فرضیات، تست‌های آماری متناسب با هر فرضیه بکار گرفته شد. در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم به مشاوره و بهره گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه و همچنین از آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه اقدام شده است. برای بالا رفتن ضریب آلفا در پژوهش حاضر گویه‌هایی که موجب کاهش آلفا شدند حذف گردیدند تا اینکه پرسشنامه نهایی با ضریب آلفای بالاتر از ۰/۷ استخراج گردید.

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

جدول (۱) تعریف مفهومی متغیرهای تحقیق

| تعریف مفهومی | |
|---|----------------------------------|
| <p>سرمایه فرهنگی به شیوه‌های فرهنگی خاصی که در روند آموزش‌های رسمی و خانوادگی در افراد تثبیت شده، اشاره دارد و نیز ظرفیت شناخت افراد در کاربرد لوازم فرهنگی را در بر می‌گیرد. کاربرد ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی موجب تفاوت در نحوه زندگی و بروز سلیقه‌های گوناگون گردیده، به تبع آن تفاوت در کسب موقعیت‌های برتر اجتماعی و استفاده از امکانات مختلف از قبیل کتاب، روزنامه، سینما و انواع ورزش‌های خاص طبقات بالای اجتماعی، مانند اسب سواری، گلف و مانند آن را موجب می‌شود. در واقع، استفاده کنندگان از سرمایه فرهنگی، در قشر بندی اجتماعی، در طبقه بالای اجتماع قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، دارندگان امتیازات اقتصادی که در طبقه بالای اجتماع قرار دارند، به راحتی به ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی دست می‌یابند (ملاحسنی، ۱۳۸۱: ۳۰۰؛ نوغانی، ۱۳۸۳: ۱۷؛ روح الامینی، ۱۳۷۷: ۱۱۶).</p> | <p>سرمایه فرهنگی</p> |
| <p>این سرمایه از بدیهی‌ترین و آشکارترین نوع سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند شوند «سرمایه فرهنگی عینیت یافته بیشتر به شکل کالاهای فرهنگی و اشیای مادی و رسانه‌هایی، نظیر مجله‌ها، نقاشی‌ها، مجسمه‌ها، تصاویر، کتاب‌ها، لغت‌نامه‌ها، ابزارها، ماشین‌آلات و غیره... تجسم می‌یابد و از ویژگی‌های بارز آن، قابل انتقال بودن است. این سرمایه به نوعی در شکل اقتصادی هم مطرح است و نیز می‌تواند جنبه نمادی آن حفظ شود. به طور خلاصه، به همه‌ی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند؛ اما خصلت اساسی این سرمایه در این است که بر دارندگان آن اثر آموزشی می‌گذارد (بوردیو، ۱۹۸۶: ۲۴۶).</p> | <p>سرمایه فرهنگی عینیت یافته</p> |
| <p>این سرمایه با شخصی که در او تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته نوعی ثروت بیرونی است که بخش جدایی‌ناپذیر از فرد است. این همان بخشی است که بوردیو آن را ابعاد سرمایه فرهنگی همراه تولد می‌نامد و می‌توان آن را از طریق هدیه، خرید، یا مبادله به دیگری منتقل نمود. این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌ها می‌مدوام ذهن و جسم تجلی می‌یابد (شارع پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۱۳۷).</p> | <p>سرمایه فرهنگی تجسم یافته</p> |

| | |
|--|---|
| <p>عینیت سنجشیدن به سرمایه فرهنگی، از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی است و خارج از دارایی های مادی و عینی فرهنگی و سرمایه تجسیدی و بیولوژیکی واقعیت پیدا می کند. این کار از طریق کسب عناوین تحصیلی که به صورت قانون و نهادی تأیید شده است، حاصل می شود. این مدارک مستقل از صاحبانشان دارای اعتبارند و می توان افراد را از نظر این نوع مدارک، با هم مقایسه کرد، حتی می توان نرخ تبدیل این نوع سرمایه فرهنگی را به سرمایه اقتصادی بر حسب ارزش پولی برآورد کرد (پور زارعیان، ۱۳۸۷: ۲۴).</p> | <p>سرمایه فرهنگی نهادهینه یافته</p> |
| <p>هویت ملی یکی از مولفه های بنیادی شکل گیری و بقای جامعه ملی و اصلی ترین حلقه ارتباطی با هویت عام قومی است که می تواند مجموعه ای از گرایش ها و نگرش های مثبت را نسبت به عوامل و عناصر و الگوهای هویت بخش و یکپارچه ساز در سطح یک کشور، به عنوان یک واحد سیاسی به وجود آورد (شیخاوندی، ۱۳۸۰: ۱۹۷).</p> <p>هویت ملی بالاترین و فراگیرترین و در حین حال مشروع ترین سطح هویت در تمامی نظام های اجتماعی جدا از گرایش های ایدئولوژیکی است (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۱۷۹).</p> | <p>هویت ملی</p> |

جدول (۲) تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

| نام متغیر | تعریف عملیاتی | سطح سنجش |
|---------------|--|----------|
| سرمایه فرهنگی | در پژوهش حاضر سرمایه فرهنگی با شاخص های سرمایه فرهنگی عینیت یافته، تجسم یافته و نهادهینه شده مورد سنجش قرار گرفته شده است. | فاصله ای |
| هویت ملی | هویت ملی در پژوهش حاضر با شاخ های هویت تاریخی، هویت جغرافیایی و هویت فرهنگی مورد سنجش قرار گرفته شده است. | فاصله ای |

تجزیه و تحلیل داده ها

- آمار توصیفی

یافته های نشان می دهد که در بین شاخص های هویت ملی، هویت تاریخی دارای بیشترین میانگین (۳,۶۶) و هویت فرهنگی دارای کمترین میانگین (۳,۲۱) است. همچنین میزان هویت جغرافیایی دارای میانگین (۳,۴۷) است. همچنین وضعیت کلی مؤلفه های هویت ملی نشان می دهد که در همه مولفه ها، پاسخگویان اذعان داشته اند که از نظر آنها هویت ملی در کرمانشاه

در حد بیشتر از متوسط (۳) است، نمره کل میزان هویت ملی بیانگر این امر است که هویت ملی در میان شهروندان شهر کرمانشاه بیش از حد متوسط (۳,۴۵) است. همچنین یافته‌های نشان می‌دهد که در بین شاخص‌های سرمایه فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینیت یافته دارای بیشترین میانگین (۳,۵۰) و سرمایه فرهنگی نهادینه شده دارای کمترین میانگین (۳,۱۶) است. سرمایه فرهنگی تجسم یافته هم دارای میانگین (۳,۳۵) است. همچنین وضعیت کلی مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی نشان می‌دهد که در همه مؤلفه‌ها، پاسخگویان اذعان داشته‌اند که سرمایه فرهنگی در کرمانشاه بیش از حد متوسط (۳) است، نمره کل میزان سرمایه فرهنگی بیانگر این امر است که سرمایه فرهنگی بسیار بیش از حد متوسط (۳,۳۳) است.

آمار استنباطی

فرضیه ۱- بین میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته در بین جوانان و هویت ملی آنان ارتباط وجود دارد.

جدول (۳) همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته و هویت ملی

| هویت ملی | | متغیرهای پژوهش |
|--------------|--------------|---------------------------|
| سطح معناداری | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۰ | ۰/۲۳ | سرمایه فرهنگی عینیت یافته |

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰/۰۰۰ است و چون این عدد کوچکتر از ۰,۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۲۳ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۱ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

فرضیه ۲- بین میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط وجود دارد.

جدول شماره ۴. همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته و هویت ملی

| هویت ملی | | متغیرهای پژوهش |
|--------------|--------------|--------------------------|
| سطح معناداری | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۲ | ۰/۱۸ | سرمایه فرهنگی تجسم یافته |

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰/۰۰۲ است و چون این عدد کوچکتر از ۰,۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۸ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت متوسط و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۲ پژوهش حاضر تایید می شود.

فرضیه ۳- بین میزان سرمایه فرهنگی نهادینه شده در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط وجود دارد.

جدول (۵) همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده و هویت ملی

| هویت ملی | | متغیرهای پژوهش |
|--------------|--------------|---------------------------|
| سطح معناداری | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۴ | ۰/۱۶ | سرمایه فرهنگی نهادینه شده |

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰/۰۰۴ است و چون این عدد کوچکتر از ۰,۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۶ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه

فرهنگی نهادینه شده در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی نهادینه شده یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۳ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

فرضیه (۴) بین میزان کل سرمایه فرهنگی در بین جوانان و هویت فرهنگی آنان ارتباط وجود دارد.

جدول (۶) همبستگی بین دو متغیر میزان کل سرمایه فرهنگی و هویت ملی

| هویت ملی | | متغیرهای پژوهش |
|--------------|--------------|------------------------|
| سطح معناداری | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۱۹ | میزان کل سرمایه فرهنگی |

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰/۰۰۱ است و چون این عدد کوچکتر از ۰,۰۵ است، لذا بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۹ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر میزان کل سرمایه فرهنگی در بین جوانان و گرایش به هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۴ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

تحلیل رگرسیونی: سهم هریک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته به چه میزان است؟

جدول (۷) جدول رگرسیون

| مدل | ضریب همبستگی | ضریب تعیین | خطای معیار | دوربین - واتسون |
|-----|--------------|------------|------------|-----------------|
| ۱ | ۰/۴۵ | ۰/۲۰ | ۴/۵۱ | ۱/۰۷۵ |

بر اساس جدول ۷ از آنجایی که مقدار آماره دوربین - واتسون (۱/۰۷۵) در فاصله بازه ای ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. بررسی رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که مقدار R یا ضریب همبستگی چند گانه برابر با ۰/۴۵ است که نشان دهنده رابطه

متوسط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته است. مقدار ضریب تعیین یا R^2 برابر با ۰/۲۰ است که بیانگر این مطلب است که ۰/۲۰ درصد از تغییرات گرایش به هویت ملی به این متغیرها که در پژوهش استفاده شده‌اند مربوط است و بقیه در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته است.

جدول (۸) ضرایب معادله رگرسیونی آزمون رگرسیون با متغیر وابسته گرایش به

هویت ملی

| سطح معنی‌داری | آماره t | ضرایب استاندارد شده | ضرایب استاندارد نشده | | مدل |
|------------------|---------|------------------------|----------------------|-------|---------------------------|
| | | | STD | B | |
| ۰/۰۰۰ | ۳/۰۱۷ | | ۰/۰۸۹ | ۰/۰۵۴ | مقدار ثابت |
| ۰/۰۰۰ | ۵/۶۱۱ | ۰/۳۷۴ | ۰/۰۱۵ | ۰/۲۵۱ | سرمایه فرهنگی عینیت یافته |
| ۰/۰۰۱ | ۵/۵۰۱ | ۰/۴۱۹ | ۰/۰۰۸ | ۰/۱۹۴ | سرمایه فرهنگی نهادینه شده |
| ۰/۰۰۱ | ۴/۶۸۵ | ۰/۴۲۷ | ۰/۰۱۲ | ۰/۲۱۳ | سرمایه فرهنگی تجسم یافته |
| ۰/۰۰۱ | ۴/۱۳۳ | ۰/۴۰۱ | ۰/۰۱۶ | ۰/۲۲۶ | میزان کل سرمایه فرهنگی |

در جدول ۸ در ستون B، بتا به ترتیب مقدار ثابت و ضریب متغیر مستقل ارائه شده است. جدول ضرایب شامل دو دسته ضرایب استاندارد شده بتا و استاندارد نشده بتا است. در ضرایب استاندارد نشده بتا مقیاس متغیرها با یکدیگر یکسان نیست در صورتی که در ضرایب استاندارد شده بتا مقیاس متغیرها یکسان شده و امکان مقایسه متغیرها وجود دارد. بنابراین جهت مقایسه اثر متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته از ضرایب استاندارد شده استفاده می‌شود.

به ازای یک واحد افزایش در متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته، گرایش به هویت ملی ۰/۲۵۱ واحد افزایش پیدا خواهد کرد.

به ازای یک واحد افزایش در متغیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده، گرایش به هویت ملی ۰/۱۹۴ واحد افزایش پیدا خواهد کرد.

به ازای یک واحد افزایش در متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته، گرایش به هویت ملی ۰/۲۱۳ واحد افزایش پیدا خواهد کرد.

به ازای یک واحد افزایش در متغیر میزان کل سرمایه فرهنگی، گرایش به هویت ملی ۰/۲۲۶ واحد افزایش پیدا خواهد کرد.

نتیجه گیری

همانطور که ذکر شد اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سرمایه در علوم اجتماعی، ظاهراً ناشی از این واقعیت است که سنخ شناسی‌های 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 سرمایه ی 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 را تنها به کمک مفاهیم ساختاری و کلان تبیین و بررسی کرد، بلکه برای بررسی، تبیین و ارائه الگویی از مؤلفه‌های هویت ملی لازم است از مفاهیمی همچون سرمایه اجتماعی کمک گرفت.

سرمایه فرهنگی دارای ابعاد مختلفی است و تحلیل و شناخت این ابعاد و تأثیر آنها بر هویت ملی می‌تواند در ارایه راه کارهای لازم در جهت بالا بردن گرایش به هویت ملی و ابعاد آن تأثیر گذار باشد.

در همین راستا، با توجه به اهمیت و ضرورت بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و گرایش به هویت ملی در بین جوانان در این پژوهش به تحلیل و بررسی ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی و رابطه آن با هویت ملی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد.

نتایج این تحقیق نشان دهنده رابطه مثبت، مستقیم و معنادار بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که:

بین دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده ما که برابر با ۰/۲۳ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۱ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

بین دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۸ است، لذا همبستگی

مثبت، با شدت متوسط و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۲ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

بین دو متغیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۶ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر سرمایه فرهنگی نهادینه شده در بین جوانان و هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی نهادینه شده یافته جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۳ پژوهش حاضر تایید می‌شود.

بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و گرایش به هویت ملی ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی بدست آمده ما که برابر با ۰/۱۹ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر میزان کل سرمایه فرهنگی در بین جوانان و گرایش به هویت ملی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه میزان سرمایه فرهنگی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت ملی در بین آنان بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس فرضیه شماره ۴ پژوهش حاضر تایید می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با یافته‌های پژوهش‌های ابراهیمی و بهنوئی گدنه (۱۳۸۹)، فخرایی، سیروس و کریمیان، انور (۱۳۸۸) و ساندرز (۲۰۰۰) و نظریه‌های بوردیو، جنکینز و صاحب‌نظران توسعه همخوانی دارد.

منابع

- ۱- افروغ، عماد. (۱۳۷۸). خرده فرهنگ‌ها، مشارکت و وفاق اجتماعی. مجموعه مقالات وفاق اجتماعی و فرهنگ عمومی. تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۲- آلبرو، مارتین. (۱۳۸۰). مقدمات جامعه‌شناسی. ترجمه منوچه صبوری، تهران نشر نی.

- ۳- پاتنام، روبرت. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی. ترجمه: محمدتقی دلفروز. تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور، چاپ اول.
- ۴- پیوزی، مایکل (۱۳۸۵). یورگن هابرماس. ترجمه احمد تدین. تهران: انتشارات هرمس.
- ۵- تاجبخش، کیان. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی (اعتماد، دموکراسی و توسعه). ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران. نشر شیرازه.
- ۶- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴) انسان مدرن و معمای هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ششم. شماره ۱.
- ۷- رزازی فر، افسر. (۱۳۷۹). الگوی جامعه شناختی هویت ملی در ایران. فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵.
- ۸- جوادی یگانه، محمدرضا و عزیزی، جلیل. (۱۳۸۷). هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز.
- ۹- حیدرآبادی، ابوالقاسم. (۱۳۸۹). اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی-فرهنگی موثر بر آن (مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران). جامعه شناسی مطالعات جوانان. دوره ۱، شماره ۱. تابستان.
- ۱۰- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۰). درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیهان.
- ۱۱- سروش، مریم و افراسیابی، حسین. (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی، هویت و مشارکت اجتماعی جوانان شیراز. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵، پاییز و زمستان، صص ۱۵۵ - ۱۲۳.
- ۱۲- سلمانی، محمد و تقی پور، فریده و رمضان زاده، مهدی و جلیلی پروانه، زهرا. (۱۳۸۹). بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در توسعه روستایی. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر. سال چهارم. شماره ۱۱.
- ۱۳- شادی طلب، ژاله و حجتی کرمانی، فرشته. (۱۳۸۷). فقر و سرمایه اجتماعی در جامعه روستایی. فصلنامه رفاه اجتماعی. سال هفتم. شماره ۲۸.

- ۱۴- شریفی، اسماعیل و کاکاوندی، اکرم. (۱۳۸۹). رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۴، بهار و تابستان، ۵۰-۲۵.
- ۱۵- شریفیان ثانی، مریم. (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چهارچوب نظری. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۲. ۱۶-۵.
- ۱۶- عبد الرحمانی، رضا، (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی. مجله رشد علوم اجتماعی، ویژه نامه سرمایه اجتماعی. دوره نهم، شماره ۲.
- ۱۷- علیخانی، علی اکبر. (۱۳۸۶). هویت فرهنگی ایرانیان و عقب ماندگی، یک بررسی علی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی، فرهنگ و مطالعات جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات دانشگاهی.
- ۱۸- فرزانه، سیف الله و رضانی، علی. (۱۳۹۱). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه شهری مطالعه موردی: قائمشهر. فصلنامه جامعه شناسی مطالعات جوانان. سال سوم، شماره ۶، تابستان.
- ۱۹- قادرزاده، امید. (۱۳۸۸). هویت غالب کردها در کشورهای ایران و عراق، رساله دکتری جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۲۰- قادرزاده، امید و معیدفر، سعید. (۱۳۸۹). گونه‌ها و سطوح سرمایه اجتماعی در اجتماعات قومی (مطالعه موردی مناطق کردنشین)، مجله انسان شناسی، شماره ۱۲، ۲۱-۲۲.
- ۲۱- کلمن، جیمز، (۱۳۸۶). بنیادهای نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- ۲۲- گل محمدی، احمد، (۱۳۸۰). جهانی شدن و بحران هویت. فصلنامه ملی سال سوم، شماره ۱۰ (صفحه ۱۴-۲۰).
- ۲۳- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵) تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی.
- ۲۴- ماجدی، سید مسعود و لهسایی زاده عبدالعلی. (۱۳۸۵). «بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه ای، سرمایه اجتماعی و رضایت از کیفیت زندگی». فصلنامه روستا و توسعه. سال نهم. شماره ۴.

- ۲۵- محسنی تبریزی، علیرضا و آقا حسینی، مریم. (۱۳۸۹). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه شهری؛ مورد پژوهی: شهر محلات. مدیریت شهری، شماره ۲۶، پاییز و زمستان.
- ۲۶- محسنی تبریزی. علیرضا. (۱۳۷۵). بیگانگی مانعی برای مشارکت و توسعه ملی. بررسی رابطه میان بیگانگی و مشارکت سیاسی-اجتماعی. نامه پژوهش. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. شماره ۱. مرکز پژوهش‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۲۷- وحید، فریدون و صمد کلانتری و ابوالقاسم فاتحی (۱۳۸۳). رابطه سرمایه اجتماعی با هویت اجتماعی دانشجویان: مطالعه موردی یازده دانشگاه دولتی شهر تهران. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره ۲، سال ۱۳۸۳، صص ۹۲-۵۹.
- ۲۸- یوسفوند، حسن رضا و درستی، امیرعلی و حمیدیان، اکرم. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد و سرمایه اجتماعی در دو شهر شهرضا و اصفهان، مجموعه مقالات همایش منطق‌های سرمایه اجتماعی، چالشها و راه کارها، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان
- 29- Amber, Haque. (2009) Preserving Cultural Identity in the 21st Century: Challenges to the Emirati Youth, Department of Psychology, UAE University.
- 30- Belliveau, M. A.; O'Reilly, C. A. III; and Wade, J. B. (1996), "Social capital at the top: effects of social similarity and status on CEO compensation". *Academy of Management Journal*, 39: 1568-1593.
- 31- Bourdieu, P. (1995). *The field of cultural production*, Cambridge: Polity Press.
- 32- Bourdieu, P. (1980), *Le capital social: notes provisoires*; Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 3, 2-3.
- 33- Bourdieu, P. (1989), *Social space and symbolic power*. *Sociological theory*. 7 (1). 14 - 25.
- 34- Brehm, John and Rahn, W. (1997), "Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital". *American Journal of Political Science*, 41: 999-1023 .
- 35- Collier, Paul (1998), *Social capital and poverty*. World Bank.
- 36- Dinesh, Bhugra et al. (1999) *Cultural Identity and Its Measurement: A Questionnaire for Asians*, *International Review of Psychiatry*, 11, 2/3.
- 37- Field, J. (2003), *Social capital*. London: Routledge.
- 38- Grix, J. (2001), "Social capital as a concept in the social sciences: The current state of the debate". *Democratization*, Vol.8, No.3, pp189-210.

- 39- Kupper. Adam and F.Jessice Kupper, (1996); Social science Encyclopedia 2 and Edition 1996. Rutledge London.
- 40- Sanders, jimmy. M. (2000). Ethnic boundaries and identity in plural societies. *Annu Rev. social*, 28.
- 41- Portes, A. (1998), "Social capital: Its origins and application in the modern sociology". *Annual Review of Sociology*. 24: pp 1-24.
- 42- Portes, A. (1998), "Social capital: Its origins and application in the modern sociology". *Annual Review of Sociology*. 24: pp 1-24.
- 43- Putnam, R.D, (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*; New York: Simon & Schuster.
- 44- Smith, Anthony. (1993). *National Identity*, University of Nevada Press. U.S.A.
- 45- Volf, Miroslav (1996) *Exclusion and Embrace: A Theological Exploration of Identity, Otherness, and Reconciliation*, Abingdon Press.
- 46- Wall, A.; Ferrazzi, G. and Schyer, F. (1998), "Getting the goods on social capital". *Rural Sociology*. 63, 2: pp 300-322.
- 47- Woolcock, Michael. (2001). "The place of social capital in understanding social and economic outcome". *Canadian journal of policy researches*.
- 48- Wynn. Johanna and white, Rob (1997); *Rethinking youth*, first pub, London, sage pub.

