

بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت‌پذیری (مطالعه موردی در بین دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی پسرانه شهرستان بوکان در سال تحصیلی ۹۰-۸۹)

دکتر سیروس فخرایی<sup>۱</sup>

انور کریمیان<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از انجام این تحقیق سنجش تجربی مفاهیم سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی، رابطه ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی بانحوه تعریف افراد از خویشان می‌باشد و همبستگی سرمایه فرهنگی را با هویت‌های مختلف اجتماعی بررسی می‌کند. این مطالعه به صورت پیمایشی در بین ۲۵۰ نفر از دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی شهرستان بوکان انجام شده است. بر اساس دیدگاه پیر بوردیو سرمایه فرهنگی دارای سه بعد است: بعد ذهنی، بعد عینی و بعد نهادی. وجه دیگر این تحقیق سنجش هویت اجتماعی دانش‌آموزان پیش-دانشگاهی است که شامل هویت‌های قومی، ملی، دینی و جهانی می‌باشد. 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

۱- دانشگاه پیام نور گروه علوم اجتماعی تهران ۱۹۳۹۵۴۶۹۷ ج. ۱. ایران.

۲- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.

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 هیچ گونه رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

**واژگان کلیدی:** سرمایه فرهنگی، هویت اجتماعی، دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی، بازتولید فرهنگی.

### مقدمه

در کنار سرمایه اقتصادی به عنوان مالکیت ثروت‌های مادی یا مالی که عنصر مهمی در روابط اجتماعی به خاطر تقابل بالقوه فقرا و ثروتمندان است، انواع دیگری از سرمایه وجود دارند که نقشی به همان اندازه مهم در پویایی اجتماعی بازی می‌کنند. بورديو همراه با سرمایه اقتصادی انواع دیگری از سرمایه را مشخص می‌کند که نقش مهمی در شکل‌گیری طبقات، گروه‌های اجتماعی و بازتولید اجتماعی دارد. از جمله این سرمایه‌ها، سرمایه فرهنگی است. سرمایه فرهنگی همانا مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین است که از یک سو به معلومات کسب شده برمی‌گردد و از سوی دیگر به صورت‌های موفقیت‌های مادی. این سرمایه به حالت عینیت یافته، میراث فرهنگی به شکل اموال (تابلوها، کتاب‌ها، واژه‌نامه‌ها و ...) جلوه می‌کند و نیز می‌تواند به حالت نهادینه شده در جامعه به صورت عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات ورودی و غیره که به استعدادهای فرد عینیت می‌بخشد ظاهر می‌شود. سرمایه فرهنگی بدون کوشش شخصی کسب نمی‌شود و مستلزم کار طولانی، مداوم و پیگیری یادگیری و فرهنگ-پذیری است. سرمایه فرهنگی داشتنی است که بودن شده است، ملکی است که درونی شده است و خصلت فرد شده است. سرمایه فرهنگی با سرمایه اقتصادی به شکل تنگاتنگی گره خورده است (شویره و فوتن، ۱۳۸۵: ۹۷-۹۶).

وجه دیگر این تحقیق، سنجش هویت اجتماعی است. هویت اجتماعی به ساده‌ترین بیان تعریفی است که افراد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویش‌شان دارند.

تمام ویژگی‌ها و رفتارهایی که تمایزی میان ما و آنها می‌گذارند، مؤلفه‌های هویت اجتماعی به شمار می‌روند، مثل زبان، دین، قوم، آداب و رسوم، سرزمین، تاریخ و فرهنگ، طبقه اجتماعی، عضویت فرقه‌ای و گروهی. مفهوم هویت اجتماعی دال بر وجود مجموعه رفتارهای سازمان یافته گروهی است که به لحاظ اجتماعی به صورت یکسان و مشابه انجام می‌گیرند و شناسایی هویت اجتماعی تلاشی برای تحلیل الگوهای تکرارپذیری کنش‌ها و نگرش‌های گروهی است.

سخن گفتن از خصوصیات اجتماع، عقاید، ارزش‌ها، رفتارها و نگرش‌های متمایز گروه‌های اجتماعی به معنای سخن گفتن از هویت اجتماعی است. از این منظر می‌توان هویت اجتماعی را نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرایند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روانشناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. در واقع، هویت معطوف است به بازشناسی مرز میان خودی و بیگانه که عمدتاً از طریق همسخنی‌های اجتماعی و انفکاک درون گروه از برون گروه‌ها ممکن می‌شود.

### بیان مسأله و ضرورت بررسی آن

یکی از متغیرهای این تحقیق هویت‌پذیری دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی است که از طریق دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد که معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. هویت همواره گشوده و مستعد باز تعریف است. هویت حصار نمی‌شناسد، با ایستایی و ماندگاری بیگانه است. نوجوانی دوره انتقال از کودکی به بزرگسالی تعریف می‌شود و دوره جوانی دوره انسجام هویت و مدخل زندگی بزرگسالی است. در این دوره است که فرد به کمال رشد بدنی خود رسیده توانایی‌های شناختی و زبانی و رشد اجتماعی او از کیفیت بالایی برخوردار است و تغییرات روانی مربوط به انسجام هویت وی نیز بسیار برجسته و شوق‌آفرین است. ورود به زندگی اجتماعی - اقتصادی و سازگاری و نقش‌آفرینی فرهنگی نیز در این سال‌ها رخ می‌دهد.

انسجام هویت و رشد فکری دوره نوجوانی و انعطاف‌پذیری افکار باعث می‌شود که شخص بتواند در کناری قرار بگیرد و به صورتی بی‌طرفانه به خود به عنوان یک شخص بنگرد. در این صورت او خواهد توانست خویشتن را به عنوان یکی از ابنا بشر، به عنوان فردی در میان افراد دیگر، به عنوان یک فرد اندیشمند و به عنوان فرد صمیمی در اجرای نقش‌های مختلفی که بر عهده می‌گیرد، در نظر داشته باشد.

باتوجه به این که دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در آستانه ورود به دوره جوانی می‌باشند و دوران بلوغ را طی کرده‌اند، بررسی مسأله شکل‌گیری هویت و عوامل مؤثر در شکل‌گیری هویت ضروری به نظر می‌رسد.

سرمایه در معنای عام آن تلاش برای تسخیر گذشته در زمان حال است، به تعبیر پیر بوردیو اگر در صدد فهم جهان هستیم باید ایده سرمایه و انباشت آن، هم چنین تاثیرات آن را مجدداً به جهان اجتماعی معرفی کنیم. به اعتقاد بوردیو سرمایه می‌تواند دارای اشکال مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد. یعنی این امکان وجود دارد که موقعیت افراد و خانواده را از لحاظ سرمایه فرهنگی آن‌ها مورد بررسی قرار دهیم. سرمایه آن گونه که بوردیو توصیف کرده است بیانگر سرمایه‌گذاری طبقه مسلط در بازتولید مجموعه‌ای از نمادها و معانی است که توسط طبقه تحت سلطه غلط درک و درونی شده است و آن را به مثابه نمادها و معانی طبقه خود پذیرفته‌اند. در این جا سرمایه‌گذاری در کنش‌های آموزشی فرایند بازتولید، هم‌چون تعلیم و تربیت و آموزش قرار دارد که با هدف تلفیق توده‌ها (طبقه‌ی تحت سلطه) به عنوان عاملان اجتماعی، می‌توانند سرمایه‌گذاری کنند و این معانی و نمادها را به دست آورند. بدین ترتیب تصویر ساختار اجتماعی از مبارزه دوگانه آشتی‌ناپذیر به تصویر گفتمان‌های لایه‌بندی شده تغییر می‌یابد. از طرف دیگر به چگونگی سرمایه‌گذاری عاملان به عنوان کنشگرانی که برای کسب ارزش افزوده کارشان سرمایه‌گذاری می‌کنند، پرداخته می‌شود و کنش به عنوان مؤلفه‌های مهم در نظریه‌های جدید سرمایه‌تلقی می‌شود (lin, 1999: 1-5).

با قبول فرضیه بوردیو مبتنی بر تاثیر سرمایه فرهنگی بر هویت، تحقیق حاضر در جستجوی آن است که به بررسی پیوند و همبستگی سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی بپردازد. بنابر این مسأله اصلی در تحقیق زیر این است که آیا بین سرمایه فرهنگی و هویت‌پذیری دانش‌آموزان همبستگی وجود دارد یا نه؟

به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی خود شاخصی از توسعه‌ی فرهنگی می‌باشد. با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه و برآوردی از رشد آن در اختیار داشته باشند و چگونگی تحولات آن را بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. عاملان اجتماعی در بعد اول بر اساس میزان کلی سرمایه‌ای که شکل-های متفاوت آن دارا هستند و در بعد دوم بر اساس ساختار سرمایه‌شان یعنی بر اساس وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه اقتصادی و فرهنگی که به صورت جداگانه دارا هستند، توزیع می‌شوند. مسأله مورد نظر از آن جهت حائز اهمیت است که نابرابری شدید در توزیع سرمایه فرهنگی می‌تواند پیامدهای نامطلوب ذیل را برای جامعه به دنبال داشته باشد؛ محرومیت اکثر اعضای جامعه در دسترسی به منابع معرفتی، محدود شدن امکان بسط خردگرایی تعمیم یافته در عرصه‌های مختلف زندگی، نزول سطح مشارکت همگانی مؤثر در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، محدودیت در گردش اطلاعات و جذب دانش‌های نوین و کاهش ارزش تغییر در جامعه. در چنین شرایطی تغییر‌پذیری در جامعه کاهش می‌یابد و تغییرات اجتماعی کند و ناعقلانی می‌شود و اکثریت افراد جامعه نقش پیرو را بازی می‌کنند. این فرض رایج و محتمل است که خانواده و ویژگی‌های مورد نیاز مدرسه را فراهم و تقویت می‌کند و نظام مدرسه این منابع نمادی برخاسته از نهاد خانواده را کامل می‌سازد. سرمایه فرهنگی نوعی تفکر در فرایند آماده سازی تقویت توسعه و گسترش این منابع محسوب می‌شود.

### اهداف تحقیق

هدف اصلی: هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت‌پذیری دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی می‌باشد.

### اهداف جزئی تحقیق

- ۱- تعیین رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت قومی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی.
- ۲- تعیین رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی.
- ۳- تعیین رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی.
- ۴- تعیین رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت دینی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی.

### پیشینه پژوهش

تحقیق «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان شهر تهران» که توسط محمود شارع‌پور و غلام رضا خوش‌فرانجام شده است. تحقیق مذکور از نوع پیمایشی است. برای سنجش هویت اجتماعی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. واحد تحلیل عبارت است از فرد، گروه، طبقه. لذا واحد تحلیل، جوانان شهر تهران می‌باشند. بدین ترتیب واحد تحلیل خرد است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه جوانان ساکن شهر تهران با دامنه سنی ۱۵-۲۴ سال تشکیل می‌دهند. تعداد نمونه‌های تحقیق ۴۳۷ نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده است. شارع‌پور با سنجش مفاهیم تجربی سرمایه فرهنگی رابطه ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی را با نحوه تعریف افراد از خویشتن بررسی کرده است. نتایج حاصل از بررسی حاکی از این است که بین سرمایه فرهنگی و برجستگی هویت فردی و هویت خانوادگی و هویت ملی رابطه‌ای مستقیم وجود دارد، البته در این میان رابطه از آن هویت ملی با سرمایه فرهنگی است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد سرمایه فرهنگی نهادی شده بیشترین رابطه را با هویت دارد. یعنی هرچه سطح مدارک و مدارج علمی و فرهنگی فرد بالاتر می‌رود، برجستگی هویت فردی نیز بیشتر می‌شود. ولی در مقابل بعد عینی و ذهنی سرمایه فرهنگی بیشترین رابطه را با هویت ملی دارد. فرضیه‌های اصلی پژوهش شارع‌پور عبارتند از:

الف) بین سرمایه فرهنگی و برجستگی هویت فردی رابطه وجود دارد.

ب) بین سرمایه فرهنگی و برجستگی هویت خانوادگی رابطه وجود دارد.

ج) بین سرمایه فرهنگی و برجستگی هویت مذهبی رابطه وجود دارد.

د) بین سرمایه فرهنگی و برجستگی هویت ملی رابطه وجود دارد.

«مصرف کالاهای فرهنگی و سرمایه فرهنگی» این تحقیق توسط پیر اسکاندیزو در سال ۲۰۰۴ انجام شده است. وی بیان می‌کند این که مصرف کالاهای فرهنگی (رفتن به تئاتر و اپراها، موسیقی، درام و دیدار از موزه‌ها و ...) تاثیر عمیقی بر روی جامعه دارد، یک فرضیه اثبات شده است. مصرف کالاهای فرهنگی به یک نوع هویت برای افراد منجر می‌شود که در نوع خودش جدید است و آمار جرم و جنایت را پایین آورده است و افراد را به خود مشغول کرده است. ایشان به این نتیجه رسیده است که مصرف کالاهای فرهنگی علاوه بر این که برای افراد خوشایند است، یک نوع کسب هویت هم برای افراد است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد با مصرف کردن این کالاهای فرهنگی که فعالیتی بازتابی و بازاندیشانه هستند یک هویت جدید را برای افراد به وجود می‌آورد. مصرف کالاهای فرهنگی به عنوان شکلی از بازی اجتماعی بر قواعدی مبتنی است که بودن با دیگران را مشخص می‌کند و مصرف این گونه کالاها را در ارتباط با هویت مورد ارزیابی قرار داد. هویت‌هایی مانند قومیت، جنسیت و خانواده از طریق مصرف کالاهای فرهنگی دوباره از نو شکل می‌گیرد و بازسازی می‌شوند. به ویژه از طریق تجربه‌های خاصی که در این فضا ایجاد می‌شوند، هویت‌های جدیدی سر بر می‌آورند.

«بررسی تاثیر نابرابری اجتماعی بر توزیع سرمایه فرهنگی و نقش سرمایه فرهنگی در بازتولید اجتماعی» این تحقیق توسط عادل ابراهیمی لو انجام شده است. در این تحقیق سه فرضیه وجود داشته که عبارتند از: (۱) وجود نابرابری اجتماعی در جامعه سبب می‌شود که افراد دسترسی یکسانی به ابعاد و عناصر سرمایه فرهنگی نداشته باشند. (۲) اگر تمام افراد جامعه به سرمایه فرهنگی دسترسی یکسانی نداشته باشند، احتمالاً افراد طبقات بالا از طریق دسترسی به سرمایه فرهنگی، طبقه اجتماعی خود را بازتولید

می‌کنند. ۳) نابرابری اجتماعی در جامعه سبب می‌شود تا باز تولید طبقه اجتماعی صورت گیرد. در این تحقیق سرمایه فرهنگی با شاخص‌های: عضویت در کتابخانه، میزان تحصیلات پدر و مادر و خود افراد، محل تحصیل، نوع موسیقی که افراد گوش می‌دهند، کلاس‌های زبان خارجی، نوع ورزش و اوقات فراغت خانواده سنجیده شده است. داده‌های این تحقیق نشان می‌دهند هرچه نسل اول از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردار باشند، نسل دوم (فرزندان آنها) از موقعیت اجتماعی بالاتری برخوردار خواهند بود. هرچه نسل اول از طبقه اجتماعی بالاتر باشد برای نسل دوم (فرزندان خانواده) سرمایه فرهنگی بیشتری پرداخت می‌شود.

### مبانی نظری تحقیق

#### سرمایه فرهنگی

بورديو اصطلاح فضای اجتماعی را به جای طبقه می‌نشانند و مقصود از آن توزیع چند بعدی صور مؤثر قدرت یا سرمایه اعم از فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی می‌باشد که زیربنای موقعیت‌های اجتماعی است. سخن گفتن از فضای اجتماعی به این معنا است که بدون توجه به تفاوت‌های بنیادی، به خصوص تفاوت‌های فرهنگی، نمی‌توان هیچ‌کس را با کس دیگری در یک گروه جای داد. اما این هرگز امکان سازماندهی به عوامل دیگر را بر اساس اصول تقسیم‌بندی منتفی نمی‌کند (Bourdieu, 1984: 9).

از آن‌جا که فضای اجتماعی در عین حال میدان نیروهای واقعی و میدان مبارزه بر سر معیارهای شکل‌گیری گروه‌هاست، ماهیت و ترکیب طبقات متوسط را نمی‌توان مستقیماً از نقش‌های واقع‌گرایانه‌ی ساختار طبقاتی استنتاج کرد (اباذری و دیگری، ۱۳۸۱: ۲۰).

میدان، عرصه اجتماعی است که مبارزه‌ها یا تکاپوها بر سر منابع و منافع معین و دسترسی به آن‌ها صورت می‌گیرد. میدان نظام ساخت یافته موقعیت‌هایی است که توسط افراد یا نهادها اشغال می‌شود، که ماهیت آن تعریف‌کننده وضعیت برای دارندگان این موقعیت است. موقعیت‌های یک میدان با یکدیگر روابط سلسله‌متابعت یا همگونی برقرار می‌کنند که به دلیل تبدیل هریک از آن‌ها به کالاها یا سرمایه است



که در این میدان‌ها محل نزاع می‌باشند. این سرمایه‌ها و کالاها را می‌توان به چهار دسته تقسیم نمود. کار بوردیو را می‌توان مکمل کار برنشتاین تصور کرد زیرا هر دو می‌کوشند تا در آثار خود دیدگاه‌های دورکیم را به یکدیگر پیوند بزنند. به اعتقاد آن‌ها منبع نابرابری در جامعه فقط ماهیت اقتصادی ندارد، بلکه بیشتر ماهیت فرهنگی دارد. به زعم بوردیو، سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد در برابر بهره‌مندی از منابع خاصی که در صحنه حاصل می‌گردد، مؤثر واقع می‌شود (استونز، ۱۳۸۱: ۲۳۸-۲۳۷).

به طور کلی سرمایه که می‌تواند قدرت به بار آورد، می‌تواند خود را به چهار شکل بنیادی متجلی سازد:

(الف) سرمایه اقتصادی که بلا واسطه و مستقیماً به پول تبدیل می‌شود و به صورت حق مالکیت و دارایی مالی و مادی نهادی می‌گردد.

(ب) سرمایه اجتماعی که شامل تکالیف و الزامات اجتماعی و روابط اجتماعی یا پیوندهاست و می‌تواند تحت شرایط خاص به سرمایه اقتصادی تبدیل شود.

(ج) سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از کیفیات فکری است که در شرایط خاص قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و می‌تواند به صورت مدارک و مدارج تحصیلی نهادی گردد.

(د) سرمایه نمادین، سرمایه‌ایی است که مجموعه‌ی آداب و وابسته به افتخار یا حق‌شناسی است که به یک فرد یا یک گروه تعلق می‌گیرد و افراد متوجه تاثیرات آن‌ها، آن گونه که هست، نیستند (پرستیز و افتخار اجتماعی).

انواع سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو می‌تواند به سه صورت متجلی شود:

(۱) حالت تجسم یافته یا ذهنی: می‌توان اکثر ویژگی‌های سرمایه فرهنگی را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از فرد در آمده است. این همان بخش است که بوردیو آن را سرمایه فرهنگی همراه

با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد.

۲) حالت عینیت یافته: یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی باشد. سرمایه فرهنگی عینیت یافته در اشیای مادی، رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و به طور کلی در ماهیت آن قابل انتقال است. لذا کالاهای فرهنگی را هم می‌توان به صورت مادی تخصیص داد (که منجر به سرمایه اقتصادی می‌شود) و هم به صورت نمادی (که منجر به سرمایه فرهنگی می‌شود).

۳) حالت نهادی شده: این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت است.

این مدارک، نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی برقرار می‌سازد و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آن جایی که منابع مادی و نمادی مدارک تحصیلی بستگی به کمیابی آن دارد، سرمایه‌گذاری صورت گرفته (از لحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش بینی می‌شود سودمند نباشد (شارع‌پور، ۱۳۸۱: ۱۳۷-۱۳۶).

در تحقیق حاضر، سرمایه فرهنگی به عنوان متغیری مورد توجه قرار می‌گیرد که با سنجش حالت‌های سه‌گانه آن سعی می‌شود که به صورت یک شاخص ترکیبی در بیاید. این شاخص ترکیبی شامل تمایلات و گرایش‌های روانی افراد نسبت به مصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی، میزان مصرف مستقیم کالاهای فرهنگی به طور عینی و مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی افراد است.

### هویت اجتماعی

به لحاظ لغوی واژه هویت (Identity) از واژه (Identitas) مشتق شده است و در دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود.

### - همانی و یکنواختی مطلق

- تمایزی که در برگیرنده ثبات با تداوم در طول زمان (تفاوت و تعلق).

هویت پیوندی ناگسستگی با تفاوت دارد و تفاوت‌ها همیشه دربرگیرنده قدرت هستند که توسط جوامع، حکومت‌ها و نمادها ساخته و توسط آن‌ها حفظ و تقویت می‌شوند. پس هر جا تفاوت باشد قدرت وجود دارد و کسی که دارای قدرت است درباره معنای تفاوت تصمیم می‌گیرد. از آن جا که مرز تفاوت و هویت بسترناپذیر و سیال هستند، تلاش قدرت برای متصل کردن با موفقیت همراه نیست. تفاوت و هویت همیشه امکان پتانسیلی برای امتناع و مقاومت عرضه می‌کند و قدرت‌های مخالف با توسل برچنین امکانی، افشای ساختگی تصادفی و نفوذناپذیر بودن تفاوت و هویت ایجاد شده را در دستور کار خود قرار می‌دهد.

پس مرز تفاوت و هویت همواره محل نزاع هژمونی‌ها و قدرت‌های رقیب است. بر خلاف دوره ما قبل مدرن که انسان به واسطه سنت‌ها و ساختار هویت می‌یافت، انسان مدرن مستقل از تعلق‌های فرهنگی تعریف می‌شود. انسان مورد نظر دکارت سوژه‌ای عاقل و آگاه بود.

### ریچارد جنکینز

به نظر جنکینز شرط حیات اجتماعی هویت است اما هویت فردی نیز که در خویشتن تجسم یافته، به طور کلی در جامعه ساخته می‌شود؛ یعنی در فرایند اجتماعی شدن اولیه و فرایندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آن‌ها افراد در طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و باز تعریف 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 تعریف‌های درونی و بیرونی است. اما خودآگاهی یا شناخت، زمانی حاصل می‌شود که فرد خود را در جای دیگری تعمیم یافته اجتماعی بگذارد. به بیان جنکینز ماندگارترین مضمون در نظریه اجتماعی، تلاش در پل زدن بر شکاف تحلیلی

میان فرد و جامعه (ساختار و کنش) است و هویت اجتماعی به چند دلیل مفهومی راهبردی در جهت رفع این شکاف است. به نظر ریچار 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 بیرونی می‌داند.

جنکینز با طرح مفاهیم و مقولاتی چون در برگیرندگی و تفاوت و رده‌بندی و مقاومت تلاش می‌کند الگوی واحد خویش را به روندهای هویت‌یابی در گروه‌های اجتماعی و رده‌بندی‌های گوناگون و جماعت‌های محلی و قومی تعمیم دهد تا روشن سازد که هم‌هنگامی که افراد بدون مقاومت، رده‌بندی‌های ازپیش تعیین شده اجتماعی را می‌پذیرند و تلاش می‌کنند تا خود را با آن هماهنگ سازند و هم‌هنگامی که سعی در شکستن این چارچوب‌ها و ایجاد رده‌بندی‌ها و گروه‌بندی‌های جدید و کسب هویت‌های نوین دارند، در حیطه‌ای قرار دارند که وجوه درونی و بیرونی هویت، هم چون دوسویه یک واقعیت عمل می‌کند. واقعیتی که در آن واحد هم هویت فردی و هم هویت اجتماعی را تعیین می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۳: ۶۵-۵۱).

### دکلاس کلنر

کلنر در مقاله خود با عنوان «فرهنگ عامه‌پسند و ساخت هویت‌های پست مدرن» از سه مرحله در هویت نام برد:

۱- هویت پیشامدرن: این هویت در جوامع ما قبل مدرن ماهیت اجتماعی دارد، اما شک یا تعارض بر آن تأثیر نمی‌گذارد. هویت شخصی پایدار است زیرا اسطوره‌های کهن و نظام‌های ازپیش تعریف شده نقش آن‌ها را حفاظت و تعریف می‌کند، شما بخشی از یک نظام خویشاوندی کهن هستید. اندیشه‌ها و رفتار شما در چارچوب یک جهان‌بینی محدود، محصور شد و مسیر زندگی‌تان برای شما مشخص شده است (کلنر، ۱۳۸۴: ۱۶۱-۱۶۰).

طبیعت آدمی به گفته مارتین هایدگر تصویری بود که از چشم خداوند یا خدایان دیده می‌شد و هویت او محصول کارکرد یک نظام مقتدر و ازپیش تعیین شده باورهای

دینی و آیین اسطوره‌ای بود. انسان در نظامی نمادین جای داشت که هم شناخته شده و هم روشنگر و گشاینده امکانات بود. شخص به عنوان عضو یک کلان، یک قبیله، یک نظام خاص خویشاوندی و تعلق و گستره‌ای از زندگی، یعنی در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی کاملاً مشخص و تثبیت شده به دنیا می‌آمد و به ندرت می‌توانست از سرنوشت محتوم خود بگریزد و برای خودجایی تازه دست و پا کند. در جامعه پیشامدرن هویت مسأله نبود. افراد به گونه‌ای رادیکال هویت خود را عوض نمی‌کردند و بحران هویت معنا نداشت: آدمی یا شکارچی بود یا عضو قبیله‌ای، همین و بس (احمدی، ۱۳۸۵: ۳۹).

۲- هویت مدرن: در دوره مدرن که با عصر روشنگری آغاز می‌شود فهم هویت برای اولین بار دچار بحران می‌شود. هویت شخصی هم‌چون فرهنگ‌های پیشامدرن هم-چنان بر اساس روابط شخصی با دیگران باقی می‌ماند. این هویت تا حدی ثبات خود را حفظ می‌کند اما گرایش‌ها و تأثیراتش شروع به تکثیر می‌کنند. در جوامع ما قبل مدرن دقیقاً می‌دانستند موقعیت‌شان در طایفه کجاست، ولی در جوامع مدرن مجموعه وسیعی از نقش‌های اجتماعی به شما واگذار می‌شود. کلنر می‌گوید: «یکی مادر است یکی پسر، یکی استاد دانشگاه، یکی اسکاتلندی، یکی جامعه‌شناسی، یکی کاتولیک و یکی همجنس‌باز است یا ممکن است ترکیبی از این نقش‌های اجتماعی داشته باشید». در نتیجه به جای این که با هویت‌تان به دنیا آمده باشید کم‌کم می‌توانید آن را انتخاب کنید. به تدریج نگران می‌شوید که شاید هویت‌تان ناپایدار یا شکننده و غلط است. همه این‌ها بخشی از شکل خاص و مدرن هویت است. در مدرنیته این باور وجود دارد که کنار گذاشتن قید و بندها نخست پیشروی به سوی رهایی انسان را سرعت می‌بخشد، اما ارج گذاشتن به حال و آینده و باطل دانستن گذشته‌ای که مبنای خود و فعالیت شخص به حساب می‌آید افراد را مجبور می‌کند طبیعت هویت‌شان را زیر سوال ببرند. خلاصه این که هویت موضوعیت می‌یابد و مسأله می‌شود (کلن، ۱۳۸۴: ۱۹۷-۱۹۸).

۳- هویت‌های پست مدرن: زندگی اجتماعی در قیاس با دوره مدرنیته سریع‌تر و پیچیده‌تر و مقتضیات آن بیشتر و بیشتر می‌شود. هویت‌های محتمل بیشتری در برابر چشمان ما به نمایش گذاشته می‌شوند و ما هم‌چنان که در جامعه رفته رفته چند باره می‌شود، باید نقش‌های زیادی را که سریعاً در حال گسترش هستند بپذیریم (همان: ۱۶۲).

به نظر کلنر شرایط اجتماعی خاص باعث تشدید توجه به سبک و ظاهر می‌شود و به این نکته پرداخته است که چگونه شکل‌گیری هویت بیش از پیش با آن‌چه می‌خریم ارتباط یافته است. امروزه هویت خود را با استفاده از کالاهایی شکل می‌دهیم که نشانه فردیت (تفاوت با گروه‌های اجتماعی) و همبستگی (احساس تعلق به دیگر گروه‌های اجتماعی) به حساب می‌آیند. هجوم روزافزون نشانه‌ها و تصاویر (رسانه‌ها، نمایش‌ها، تبلیغات و غیره) به بافت زندگی روزمره باعث می‌شود رویای سبک‌های ایده‌آل زندگی را در ذهن پروانیم و با آن‌ها هم ذات‌پنداری می‌کنیم. بنابراین نمایش‌ها، مصرف کالاها، رسانه‌ها، فضاهای مجازی اینترنت انواع هویت‌های خاصی را برای افراد ایجاد می‌کنند و شیوه‌های ناپدیدار، متکثر و پراکنده ارتباط افراد را با یکدیگر ترغیب می‌کند و نشانه‌هایی که بین اعضا رد و بدل می‌شود زیر سیطره هیچ اقتدار مرکزی نیست (همان: ۱۶۳-۱۶۴).

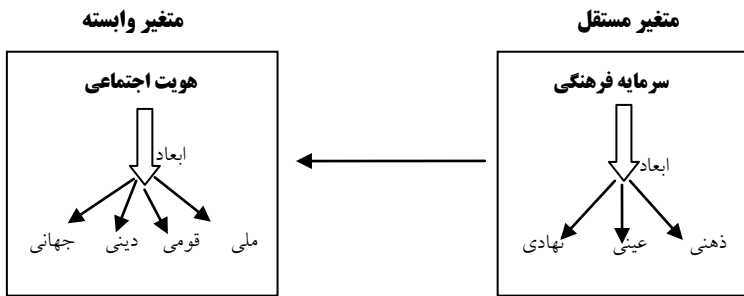
### هویت و تأثیر جهانی شدن

گیدنز می‌گوید: تغییر شکل هویت شخصی و پدیده جهانی شدن در دوران متأخر دو قطب دیالکتیکی محلی و جهانی را تشکیل می‌دهند. به عبارت روشن‌تر، حتی تغییرات وجوه بسیار خصوصی زندگی شخصی نیز مستقیماً با تماس‌های اجتماعی بسیار و وسیع و پر دامنه ارتباط دارد. اما سطح و ابعاد فاصله‌گیری‌های زمانی و فضایی در دوران تجدد کنونی به چنان حدی از گسترش رسیده است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، خود و جامعه در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل می‌پردازند. در وضع و حال تجدد کنونی عوامل مختلفی به طور مستقیم بر روابط بین هویت‌های

شخصی و نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند. تجدد نوعی پویایی عنصری به امور بشری تزریق کرده است که با تغییراتی در ساختارهای اعتماد و در روش‌های خطرپذیری همراه است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۵۶).

گیدنز توازی و همزیستی هویت‌های خرد و کلان را مطرح می‌کند. یکپارچگی جهانی منشوری سه وجهی دارد که به ویژه در بازار جهانی، قدرت‌های معینی را از ملت‌ها جدا می‌کند. از طرف دیگر یکپارچگی جهانی، معنایی ضمنی و نیرویی مخالف دارد. از این رو یکپارچگی جهانی با فشار امکانات و تحرک‌های جدیدی برای مناطق خودمختار و هویت‌های فرهنگی محلی به وجود می‌آورد. بنابراین می‌توان گفت یکپارچگی جهانی، علاوه بر وارد کردن فشار به سطح بالا، به سمت پایین نیز فشار وارد می‌کند. فشار به پایین یکپارچگی جهانی، دلیل اصلی ناسیونالیسم محلی، شکل‌های محلی هویت فرهنگی و حتی حوادثی از آن نوع که در یوگسلاوی سابق و دیگر مناطق جهان اتفاق افتاده است، می‌باشد (همان: ۳۶).

هراندازه که فرهنگ‌ها با یکدیگر برخورد می‌کنند و گفتگو میان انسان‌ها بیشتر می‌شود، مشترکات میان فرهنگ‌ها و هویت نیز افزایش می‌یابد. به بیان روشن‌تر با فشرده‌تر شدن جهان، آگاهی جهان انسان‌ها بیشتر می‌شود. و هرچه انسان‌ها نسبت به تعلق داشتن به جهان واحد بسیار بزرگ‌تر آگاه شوند، فرهنگ‌ها و هویت‌ها فراگیرتر شکل می‌گیرند. از طرف دیگر داده‌هایی حاکی از خاص‌گرایی‌های فرهنگی هم کم نیستند. امروزه بخش‌های از کره زمین در برگیرنده جنبش‌های گوناگون است که تلاش برای حفظ یا احیای عناصر هویت‌بخش خاص در منطقه یا جریان‌های جهانی به ویژه فرهنگ جهانی را می‌توان وجه مشترک آن‌ها دانست. جهانی شدن در عین حال که با نوعی همگون‌سازی فرهنگی همراه است و فرهنگ واحدی را بر جهان حاکم می‌کند، بسترها و امکان‌های فراوانی را هم برای همزیستی، تبادل، آمیزش و تعالی فرهنگی و هم‌چنین خاص‌گرایی‌های گوناگون فرهنگی آماده می‌کند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۳۳-۱۳۲).



شکل شماره (۱): مدل تحلیلی تحقیق

در مدل تحلیلی این تحقیق متغیر مستقل سرمایه فرهنگی با ابعاد سه گانه (ذهنی، عینی و نهادی) آن که از نظریات بوردیو گرفته شده، می‌باشد و متغیر وابسته هویت اجتماعی با چهار بعد (ملی، قومی، دینی و جهانی) است که از نظریات ذکر شده الهام گرفته شده است. چنان که دیده می‌شود سرمایه فرهنگی در تعیین میزان هویت در افراد تاثیر دارد.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ محتوای کاری از نوع پیمایش می‌باشد و در میان انواع پژوهش‌های پیمایشی از نوع همبستگی است. از نظر هدف تحقیق و معیار اجرایی از نوع کاربردی می‌باشد، زیرا محدود به زمان و مکان خاصی است. از نظر شیوه گردآوری داده‌ها و اطلاعات جزو روش‌های تحقیق اسنادی و میدانی می‌باشد. در این پژوهش برای اندازه‌گیری متغیرها و گردآوری اطلاعات و داده‌ها از پرسشنامه کتبی استفاده شده است.

### جامعه آماری

واحد آماری یا واحد تحلیل در این تحقیق کلیه دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی پسر شهرستان بوکان می‌باشند که در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹ مشغول به تحصیل اند. بنابراین پژوهش حاضر از لحاظ دامنه (خرد و کلان) از نوع خرد می‌باشد؛ زیرا واحد تحلیل در اینجا فرد می‌باشد.

### نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری در این پژوهش کلیه دانش‌آموزان پسر مقطع پیش‌دانشگاهی بوکان در سال تحصیلی ۹۰-۸۹ تعداد آنان ۶۹۰ نفر می‌باشند در این تحقیق حجم نمونه براساس



جدول مورگان ۲۵۰ نفر محاسبه گردید. روش نمونه گیری تحقیق نیز با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای می باشد که دانش آموزان پسر در جامعه نمونه مورد نظر به صورت تصادفی انتخاب شده اند.

### استنتاج آماری تحقیق

نتایج آماری در این تحقیق شامل دو بخش می باشد: بخش اول شامل آماره های توصیفی مربوط به متغیرها است و بخش دوم شامل آزمون فرضیه های تحقیق می باشد.

جدول شماره (۱): آماره های توصیفی متغیر سرمایه فرهنگی و

هویت اجتماعی (ملی، قومی، دینی و جهانی)

متغیرها	میانگین	میانه	نما	واریانس	انحراف معیار	دامنه	کمترین	بیشترین
هویت ملی	۳۲/۹۳	۳۳	۲۹	۵۹/۷۸	۷/۷	۴۵	۱۰	۵۵
هویت قومی	۴۸/۳۰	۵۰	۵۴	۴۷/۸۸	۶/۹۲	۴۰	۱۵	۵۵
هویت دینی	۱۷/۱۲	۱۸	۲۰	۸/۰۹	۲/۸	۱۶	۴	۲۰
هویت جهانی	۱۹/۱۵	۱۹	۱۷	۱۲/۶۱	۳/۵۵	۱۵	۱۰	۲۵
سرمایه فرهنگی	۱۶/۲۲	۱۷	۱۷	۳۱/۵۹	۵/۶۲	۳۱	۱	۳۱

جدول شماره (۲): توزیع فراوانی سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۶ تا ۱۲	۱۲	۴/۸	۴/۸
۱۲ تا ۱۶	۵۳	۲۱/۲	۲۶
۱۶ تا ۲۰	۱۶۸	۶۷/۲	۹۳/۲
۲۰ تا ۲۴	۰	۶۷/۲	۹۳/۲
۲۴ تا ۲۸	۱۶	۶/۸	۱۰۰
جمع	۲۵۰	۱۰۰	

جدول شماره (۳): توزیع فراوانی هویت ملی

هویت ملی	سطح	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۹ تا ۱۰	بسیار کم	۸	۳/۲	۳/۲
۲۸ تا ۱۹	کم	۶۵	۲۶	۲۹/۲
۳۷ تا ۲۸	متوسط	۱۱۱	۴۴/۴	۷۳/۶
۴۶ تا ۳۷	زیاد	۵۹	۲۳/۶	۹۷/۲
۵۵ تا ۴۶	بسیار زیاد	۷	۲/۸	۱۰۰
جمع		۲۵۰	۱۰۰	

جدول شماره (۴): توزیع فراوانی هویت قومی

هویت قومی	سطح	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۲۳ تا ۱۵	بسیار کم	۴	۱/۶	۱/۶
۳۱ تا ۲۳	کم	۳	۱/۲	۲/۸
۳۹ تا ۳۱	متوسط	۱۷	۶/۸	۹/۶
۴۷ تا ۳۹	زیاد	۵۵	۲۲	۳۱/۶
۵۵ تا ۴۷	بسیار زیاد	۱۷۱	۶۸/۴	۱۰۰
جمع		۲۵۰	۱۰۰	

جدول شماره (۵): توزیع فراوانی هویت دینی

هویت دینی	سطح	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۷/۲ تا ۴	بسیار کم	۲	۰/۸	۰/۸
۱۰/۴ تا ۷/۲	کم	۵	۲	۲/۸
۱۳/۶ تا ۱۰/۴	متوسط	۱۶	۶/۴	۹/۲
۱۷/۸ تا ۱۳/۶	زیاد	۷۳	۲۹/۲	۳۸/۴
۲۰ تا ۱۷/۸	بسیار زیاد	۱۵۴	۶۱/۶	۱۰۰
جمع		۲۵۰	۱۰۰	

جدول شماره (۶): توزیع فراوانی هویت جهانی

هویت جهانی	سطح	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۰ تا ۱۳	بسیار کم	۱۷	۶/۸	۶/۸
۱۳ تا ۱۶	کم	۳۷	۱۴/۸	۲۱/۶
۱۶ تا ۱۹	متوسط	۷۳	۲۹/۲	۵۰/۸
۱۹ تا ۲۲	زیاد	۷۹	۳۱/۶	۸۲/۴
۲۲ تا ۲۵	بسیار زیاد	۴۴	۱۷/۶	۱۰۰
جمع		۲۵۰	۱۰۰	

### بررسی فرضیه‌های تحقیق

در این بخش به بررسی استنباطی فرضیه‌های تحقیق می‌پردازیم و برحسب مورد نسبت به تایید یا رد آن‌ها اقدام می‌کنیم.

فرضیه اول: بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۷) ضریب رگرسیونی بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر  $I=0/536$  و دارای سطح معنی‌داری ( $P<0/001$ ) می‌باشد. چون این رقم ( $0/536$ ) مثبت است، بیانگر وجود رابطه مستقیم میان این دو متغیر می‌باشد. یعنی هرچه سرمایه فرهنگی بالاتر باشد، هویت ملی نیز افزایش می‌یابد. بنا براین فرضیه اول مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2=0/287$ ، حدود بیست و نه درصد از تغییرات هویت ملی با تغییر در سرمایه فرهنگی قابل تبیین است.

جدول شماره (۷): ضریب رگرسیونی هویت ملی برحسب سرمایه فرهنگی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی‌داری
سرمایه فرهنگی	۰/۷۳۸	۰/۰۷۴	۰/۵۶۳	۱۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
مقدار ثابت (Constant)	۲۰/۹۷۷	۱/۲۶۵	-----	۱۶/۵۷۸	۰/۰۰۱

$$R=0/536$$

$$R^2=0/287$$

$$F=100/024$$

$$\text{Sig}=0/001$$

می‌توان معادله رگرسیونی زیر را برای پیش‌بینی هویت ملی برحسب میزان سرمایه

فرهنگی تنظیم کرد:

$$\text{سرمایه فرهنگی} = ۰/۷۳۸ \times (\text{هویت ملی}) + ۲۰/۹۷۷$$

با توجه به معادله رگرسیونی فوق، می‌توان گفت در صورت کنترل متغیر سرمایه فرهنگی، نمره هویت قومی ۲۰/۹۷۷ است. هم‌چنین به ازای یک واحد افزایش در سرمایه فرهنگی، ۰/۷۳۸ واحد در هویت ملی افزایش به وجود می‌آید.

فرضیه دوم: بین سرمایه فرهنگی و هویت قومی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۸) ضریب رگرسیونی بین سرمایه فرهنگی و هویت قومی را نشان می‌دهد.

ضریب همبستگی بین این دو متغیر  $I = ۰/۳۴۲$  و دارای سطح معنی‌داری ( $P < ۰/۰۰۱$ ) می‌باشد. چون این رقم ( $۰/۳۴۲$ ) مثبت است، بیانگر وجود رابطه مستقیم میان این دو متغیر می‌باشد. یعنی هرچه سرمایه فرهنگی بالاتر باشد، هویت قومی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2 = ۰/۱۱۷$  حدود دوازده درصد از تغییرات هویت قومی با تغییر در سرمایه فرهنگی قابل تبیین است.

جدول شماره (۸): ضریب رگرسیونی هویت قومی بر حسب سرمایه فرهنگی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی‌داری
سرمایه فرهنگی	۰/۴۲۱	۰/۰۷۳	۰/۳۴۲	۵/۷۳۴	۰/۰۰۱
مقدار ثابت (Constant)	۴۱/۴۷۳	۱/۲۶	-----	۳۲/۹۰۳	۰/۰۰۱

$$R = ۰/۳۴۲$$

$$R^2 = ۰/۱۱۷$$

$$F = ۳۲/۸۸۳$$

$$\text{Sig} = ۰/۰۰۱$$

می‌توان معادله رگرسیونی زیر را برای پیش‌بینی هویت قومی بر حسب میزان سرمایه

فرهنگی تنظیم کرد:

$$\text{سرمایه فرهنگی} = ۰/۴۲۱ \times (\text{هویت قومی}) + ۴۱/۴۷۳$$

با توجه به معادله رگرسیونی فوق، می‌توان گفت در صورت کنترل متغیر سرمایه فرهنگی، نمره هویت قومی ۴۱/۴۷۳ است. هم‌چنین به ازای یک واحد افزایش در سرمایه فرهنگی، ۰/۴۲۱ واحد در هویت قومی افزایش به وجود می‌آید.

فرضیه سوم: بین سرمایه فرهنگی و هویت دینی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۹) ضریب رگرسیونی بین سرمایه فرهنگی و هویت دینی را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر  $I=0/279$  و دارای سطح معنی‌داری ( $P<0/001$ ) می‌باشد. چون این رقم ( $0/279$ ) مثبت است، بیانگر وجود رابطه مستقیم میان این دو متغیر می‌باشد. یعنی هرچه سرمایه فرهنگی بالاتر باشد، هویت دینی نیز افزایش می‌یابد. بنابراین فرضیه سوم مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین  $R^2=0/087$ ، حدود هفت درصد از تغییرات هویت دینی با تغییر در سرمایه فرهنگی قابل تبیین است.

جدول شماره (۹): ضریب رگرسیونی هویت دینی بر حسب سرمایه فرهنگی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی‌داری
سرمایه فرهنگی	0/141	0/031	0/279	4/578	0/001
مقدار	14/833	0/530	-----	28/010	0/001
	Sig=0/001	F=20/945	$R^2=0/087$	$R=0/279$	

می‌توان معادله رگرسیونی زیر را برای پیش‌بینی هویت دینی بر حسب میزان سرمایه فرهنگی تنظیم کرد:

$$\text{سرمایه فرهنگی} \times (0/141) + 14/833 = \text{هویت دینی}$$

با توجه به معادله رگرسیونی فوق، می‌توان گفت در صورت کنترل متغیر سرمایه فرهنگی، نمره هویت دینی  $14/833$  است. هم‌چنین به ازای یک واحد افزایش در سرمایه فرهنگی،  $0/141$  واحد در هویت دینی افزایش به وجود می‌آید.

فرضیه چهارم: بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد. جدول شماره (۱۰) ضریب رگرسیونی بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر  $I=-0/001$  و دارای سطح معنی‌داری ( $P<0/982$ ) می‌باشد که در سطح معنی‌داری  $0/05$  معنی‌دار نیست. بنابراین فرضیه چهارم مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته نمی‌شود. با توجه به معنی‌دار نبودن همبستگی نمی‌توان تغییرات هویت جهانی را با تغییر در سرمایه فرهنگی تبیین کرد.

جدول شماره (۱۰): ضریب رگرسیونی هویت جهانی برحسب سرمایه فرهنگی

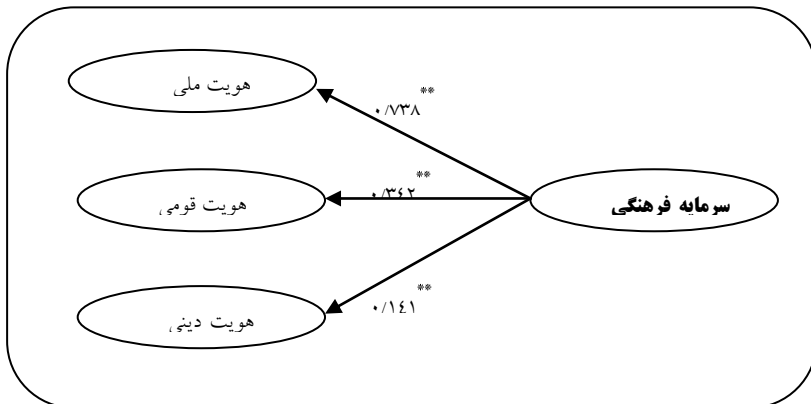
متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی‌داری
سرمایه فرهنگی	۰/۰۰۱	۰/۰۴۰	-۰/۰۰۱	-۰/۰۲۳	۰/۹۸۲
مقدار ثابت (Constant)	۱۹/۱۶۷	۰/۶۸۹	-----	۲۷/۸۳۳	۰/۰۰۱

$$R=۰/۰۰۱ \quad R^2=۰/۰۰۰ \quad F=۰/۰۰۱ \quad Sig=۰/۹۸۲$$

با توجه به معنی‌دار نبودن همبستگی و ضرایب مربوطه نمی‌توان معادله رگرسیونی را برای پیش‌بینی هویت جهانی برحسب میزان سرمایه فرهنگی تنظیم کرد.

### تحلیل مسیر

برای بررسی دقیق‌تر روابط بین متغیرها و ترسیم الگوی مسیری متغیرها، تحلیل مسیر انجام شد که حاصل آن الگوی زیر است.



شکل شماره (۱): تحلیل مسیر متغیرهای تحقیق

در تحلیل مسیر فوق سرمایه فرهنگی، از بین هویت‌های چهارگانه، بر هویت ملی ضریب بالاتری (۰/۱۷۳۸) را نشان داده است که در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ معنی‌دار است. در مرتبه دوم سرمایه فرهنگی بر هویت قومی اثرگذار است (۰/۳۴۲) که در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ معنی‌دار است. هم‌چنین در مرتبه سوم، سرمایه فرهنگی بر هویت قومی اثرگذار است (۰/۱۴۱) که آن هم در سطح معنی‌داری ۰/۰۱ معنی‌دار می‌باشد.

### بحث و نتیجه‌گیری

- این تحقیق حکایت از آن دارد که هرچه سرمایه فرهنگی افزایش یابد، برجستگی هویت اجتماعی نیز بیشتر می‌شود.
- 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 هیچ گونه رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

### محدودیت‌های تحقیق

- ۱- محدودیت در تکمیل پرسشنامه‌ها از سوی آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی به بهانه دامن زدن به مسائل قومی.
- ۲- سلیقه‌ای عمل کردن در مورد تعیین ملاک‌های سنجش سرمایه فرهنگی و عدم معیار ثابت که خود ناشی از وجود فرهنگ‌های متفاوت می‌باشد.

### منابع

- احمدی، ب. (۱۳۸۵). معمای مدرنیته. تهران: نشر مرکز.
- اباذری، ی و چاوشیان، ح. (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه-شناسی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- ابراهیمی‌لو، ع. (۱۳۸۲). بررسی تاثیر نابرابری اجتماعی بر توزیع سرمایه فرهنگی و نقش سرمایه فرهنگی در باز تولید طبقه اجتماعی. فرهنگ و پژوهش، شماره ۱۲۵.

- استونز، ر. (۱۳۸۱). **متفکران جامعه‌شناسی**. مترجم: م، میردامادی. تهران: نشر مرکز.
- جنکینز، ر. (۱۳۸۳). **دیالکتیک هویت**. مترجم: م، رفعت‌جاه. کتاب ماه علوم اجتماعی، تهران، سال هفتم.
- شروع‌پور، م و خوش‌فر، غ، ر. (۱۳۸۱). **رابطه سرمایه فرهنگی با هویت جوانان شهر تهران**. نامه علوم اجتماعی، تهران، شماره ۲۰، پاییز.
- شویره، کک و فونتن، ا. (۱۳۸۵). **واژگان بوردیو**. تهران: نشرنی.
- گلن، و. (۱۳۸۴). **پست مدرنیسم**. مترجم: ق، فخر رنجبری و دیگری. تهران: نشر ماهی.
- گل محمدی، ا. (۱۳۸۱). **جهانی شدن، فرهنگ، هویت**. تهران: نشرنی.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۸). **تجدد و تشخص**. مترجم: ن، موفقیان. تهران: نشرنی.
- Bourdieu, P. (1984). **Distinction, A Social Critique of the judgments of Taste**, London: R.K.P.
- Lin, N. (1999). **Building a Network Theory of Social Capital**, in, Nam Lin Katern Cook and Ronald S, Burt, **Social Capital: Theory and Research**, New York: Adine de Gruyter.