

بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی در بین دانشجویان تبریز

میکائیل حسینزاده *

E-mail: mikahoseinzadeh@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۷/۱۱/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۷/۱۶

چکیده

این مطالعه در صدد بررسی رابطه ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه‌های تبریز است. بر اساس دیدگاه پی‌یر بوردیو^۱ سرمایه فرهنگی دارای سه بُعد ذهنی، عینی و نهادی است. وجه دیگر این پژوهش هویت است که به دو نوع هویت جمعی و فردی تقسیم شده است. از چشم‌انداز دیالکتیک تاریخی، هویت‌ها همواره ناخالص، مرکب، ناتمام، سیال، گذرا و در حال بازسازی هستند و به وسیله آن‌ها در قالب غیر تصور می‌شوند و تعیین و تشخیص می‌یابند. در پژوهش حاضر، هویت اجتماعی در دو سطح جمعی و فردی بررسی شده و رابطه آن با ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی در نظر گرفته شده است. این مطالعه به صورت پیمایشی در بین ۳۹۱ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های تبریز انجام شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین سرمایه فرهنگی و انواع هویت، همبستگی مثبت وجود دارد. بیشترین همبستگی سرمایه فرهنگی با هویت ملی، قومی، دینی و فردی است و کمترین همبستگی را با هویت جهانی دارد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه فرهنگی، هویت اجتماعی، هویت فردی، هویت جمعی.

* کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز

مقدمه

همان طور که سرمایه به معنای سرمایه اقتصادی، به عنوان مالکیت ثروت‌های مادی یا مالی، عنصر مهمی در تربیت اجتماعی و روابط اجتماعی، به دلیل تقابل بالقوه فقر و ثروتمندان است، انواع دیگری از سرمایه نیز وجود دارد که نقشی به همان اندازه مهم در پویایی اجتماعی بازی می‌کنند. بورديو همراه با سرمایه اقتصادی انواع دیگری را از سرمایه مطرح می‌کند که نقش مهمی در شکل‌گیری طبقات، گروه‌های اجتماعی و بازتولید اجتماعی دارد و واجد سویه‌های مادی است. از جمله این سرمایه‌ها، سرمایه فرهنگی است (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۳). سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین است که از یک سو به معلومات کسب‌شده برمی‌گردد که «به شکل رغبت‌های پایدار ارگانیک حالت درونی‌شده به خود می‌گیرند» و از سوی دیگر به صورت موفقیت‌های مادی، سرمایه به حالت عینیت‌یافته، میراث فرهنگی به شکل اموال جلوه می‌کند، و سرانجام، سرمایه فرهنگی می‌تواند به حالت نهادینه‌شده در جامعه، به صورت عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات ورودی و غیره که به استعدادها فرد عینیت می‌بخشد، جلوه‌گر شود. جامعه این بازشناسی را اعلام می‌دارد، آن را نهادینه می‌کند و اغلب برای آن پایگاه قائل می‌شود و جایگاه تعیین می‌کند. سرمایه فرهنگی بدون کوشش شخصی کسب نمی‌شود، بلکه از جانب عامل، کار طولانی، مداوم و پیگیری یادگیری و فرهنگ‌پذیری را می‌طلبد. سرمایه فرهنگی داشتنی است که بودن شده است، ملکی است، درونی شده و خصلت فرد شده است. سرمایه فرهنگی به شکل تنگاتنگی به سرمایه اقتصادی گره خورده است (شویره و فونتن، ۱۳۸۵: ۹۶ و ۹۷). وجه دیگر این تحقیق سنجش هویت اجتماعی است. هویت اجتماعی، به ساده‌ترین بیان، تعریفی است که افراد بر مبنای عضویت در گروه‌های اجتماعی از خویش‌داری دارند (براون، ۱۹۸۵: ۷۷۱). تمامی 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 گروهی. مفهوم هویت اجتماعی دال بر وجود مجموعه رفتارهای سازمان‌یافته چندگروهی است که از لحاظ اجتماعی به صورت یکسان و مشابه انجام می‌گیرند و شناسایی هویت‌های اجتماعی تلاشی برای تحلیل الگوهای تکرارپذیری کنش‌ها و نگرش‌های گروهی است (آزادارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۴: ۵۸). دغدغه‌های هویتی عمری به درازای تاریخ انسانی دارد. انسان تنها موجودی است که بدون داشتن درکی از کیستی و چیستی خود، نه می‌تواند کار کند و نه می‌تواند

تحول و تکامل یابد. در طی تاریخ هیچ تمدنی در انزوای مطلق به سر نبرده است. تمدن‌ها با یکدیگر تلفیق شده‌اند. حرف اساسی نظریه دیالکتیک این است: از یک سو نمی‌توانیم به استمرار مطلق معتقد باشیم، درست به این دلیل که پدیده‌ها با یکدیگر ترکیب می‌شوند، و از طرف دیگر، نمی‌توانیم به گسست مطلق تاریخی معتقد باشیم، درست به این دلیل که گذشته همیشه با ماست. حال عصاره و فشرده و خلاصه گذشته است. ما چه در زندگی فردی و چه در زندگی جمعی اسیر گذشته‌های خود هستیم. منظور این نیست که ما باید همیشه اسیر گذشته‌ها باشیم، چون گذشته‌ها به‌طور ناب و خالص به ما منتقل نمی‌شوند (بشیریه، ۱۳۸۰: ۷۷۲-۷۷۰). انسان تنها موجودی است که وجودش برای خودش مسئله است. انسان هیچ‌گاه خود را به‌صورت عین ثابتی در نمی‌یابد، بلکه دائماً از خود فراتر می‌رود. جوهر هستی انسان زمانمندی است؛ یعنی انسان خود را در حال یاد کردن گذشته و فریاد کردن آینده می‌فهمد. هویت انسان متضمن چیزی است که بوده و چیزی که خواهد بود. انسان در راهرو زمان به سر می‌برد و گرچه در جهان افکنده شده است، در انتخاب شیوه تصرف در معانی این جهان، به‌منظور فرافکندن آن‌ها در افق امکانات آینده، آزاد است (بشیریه، ۱۳۸۰: ۳۴۰ و ۳۴۱). هویت در واقع نه امری ثابت و تمام‌شده و دارای انسجام، و نه امری کاملاً سیال و چندپاره است. فرایند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنشگر اجتماعی فراهم می‌سازد که برای پرسش‌های بنیادی و معطوف به کیستی و چیستی خود پاسخی مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. هویت نه تنها فرایندی برای خودشناسی کنشگران است، بلکه معناسازی نیز به‌واسطه آن صورت می‌گیرد (یاکوبسن^۱، ۱۹۹۸: ۹). به اعتقاد بوردیو، افراد از طریق خانواده خود شایستگی‌های اجتماعی و زبان‌شناختی و نیز ویژگی‌هایی نظیر سبک و راه و روش کار را می‌آموزند. این یک فرض رایج و محتمل است که خانواده ویژگی‌های مورد نیاز نظام مدرسه را فراهم و تقویت می‌کند و نظام مدرسه این منابع نمادی برخاسته از نهاد خانواده را کامل می‌سازد. سرمایه فرهنگی نوعی تفکر در مورد فرایند آماده‌سازی، تقویت، توسعه و گسترش این منابع محسوب می‌شود.

سرمایه فرهنگی ارتباط تنگاتنگی با هویت اجتماعی دارد. تغییر و تحول هویت‌ها اغلب از عوامل موقعیتی و شرایطی ناشی می‌شود. از جمله این عوامل می‌توان به سرمایه فرهنگی یا میزان دسترسی به منابع معرفتی اشاره کرد. بحث از هویت انسان و معضلی به این عنوان، به دوره تازه‌ای از تاریخ فراموشی هستی بازمی‌گردد. در جوامع سنتی، هویت، مسئله نبود،

1. Jacobson

اما با وارد شدن به دوره مدرنیته، هویت، مسئله می‌شود (احمدی، ۱۳۸۵: ۳۹). هویت اجتماعی در ادبیات نظری متأثر از سرمایه فرهنگی دانسته شده و تحقیقات متعددی در این زمینه انجام گرفته است. این تحقیق نیز به نوعی در ادامه آن تحقیقات قرار دارد.

سؤال تحقیق

سؤال اصلی تحقیق این است که آیا بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی همبستگی وجود دارد یا نه؟ همچنین میزان رابطه سرمایه فرهنگی را با انواع هویت جمعی، به ترتیب سنجیده، میزان تأثیر ابعاد سرمایه فرهنگی را به‌طور جداگانه، با انواع هویت بررسی کنیم.

زمینه‌ها و چارچوب نظری

به‌منظور فراهم آوردن چارچوب نظری برای سنجش سرمایه فرهنگی، از نظریه بازتولید فرهنگی استفاده شده است. بر اساس این نظریه، طبقات بالای جامعه سعی می‌کنند تا تفوق و برتری خود را بر سایر طبقات جامعه، از راه‌های مختلف، از جمله از طریق متمایز کردن فرهنگی خود از سایر مردم، حفظ نمایند. بدین طریق مفهوم سرمایه فرهنگی و ابعاد سه‌گانه آن در کانون توجه این نظریه قرار دارد. بوردیو، نظریه‌پرداز مفهوم سرمایه فرهنگی، معتقد است افراد و خانواده‌ها را می‌توان از لحاظ سرمایه فرهنگی با هم مقایسه نمود (شارع‌پور، ۱۳۸۱: ۱۳۵).

سرمایه فرهنگی^۱

بوردیو اصطلاح فضای اجتماعی را به‌جای طبقه اجتماعی به کار می‌برد و مقصود از آن توزیع چندبُعدی صور مؤثر قدرت یا سرمایه، اعم از فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است که زیربنای موقعیت‌های اجتماعی به‌شمار می‌آیند. سخن گفتن از فضای اجتماعی به این معناست که بدون توجه به تفاوت‌های بنیادی، به‌خصوص تفاوت‌های فرهنگی، نمی‌توان هیچ‌کس را با کس دیگری در یک گروه جای داد، اما این موضوع هرگز امکان سازمان‌دهی به عوامل دیگر را، بر اساس اصول تقسیم‌بندی، منتفی نمی‌کند (بوردیو، ۱۹۸۴: ۹). از آنجاکه فضای اجتماعی در عین حال میدان نیروهای واقعی و میدان مبارزه برسر معیارهای شکل‌گیری گروه‌هاست، ماهیت و ترکیب طبقات متوسط را نمی‌توان مستقیماً از نقش‌های واقع‌گرایانه ساختار طبقاتی استنتاج کرد (ابادری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۲۵).

1. Cultural capital

کار بورديو را می‌توان مکمل کار برنشتاین^۱ تصور کرد، زیرا هر دو می‌کوشند تا در آثار خود دیدگاه‌های دورکیم و مارکس را به یکدیگر پیوند بزنند. به اعتقاد آن‌ها منبع نابرابری در جامعه فقط ماهیت اقتصادی ندارد، بلکه بیشتر ماهیت فرهنگی دارد. به‌زعم بورديو، سرمایه عبارت است از هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در صحنه حاصل می‌گردد مؤثر واقع می‌شود (استونر، ۱۳۸۱: ۲۳۷ و ۲۳۸). به‌طور کلی سرمایه - که می‌تواند قدرت به بار آورد - می‌تواند خود را به چهار شکل بنیادی متجلی سازد: الف) سرمایه اقتصادی^۲ که بلاواسطه به پول تبدیل می‌شود و به‌صورت حق مالکیت و دارایی مالی و مادی نهادی می‌گردد. ب) سرمایه اجتماعی^۳ که شامل تکالیف و الزامات اجتماعی و روابط اجتماعی یا پیوندهاست و می‌تواند تحت شرایط خاصی به سرمایه اقتصادی تبدیل شود. ج) سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از کیفیات فکری است که در شرایط خاصی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و می‌تواند به‌صورت مدارک و مدارج تحصیلی نهادی گردد. د) سرمایه نمادین^۴ سرمایه‌ای است شامل مجموعه آداب و ابسته به افتخار یا حق‌شناسی که به یک فرد یا یک گروه تعلق می‌گیرد و افراد متوجه تأثیرات آن‌ها، آن‌گونه که هست، نیستند (پرستیز و افتخار اجتماعی).

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

۱. **حالت تجسم یافته یا ذهنی:**^۵ اکثر ویژگی‌های سرمایه فرهنگی را از این واقعیت می‌توان استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در او تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بورديو آن را سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل نمود.
۲. **حالت عینیت یافته:**^۶ یکی از عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی قرار گیرد. سرمایه فرهنگی عینیت یافته در اشیاء مادی رسانه‌ها نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن، و به‌طور کلی در مادیت آن، قابل انتقال است. بنابراین کالاهای فرهنگی را هم می‌توان به‌صورت مادی تخصیص داد (که به سرمایه اقتصادی منجر می‌شود) و به‌صورت نمادی (که به سرمایه فرهنگی منجر می‌شود).

1. Brenstein

2. Economic capital

3. Social capital

4. Symbolic capital

5. Embodied

6. Objectified

۳. حالت نهادی شده:^۱ این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و دانشگاهی نمونه‌ای از این حالت است. این مدارک نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی برقرار می‌سازند و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آنجایی که منافع مادی و نمادی مدارک تحصیلی، به کمیابی آن‌ها بستگی دارد، سرمایه‌گذاری صورت گرفته (ازلحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش‌بینی می‌شود سودمند نباشد (شارع‌پور، ۱۳۸۱: ۱۳۶ و ۱۳۷). در تحقیق حاضر، سرمایه فرهنگی به‌عنوان متغیری مورد توجه قرار می‌گیرد که با سنجش حالت‌های سه‌گانه آن سعی می‌شود که به‌صورت یک شاخص ترکیبی درآید. این شاخص ترکیبی شامل تمایلات و گرایش‌های روانی افراد نسبت به مصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی، میزان مصرف مستقیم کالاهای فرهنگی به‌طور عینی و مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی افراد است. کارکرد سرمایه فرهنگی بیشتر مشروعیت بخشیدن به باورهای فرهنگ طبقه حاکم است. البته سرمایه فرهنگی تنها به‌وسیله فرهنگ والا ساخته نشده است، بلکه عوامل خارجی دیگری نیز در آن دخیل است؛ برای مثال دانشجویان سرمایه فرهنگی را در شکلی از مهارت‌های فکری - انتقادی، مهارت‌های نوشتاری و مهارت‌های علمی به ارث می‌برند. در جوامع سرمایه‌داری، سرمایه فرهنگی نابرابری را در بین افراد توزیع می‌کند و طبقه مسلط قادر است تعریفش را از واقعیت برای تمام طبقات دیگر در معرض نمایش بگذارد (بورديو، ۱۹۹۷: ۴).

هویت اجتماعی^۲

ازلحاظ لغوی واژه هویت در دو معنای ظاهراً متناقض به‌کار می‌رود: ۱. همانی و یکنواختی مطلق، ۲. تمایزی که دربرگیرنده ثبات یا تداوم در طول زمان است (تفاوت و تعلق). گرچه دو معنای هویت متناقض و متضاد به نظر می‌رسد، در اصل به دو جنبه اصلی و مکمل هویت معطوف است. اکثریت قریب به اتفاق نظریه‌پردازان هویت برسر هر دو معنای آن اتفاق نظر دارند. بنابراین هویت اجتماعی تعریفی است که فرد از خود در رابطه با دیگران می‌کند و بر اساس عضویت در رده‌ها و گروه‌های گوناگون اجتماعی شکل می‌گیرد (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۷).

1. Institutionalized

2. Social Identity

روان‌شناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان می‌خواهند بر این واقعیت تأکید کنند که احساس هویت از رابطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آن‌ها کم و بیش می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است؛ به بیان دیگر، تصویری که از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۳).

برای سنجش مفهوم هویت اجتماعی نظریه‌های هویت را می‌توان در دو رویکرد مدرن و پست‌مدرن جای داد. از مدرنیته دو روایت عمده شده است: یکی روایت رادیکال که در آن از آزادی و آگاهی انسان به‌عنوان فاعل و کارگزار معرفت و عمل اجتماعی سخن گفته می‌شود، و دیگری روایت محافظه‌کارانه که به بُعد انضباط‌گرا و محدودکننده تبعات برآمده از مدرنیته اشاره دارد (بشیریه، ۱۳۷۹: ۲۱). در رویکرد مدرن تعریف هویت به‌وسیله عواملی از قبیل موجود طبیعی، روانی و یا اجتماعی صورت می‌گیرد. این نظریه‌ها شامل دو مقوله کلی است: نظریه‌های جامعه‌شناسانه که در آن‌ها هویت ساخته و پرداخته مکان دانسته می‌شود. دیدگاه جامعه‌شناسانی چون گیدنز^۱ و جنکینز و دیدگاه تعامل‌گرایان نمادین در این مقوله جای می‌گیرد. در نظریه‌های روان‌شناسان اجتماعی فرایندهای روانی شخص نقش ضروری در ساخت و پرداخت هویت‌های اجتماعی دارند. این دیدگاه اغلب با دیدگاه شناخت اجتماعی^۲ هم‌پوشی دارد. در رویکرد پست‌مدرن این باور وجود دارد که شکل‌گیری و تعریف هویت به دور از دخالت هرگونه عامل از قبل موجود طبیعی، روانی یا اجتماعی صورت می‌گیرد. این رویکرد که بیشتر با نظریه گفتمانی شناخته می‌شود، عمدتاً متأثر از ادبیات، زبان‌شناسی و معناشناسی است (گرگن^۳، ۱۹۹۶: ۱ و ۲). تأکید پست‌مدرن بر سیال و غیرشفاف بودن هویت‌هاست و هویت‌های ناب و خالص و محدود و اصیل وجود ندارد. به نظر پست‌مدرن‌ها، تشدید مباحث هویت، متأثر از ایدئولوژی‌های قرن بیستم یا ایدئولوژی‌های مدرنیته (از قبیل کمونیسم، فاشیسم، لیبرالیسم، انواع ناسیونالیسم) است که در پی تشدید هویت یا تشکیل هویت‌های تازه برای خود بوده‌اند (بشیریه، ۱۳۷۹: ۸۶). در زمینه هویت‌های اجتماعی و فردی یا خرد و کلان می‌توان سه رویکرد را مطرح نمود: ۱. رویکردی که رابطه هویت‌های خرد و کلان را در جهان معاصر متناقض

1. Giddens

2. Social Cognition

3. Gergen

و ستیز آمیز تلقی می‌کند. این رویکرد متعلق به کاستلز است؛ ۲. رویکردی که مخالف جهانی شدن (هویت‌ها، اقتصاد و فرهنگ) بوده، به تکثر هویت‌های جمعی رأی می‌دهد. این رویکرد از آن پست‌مدرن‌هاست؛ ۳. رویکردی که به توازی هویت‌های خرد و کلان اعتقاد دارد، همانند رویکرد گیدنز و جنکینز.

در مورد رویکرد اول کاستلز (۱۳۸۰) سه نوع هویت را مطرح می‌کند: الف) هویت مشروعیت‌بخش: این نوع هویت توسط نهادهای غالب جامعه ساخته می‌شود تا سلطه آنها را بر کنشگران اجتماعی گسترش دهد و عقلانی سازد. این نظریه با نظریه‌های ملی‌گرایی همخوانی دارد. پیامد چنین وابستگی‌ای ایجاد جامعه مدنی است. ب) هویت مقاومت: نوع دوم هویت به دست کنشگرانی ساخته می‌شود که از طرف منطق سلطه، بی‌ارزش دانسته می‌شوند. افراد سازنده این نوع هویت احساس می‌کنند که از سوی مرکز در فشارند؛ از این رو به دنبال یک پناهگاه می‌گردند. ج) هویت برنامه‌دار: این هویت هنگامی مطرح می‌شود که کنشگران اجتماعی با استفاده از هرگونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت جدیدی می‌سازند که موقعیت آنها را از نو در جامعه مطرح می‌کند و به این ترتیب در پی تغییر کل ساخت اجتماعی‌اند. به اعتقاد کاستلز، جهان معاصر جهانی است مبتنی بر تکثر فرهنگی که سه شکل فوق جلوه‌های این تکثر هستند (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳: ۱۳-۱۱).

رویکرد پست‌مدرن: به تعبیر هال، سوژه پست‌مدرن هیچ ماهیت ثابت بنیادی یا ماندگاری را برای انسان قائل نمی‌شود، بلکه او را در زمان‌های متفاوت دارای ماهیت‌های مختلف می‌داند. آنها داشتن هرگونه هویت اصلی را زیر سؤال می‌برند. بنابراین از دید آنها: ۱. هویت مقوله‌ای ذاتی و ثابت نیست؛ ۲. هویت‌های جمعی التقاطی و هم‌نشین هستند؛ ۳. هر هویت محصول گفتمان خاصی است؛ ۴. تصویر هویت جهانی ناممکن است.

رویکرد توازی یا همزیستی هویت‌های خرد و کلان: این رویکرد متعلق به گیدنز و جنکینز است. گیدنز معتقد است معنای جهانی شدن این نیست که جامعه جهانی در حال یکپارچه شدن است؛ بر عکس، این پدیده‌ها در برخی ابعاد با تفرق و پراکندگی همراه است. جهانی شدن در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فنی و در حوزه زندگی شخصی و روابط عاطفی افراد اتفاق می‌افتد. واقعیت این است که تحولات جهانی در دهه هشتاد میلادی به بعد، شاهد هم‌نشینی هویت‌های جمعی و خرد است. واقعیتی که پست‌مدرنیسم بر آن صحنه می‌گذارد، اما برخلاف عقیده پست‌مدرن‌ها، این

هم‌نشینی فقط در واحدهای خرد و محلی جریان ندارد، بلکه در مورد هویت‌های خرد و کلان نیز مصداق دارد. جهانی شدن، علاوه بر مطرح کردن یک هویت عام، باعث حضور و پررنگ شدن هویت‌های محلی و خرد هم می‌شود (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳: ۲۰). جهانی شدن باعث می‌شود تا به صورت بازتر، انعطاف‌پذیرتر و فردی‌تر زندگی کنیم. همچنین موجب می‌شود تا فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی، به همزیستی فرهنگ و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی آورند و بر اساس عقلانیت به سوی آموزه‌های استحکام جهانی، آگاهی جهانی و «درجهانی فکر کن و محلی عمل کن» جهت یابند (دهشیری، ۱۳۷۹: ۷۶). دیدگاه جنکینز اتخاذ رویکرد بینابین رویکرد مدرنیته و پست‌مدرنیسم است. از دیدگاه وی هویت نه امری ثابت و تمام‌شده و دارای انسجام و نه امری کاملاً سیال و چندپاره است.

رویکردی که در این تحقیق از آن استفاده شده است رویکرد سوم، یعنی همزیستی هویت‌های خرد و کلان است؛ هرچند، رویکرد اول و دوم نیز در برخی از زمینه‌ها به کمک تحقیق آمده‌اند. با تسامح و تساهل می‌توان گفت رویکرد توازی و همزیستی نسبت به رویکرد اول و دوم از جامعیت بیشتری برخوردار است. با توجه به واقعیت دنیای امروز دیگر نمی‌توان از جهانی شدن به شکل یکپارچگی جهانی افراط‌گرایان سخن به میان آورد؛ همچنین از سوی دیگر نمی‌توان مطلقاً با رویکرد تدافعی و جانب‌دارانه، فرایند جهانی شدن را انکار کرد و یکسره آن‌گونه که کاستلز و اصحاب پست‌مدرنیسم و برخی از ایدئولوژی‌های بنیادگرا خواهان آن‌اند به گسترش محلی‌گرایی و خاص‌گرایی رأی داد (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳: ۲۲).

چارچوب نظری اصلی این تحقیق متشکل از آرای آنتونی گیدنز و ریچارد جنکینز است. گیدنز و جنکینز در مورد انواع هویت نظریه‌پردازی و تلاش کرده‌اند در تحلیل هویت، بر روی شکاف میان فرد و جامعه و کنش و ساختار پل بزنند و فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند. به نظر گیدنز و جنکینز، ساختار و کنش، هر دو مهم‌اند و به‌جای اینکه بحث از ساختار یا کنش مطرح شود بهتر است موضوع ساختار و کنش مد نظر باشد. این تفاوت القاکننده این ایده است که عناصر خرد و کلان در یک پروژه تکمیلی به سر می‌برند و می‌توانند هم‌نشینی و سازگاری داشته باشند. بر مبنای این بینش، جامعه عرصه هم‌نشینی عناصر خرد و کلان است که نمود عینی آن بر تکثرگرایی و قبول وجود هویت‌های جمعی گوناگون است. اصل حاکم بر این تحقیق

اهمیت قائل شدن برای نقش انتخاب و تفسیرهای کنشگران در شکل دادن به هویت جمعی و فردی بود و این به معنای لزوم بازاندیشی درباره مفاهیم و رویکردهای ساخت‌گرایانه در تحلیل‌ها و پژوهش‌های اجتماعی و همچنین تلاش برای فرمول‌بندی مفاهیمی است که نقش بیشتری به عاملیت می‌دهند (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۱۳۸). دیدگاه جنکینز برای فهم هویت، دیالکتیک هویت‌ها و دیالکتیک خود و جامعه است. علاوه بر تأکید بر تعاریف فردی و اجتماعی که نشانگر موضع تفسیرگرایانه است، تأکید بر نقش نهادها و سازمان‌ها در رده‌بندی و هویت‌سازی از نقاط قوت کار جنکینز محسوب می‌شود.

گیدنز هم معتقد است اغلب مردم «خویشتن» یکپارچه‌ای را تجربه می‌کنند و در نتیجه از امنیت وجودی برخوردارند. وی هویت شخصی یا خودشناسی را آگاهی و تأمل بر خویشتن می‌داند و این تأمل و بازاندیشی را ویژگی مدرنیته متأخر می‌داند. گیدنز موضوع همزیستی و توازی هویت‌های خرد و کلان را پیش می‌کشد و انواع هویت را در سطح محلی و جهانی مطرح می‌کند. در این تحقیق به هر دو جنبه هویت پرداخته شد. به اعتقاد گیدنز هرچه آگاهی انسان‌ها بیشتر شود فرهنگ‌ها و هویت‌ها فراگیرتر می‌شوند و این اصل کانون تمام فرضیات تحقیق است. گیدنز می‌گوید هویت در واقع آن چیزی است که فرد - چنان‌که در اصطلاح خودآگاهی آمده است - به آن آگاهی دارد. هویت شخص چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد محافظت و پشتیبانی قرار دهد. در اینجا هویت همان تداوم شخص در گذر زمان و مکان است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۱).

منابع و ابزارهای اصلی هویت

بین صاحب‌نظران، برسر منابع هویت اختلاف نظر وجود دارد، ولی به‌طور خلاصه می‌توان مهم‌ترین منابع را به شرح زیر بیان نمود: الف) مکان و فضا؛ ب) زمان و تاریخ؛ ج) زبان؛ د) میراث مشترک و فرهنگ عامیانه (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۳۶).

با توجه به توضیحات ارائه‌شده در قسمت پیشینه نظری می‌توان در مورد نظریه سرمایه فرهنگی چنین نتیجه گرفت که بخشی از سرمایه فرهنگی انتسابی و بخشی از آن اکتسابی است. در تحقیق حاضر، سرمایه فرهنگی به‌عنوان متغیری مورد توجه قرار گرفته که با سنجش ابعاد سه‌گانه آن، به‌صورت یک شاخص ترکیبی درآمده است. این

شاخص ترکیبی شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی، میزان مصرف کالاهای فرهنگی به‌طور عینی و مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی فرد می‌شود. ابعاد سرمایه فرهنگی می‌تواند تعیین‌کننده موقعیت و اظهار وجود هویت افراد باشد. از طرف دیگر، از آنجاکه خود هویت امری اجتماعی است و در یک فرایند زمانی کسب می‌شود، می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف قرار گیرد. بر اساس نظریه‌های طرح‌شده تلاش شد فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنیم. از آنجاکه بخشی از سرمایه فرهنگی اکتسابی است و کنشگران می‌توانند آن را تغییر دهند و بخشی از آن هم انتسابی است، رفتار راهبردی افراد به تفسیر کنشگران از دنیای اجتماعی خودشان بستگی دارد. مطابق رویکردهای نظری ارائه‌شده، هویت اجتماعی مبتنی بر خویشتن، متغیر و واجد درجه‌ای از تأملی بودن است و زمینه‌های ساختاری و فرهنگی در شکل‌گیری و بازتعریف هویت‌های جمعی و فردی مؤثر است. در دوران معاصر، تحت تأثیر جریان‌ات مدرنیسم و پست‌مدرنیسم، بازاندیشی بیشتری در کنش‌ها و هویت‌های انسانی صورت می‌پذیرد و همه نهادها و سازمان‌های مدرن نقش مؤثری در ایجاد هویت‌ها ایفا می‌کنند. اما افراد در مقابل این تأثیرات و مقاومت در برابر عوامل ساختاری و بازسازی هویت اجتماعی نقش فعالانه‌ای دارند. بنابراین، از آنجاکه هویت‌یابی جریانی دیالکتیکی و دوسویه است، در تحلیل هویت باید در کنار عوامل انتسابی، از عوامل اکتسابی و نحوه تعریف افراد از خویشتن یاد نمود. بر اساس نظریه‌ها، هویت اجتماعی به دو دسته هویت‌های جمعی و فردی تقسیم شد. منابع و ابزارهای هویت جمعی علاقه به فرهنگ مشترک، سرزمین مشترک، زبان مشترک و تاریخ مشترک است و منابع و ابزارهای هویت فردی هم خودانگاره منسجم و عزت نفس است. بنابراین هرچه سرمایه فرهنگی بیشتر باشد احتمال برجستگی هویت اجتماعی افراد بیشتر می‌شود.

پیشینه تحقیق

تا کنون پژوهش‌های مختلفی در مورد هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز صورت گرفته که بیشتر آن‌ها به صورت توصیفی بوده است و برخی نیز به صورت مقایسه‌ای انجام گرفته است. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به پژوهش‌های آزادارمکی (۱۳۸۴) و کاظم عباسی (۱۳۸۳) اشاره نمود. در پژوهش ارمکی به مطالعه تطبیقی

هویت محلی و جهانی در بین دانشجویان پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که میزان تعلق به هویت محلی یا جهانی برحسب نوع قومیت متفاوت است.

فرضیات تحقیق

مهم‌ترین فرضیات تحقیق عبارت‌اند از:

۱. بین میزان سرمایه فرهنگی و هویت جهانی رابطه مستقیم وجود دارد.
۲. بین میزان سرمایه فرهنگی و هویت ملی رابطه مستقیم وجود دارد؛
۳. بین میزان سرمایه فرهنگی و هویت دینی رابطه مستقیم وجود دارد؛
۴. بین میزان سرمایه فرهنگی و هویت قومی رابطه مستقیم وجود دارد؛
۵. بین میزان سرمایه فرهنگی و هویت فردی رابطه مستقیم وجود دارد؛

روش‌شناسی

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانشجویان دانشگاه‌های تبریز بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعیین شده است. حجم نمونه مورد نظر ۳۸۱ نفر از افراد جامعه آماری است، اما برای جلوگیری از خطای بیشتر و برای کم کردن تأثیر پرسش‌نامه‌های گم‌شده و همچنین بالا بردن ضریب اطمینان، ۲۰ پرسش‌نامه به آن اضافه شد. در نهایت، بعد از بازبینی پرسش‌نامه‌ها و حذف موارد مخدوش (۱۰ مورد)، تعداد پرسش‌نامه وارد تحلیل نهایی گردید. بعد از تعیین نمونه مناسب (۳۹۱) و با توجه به تعداد کل دانشجویان در سه مقطع تحصیلی، ناگزیر به انتخاب شیوه نمونه‌گیری شدیم، که بعد از بررسی لازم در باب انواع شیوه نمونه‌گیری، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شد. این تحقیق از لحاظ شیوه عمل شامل این مراحل بود:

۱. تقسیم جامعه آماری به زیرمجموعه‌ها یا طبقات؛ ۲. انتخاب شیوه تصادفی از هر طبقه. سپس تعداد نمونه به تفکیک جنسیت و مقطع و رشته تحصیلی، به نسبت درصد

کل و با استفاده از این فرمول: $391 * \frac{m}{N}$ تعیین شد.

آمار حجم نمونه دانشجویان به تفکیک جنسیت و مقطع تحصیلی و شاخه تحصیلی

ردیف	مقطع تحصیلی	حجم نمونه		جنسیت				شاخه تحصیلی							
				مرد		زن		علوم پایه		علوم انسانی و هنر		کشاورزی			
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
۱	کارشناسی	۳۱۹	۸۲	۱۶۱	۸۸	۱۵۸	۷۶	۷۹	۷۸	۱۰۲	۸۶	۵۲	۷۷	۸۶	۸۲
۲	کارشناسی ارشد	۵۶	۱۴	۱۹	۱۰	۳۷	۱۸	۱۷	۱۷	۱۴	۱۲	۹	۱۳	۱۶	۱۵
۳	دکتری	۱۶	۴	۴	۲	۱۲	۶	۵	۵	۳	۲	۵	۱۰	۳	۳
جمع کل	۳	۳۹۱	۱۰۰	۱۸۴	۱۰	۲۰۷	۱۰۰	۱۰۱	۱۰۰	۱۱۹	۱۰۰	۶۶	۱۰۰	۱۰۵	۱۰۰

مفاهیم و متغیرها

سرمایه فرهنگی: فرد از طریق خانواده خود شایستگی‌های اجتماعی و زبان‌شناختی و نیز ویژگی‌هایی نظیر سبک و راه و روش کار را می‌آموزد و برای کسانی که سرمایه فرهنگی خود را از طریق خانواده به دست نمی‌آورند، مدرسه تنها جایی است که می‌تواند فرهنگ جامعه را به آن‌ها بشناساند. سرمایه فرهنگی دارای سه بُعد است: بُعد ذهنی، بُعد عینی، بُعد نهادی. بنابراین، سرمایه فرهنگی عبارت است از آن چیزی که فرد آن را به طور انتسابی و اکتسابی در خانواده، جامعه، مدرسه کسب می‌کند. سرمایه فرهنگی با معرف‌هایی چون: الف) فضای فرهنگی خانواده و تمایلات و گرایش‌های آن‌ها نسبت به مصرف کالاهای فرهنگی؛ ب) میزان مصرف کالاهای فرهنگی خانواده همانند کتاب‌خوانی، فیلم و سینما؛ ج) سرمایه فرهنگی خود دانشجویان همانند مدارک و مدارج تحصیلی شناخته می‌شود. برای اندازه‌گیری ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی از ۱۶ معرف، بر اساس معرف‌هایی که ونک و بولن در نظر گرفته بودند، استفاده شده است.

هویت اجتماعی: برای تعریف عملیاتی هویت اجتماعی آن را به دو بخش قسمت کردیم: هویت جمعی و هویت فردی. همچنین خود هویت اجتماعی شامل هویت ملی، جهانی، دینی و قومی است که برای هرکدام از این ابعاد معرف‌های جداگانه‌ای در نظر گرفته شد.

هویت ملی: همچون دیگر پدیده‌های دیگر اجتماعی مقوله ای تاریخی است که در سیر حوادث تاریخی پدیدار می‌شود، رشد می‌کند، دگرگون می‌شود و معناهای گوناگون پیدا می‌کند. هویت ملی ریشه در تجربه‌ها و تصورات جمعی دارد و در دوره تاریخی معینی ابداع می‌شود و امری ثابت و طبیعی نیست؛ قبالة تاریخی برای آن تنظیم می‌شود، خاطرات تاریخی برای آن ساخته می‌شود و در سالروزها و سالگردها زنده می‌شود (اشرف، ۱۳۸۳: ۱۴۴-۱۳۸). بنابراین، این نوع هویت به معنای احساس تعلق به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است.

هویت جهانی: یعنی اینکه فرهنگ‌ها ضمن شناخت خود و تقویت خودآگاهی محلی، به همزیستی فرهنگی و استفاده از میراث مثبت تحول فرهنگ جهانی روی بیاورند و به‌سوی آگاهی محلی و جهانی فکر کن و محلی عمل کن، جهت یابند (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۵۶-۲۵۱).

هویت قومی: قومیت فرایندی روان‌شناختی و جامعه‌شناختی است. که به‌واسطه آن افراد با یک گروه و برخی جنبه‌های فرهنگ آن گروه پیوند می‌یابند. درواقع این نوع هویت به معنای احساس تعلق و دل‌بستگی به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع قومی است (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۱: ۹۹). در این تحقیق، اقوام ایرانی بر اساس شاخص زبان مشترک، سرزمین مشترک، میراث فرهنگی مشترک و تاریخ مشترک برگزیده شدند. **هویت دینی:** هویت دینی را در دو سطح می‌توان مشاهده کرد: اول سطح فردی و شخصی که تقریباً مترادف با دین‌داری فردی است، اما در سطح دیگر، هویت دینی به‌عنوان جمعی نیز مطرح است و متضمن سطحی از دین‌داری است که با هویت جمعی یا همان اجتماع دینی یا امت مقارنه دارد. در این معنا هویت دینی به معنای تعلق و تعهد به جامعه دینی است.

ابعاد هویت دینی

۱. **بُعد دین‌داری:** بررسی پژوهش‌های تجربی راجع به دین‌داری نشان می‌دهد که چندبُعدی بودن دین نکته‌ای است که عموماً توسط پژوهشگران پذیرفته شده است. مدل گلاک و استارک که در این حوزه مورد توجه بسیار قرار گرفته است برای آن پنج بُعد در نظر گرفته است: بُعد اعتقادی، بُعد شعائر و مناسک، بُعد تجربی، بُعد دانش دینی و بُعد پیامدی.

۲. **بُعد اجتماعی:** این بُعد با مجموعه‌ای از نشانگرها سروکار دارد که مرز گروه‌های دینی را تعریف می‌کند و به شخص اجازه می‌دهد که میان درون‌گروه و برون‌گروه تمایز قائل شود. بُعد اجتماعی به تعریف رسمی و علمی تعلق و با آن ارتباط دارد. در واقع بُعد اجتماعی، احساس تعلق خاطر مشترک و احساس تعهد افراد به مای مسلمان را نشان می‌دهد.

۳. **بُعد تاریخی:** بُعد تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دل‌بستگی بدان دانست. این تعریف دربرگیرنده دو بُعد است. الف) دانش تاریخی به معنای آگاهی از مهم‌ترین حوادث و شخصیت‌های تاریخی؛ ب) تعلق خاطر تاریخی به معنای وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث، وقایع و شخصیت‌های تاریخی که نتیجه آن برخورد افتخارآمیز با آن یا موفق دانستن فعالیت‌ها و اقدامات شخصیت‌های مؤثر و مثبت در تاریخ کشور یا ناراحتی و سرافکنندگی و تحقیر است.

۴. **بُعد فرهنگی:** این بُعد حاوی مجموعه‌ای از عناصر شناختی، نمادین و عملی است که میراث سنتی خاصی را تشکیل می‌دهد؛ آموزه‌ها، کتاب‌ها، علم و تفاسیر علمی، رفتارها و آیین‌ها و رموز آیینی، تاریخ اندیشه‌ها و شیوه‌های اندیشه‌ورزی که ریشه در فعالیت‌های اجتماعات دارند، عادات غذا خوردن، لباس پوشیدن، امور جنسی، بهداشت و نظایر آن که با نظام اعتقادات فرد مرتبط‌اند، هنر و آفریده‌های زیباشناختی که به‌طور علمی توسعه یافته است و با این اعتقادات ارتباط دارد و نظایر آن شامل بُعد فرهنگی هویت دینی می‌شود. در واقع بُعد فرهنگی، نگرش مثبت به میراث فرهنگی مذهبی و اهتمام به حفظ و نگهداری آن را نشان می‌دهد.

هویت فردی: به تعریف بازاندیشانه فرد از خودش اطلاق می‌شود؛ تعریفی که فرد بر اثر آگاهی و تأمل، از خودش می‌کند (گیدنز، ۱۳۷۸: ۸۲). چنانچه تعریفی که فرد از خودش می‌کند مثبت باشد، شخص دارای خودانگاره^۱ منسجم و قوی است و احترام به نفس^۲ بالایی دارد و چنانچه تعریف فرد از خودش منفی باشد، خود انگاره او نامنسجم و ضعیف و احترام به نفس او پایین است. هویت فردی که بر اثر آگاهی فرد از خود شکل می‌گیرد به دو بُعد عزت نفس و خودانگاره منسجم فرد تقسیم و بر اساس هجده معرف سنجیده شد (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۱۴۸ و ۱۴۹).

1. Self Concept

2. Self Concept

برای پایایی^۱ تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و اعتبار^۲ تحقیق از طریق تحلیل عاملی به دست آمد.

نتایج و اجزاء پایایی گویه‌های تحقیق

ردیف	نام متغیر	ابعاد متغیر	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفا	ضریب آلفای کل
۱	سرمایه فرهنگی	بُعد ذهنی	۵	۰/۸۷	۰/۷۹
		بُعد عینی	۵	۰/۷۶	
		بُعد نهادی	۶	۰/۸۱	
۲	هویت اجتماعی	هویت قومی	۱۴	۰/۸۳	۰/۸۵
		هویت ملی	۱۰	۰/۸۹	
		هویت جهانی	۴	۰/۷۷	
		هویت دینی	۴	۰/۸۷	
		هویت فردی	۱۸	۰/۷۷	

یافته‌های تحقیق

نتایج آزمون تفاوت میانگین (t مستقل) هویت اجتماعی بر اساس جنسیت

t-test for Equality of Means					Levene's Test for Equality of Variances		فرد	جنسیت	هویت	
فاصله اطمینان در سطح ۰/۹۵		تفاوت میانگین	Sig. (2-tailed)	df	t	Sig.				F
بالا	پایین									
۶/۴۱	۱/۷۶	۴/۰۸	۰/۰۰۰	۳۸۹	۳/۴۵	۰/۰۳۲	۲/۹۵	۲۰۷	مرد	هویت ملی
۶/۴۰	۱/۷۷	۴/۰۸	۰/۰۰۰	۳۸۸	۳/۴۷			۱۸۴	زن	
۰/۱۶۹	۱/۴۴	۰/۶۳۸	۰/۱۲۱	۳۸۸	۱/۵۶	۰/۹۳۳	۰/۰۰۷	۲۰۷	مرد	هویت جهانی
۰/۱۶۵	۱/۴۴	۰/۶۳۸	۰/۱۱۹	۳۸۵	۱/۵۷			۱۸۴	زن	
۱/۹۵	۰/۱۱۰	۰/۹۲۴	۰/۰۸۰	۳۸۹	۱/۷۵	۰/۰۷۹	۳/۱۰	۲۰۷	مرد	هویت دینی
۱/۹۳	۰/۰۸۷	۰/۹۲۴	۰/۰۷۳	۳۸۹	۱/۷۹			۱۸۴	زن	
۱۸/۹۱	۱۳/۹۴	۱۶/۴۲	۰/۰۰۰	۳۸۹	۱۳	۰/۰۰۱	۱۱/۹	۲۰۷	مرد	هویت فردی
۱۸/۸۸	۱۳/۹۷	۱۶/۴۲	۰/۰۰۰	۳۸۶	۱۳/۱					
۰/۱۸۷	۴/۴۷	۲/۱۴	۰/۰۳۷	۳۸۹	۱/۸۰	۰/۰۰۲	۰/۳۸۹	۲۰۷	مرد	هویت قومی
۰/۱۸۷	۴/۴۷	۲/۱۴	۰/۰۳۸	۳۸۴	۱/۸۰			۱۸۴	زن	

1. Reliability

2. Validity

جدول بالا نشان می‌دهد نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها حکایت از وجود رابطه بین جنسیت و هویت ملی دارد و در سطح $0/01$ معنی‌دار است. پس در مورد رابطه جنسیت و هویت ملی فرضیه صفر رد و فرضیه اصلی تأیید می‌شود و از آنجاکه میانگین مردها بیشتر از زنان است، گرایش مردان به داشتن هویت ملی بیش از زنان است. نتایج آزمون میانگین‌ها هیچ رابطه‌ای را بین جنسیت و هویت جهانی نشان نمی‌دهد. نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها هیچ رابطه‌ای را در مورد رابطه جنسیت و هویت دینی نشان نمی‌دهد؛ پس بین زن و مرد از لحاظ هویت دینی تفاوتی وجود ندارد و فرضیه صفر در اینجا پذیرفته می‌شود. همچنین رابطه بین هویت قومی و جنسیت در سطح $0/05$ معنی‌دار است و از آنجاکه میانگین زنان بیشتر از مردان است، می‌توان گفت که بین جنسیت و هویت قومی رابطه وجود دارد و گرایش زنان به هویت قومی بیشتر از مردان است. در مورد رابطه جنسیت و هویت فردی آزمون میانگین‌ها حاکی از وجود رابطه بین جنسیت و هویت فردی است. همان‌گونه که جدول نشان می‌دهد رابطه بین جنسیت و هویت فردی در سطح $0/01$ معنی‌دار است و از آنجاکه میانگین مردان بیشتر از زنان است، چنین نتیجه گرفته می‌شود که تمایل مردها به داشتن هویت فردی بیشتر از زنان است. لازم است یادآوری شود که جنسیت جزو متغیرهای زمینه‌ای است.

بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی

برای بررسی رابطه میان سرمایه فرهنگی و انواع هویت از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. نکته قابل ذکر این است که برای استفاده از همبستگی پیرسون باید توزیع متغیرها نرمال باشد و از طرف دیگر، فرضیه‌ها بر رابطه دوسویه دلالت داشته باشند. گرچه قواعد سهل و سریعی برای متمایز کردن همبستگی زیاد از همبستگی کم وجود ندارد، باز خوب است که قاعده‌ای کلی برای تفسیر مقادیرهای مختلف ضریب همبستگی فراهم آید. در این قسمت به بررسی رابطه ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی با هویت‌های ملی، دینی، قومی، فردی و جهانی پرداخته می‌شود. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای سرمایه فرهنگی و هویت ملی $0/56$ و سطح معنی‌داری آن $0/000$ است که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین دو متغیر است و همبستگی زیاد می‌باشد. بنابراین، هرچه میزان سرمایه فرهنگی بالا رود گرایش به داشتن هویت ملی نیز زیاد می‌شود. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت دینی از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی پیرسون $0/25$ است و

سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۰ و این موضوع بیانگر این است که رابطه بین دو متغیر مثبت است و بنابراین با افزایش میزان سرمایه فرهنگی، هویت دینی نیز افزایش می‌یابد. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت جهانی از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی دو متغیر براساس ۰/۰۵۴ و سطح معنی‌داری آن ۰/۳۱۲ است. این نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر خیلی ضعیف است. میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و هویت قومی ۰/۲۰ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۰ است. بنابراین، رابطه بین دو متغیر مثبت و مستقیم است. به بیان دیگر، هرچه میزان سرمایه فرهنگی بالاتر برود هویت قومی نیز افزایش می‌یابد. برای آزمون رابطه میان سرمایه فرهنگی و هویت فردی از ضریب همبستگی خطی پیرسون استفاده شد. میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و هویت فردی ۰/۱۸ و سطح معنی‌داری آن ۰/۰۰۷ است. بنابراین، رابطه بین دو متغیر مثبت و مستقیم است. به بیان دیگر، هرچه میزان سرمایه فرهنگی بالاتر برود هویت فردی نیز افزایش می‌یابد. نتیجه اینکه سرمایه فرهنگی با تمام انواع هویت همبستگی مثبت دارد، ولی بیشترین همبستگی آن با هویت ملی، دینی، قومی و فردی و کمترین همبستگی با هویت جهانی است. بدین ترتیب می‌توان اذعان داشت رشد این نوع سرمایه بیشتر از همه به تقویت هویت ملی، دینی، قومی و فردی و به‌طور خیلی ضعیف، جهانی، منجر می‌شود. وقتی اجزای تشکیل‌دهنده سرمایه فرهنگی (عینی، ذهنی و نهادی) به‌صورت جداگانه، با انواع هویت مورد تحلیل همبستگی قرار گرفت و مشخص شد که ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی دارای ضریب همبستگی متفاوتی با انواع هویت است. جدول زیر رابطه ابعاد سه‌گانه سرمایه فرهنگی را با انواع هویت نشان می‌دهد.

انواع هویت ابعاد		هویت جهانی	هویت ملی	هویت دینی	هویت قومی	هویت فردی
ابعاد سرمایه فرهنگی						
ذهنی		۰/۰۸	۰/۳۵	۰/۲۲	۰/۱۹	۰/۱۴
عینی شده		۰/۰۴	۰/۲۹	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۹
نهادی		۰/۰۱	۰/۴۰	۰/۲۱	۰/۱۷	۰/۱۷

بر این اساس، ضرایب بُعد ذهنی سرمایه فرهنگی با هویت ملی ۰/۳۵، با هویت جهانی ۰/۰۸، با هویت دینی ۰/۲۲ با هویت قومی ۰/۱۹ و با هویت فردی ۰/۱۴ است. همچنین ضرایب بُعد عینی سرمایه فرهنگی با هویت ملی ۰/۲۹، با هویت جهانی ۰/۰۴، با هویت دینی ۰/۱۴ با هویت قومی ۰/۱۱ و با هویت فردی ۰/۹ است. همچنین بر

اساس جدول فوق نتایج ضریب همبستگی بُعد نهادی با هویت ملی ۰/۴۰، با هویت جهانی ۰/۰۱، با هویت دینی ۰/۲۱ با هویت قومی ۰/۱۷ و با هویت فردی ۰/۱۷ است.

نتایج تحلیل استنباطی چند متغیره هویت ملی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد بر آورده شده	ضریب تعدیل یافته (Adjusted Square)	ضریب تعیین (R square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۰	۷۳/۴۰	۱/۹۰۳	۹/۱۶۶	۰/۵۷۳	۰/۵۹۷	۰/۷۷۵

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت ملی ۰/۷۷۵ است و ضریب تعیین آن ۰/۵۹۷ است. بنابراین، سه بُعد سرمایه فرهنگی، روی هم ۰/۶۰ از واریانس هویت ملی را تبیین می کند. همچنین بر اساس جدول فوق میزان دوربین واتسون ۱/۹۰ بوده، که باقی مانده های این مدل رگرسیون مستقل از هم است و سطح معناداری آماره F، ۰/۰۰۰ است. بنابراین مدل رگرسیون معنی دار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت ملی

Sig	آماره t	ضرایب غیر استاندارد		مقدار ثابت
		Beta	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۵/۸۱		۲/۰۸	۱۲/۴۵۱
۰/۰۰۰	۱۲/۱۸۸	۰/۵۲۷	۰/۰۵۹	۰/۷۲۴
۰/۰۶۲	۱/۱۸	۰/۰۸۵	۰/۰۹۸	۰/۱۸۳
۰/۰۲۶	۲/۲۳	۰/۰۹۸	۰/۱۲۹	۰/۲۹۱

در این جدول ضریب رگرسیون بُعد نهادی ۰/۷۲۴، بُعد عینی ۰/۱۸۳، بُعد ذهنی ۰/۲۹۱ است و این ضرایب با توجه به سطح معنی داری برای بُعد نهادی ۰/۰۰۰، برای بُعد عینی ۰/۰۶۲ و برای بُعد ذهنی ۰/۰۲۶ است. بنابراین، بُعد نهادی در سطح ۰/۰۱ و بُعد ذهنی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است و بُعد عینی معنی دار نیست. همچنین، بر اساس ضرایب بتا، عمده ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت ملی به ترتیب اولویت عبارت اند از بُعد نهادی، بُعد ذهنی و بُعد عینی.

نتایج تحلیل استنباطی چندمتغیره هویت دینی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد بر آورده شده	ضریب تعدیل یافته (Adjusted Square)	ضریب تعیین (RSquare)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۰	۱۰/۹۱	۱/۷۷	۱۱/۵۴	۰/۲۵۳	۰/۲۷۶	۰/۳۹

جدول فوق نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت دینی ۰/۳۹ و ضریب تعیین آن ۰/۲۷۶ است. بنابراین، سه بُعد سرمایه فرهنگی روی هم ۰/۲۷۶ از واریانس هویت دینی را تبیین می‌کند. همچنین، براساس جدول فوق میزان دوربین واتسون ۱/۷۷ است که باقی مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده، سطح معناداری آماره F، ۰/۰۰۰ است. بنابراین مدل رگرسیون معنی دار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت دینی

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد شده		مقدار ثابت
		Beta	ضریب B	
۰/۰۰۷	۵/۹۷		۲/۶۲	۱۵/۶۶
۰/۰۰۲	۳/۱۵	۰/۱۶۳	۰/۰۷۵	۰/۲۳۶
۰/۷۶۹	۰/۲۹۴	۰/۰۱۶	۰/۱۲۳	۰/۰۳۶
۰/۰۰۱	۳/۳۹	۰/۱۷۸	۰/۱۶۴	۰/۵۵۷

همان گونه که در این جدول می‌بینید ضریب رگرسیون بُعد نهادی ۰/۲۳۶، بُعد عینی ۰/۰۳۶، بُعد ذهنی ۰/۵۵۷ است و این ضرایب با توجه به سطح معنی داری برای بُعد نهادی ۰/۰۰۲، برای بُعد عینی ۰/۷۶۹ و برای بُعد ذهنی ۰/۰۰۱ است. بنابراین، بُعد نهادی در سطح ۰/۰۱ و بُعد ذهنی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است و بُعد عینی معنی دار نیست. همچنین، بر اساس ضرایب بتا، عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت دینی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از بُعد ذهنی، بُعد نهادی و بُعد عینی.

نتایج تحلیل استنباطی چندمتغیره هویت جهانی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد بر آورده شده	ضریب تعدیل یافته (Adjusted Square)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۴۱۱	۰/۹۴	۱/۶۸	۴/۲۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۷	۰/۰۸۴

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت جهانی ۰/۰۸۴ و ضریب تعیین آن ۰/۰۰۷ است. بنابراین، سه بُعد سرمایه فرهنگی روی هم ۰/۰۰۷ از واریانس هویت جهانی را تبیین می‌کند. همچنین، بر اساس جدول فوق، میزان دورین واتسون ۱/۶۸ است که باقی مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده، سطح معناداری آماره F، ۰/۴۱۱ است. بنابراین مدل رگرسیون معنی دار نیست.

متغیرهای باقی مانده در مدل رگرسیونی هویت جهانی

Sig	آماره t	ضرایب استاندارد شده		مقدار ثابت
		Beta	ضرایب غیر استاندارد	
۰/۰۰۰	۹/۰۸		۰/۹۷۰	۸/۸۱۲
۰/۸۸۱	-۰/۱۵۰	-۰/۰۰۸	۰/۰۲۸	-۰/۰۰۴
۰/۷۱۴	۰/۳۶۷	۰/۰۲۱	۰/۰۴۵	۰/۰۱۷
۰/۱۶۱	۱/۴۰	۰/۰۷۶	۰/۰۶۱	۰/۰۸۵

در این جدول ضریب رگرسیون بُعد نهادی -۰/۰۰۴، بُعد عینی ۰/۰۱۷، بُعد ذهنی ۰/۰۸۵ است و این ضرایب با توجه به سطح معنی داری برای بُعد نهادی ۰/۸۸۱، برای بُعد عینی ۰/۷۱۴ و برای بُعد ذهنی ۰/۱۶۱ است. بنابراین هیچ کدام از ابعاد معنی دار نیستند.

نتایج تحلیل استنباطی چندمتغیره هویت قومی

Sig	F	دورین واتسون	خطای استاندارد بر آورده شده	ضریب تعدیل یافته (Adjusted Square)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۰	۷/۴۸	۱/۷۷	۵/۱۲	۰/۲۱۱	۰/۲۳۱	۰/۳۶۷

جدول فوق نشانگر این است که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت قومی ۰/۳۶۷ و ضریب تعیین آن ۰/۲۳۱ است. بنابراین، سه بُعد سرمایه فرهنگی روی هم ۰/۲۳۱ از واریانس هویت قومی را تبیین می‌کند. همچنین، بر اساس جدول فوق، میزان دورین واتسون ۱/۷۷ است که باقی مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده، سطح معناداری آماره F، ۰/۰۰۰ است. بنابراین مدل رگرسیون معنی دار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیونی هویت قومی

Sig	آماره t	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب B	
		ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد		
		Beta	خطای استاندارد		
۰/۰۰۷	۲/۶۹		۱/۱۶۴	۳/۱۳	مقدار ثابت
۰/۰۱۲	۲/۵۲	۰/۱۳۲	۰/۰۳۳	۰/۰۸۴	بُعد نهادی
۰/۹۵۱	۰/۰۶۲	۰/۰۰۳	۰/۰۵۵	۰/۰۳	بُعد عینی
۰/۰۰۳	۳/۰۰۷	۰/۱۵۹	۰/۰۷۳	۰/۲۱۹	بُعد ذهنی

در این جدول ضریب رگرسیون بُعد نهادی ۰/۰۸۴، بُعد عینی ۰/۰۳، بُعد ذهنی ۰/۲۱۹ است و این ضرایب با توجه به سطح معنی داری برای بُعد نهادی ۰/۰۱۲، برای بُعد عینی ۰/۹۵۱ و برای بُعد ذهنی ۰/۰۰۳ است. بنابراین، بُعد نهادی در سطح ۰/۰۵ و بُعد ذهنی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است و بُعد عینی معنی دار نیست. همچنین، بر اساس ضرایب بتا، عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت قومی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از بُعد ذهنی، بُعد نهادی و بُعد عینی.

نتایج تحلیل استنباطی چندمتغیره هویت فردی

Sig	F	دوربین واتسون	خطای استاندارد برآورده شده	ضریب تعدیل یافته (Adjusted Square)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب همبستگی چندگانه (R)
۰/۰۰۱	۷۶/۰۳	۱/۷۴	۱۱/۵۷	۰/۱۸۲	۰/۲۰۹	۰/۳۱۹

جدول فوق نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه متغیر هویت فردی ۰/۳۱۹ و ضریب تعیین آن ۰/۲۰۹ است. بنابراین، سه بُعد سرمایه فرهنگی روی هم ۰/۲۰۹ از واریانس هویت فردی را تبیین می‌کند. همچنین، بر اساس جدول فوق، میزان دوربین واتسون ۱/۷۴ است که باقی‌مانده‌های این مدل رگرسیون مستقل از هم بوده و سطح معناداری آماره F، ۰/۰۰۱ است. بنابراین مدل رگرسیون معنی دار است و متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تأثیر دارند.

متغیرهای باقی‌مانده در مدل رگرسیونی هویت فردی

Sig	آماره t	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب B	
		ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد		
		Beta	خطای استاندارد		
۰/۰۰۰	۷/۵۸		۲/۶۲	۱۹/۹۲	مقدار ثابت
۰/۰۰۴	۲/۹۲	۰/۱۵۴	۰/۰۷۵	۰/۲۱۹	بُعد نهادی
۰/۷۷۷	-۰/۲۸۳	-۰/۰۱۶	۰/۱۲۳	۰/۰۳۵	بُعد عینی
۰/۰۲۶	۲/۲۳	۰/۱۱۹	۰/۱۶۴	۰/۳۶۷	بُعد ذهنی

در این جدول ضریب رگرسیون بُعد نهادی ۰/۲۱۹، بُعد عینی ۰/۰۳۵، بُعد ذهنی ۰/۳۶۷ است و این ضرایب با توجه به سطح معنی داری برای بُعد نهادی ۰/۰۰۴، برای بُعد عینی ۰/۷۷۷ و برای بُعد ذهنی ۰/۰۲۶ است. بنابراین، بُعد نهادی در سطح ۰/۰۱ و بُعد ذهنی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است و بُعد عینی معنی دار نیست. همچنین، بر اساس ضرایب بتا، عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر هویت فردی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از بُعد نهادی، بُعد ذهنی و بُعد عینی.

نتیجه‌گیری

آنچه پیش از این آمد حاصل تلاشی تجربی - نظری، مبنی بر بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی بود. برای بررسی این رابطه مطالعات نظری انجام شد و با تکیه بر آن، رابطه بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی به محک آزمون گذاشته شد. مهم‌ترین یافته مقاله این است که هرچه میزان سرمایه فرهنگی افزایش یابد، میزان تعلق خاطر به هویت اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. بیشترین تأثیر سرمایه فرهنگی بر روی هویت‌های جمعی به ترتیب عبارت بودند از هویت ملی، دینی، قومی، فردی و بین سرمایه فرهنگی و هویت جهانی رابطه‌ای وجود نداشت. فرضیه تعلق خاطر به هویت ملی بر اساس میزان سرمایه فرهنگی دارای بالاترین رتبه، و تعلق خاطر به هویت جهانی بر اساس سرمایه فرهنگی دارای پایین‌ترین رتبه است. تعلق خاطر به هویت ملی، دینی، قومی و فردی از این جهت قابل توجه است که آداب مناسب ملی، مذهبی و قومی جزو عناصر پایدار فرهنگی است. همچنین، بیشترین رابطه از میان سه بُعد سرمایه فرهنگی با هویت‌ها از آن بُعد عینی است. از لحاظ نظری این مقاله توانسته است دیدگاه گیدنز، جنکینز و کاستلز را در جامعه مورد بررسی به محک آزمون بگذارد. از جنبه تجربی نیز به نتایجی دست یافته است که برخی محققان در کشور از قبیل عبداللهی، چلبی، شارع‌پور و قاسمی پیش از این به آن دست یافته بودند. در این تحقیق نتایج تحلیل رگرسیونی نشانگر آن است که تحصیلات و مدارج تحصیلی بالاتر که دانشجویان را به منابع فرهنگی، یعنی ارزش‌ها و نگرش‌های جدید و آگاهی‌های بیشتر مجهز می‌سازد، نقشی به مراتب تعیین‌کننده‌تر از بُعد ذهنی و نهادی دارد. همچنین، می‌توان به این امر پرداخت که هویت ملی باید از برآیند جمعی عام همه مردم ایران تشکیل یابد و تبلور عینی و عملی و مصالح و منافع جمعی همه آن‌ها باشد؛ به طوری که همه اقوام از تعامل با آن احساس بهره‌مندی و رضایت کند.

فرضیه کلی این پژوهش این بود که بین سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد. یافته‌های این پژوهش تا حد قابل توجهی فرضیه فوق را تأیید می‌کند. در نظریه‌های مربوط به هویت اجتماعی تلاش شد تا با رویکردی گیدنزی، در تحلیل هویت، بر روی شکاف میان فرد و جامعه پل زده، فرایند هویت‌یابی و بازتعریف هویت با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه عواملان و ساختار تبیین شود. رویکرد همزیستی و توازی هویت‌های خرد و کلان که از آن گیدنز و جنکینز است و انواع هویت را در سطح محلی و جهانی مطرح می‌کند، در این تحقیق به محک آزمایش گذاشته و پذیرفته شد. به اعتقاد گیدنز هرچه آگاهی انسان‌ها بیشتر شود فرهنگ‌ها و هویت‌ها فراگیرتر می‌شوند و این اصل کانون تمام فرضیات تحقیق است. دیدگاه کاستلز انواع هویت را مطرح می‌کند. در واقع هویت برنامه‌دار - که شباهت زیادی به هویت اجتماعی گیدنز و جنکینز دارد - مبنای فرضیات قرار گرفت و پذیرفته شد، اما کاستلز، برخلاف گیدنز، برخورد و درگیری میان هویت‌ها را نه تنها امری اجتناب‌ناپذیر، بلکه در بعضی دوره‌های زمانی در دسرساز هم می‌داند. این رویکرد در تحقیق به چشم نمی‌خورد و اثبات فرضیات عکس این نظریه را نشان می‌دهد. به‌طور خلاصه، از بین سه رویکرد نظری، رویکرد توازی و همزیستی هویت‌های خرد و کلان نتایج تحقیق را تأیید می‌کند.

با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان پیشنهاد کرد: ۱. مفهوم سرمایه فرهنگی باید هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ تحقیق عملی، مورد مطالعه بیشتر قرار گیرد؛ ۲. محققان اکنون به بررسی این نکته بپردازند که برای دانشجویان چه نوع سرمایه فرهنگی‌ای لازم است و اینکه در نظام آموزشی از چه نوع سرمایه فرهنگی‌ای باید استفاده کرد؛ ۳. با توجه به تأثیر مثبت سرمایه فرهنگی بر روی هویت‌های عام و جمعی و فردی لازم است دستگاه‌های اجرایی در حوزه فرهنگی، زمینه‌های مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های فرهنگی را تقویت کنند؛ ۴. ارتقای عملکرد رسانه‌های جمعی به‌مثابه یکی از مهم‌ترین ابزارهای مؤثر در معرفی موارث تاریخی و آموزش و ترویج حقوق شهروندی در ایران.

منابع

- آزادارمکی، تقی و حسن چاوشیان (۱۳۸۱)؛ «بدن به‌مثابه هویت»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره چهارم، ش ۵، صص ۷۵-۵۷.
- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱)؛ «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی: رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰، صص ۲۷-۳.
- احمدی، بابک (۱۳۸۵)؛ *معمای مدرنیته*، تهران: نشر مرکز.
- استونز، راب (۱۳۸۱)؛ *متفکران جامعه‌شناسی*، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- اشرف، احمد (۱۳۸۳)؛ *بحران هویت ملی و قومی در ایران*، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۳)؛ *ایدئولوژی سیاسی و هویت اجتماعی در ایران*، تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- ----- (۱۳۸۳)؛ *عقل در سیاست*، تهران: نگاه معاصر.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳)؛ «تحلیلی از اندیشه پیر بوردیو درباره فضای منازعه‌آمیز اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۳، صص ۱-۲۵.
- توسلی، غلامعباس و مرضیه موسوی (۱۳۸۴)؛ «مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۶، صص ۱-۳۲.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یارمحمدی، تهران: شیرازه.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۲)؛ *جامعه‌شناسی نظم*، تهران: نشر نی.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۷۹)؛ «دریاباره جهانی شدن و هویت ملی»، *مطالعات ملی*، ش ۵، صص ۴۴۴.
- ساروخانی، باقر و مریم رفعت‌جاه (۱۳۸۳)؛ «زنان و بازتعریف هویت اجتماعی»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره پنجم، ش ۲، صص ۱۶۰-۱۳۳.
- شان‌پور، محمود و غلامرضا خوش‌فر (۱۳۸۱)؛ «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت جوانان شهر تهران»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰، صص ۱۴۷-۱۳۳.
- شویره، کریستی‌ین و اولیویه فونتن (۱۳۸۵)؛ *واژگان بوردیو*، تهران: نشر نی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)؛ *عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه، فرهنگ*، ترجمه حسن چاوشیان، ج ۲، تهران: طرح نو.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ *جهانی شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)؛ *تجدد و تشخیص*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- هال، استوارت (۱۳۸۳)؛ «بومی و جهانی: جهانی شدن و قومیت»، ترجمه بهزاد برکت، *فصلنامه ارغنون*، ش ۲۴، صص ۲۶۲-۲۳۹.
- Bourdieu, P. (1984); *Distinction, A Social Critique of the Judgments of Taste*, London: R. K. P.
- Bourdieu, P. (1990); *Reproduction in Education Society and Culture*, London: Newbury park.
- Brown, R. (1985); "Social Identity", in: Adam and Jessica Kuppre, *The Social Science Encyclopedia*, London: R.K.P.
- Gergen, Kenneth J. (1996); *Technology and the Self: From the Essential to the Sublime Constructing the Self in a Mediated World*, Sage Pub.
- Giddens, A. (1998); *Third way*, Cambridge: polity press.
- Hall, S. (1996); *The Question of Cultural Identity*, Cambridge: polity.
- Jacobson, J. (1998); *Islam in Transition*, London: Routledge.
- Bordieu, P. (1997); *The forms of capital: Education, Cultur, Economy Society*, London: Oxford University Press.