

بررسی عوامل اجتماعی- اقتصادی مرتبط با هویت اجتماعی جوانان

پوهنمل دوکتور ګلاب شاه امانی

دیپارتمنت جامعه‌شناسی، پوهنځی علوم اجتماعی، پوهنتون کابل، کابل، افغانستان

ایمیل: Gulabshahamani0@gmail.com

چکیده

هدف این مقاله بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی جوانان می‌باشد. مقاله حاضر به شیوه پیمایشی انجام شده و اطلاعات لازم به وسیله پرسش‌نامه از یک نمونه ۴۰۰ نفری از بین جوانان تمام اقشار (محصلان) پوهنتون کابل جمع‌آوری شده است. در این بررسی از نظریه هانری تاجفل جهت تبیین هویت اجتماعی جوانان استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از میان تمام فرضیات استفاده شده در این تحقیق متغیرهای مانند قومیت، نوع مذهب، رضایت از خود و سبک زندگی سنتی با همه ابعاد هویت اجتماعی، متغیرهای نظیر سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی)، سبک زندگی مدرن و اعتماد به نفس با سه نوع از ابعاد سازنده هویت اجتماعی، متغیرهای مانند جنسیت، سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) با دو نوع از ابعاد هویت اجتماعی و متغیرهای سن، هویت طبقاتی، تحصیلات پدر، تحصیلات مادر، سرمایه اجتماعی مشارکت اجتماعی و مصرف رسانه‌های خارجی با یکی از ابعاد هویت اجتماعی دارای رابطه معنی‌دار بوده‌اند.

اصطلاحات کلیدی: هویت اجتماعی؛ هویت قومی؛ هویت ملی؛ هویت دینی؛ هویت جهانی

Investigating Socio-Economic Factors Related to the Social Identity of Young People

Sr. Teaching Asstt. Gulab Shah Amani (Ph.D)

Departement of Sociology, Faculty of Social Sciences, Kabul University, Kabul, Afghanistan

Email: Gulabshahamani0@gmail.com

Abstract

This article aims to explore the factors that influence the social identity of young people. The data for this article was collected through a questionnaire from a sample of 400 youth from different backgrounds (students) of Kabul University. This article uses Henry Tajfel's theory to explain how young people construct their social identity.

The findings of this article indicate that among all the variables tested in this study, ethnicity, religion, self-esteem and traditional lifestyle were significantly associated with all dimensions of social identity, social capital (social trust), modern lifestyle and trust were significantly associated with three dimensions of social identity, gender, social capital (trust in institutions) were significantly associated with two dimensions of social identity, and age, class identity, father's education, mother's education, social capital, social participation and foreign media consumption were significantly associated with one dimension of social identity.

Keywords: Social Identity; Ethnic Identity; National Identity; Religious Identity; Global Identity

مقدمه و بیان مسأله

جامعه‌شناسی در طی حیات خود به انگیزه‌ی طرح مسایل اجتماعی به گونه‌ای مستقیم و غیر مستقیم موضوع تغییر در رفتار انسان در جوامع جدید، تغییر ساختارهای هویت‌ساز سنتی، بحران در ساختار اجتماعی و فرهنگی جدید و نیز نیاز به الگویابی فرهنگی و اجتماعی جدید را مورد بررسی قرار داده است. اما آنچه که در دهه‌های اخیر ملاحظه می‌گردد، تولید آثار و نظریه‌های در حوزه‌ی جامعه‌شناسی است که تمایل دارد مسئله‌ی هویت انسانی و اجتماعی را در قالب یک مسئله‌ی عمده‌ی اجتماعی مورد توجه قرار دهد. به نظر می‌رسد با مروری بر این دسته از نظریه‌ها می‌توان نشانه‌های نظری فراوانی را در تبیین مسئله‌ی هویت و اشکال مرتبط به آن از جمله هویت اجتماعی و فرهنگی پیدا نمود که بحث و بررسی آن می‌تواند به تبیین بهتر و علمی‌تر پدیده‌های اجتماعی منجر شده و راه را برای رفع نا به سامانی‌های فرهنگی هموار سازد. هویت اجتماعی خصلت یا خصیصه همه انسان‌ها به عنوان موجوداتی اجتماعی است و از این لحاظ سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. صاحب‌نظران معتقدند که بیش‌ترین برداشت افراد از خویشستن، به برداشت و تصور دیگران نسبت به ما وابسته است. اگر نگرش دیگران در مورد ما تغییر کند، برداشت ما نیز از خودمان تغییر خواهد نمود. بنابراین «من» یا «خود» در افراد، تحت تأثیر دیگران قرار دارد؛ زیرا رفتار و هویت افراد تا زمانی ثابت و قابل پیش‌بینی است که میان تصور فرد از خود و نگرش دیگران نسبت به او ثبات و هماهنگی وجود داشته باشد. اگر فرد به این نتیجه برسد که طرز تلقی دیگران به رفتار او تغییر کرده، هویت خود را تغییر می‌دهد. براین اساس «من فاعلی» یا هویت فردی و «من مفعولی» یا هویت اجتماعی، در جریان تجارب و فعالیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. من فاعلی بیان‌گر وجهه نظر دیگران و من مفعولی مجموعه‌ای سازمان‌یافته از نظرات متظاهر دیگران است که حاصل مجموعه‌ای از رفتارهای شکل گرفته براساس آموخته رفتار اجتماعی است. من اجتماعی، تبلور ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات جامعه است (توسلی، ۱۳۸۴، ص ۲۸۱). پس هویت هر شخصی لزوماً ذات آن شخص نیست؛ بلکه هویت، فرآیند معناسازی است که در طی زندگی روزمره و مکانیسم‌های آن ساخته می‌شود. هویت، هرگز ثابت نیست، بلکه متطور، متحول یا دینامیک است (الطایبی، ۱۳۸۲، ص ۳۹).

هویت از اجزای واقعیت‌های ذهنی است، که در رابطه بین فرد و جامعه قرار داشته و در فرایندهای اجتماعی شدن شکل می‌گیرد و پس از به ظهور رسیدن، به حال خود باقی مانده و یا در برخی موارد، تغییر می‌کند و بر اساس روابط جدید از نو شکل می‌گیرد. فرایندهای تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی، براساس ساختار اجتماعی تعیین می‌شوند. هویت نیز، متأثر از روابط اجتماعی نسبت به ساختار

اجتماعی، واکنش نشان می‌دهد، باعث تغییر آن شده یا موجب حفظ و بقای آن می‌گردد. ساختار اجتماعی می‌تواند موجب پیدایش انواع هویت اجتماعی در افراد شده و به خوبی قابل تشخیص باشد؛ لذا به وضوح می‌توان، هویت فرد آسیایی را از فرد اروپایی تشخیص داد. تنوع هویت‌ها فراورده‌های اجتماعی‌ای هستند که عناصری نسبتاً ثابت و پایدار دارند (برگر و لوکمان، ۱۳۷۵، صص ۲۳۶-۲۳۷).

هویت اجتماعی خصلت یا خصیصه همه انسان‌ها به عنوان موجوداتی اجتماعی است و بر درک افراد از خود استوار بوده و ذاتی نیست؛ بلکه محصول توافق و عدم توافق میان افراد است. آن‌چه یک گروه انسانی را هویت می‌بخشد، شباهتی است که باعث تفاوت آن‌ها از گروه‌های دیگر می‌شود. «شباهت و تفاوت»، معناهایی هستند که افراد، آن‌ها را می‌سازند. فرهنگ جوامع بشری نیز، فرایند تفاوت و شباهت را عینیت می‌بخشد. بدین ترتیب، ابزارهای فرهنگی هویت‌ساز هم به نوبه خود، باعث شکل‌گیری مقوله‌های هویتی در بین جوامع بشری می‌شوند. زبان، مذهب، پوشاک، علایق زیباشناختی، تفریحات و سرگرمی، ورزش، تغذیه و غیره، مواردی هستند که باعث شباهت درون‌گروهی و تفاوت برون‌گروهی می‌شوند (جنکینز، ۱۳۸۱، صص ۷-۸).

بنابراین در این مقاله سعی خواهد شد مسئله هویت اجتماعی جوانان مورد کنکاش صورت گیرد، چون ایجاد یک هویت و دستیابی به تعریفی منسجم از خود، مهم‌ترین جنبه‌ی رشد روانی-اجتماعی در دوره‌ی جوانی است. انتخاب ارزش‌ها، باورها و هدف‌های زندگی مشخصه‌های اصلی این هویت را تشکیل می‌دهند. هم در طی نوجوانی و هم در جوانی، یا حتی پس از آن، این ارزش‌ها و باورها و هدف‌ها مورد تجدید نظر قرار می‌گیرند؛ اما به هر صورت ضرورت دارد که جوان به چنین هویتی دست یابد. هویت جوانان با رشد فکر و احساس تنها درباره‌ی خود همراه است و تمایل قوی جوانان برای ساختن هویتی مستقل به جنبه‌های بسیار دیگری از رشد آنان گسترش می‌یابد. احساس تعلق فرهنگی، قضاوت اخلاقی و برداشت مردانه یا زنانه درباره‌ی خود، احساسات دوستانه یا دشمنانه نسبت به دیگران و چگونگی سازگاری عاطفی با مشکلات زندگی از جمله‌ی این جوانب است.

اهمیت و ضرورت تحقیق

دلایل و زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه در سطح جوانان، اهمیت رسیدگی علمی به این موضوع را افزایش می‌دهد، شرایط کنونی در ارتباطات جهانی و توسعه‌ی تکنولوژی‌های ارتباطی، سبب شده است که خطر انهدام فرهنگی و بی‌هویتی گروه‌های اجتماعی در جوامع درحال توسعه به موضوعی قانونی در بررسی‌های اجتماعی تبدیل گردد. مسایلی نظیر بحران هویت، هویت ملی، هویت

دینی، هویت قومی و.... در میان تحقیقات اجتماعی به عمده‌ترین موضوعات کاربردی تبدیل شده است.

مروری بر مطالعات پیشین

شارع‌پور و خوشفر (۱۳۸۱) در تحقیقی زیر عنوان "رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان" به بررسی ابعاد سرمایه فرهنگی "بعد ذهنی، عینی و نهادی" از دید بوردیو پرداخته‌اند و رابطه این‌ها را با هویت ملی، مذهبی، خانوادگی و فردی مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و انواع چهارگانه هویت رابطه وجود دارد؛ اما بیش‌ترین همبستگی سرمایه فرهنگی با هویت ملی و مذهبی و کم‌ترین همبستگی با هویت فردی و خانوادگی است.

اباذری و چاوشیان (۱۳۸۱). در مقاله تحت عنوان "از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی" به بررسی رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی داشته‌اند. در این مقاله سه محور مورد بررسی قرار گرفته است؛ ۱. تحول در رابطه کار و فراغت؛ ۲. چند پارگی ساختار طبقاتی در جوامع مدرن؛ ۳. پیدایش فرهنگ مصرف. نتیجه این استدلال‌ها پذیرش اولویت فرهنگ بر ساختار اجتماعی تولید و پذیرش باز تابنده‌گی شکل‌گیری هویت‌ها در برابری جبرگرای تبیین‌های ساختاری است.

رحمت آبادی و آقا بخشی (۱۳۸۵) در تحقیقی زیر عنوان "سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان" که به روش دلفی بر جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال طبقه متوسط شهری متمرکز بوده به این نتیجه دست یافتند که بین سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد و معیارهای دال بر این است که گروه‌بندی‌های اجتماعی مبتنی بر سبک زندگی در دهه اخیر مرزبندی‌های هویت را ترسیم می‌کند.

نیازی و کارکنان (۱۳۸۶) در تحقیقی زیر عنوان "تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان" نتایجی را که به‌دست آورده‌اند، بیان‌گر وجود رابطه معنی‌داری بین دو متغیر سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی در سطح اطمینان ۹۵ درصد را مشخص می‌سازند.

باقری و سلیمان‌نژاد (۱۳۸۹). در مقاله‌ای زیر عنوان "بررسی جامعه‌شناختی هویت جوانان" موضوعات ذیل را مشخص ساخته‌اند. ۱. با بالا رفتن میزان تحصیلات جوانان هویت فردی شان تقویت می‌شود و رابطه‌شان معنی‌دار است؛ ۲. بالا بودن پایگاه اقتصادی اجتماعی رابطه معنی‌دار با هویت قومی دارد؛ ۳. هرچه پایگاه اقتصادی اجتماعی فرد بالاتر باشد نقش هویت‌های جمعی کم‌تر و هویت فردی قوی‌تر می‌شود.

مهرا و همکاران (۱۹۹۸) می‌کوشند تا با استفاده از نظریه تمایزمندی نشان دهند که محرومیت نسبی یک گروه در زمینه اجتماعی، سبب بالا رفتن گرایش اعضای آن به استفاده از گروه به‌عنوان مبنایی برای

هویت اشتراکی (تقسیم گشته). و کنش متقابل اجتماعی می‌شود. در مقایسه با اعضای گروه‌های اکثریت، اقلیت‌های نژادی و زنان احتمال بیش‌تری داشت تا به هویت‌سازی و انتخاب دوست در درون گروه‌ها اقدام کنند. به حاشیه رفتن اقلیت‌های نژادی در شبکه دوستی، هم نتیجه فشارهای محرومیت‌ساز و طردکننده و هم نتیجه ترجیحات فردی خود اقلیت‌های نژادی برای گزینش دوست‌هایی از نژادهای یک‌سان با خودشان بود. ولی، به حاشیه‌روی زنان بیش از آن‌که نتیجه ترجیحات خود آنان برای گزینش دوستان هم‌جنس با خودشان باشد، نتیجه فشارهای محرومیت‌ساز بود.

هاگ و همکاران (۲۰۰۴). به توصیف تکامل تاریخی، زمینه‌فرانظری و وضعیت کنونی دیدگاه هویت اجتماعی می‌پردازند. مقاله آن‌ها نشان می‌دهد که دیدگاه هویت اجتماعی تمایل به این دارد که تحلیلی کلی را از عضویت گروهی و فرایندهای گروهی ارائه دهد. این دیدگاه بر روابط زاینده بین تصور گروهی از «خود» و پدیده‌های گروهی تأکید می‌کند. برای نشان دادن ارتباط دیدگاه هویت اجتماعی با گروه‌های کوچک، مقاله آن‌ها می‌کوشد تا به توصیف تحقیقات مبتنی بر دیدگاه هویت اجتماعی در پاره‌ای از حوزه‌ها بپردازد؛ حوزه‌هایی نظیر: تمایزات درون‌گروهی، رهبری، انحراف، تصمیم‌گیری گروهی، سازمان‌ها، تحرک، کنش جمعی و فرهنگ گروهی. این‌ها حوزه‌هایی‌اند که بیش‌تر تحقیقات در آن‌ها انجام شده و بنابراین، حوزه‌های مطالعاتی مناسبی برای تکامل این دیدگاه در آینده‌ای نزدیک به‌شمار می‌روند.

چارچوب نظری تحقیق

یکی از مباحث بسیار مهم در هر تحقیق مبحث چارچوب نظری می‌باشد به این معنی که محقق نظریه مورد نظر خود را از میان نظریه‌های مطرح شده در مبانی نظری تحقیق انتخاب نموده و بر مبنایی همین نظریه تحقیق خود را دنبال خواهد کرد، به عبارت دیگر نظریه منتخب است که هدایت تحقیق را برعهده دارد. پس برای بررسی هویت اجتماعی در واقع نظریه را انتخاب کرد که هویت را بر مبنایی اجتماعی مدنظر قرار داده باشد و نظریه هنری تاجفل بر همین مصداق تکیه دارد.

نظریه هویت اجتماعی به‌طور ریشه‌ای در نیمه‌ی دوم ۱۹۷۰ توسط هنری تاجفل و ترنر و همکارانش در پوهنتون بریستول توسعه یافته است. در این نظریه فرض اساسی این است که جامعه به‌صورت سلسله مراتبی شکل گرفته است که در آن گروه‌های اجتماعی متفاوت در روابط قدرت و روابط پایگاهی جایگاه مختلفی در رابطه با هم دارند (مثل زن و مرد، سیاه و سفید، کاتولیک و پروتستان). که این تفاوت در قدرت و پایگاه در گروه‌های کوچک‌تر و ناپایدارتر نظیر کلاس‌ها در مدرسه نیز مشخص است. محور اصلی این مسئله در تئوری هویت اجتماعی این است که مقوله‌های اجتماعی (مثل

گروه‌های بزرگ نظیر یک ملت یا کلیسا یا گروه‌های کوچک‌تر مثل سازمان یا کلوپ). اعضای را با هویت اجتماعی ایجاد می‌کند. هویت‌های اجتماعی نه تنها اعضای خود را توصیف می‌کنند؛ بلکه رفتار مناسب را نیز برای اعضای شان تجویز می‌کنند (نظیر هنجارها). و فرد نه تنها خودش را با هویتی خاص می‌شناسد؛ بلکه سایرین هم او را با این نام می‌شناسند و ارزیابی می‌کنند و هم‌چنین این شخص از لحاظ صفات و ویژگی‌ها به این شیوه می‌اندیشد و رفتار می‌کند. به این ترتیب این تئوری بیان می‌کند که هویت اجتماعی فرد به وسیله‌ی گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود. این هویت تابعی از ویژگی‌های فرهنگی آن گروه است و مبتنی بر تفسیر درون‌گروه و برون‌گروه است.

در تئوری هویت اجتماعی تاجفیل یک ارتباط علی بین نیازهای هویت اجتماعی و اشکال مختلف رفتار بین گروهی قایل است. یعنی هویت اجتماعی مردم ابتدا از طریق مقایسه‌های اجتماعی تقویت می‌شود که بین درون‌گروه و برون‌گروه تفاوت گذاشته می‌شود و به این ترتیب تمایزات بین گروهی رایج را حتی اگر تضاد واقعی وجود نداشته باشد، می‌توان توجیه کرد. هویت اجتماعی به تعریف از خود شخص در ارتباط با دیگران اشاره دارد، یعنی تعریف از خود برحسب عضویت در یکی از گروه‌های اجتماعی متعدد. هویت اجتماعی به عنوان یک سیستم فرعی شخصیت تعریف شده است و نقش عمده‌ای در تعیین مشارکت شخص در سیستم اجتماعی قائل شده است (ترنر، ۱۹۹۹، صص ۶-۷).

تئوری هویت اجتماعی تاجفیل در این راستا است که عضویت گروهی به خودی خود، مقوله‌بندی درون‌گروهی را ایجاد می‌کند. تاجفیل بین هویت اجتماعی و عضویت گروهی ارتباط برقرار می‌کند، او عضویت گروهی را شامل سه عنصر می‌داند: الف). عنصر معرفتی یا شناختی که به میزان آگاهی شخص به متعلق بودن در یک گروه برمی‌گردد؛ ب). عنصر ارزشی که شامل محاسباتی می‌شود که فرد درباره پیامدهای مثبت و یا منفی عضویت گروهی دارد؛ ت). عنصر عاطفی و احساسی که به میزان احساسات نسبت به یک گروه و نیز افراد دیگری که رابطه ویژه‌ای با آن گروه دارند، اشاره دارد. بر همین مبنا هویت اجتماعی عبارت است از برداشت یک فرد از خود به نسبت شناخت و آگاهی از عضویت در یک گروه به همراه بعد ارزشی آن از دیدگاه تاجفیل و ترنر (۱۹۸۶) که در مطالعات گروه اقلیت خاطر نشان کردن که کنش صرف افراد در مقوله‌بندی خودشان به عنوان اعضای گروه کافی بود تا آن‌ها را به سمت نمایش جانب‌داری درون‌گروهی رهنمون شوند؛ بنابراین بعد از آن که عضویت در یک گروه مقوله‌بندی شد، افراد از طریق تفاوت‌گذاری قاطعانه، درون‌گروه شان در مقایسه با بیرون‌گروه نسبت به یک سری ابعاد ارزشی در صدد دستیابی به اعتماد به نفس مثبت هستند. این تلاش برای تمایزگذاری مثبت بدین معنی است که احساس مردم در خصوص این که (چه کسی هستند). با کلمه (ما) تعریف می‌شود.

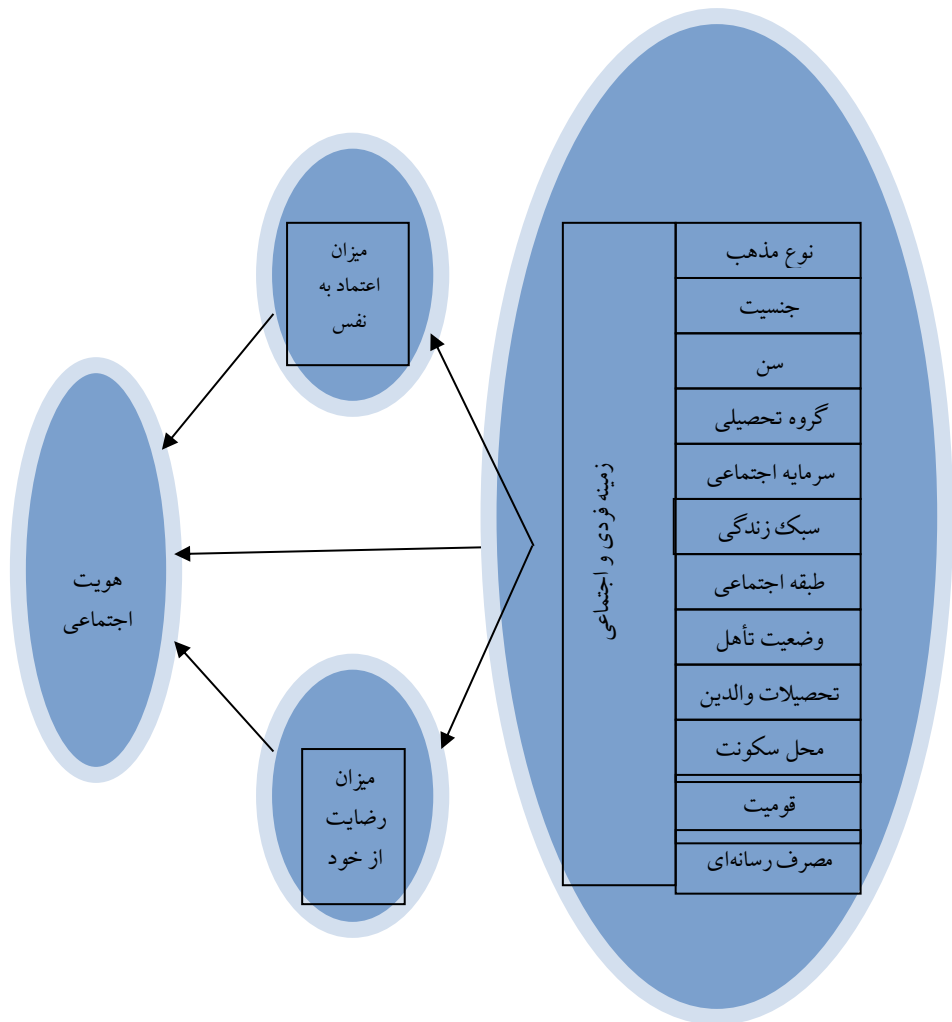
تا با کلمه (من). فرضیه اصلی تئوری مقوله‌بندی تاجفل این است که هویت اجتماعی در بسیاری موارد قادر است فرد را از سوگیری به هویت شخصی بازدارد؛ بنابراین بر این قضیه تأکید دارد که افراد در بسیاری مواقع سعی می‌کنند خود را با مشخصه‌های اجتماعی مقوله‌بندی کنند و نه شخصی و این امر مقوله‌بندی فرد با مشخصه‌های اجتماعی باعث ایجاد درون‌گروه مشابه و برون‌گروه متفاوت می‌شود. تاجفل و ترنر (۱۹۷۹). متغیرهای مهم سه‌گانه که به ظهور جانب‌داری درون‌گروه کمک می‌کردند را تعیین کرده‌اند: ۱). میزان درونی کردن عضویت گروهی توسط افراد به‌عنوان جنبه‌ای از برداشت از خودشان؛ ۲). میزانی که بافت معمول زمینه را برای مقایسه بین گروه‌ها فراهم می‌کند؛ ۳). روابط ادراک شده از مقایسه گروه که به‌خودی خود به‌وسیله موقعیت‌های نسبی و مطلق درون‌گروه شکل داده می‌شود (تاجفل، ۱۹۷۸، ص ۶۳).

تعصبی که در این زمینه به خرج داده می‌شود، باعث جستجوی هویت اجتماعی مثبت و حفظ این هویت می‌شود. تشکیل هویت‌های اجتماعی برپایه مقایسه‌هایی است که آن فرد میان گروه‌های تعلق خود و گروه‌های دیگری که برای او قابل مقایسه به حساب می‌آیند، انجام می‌دهد و لذا برای این که هویت اجتماعی مثبت باشد، نتایج این مقایسه‌ها باید به نفع گروه متعلق فرد باشد. تاجفل در صدد اثبات آن بود که مردم برای ارزیابی مثبت از خود برانگیخته می‌شوند، تا حدی که اگر با عضو شدن در یک گروه به تصور از خودشان معنی می‌دهند، آن‌ها از آن گروه نیز ارزیابی مثبتی خواهند داشت. به عبارت دیگر، مردم یک هویت اجتماعی مثبت را جستجو می‌کنند و به دلیل این که ارزش عضویت در هر گروه به مقایسه دیگر گروه‌ها وابسته است، هویت اجتماعی مثبت با ایجاد یک تمایز مثبت درون‌گروه از بیرون‌گروه پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که مقوله‌بندی اجتماعی شرط کافی به وجود آمدن جانب‌داری از درون‌گروه در مقابل برون‌گروه است. مقوله یا گروه طی فرایندی ساخته می‌شود که در این فرایند سه عامل مهم را می‌توان دخیل دانست. نخست این که افرادی که اعضای آن را تشکیل می‌دهند از تعلق به گروه، نوعی رضایت یا احساس عاطفی گرمی به‌دست می‌آورند. دوم این که، اعضای گروه در مورد خاستگاه خود و یا تاریخ گروه اعتقادی مشترک دارند و این اعتقاد مرزبندی‌های گروه را مشخص می‌کند. نکته سوم این است که اعضای گروه روابط اجتماعی را که در چارچوب آن زندگی می‌کنند (مقدس) تلقی می‌کنند و آن‌را نه تنها دربرگیرنده افراد زنده بلکه مردگان نیز می‌دانند که این ویژگی‌ها به گروه‌ها، کیفیتی ویژه و بسیار قدرت‌مند می‌بخشد (راکس، ۱۹۹۶).

آن‌چه از بحث هویت اجتماعی بر می‌آید این است که فرایند هویت‌سازی این امکان را برای یک کنش‌گر اجتماعی فراهم می‌کند که برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود پاسخی

مناسب و قانع‌کننده پیدا کند. در واقع هویت، معطوف به بازشناسی مرز میان «خودی» و «بیگانه» است که عمدتاً از طریق هم‌سنجی‌های اجتماعی و انفکاک میان درون‌گروه از برون‌گروه‌ها ممکن می‌شود. اهمیت تمایزها، ستیزها و تنش‌های گروهی، حتی در شرایط نبود تضاد منافع، از این جنبه هویت‌ناشی می‌شود (گل‌محمدی، ۱۳۸۱، ص ۲۲۴). این تحقیق در پی بررسی چگونگی شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان است که هنری تاجفل بسیار وسیع این زمینه را مورد کنکاش قرار داده است؛ بنابراین در این تحقیق نظریه تاجفل برای تبیین نظری انتخاب شده است.

مدل تجربی تحقیق



شکل ۱: مدل تجربی تحقیق

فرضیات تحقیق

۱. بین متغیرهای زمینه‌ای و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۲. بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۳. بین سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۴. بین سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۵. بین سبک زندگی (سنتی) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۶. بین سبک زندگی (مدرن) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۷. بین مصرف رسانه‌ای (داخلی) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۸. بین مصرف رسانه‌ای (خارجی) و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۹. بین میزان اعتماد به نفس و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
۱۰. بین میزان رضایت از خود و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

ابزاری که در این تحقیق برای گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است، پرسش‌نامه می‌باشد. شایان ذکر است که تحقیق حاضر از هر سه سطح سنجش در طراحی پرسش‌نامه بهره برده است. جامعه آماری این تحقیق کلیه محصلان پوهنتون کابل در سال ۱۳۹۰ بوده که تعداد آن ۷۰۰۰ نفر اعلام شده است (سایت پوهنتون کابل).

تعداد افراد نمونه این تحقیق که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، بر اساس فرمول کوکران ۳۶۵ نفر می‌شود. چگونگی انتخاب نمونه نیز بر اساس نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک بوده است. به‌منظور سنجش سازگاری درونی گویه‌های پرسش‌نامه این تحقیق از آماره آلفای کرونباخ استفاده شده است، هر اندازه مقدار ضریب آلفا به یک نزدیک‌تر باشد، حاکی از آن است که گویه‌ها انسجام درونی بیش‌تری با هم دارند.

جدول ۱: میزان پایایی (آلفای کرونباخ) گویه‌های طیف‌های نگرشی پرسش‌نامه

طیف‌های تحقیق	تعداد گویه‌های هر طیف	میزان ضریب الفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی)	۴	۰/۶۹
سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها)	۱۰	۰/۷۲
سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی)	۶	۰/۷۲
اعتماد به نفس	۶	۰/۶۲
احساس رضایت از خود	۶	۰/۷۴

یافته‌های تحقیق

داده‌های تحقیق حاضر، برگرفته شده از ۴۰۰ پرسش‌نامه می‌باشد که در میان محصلان پوهنتون کابل تکمیل گردیده‌اند. پس از پایان یافتن گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ها استخراج و با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله شاخص‌های آمار توصیفی، جداول متقاطع ضرایب همبستگی و تحلیل واریانس صورت گرفت. در نتیجه با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و جداول متقاطع آماری، کلیه متغیرها در قالب جداول توزیع فراوانی توصیف گردیدند. هم‌چنین برای تحلیل رابطه‌ی بین متغیرهای مستقل و وابسته از آزمون تحلیل واریانس، آزمون T، آزمون F و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی تحقیق

در این تحقیق، حداقل سن پاسخ‌گویان ۱۷ سال و حداکثر سن آن‌ها ۳۰ سال ثبت شده است. میانگین سن پاسخ‌گویان برابر با ۲۱/۲۰ و انحراف معیار آن نیز برابر با ۲/۲۵ می‌باشد. اکثریت پاسخ‌گویان نیز ۲۰ ساله بوده‌اند. هم‌چنین، ۱۸۲ نفر (۴۵/۵ درصد) از پاسخ‌گویان زن و ۲۱۷ نفر (۵۴/۳ درصد) از پاسخ‌گویان مرد بوده‌اند. گروه تحصیلی ۲۹۰ نفر (۷۲/۵ درصد) از پاسخ‌گویان، علوم انسانی و اجتماعی، ۳۸ نفر (۹/۵ درصد)، علوم ساینسی، ۲۹ نفر (۷/۳ درصد)، علوم کاربردی و گروه تحصیلی ۴۳ نفر (۱۰/۸ درصد)، هنر بوده است. ۲۳ درصد از پاسخ‌گویان پشتون، ۳۹/۵ درصد تاجیک، ۳۳/۵ درصد هزاره و ۴ درصد از پاسخ‌گویان از سایر قومیت‌ها بوده‌اند. ۶۰/۳ درصد از پاسخ‌گویان سنی، ۳۸/۷ درصد شیعه ۱ درصد پاسخ‌گویان از سایر مذاهب بوده‌اند. ۱۰/۵ درصد (۴۲ نفر) از پاسخ‌گویان متأهل و ۸۹/۵ درصد (۳۵۸ نفر) مجرد بوده‌اند. ۶۶/۵ درصد از پاسخ‌گویان، در منزل شخصی و ۳۳/۵ درصد در منزل غیرشخصی زندگی می‌کرده‌اند. ۱۱/۳ درصد از پاسخ‌گویان، از طبقه‌ی بالای جامعه، ۸۰/۸ درصد از طبقه‌ی متوسط جامعه و ۸ درصد، متعلق به طبقه‌ی پایین جامعه بوده‌اند. پدر ۳۸/۲ درصد از پاسخ‌گویان، بی‌سواد بوده‌اند. هم‌چنین، تحصیلات پدر ۲۷ درصد از پاسخ‌گویان در سطح دیپلم و دوازده پاس، و ۳۴/۸ درصد نیز تحصیلات پدر شان در سطح لیسانس و ماستری بوده است. مادر ۴۹ درصد از پاسخ‌گویان، بی‌سواد بوده‌اند و هم‌چنین، تحصیلات مادر ۸/۸ درصد از پاسخ‌گویان در سطح ابتدایی، ۶/۵ درصد در سطح متوسطه، ۱۷/۵ درصد، دیپلم، ۸/۳ درصد، فارغ صنف دوازده‌هم، ۹/۵ درصد، لیسانس، ۰/۵ درصد، ماستری بوده است.

ویژگی‌های گویه‌های تحقیق: بخش دوم از آمار توصیفی مربوط به گویه‌های هر یک از طیف‌ها است. در این جا صرفاً به توزیع فراوانی گویه‌های هر یک از ابعاد چهارگانه هویت اجتماعی می‌پردازیم.

جدول ۲ توزیع فراوانی و درصد جمعیت مورد مطالعه را براساس طیف هویت قومی نشان می دهد. براساس اطلاعات این جدول از کل پاسخ گویان مورد بررسی، هویت قومی ۱۸/۸ درصد از پاسخ گویان در حد پایین بوده است، هویت قومی بیش تر پاسخ گویان (۶۱/۸ درصد) در حد متوسط بوده است و هویت قومی ۱۹/۳ درصد از آن ها در حد زیاد بوده است.

یافته های استنباطی

آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از دو تکنیک آماری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس انجام گرفت. برای آزمون متغیرهای مستقلی که در سطح سنجش فاصله ای قرار می گیرند، با متغیر وابسته که در سطح سنجش فاصله ای است از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه هایی که متغیرهای مستقل آن ها در سطح سنجش اسمی یا ترتیبی قرار دارند از آزمون T برای مقایسه دو میانگین و از آزمون F برای مقایسه بیش از دو میانگین استفاده شده است. تحلیل واریانس یک روش آماری است که به منظور بررسی تفاوت بین میانگین های متغیرهای اسمی و رتبه ای یا تفاوت بین میانگین های دو یا چند نمونه آماری به کار می رود که طی آن اثر یک متغیر مستقل (اسمی یا ترتیبی) بر روی متغیر وابسته (فاصله ای) مورد بررسی قرار می گیرد و به منظور آزمون فرضیه های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. در این روش آماری آزمون T و F بیانگر تفاوت بین میانگین ها می باشد. متغیر وابسته در این تحقیق هویت اجتماعی می باشد که ترکیبی از هویت های چهارگانه ی قومی، ملی، مذهبی و جهانی می باشد.

فرضیه اول: بین سن پاسخ گویان و هویت اجتماعی آن ها رابطه وجود دارد.

جدول ۷ نشان دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سن و هویت اجتماعی می باشد. نتایج به دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.297$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.071$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.171$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.02$) نشان دهنده ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت جهانی و سن وجود دارد و بین سایر متغیرها رابطه ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون بین سن و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	متغیر مستقل (سن)	سطح معنی داری
هویت قومی	-۰/۰۵	۰/۲۹۷
هویت ملی	-۰/۰۸	۰/۰۷۱
هویت دینی	-۰/۰۶	۰/۱۷۱
هویت جهانی	۰/۱۱	۰/۰۲

فرضیه دوم: بین جنسیت پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۸ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان را بر حسب جنسیت افراد نمونه نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون T با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.143$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.04$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.05$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.71$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی و دینی و جنسیت افراد وجود دارد و بین سایر متغیرها رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۳: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد بر حسب جنسیت

متغیر اجتماعی	وابسته (هویت)	جنسیت	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی‌داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	زن	۱۸۱	۳۷/۵۴	۸/۰۷	۱/۴۶	۰/۱۴۳
		مرد	۲۱۷	۳۶/۱۹	۹/۹۸		
	هویت ملی	زن	۱۸۱	۴۷/۲۹	۶/۵۶	۲	۰/۰۴
		مرد	۲۱۷	۴۵/۷۹	۸/۱۱		
ابعاد هویت اجتماعی	هویت دینی	زن	۱۸۱	۲۷/۹۷	۴/۵۵	۱/۹۳	۰/۰۵
		مرد	۲۱۷	۲۶/۹۷	۵/۵۶		
	هویت جهانی	زن	۱۸۱	۲۷/۳۲	۳/۶۱	-۰/۳۶	۰/۷۱
		مرد	۲۱۷	۲۷/۴۸	۴/۹۶		

فرضیه سوم: بین گروه تحصیلی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۹ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب گروه تحصیلی افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون T با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.08$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.423$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.487$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.213$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین گروه‌های تحصیلی و ابعاد هویت اجتماعی وجود نداشته است.

جدول ۴: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب گروه تحصیلی افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	گروه تحصیلی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی داری
هویت قومی	علوم انسانی	۲۹۰	۳۶/۷۳	۹/۵۵	-۰/۳۹۰	۰/۰۸
	علوم تجربی و کاربردی	۱۱۰	۳۷/۱۴	۸/۲۲		
هویت ملی	علوم انسانی	۲۹۰	۴۶/۵۳	۷/۴۵	۰/۷۳۲	۰/۴۲۳
	علوم تجربی و کاربردی	۱۱۰	۴۶/۲۸	۷/۵۳		
هویت دینی	علوم انسانی	۲۹۰	۲۷/۵۶	۵/۰۴	۰/۲۹۴	۰/۴۸۷
	علوم تجربی و کاربردی	۱۱۰	۲۷/۱۴	۵/۴۳		
هویت جهانی	علوم انسانی	۲۹۰	۲۷/۵۷	۴/۲۹	۱/۲۶۹	۰/۲۱۳
	علوم تجربی و کاربردی	۱۱۰	۲۶/۹۵	۴/۶۲		

فرضیه چهارم: بین قومیت پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب قومیت افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون F با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.037$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.022$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.000$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، دینی، قومی و جهانی و نوع قومیت افراد وجود داشته است.

جدول ۵: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب قومیت افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	قومیت	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معنی داری
هویت قومی	پشتون	۹۲	۳۵/۲۹	۹/۲۱	۲/۸۵۴	۰/۰۳۷
	تاجیک	۱۵۸	۳۶/۲۲	۹/۰۹		
	هزاره	۱۳۳	۳۸/۶۵	۹/۰۴		
	سایر	۱۶	۳۶/۹۴	۹/۸۶		
هویت ملی	پشتون	۹۲	۴۸/۲۰	۶/۲۴	۶/۱۹۰	۰/۰۰۰
	تاجیک	۱۵۸	۴۷/۱۳	۶/۸۹		
	هزاره	۱۳۳	۴۴/۳۱	۸/۳۷		
	سایر	۱۶	۴۷/۸۸	۷/۸۲		
هویت دینی	پشتون	۹۲	۲۷/۸۷	۴/۸۲	۳/۲۲۹	۰/۰۲۲
	تاجیک	۱۵۸	۲۸/۰۸	۵/۰۸		
	هزاره	۱۳۳	۲۶/۳۳	۵/۳۰		
	سایر	۱۶	۲۸/۰۶	۵/۲۶		
هویت جهانی	پشتون	۹۲	۲۶/۴۹	۴/۶۶	۶/۵۸۴	۰/۰۰۰
	تاجیک	۱۵۸	۲۶/۸۱	۴/۳۸		
	هزاره	۱۳۳	۲۸/۴۳	۳/۷۸		
	سایر	۱۶	۲۹/۸۱	۵/۳۳		

فرضیه پنجم: بین نوع مذهب پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب نوع مذهب افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون F با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.003$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.001$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.001$) نشان‌دهنده این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، دینی، قومی و جهانی و نوع مذهب افراد وجود داشته است.

جدول ۶: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب مذهب افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	مذهب	جمع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	مقدار F	سطح معنی داری
هویت قومی	تفاوت درون گروهی	۱۰۰۱/۳۶	۲	۵۰۰/۶۸	۶/۰۶	۰/۰۰۳
	تفاوت میان گروهی	۳۲۶۸۸/۹۹	۳۹۶	۸۲/۵۴۸		
هویت ملی	تفاوت درون گروهی	۱۲۱۲/۳۴	۲	۶۰۶/۱۷	۱۱/۴۳۶	۰/۰۰۰
	تفاوت میان گروهی	۲۱۰۴۳/۰۱	۳۹۷	۵۳/۰۰۵		
هویت دینی	تفاوت درون گروهی	۳۴۹/۵۷	۲	۱۷۴/۷۸	۶/۷۸	۰/۰۰۱
	تفاوت میان گروهی	۱۰۲۳۳/۱	۳۹۷	۲۵/۷۷		
هویت جهانی	تفاوت درون گروهی	۲۸/۱۱	۲	۱۴۳/۰۵	۷/۶۷۱	۰/۰۰۱
	تفاوت میان گروهی	۷۴۰۳/۶۸	۳۹۷	۱۸/۶۴		

فرضیه ششم: بین وضعیت تأهل پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۲ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب وضعیت تأهل افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون T با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig}=0.797$ ، هویت ملی $\text{sig}=0.128$ ، هویت دینی $\text{sig}=0.811$ ، هویت جهانی $\text{sig}=0.34$) نشان‌دهنده این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین وضعیت تأهل افراد و ابعاد هویت اجتماعی وجود نداشته است.

جدول ۷: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب وضعیت تأهل

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	وضعیت (هویت) تأهل	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی داری
هویت قومی	متأهل	۴۲	۳۷/۱۹	۷/۷۳	۰/۲۵۷	۰/۷۹۷
	مجرد	۳۵۷	۳۶/۸	۹/۳۶		
هویت ملی	متأهل	۴۲	۴۸/۱۲	۷/۵۲	۱/۵۲۴	۰/۱۲۸
	مجرد	۳۵۸	۴۶/۲۷	۷/۴۴		
هویت دینی	متأهل	۴۲	۲۷/۲۶	۵/۸۲	۰۰/۲۴	۰/۸۱۱
	مجرد	۳۵۸	۲۷/۴۶	۵/۰۷		
هویت جهانی	متأهل	۴۲	۲۶/۷۹	۳/۹۱	۰۰/۹۵	۰/۳۴
	مجرد	۳۵۸	۲۷/۴۷	۴/۴۴		

فرضیه هفتم: بین محل سکونت پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان برحسب محل سکونت افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به‌دست آمده بر اساس آزمون T با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.468$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.339$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.322$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.395$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین محل سکونت افراد و ابعاد هویت اجتماعی وجود نداشته است.

جدول ۸: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب محل سکونت افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	محل سکونت	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معنی‌داری
هویت قومی	منزل شخصی	۲۶۶	۳۶/۴۴	۹/۱۴	-۱/۲۵۵	۰/۴۶۸
	منزل غیرشخصی	۱۳۳	۳۷/۶۶	۷/۲۹		
هویت ملی	منزل شخصی	۲۶۶	۴۶/۹۲	۷/۲۸	۱/۷۴۴	۰/۳۳۹
	منزل غیرشخصی	۱۳۳	۴۵/۵۴	۷/۷۶		
هویت دینی	منزل شخصی	۲۶۶	۲۷/۸۶	۵/۰۴	۲/۳۰۲	۰/۳۲۲
	منزل غیرشخصی	۱۳۳	۲۶/۶۱	۵/۲۸		
هویت جهانی	منزل شخصی	۲۶۶	۲۷/۲۹	۴/۵۶	-۰/۷۱۷	۰/۳۹۵
	منزل غیرشخصی	۱۳۳	۲۷/۶۲	۴/۰۲		

فرضیه هشتم: بین احساس طبقاتی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد. جدول شماره ۱۴ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب نوع مذهب افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به‌دست آمده بر اساس آزمون F با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.37$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.03$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.46$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.96$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، دینی، قومی و جهانی و احساس طبقاتی افراد وجود نداشته است.

جدول ۹: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد بر حسب طبقه اجتماعی افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	طبقه اجتماعی	جمع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	مقدار F	سطح معنی-داری
هویت قومی	تفاوت درون گروهی	۱۶۵/۳۹	۲	۸۲/۶۹	۰/۹۷	۰/۳۷
	تفاوت میان گروهی	۳۳۵۲۴/۹۷	۳۹۶	۸۴/۶۵		
هویت ملی	تفاوت درون گروهی	۳۶۶/۱۸	۲	۱۸۳/۰۹	۳/۳۲	۰/۰۳
	تفاوت میان گروهی	۲۱۸۸۹/۱۷	۳۹۷	۵۵/۱۳		
هویت دینی	تفاوت درون گروهی	۴۱/۲۹	۲	۲۰/۶۵	۰/۷۷	۰/۴۶
	تفاوت میان گروهی	۱۰۵۴۱/۳۷	۳۹۷	۲۶/۵۵		
هویت جهانی	تفاوت درون گروهی	۱/۵۶	۲	۰/۷۸	۰/۰۴	۰/۹۶
	تفاوت میان گروهی	۷۶۸۸/۲۲	۳۹۷	۱۹/۳۶		

فرضیه نهم: بین تحصیلات پدر پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۵ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب تحصیلات پدر افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون F با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.102$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.004$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.062$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.092$) نشان‌دهنده این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی و تحصیلات پدر محصلان وجود داشته است و بین هویت دینی، قومی و جهانی و تحصیلات پدر شان رابطه‌ای وجود نداشته است.

جدول ۱۰: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد بر حسب تحصیلات پدر افراد نمونه (۴۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	تحصیلات پدر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معنی-داری
هویت قومی	زیر دیپلم	۱۵۲	۳۸/۰۸	۹/۱۷	۲/۹۱	۰/۱۰۲
	دیپلم،	۱۰۸	۳۵/۸۴	۹/۵۱		
	لیسانس و بالاتر	۱۳۹	۳۶/۲۷	۸/۸۸		
هویت دینی	زیر دیپلم	۱۵۲	۲۷/۰۳	۵/۴۲	۲/۸۰	۰/۰۶۲
	دیپلم و کاردانی	۱۰۸	۲۶/۹۵	۵/۳۱		
	لیسانس و بالاتر	۱۳۹	۲۸/۲۷	۴/۶۲		
هویت ملی	زیر دیپلم	۱۵۲	۴۵/۱۰	۸/۰۰	۵/۶۹	۰/۰۰۴
	دیپلم و	۱۰۸	۴۶/۳۹	۸/۱۶		
	لیسانس و بالاتر	۱۳۹	۴۸/۰۱	۵/۸۸		
هویت جهانی	زیر دیپلم	۱۵۲	۲۷/۷۳	۴/۳۲	۲/۴۰	۰/۰۹۲
	دیپلم و	۱۰۸	۲۷/۷۷	۴/۳۱		
	لیسانس و بالاتر	۱۳۹	۲۶/۷۴	۴/۴۷		

فرضیه دهم: بین تحصیلات مادر پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۶ آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان بر حسب تحصیلات مادر افراد نمونه را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده بر اساس آزمون F با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.235$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.003$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.151$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.096$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی و تحصیلات مادر محصلان وجود داشته است و بین هویت دینی، قومی و جهانی و تحصیلات پدر شان رابطه‌ای وجود نداشته است.

جدول ۱۱: آزمون تفاوت میانگین هویت اجتماعی افراد برحسب تحصیلات مادر افراد نمونه (۰۰ نفر)

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)	تحصیلات مادر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معنی-داری
هویت قومی	زیر دیپلم	۲۵۶	۳۷/۳۰	۹/۵۹	۱/۴۵۵	۰/۲۳۵
	دیپلم و	۱۰۳	۳۵/۵۱	۸/۶۶		
	لیسانس و بالاتر	۴۰	۳۷/۳۵	۷/۶۹		
هویت دینی	زیر دیپلم	۲۵۶	۲۷/۱۳	۵/۳۴	۱/۹۰۲	۰/۱۵۱
	دیپلم و	۱۰۳	۲۷/۷۱	۴/۶۰		
	لیسانس و بالاتر	۴۰	۲۸/۷۵	۵/۰۷		
هویت ملی	زیر دیپلم	۲۵۶	۴۵/۵۲	۷/۹۶	۶/۰۵۱	۰/۰۰۳
	دیپلم و	۱۰۳	۴۷/۹۲	۶/۳۲		
	لیسانس و بالاتر	۴۰	۴۸/۷۵	۵/۶۹		
هویت جهانی	زیر دیپلم	۲۵۶	۲۱/۷۱	۴/۳۵	۲/۳۵۳	۰/۰۹۶
	دیپلم و	۱۰۳	۲۶/۶۰	۸/۴۶		
	لیسانس و بالاتر	۴۰	۲۷/۴۵	۴/۲۳		

فرضیه یازدهم: بین سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی) پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۷ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی) و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig}=0.28$ ، هویت ملی $\text{sig}=0.03$ ، هویت دینی $\text{sig}=0.42$ ، هویت جهانی $\text{sig}=0.08$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی و سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی) وجود دارد و بین سایر متغیرها رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۱۲: ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی) و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی)	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	۰/۰۵	۰/۲۸
	هویت ملی	*۰/۱	۰/۰۳
	هویت دینی	-۰/۰۴	۰/۴۲
	هویت جهانی	۰/۰۸	۰/۰۸

فرضیه دوازدهم: بین سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۸ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.52$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.02$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.003$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.08$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی و هویت دینی و سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) وجود دارد و بین سایر متغیرها رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۱۳: ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها)	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	۰/۰۳	۰/۵۲
	هویت ملی	*۰/۱۱	۰/۰۲
	هویت دینی	**۰/۱۴۷	۰/۰۰۳
	هویت جهانی	۰/۰۱۲	۰/۸

فرضیه سیزدهم: بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۹ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.04$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.002$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.001$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.06$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین

هویت ملی، هویت دینی و هویت قومی و سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) وجود دارد و بین هویت جهانی و سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها) رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۱۴: ضریب همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی)	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	*۰/۱۰۲	۰/۰۴
	هویت ملی	**۰/۱۵۳	۰/۰۰۲
	هویت دینی	**۰/۱۶۵	۰/۰۰۱
	هویت جهانی	۰/۰۹۱	۰/۰۶
* ۰/۹۵ اطمینان			
** ۰/۹۹ اطمینان			

فرضیه چهاردهم: بین اعتماد به نفس پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۲۰ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد به نفس پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.04$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.082$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، هویت دینی و هویت قومی و اعتماد به نفس پاسخ‌گویان وجود دارد و بین هویت جهانی و اعتماد به نفس پاسخ‌گویان رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۱۵: ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد به نفس و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: اعتماد به نفس	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	**۰/۱۴۵	۰/۰۰۴
	هویت ملی	**۰/۲۴۷	۰/۰۰۰
	هویت دینی	**۰/۲	۰/۰۰۰
	هویت جهانی	۰/۰۸۷	۰/۰۸۳
** ۰/۹۹ اطمینان			

فرضیه پانزدهم: بین رضایت از خود پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۲۱ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین رضایت از خود پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.000$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، هویت دینی، هویت قومی و جهانی و اعتماد به نفس پاسخ‌گویان وجود دارد.

جدول ۱۶: ضریب همبستگی پیرسون بین رضایت از خود و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: رضایت از خود
		مقدار همبستگی
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	۰/۱۸۵**
	هویت ملی	۰/۳۲۲**
	هویت دینی	۰/۲۴۵**
	هویت جهانی	۰/۲۵**
سطح معنی داری		۰/۰۰۰

** ۰/۹۹ اطمینان

فرضیه شانزدهم: بین سبک زندگی مدرن پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۲۲ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سبک زندگی مدرن پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig} = 0.41$ ، هویت ملی $\text{sig} = 0.01$ ، هویت دینی $\text{sig} = 0.000$ ، هویت جهانی $\text{sig} = 0.001$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، هویت دینی و جهانی و سبک زندگی مدرن پاسخ‌گویان وجود دارد و بین هویت قومی و سبک زندگی مدرن پاسخ‌گویان رابطه‌ی معناداری وجود نداشته است.

جدول ۱۷: ضریب همبستگی پیرسون بین سبک زندگی مدرن و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: سبک زندگی مدرن
		مقدار همبستگی
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	۰/۰۴
	هویت ملی	۰/۱۲۸*
	هویت دینی	۰/۱۹۸**
	هویت جهانی	۰/۱۲۷*
سطح معنی داری		۰/۴۱

* ۰/۹۵ اطمینان

فرضیه هفدهم: بین سبک زندگی سنتی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد. جدول ۲۳ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین سبک زندگی سنتی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig}=0.01$ ، هویت ملی $\text{sig}=0.000$ ، هویت دینی $\text{sig}=0.000$ ، هویت جهانی $\text{sig}=0.05$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، هویت دینی، هویت قومی و جهانی و سبک زندگی مدرن پاسخ‌گویان وجود دارد. جدول ۱۸: ضریب همبستگی پیرسون بین سبک زندگی سنتی و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: سبک زندگی سنتی	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	$^*0.12$	0.01
	هویت ملی	$^{**}0.332$	0.000
	هویت دینی	$^{**}0.259$	0.000
	هویت جهانی	-0.033	0.5

$^*0.95$ اطمینان

$^{**}0.99$ اطمینان

فرضیه هجدهم: بین مصرف رسانه‌های داخلی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد. جدول ۲۴ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه‌های داخلی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig}=0.096$ ، هویت ملی $\text{sig}=0.76$ ، هویت دینی $\text{sig}=0.55$ ، هویت جهانی $\text{sig}=0.07$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت ملی، هویت دینی، هویت قومی و جهانی و مصرف رسانه‌های داخلی پاسخ‌گویان وجود ندارد. جدول ۱۹: ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه‌های داخلی و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: مصرف رسانه‌های داخلی	
		مقدار همبستگی	سطح معنی داری
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	0.083	0.096
	هویت ملی	0.01	0.76
	هویت دینی	-0.03	0.55
	هویت جهانی	0.08	0.07

فرضیه نوزدهم: بین مصرف رسانه‌های خارجی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آن‌ها رابطه وجود دارد. جدول ۲۵ نشان‌دهنده ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه‌های خارجی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از این جدول حاکی از این است که با توجه به میزان معناداری ابعاد هویت اجتماعی (هویت قومی $\text{sig}=0.83$ ، هویت ملی $\text{sig}=0.25$ ، هویت دینی $\text{sig}=0.07$ ، هویت جهانی $\text{sig}=0.02$) نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد بین هویت جهانی و مصرف رسانه‌های خارجی وجود دارد و بین هویت ملی، هویت دینی، هویت و مصرف رسانه‌های خارجی پاسخ‌گویان رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

جدول ۲۰: ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه‌های خارجی و هویت اجتماعی

متغیر وابسته (هویت اجتماعی)		متغیر مستقل: مصرف رسانه‌های خارجی	
ابعاد هویت اجتماعی	هویت قومی	مقدار همبستگی	سطح معنی داری
	هویت ملی	-۰/۰۱	۰/۸۳
	هویت دینی	-۰/۰۵	۰/۲۵
	هویت جهانی	-۰/۰۹	۰/۰۷
		*۰/۱۱	۰/۰۲

* ۰/۹۵ اطمینان

مدل ساختاری رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

رگرسیون چندمتغیره

رگرسیون چند متغیره روش آماری است که برای تحلیل تأثیر جمعی و فردی دو یا چند متغیر مستقل بر روی تغییرات متغیر وابسته به کار می‌رود. به عبارتی دیگر تحلیل رگرسیون چند متغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است (کرلینجر، ۱۳۶۶، صص ۱۰-۱۲ نقل شده در مرادی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۴). در تحقیق حاضر از آماره رگرسیون چند متغیره به شیوه مرحله به مرحله استفاده شده است. در این روش متغیرهای مختلف به ترتیب میزان اهمیت در تبیین متغیر وابسته وارد معادله می‌شوند. و متغیرهایی که تأثیری در توضیح متغیر وابسته نداشته باشند، از معادله خارج می‌شوند. نتایج رگرسیون چند متغیره در مورد متغیرهای مستقل در جداول شماره ۵۷ تا ۵۸ آمده است. در هر معادله، به‌صورت جداگانه، متغیرهایی که هویت اجتماعی را تبیین می‌کنند، وارد می‌شوند.

اولین معادله‌ی رگرسیونی مربوط به تحلیل اثرگذاری متغیرهای مستقل جهت پیش‌بینی متغیر وابسته (هویت اجتماعی) می‌باشد. بررسی نتایج آماری مندرج در جدول شماره ۲۶ نشان می‌دهد که با سطح معنی داری، معادله رگرسیون دارای ۳ مرحله می‌باشد. که در هر مرحله یک متغیر به معادله وارد شده

است. نتایج جدول نشان می‌دهند که احساس رضایت از خود و سبک زندگی سنتی و سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) بیش‌ترین ارتباط را با متغیر هویت اجتماعی داشته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که هر چه احساس رضایت از خود، گرایش به سبک زندگی سنتی و سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) افراد بالاتر می‌رود، هویت اجتماعی آن‌ها قوی‌تر می‌شود. احساس رضایت از خود ۰/۱۸، سبک زندگی سنتی ۰/۶ و سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) ۰/۲ از تغییرات متغیر وابسته (هویت اجتماعی) را تبیین می‌کند. به‌طور کلی این ۳ متغیر روی هم رفته توانسته‌اند ۲۶ درصد از تغییرات درونی متغیر هویت اجتماعی افراد را تبیین کنند ($R^2=0.26$).

جدول ۲۱: عناصر متغیرهای مستقل درون معادله برای پیش‌بینی هویت اجتماعی

مرحله	نام متغیرها	ضریب تبیین (R^2)	ضریب تبیین اصلاح شده	ضریب B	ضریب Beta	آزمون T	Sig.T
اول	احساس رضایت از خود	۰/۱۸	۰/۱۸	۱/۸۹	۰/۴۲۷	۹/۳۸	۰/۰۰۰
دوم	سبک زندگی سنتی سرمایه	۰/۲۴	۰/۲۴	۱/۳۶	۰/۲۵۶	۵/۸	۰/۰۰۰
سوم	اجتماعی (اعتماد اجتماعی)	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۴	۰/۱۱۹	۲/۶۶	۰/۰۰۸

بنابراین بر اساس نتایج حاصله، معادله رگرسیون چند متغیره‌ای که برای پیش‌بینی متغیر وابسته به‌دست می‌آید، عبارت است از:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + b_3(X_3)$$

هر یک از اجزای این معادله عبارتند از:

Y = مقداری از متغیر وابسته که در نهایت توسط متغیرهای داخل معادله پیش‌بینی می‌شود

a = عرض از مبدا

b = ضریب رگرسیون غیر استاندارد

X = متغیرهای مستقلی که وارد معادله رگرسیون شده‌اند.

بنابراین شکل نهایی معادله به صورت زیر در می‌آید:

$$Y = 75.55 + 1.89 (X_1) + 1.36 (X_2) + 0.4 (X_3) = 0.26$$

جدول ۲۲: عناصر متغیرهای خارج شده در مرحله سوم

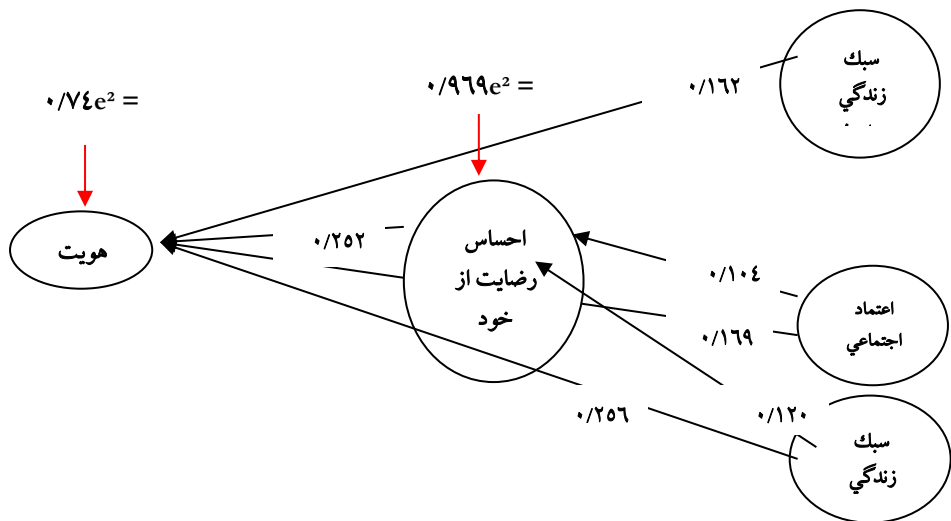
نام متغیر	همبستگی جزئی	مقدار T	سطح معنی داری
سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی)	۰/۰۲۸	۰/۵۵۶	۰/۵۷۹
سرمایه اجتماعی (اعتماد به نهادها)	۰/۰۷۷	۱/۵۳۹	۰/۱۲۵
اعتماد به نفس	۰/۰۸۸	۱/۷۶	۰/۰۷۹

در نهایت در جدول ۲۷ متغیرهایی که در مرحله سوم رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام از معادله خارج شده‌اند، همراه با سطوح معنی داری و مقدار T مربوطه نشان داده شده‌اند.

مدل ساختاری رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

از جمله تکنیک‌هایی که علاوه بر بررسی اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، اثرات غیر مستقیم این متغیرها را نیز مدنظر قرار می‌دهد، تحلیل مسیر است. این تکنیک روابط بین متغیرها را مطابق با واقعیت‌های موجود در تحلیل وارد می‌کند (کلانتری، ۱۳۸۵، ص ۲۲۳). نکته حائز اهمیت در مدل‌های تحلیل مسیر آن است که با استفاده از این مدل‌ها می‌توان به حجم عظیمی از اطلاعات که می‌تواند روابط علی ارزش‌مندی را بیان کند دست یافت (مرادی، ۱۳۸۵، ص ۷۷). تحلیل مسیر روشی توانمند است که ما را در کشف و مطالعه روابط میان متغیرها جهت رسیدن به شناخت علی یاری می‌رساند. قاعده مکانیزم علی کمک می‌کند که متغیر وابسته از طریق مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل تبیین گردد. اساساً در تحقیقات اجتماعی متغیر وابسته تحت تأثیر مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل است و هر متغیر سهمی در تبیین متغیر وابسته دارد. وجود نظریه‌های مختلف در علوم اجتماعی نیز ناشی از همین ویژگی است که هر کدام از آن‌ها بخشی از واقعیت اجتماعی را آشکار می‌سازند. به‌وسیله تحلیل مسیر علاوه بر این که شبکه روابط موجود بین متغیرها به نمایش در می‌آید، شدت این روابط نیز آشکار می‌گردد. مدل تحلیل مسیر در این تحقیق با استفاده از رگرسیون چندمتغیری به شیوه مرحله به مرحله جهت محاسبه ضرایب مسیر تنظیم گردیده است که اهمیت و تأثیر نسبی روابط مستقیم و غیر مستقیم متغیرها را ارزیابی کرده و به کشف دیاگرام مسیر نائل آمده است. برای رسم مدل مسیر از ضرایب بتای متغیرهایی استفاده شده است که مقدار T آن‌ها در سطح معناداری قرار دارد. ضریب بتا در این مدل نماینده شدت رابطه بین دو متغیر با ثابت نگه داشتن اثر متغیرهای دیگر موجود در مدل است. در ضمن فلش‌های اضافی که از بیرون به متغیرها هدایت شده‌اند به مقداری از واریانس توضیح داده نشده برای هر متغیر مربوط می‌شود که به کمک آن‌ها می‌توان مدل را ارزیابی کرد، به این معنا که چنین فلش‌هایی (e^2) مقدار واریانس متغیری که متغیرهای متقدم مدل آن را تبیین نکرده را نشان می‌دهند (مرادی، ۱۳۸۵، ص ۷۸).

در تحقیق حاضر در این مسیر ابتدا شکل مدل مسیر استخراج شده ارایه می شود و سپس اثرات مستقیم و غیر مستقیم هر کدام از مدل ها در جدولی توضیح داده خواهند شد.



شکل ۲: مدل هویت

$$R^2 = 1 - e^2: 1 - 0.74: 0.26$$

جدول ۲۳: اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر هویت اجتماعی

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
سبک زندگی مدرن	۰/۱۶۲	-	۰/۱۶۲
اعتماد اجتماعی	۰/۱۶۴	۰/۰۲۶	۰/۱۹
سبک زندگی سنتی	۰/۲۵۶	۰/۰۳۰	۰/۲۸۶
احساس رضایت از خود	۰/۲۵۲	-	۰/۲۵۲

بررسی اثر عوامل ناشناخته (عوامل خطا) حاکی از این است که مدل مسیر علی توانسته حدود ۲۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش بینی کند و مقدار ضریب تعیین (R^2) برابر با ۲۶ درصد شده است. بیش ترین و قوی ترین تأثیر مستقیم بر روی متغیر هویت اجتماعی به وسیله متغیر سبک زندگی سنتی با 0.256 بوده است و سپس متغیر احساس رضایت از خود با مقدار 0.252 بیش ترین تأثیر مستقیم را داشته است. بیش ترین تأثیر غیرمستقیم را نیز متغیر سبک زندگی سنتی داشته است و پس از آن متغیر اعتماد اجتماعی بیش ترین تأثیر غیرمستقیم را داشته است. به طور کلی بیش ترین تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر روی متغیر هویت اجتماعی از جانب متغیر سبک زندگی سنتی بوده است.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با پذیرش این موضوع آغاز گردید که هویت اجتماعی فرایند است که خصلت و خصیصه‌ای همه انسان‌ها را به‌عنوان موجودات اجتماعی مورد بررسی قرار می‌دهد، بدین‌منظور سرچشمه معنی و تجربه برای مردم است. بدین‌منظور اندیش‌مندان اعتقاد دارند که بیش‌ترین برداشت از هویت خویش‌تن به برداشت و تصور دیگران نسبت به ما تعلق داشته و وابسته است.

در مورد فرضیه اول، یعنی رابطه بین سن پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان باید گفت که ضریب همبستگی پیرسون وجود رابطه‌ای را میان این دو متغیر نشان نداد. تنها یکی از ابعاد تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی، یعنی هویت جهانی بود که با سن دارای رابطه معنی‌داری بود. دلیل این عدم رابطه این است که اکثر محصلان در یک گروه سنی قرار داشته‌اند.

در مورد فرضیه دوم به این نتیجه رسیدیم که میان جنسیت و هویت اجتماعی رابطه وجود دارد، یعنی بین مردها و زن‌ها در میان افراد نمونه تفاوت معناداری وجود دارد. در میان ابعاد هویت اجتماعی نیز، هویت ملی و هویت دینی رابطه معنی‌داری را با جنسیت نشان می‌دادند.

در فرضیه سوم، رابطه معناداری میان گروه تحصیلی افراد نمونه و هویت اجتماعی آنان و نیز ابعاد سازنده هویت اجتماعی وجود ندارد. دلیل آن باید این باشد که ما شاهد پراکندگی زیادی میان فراوانی نمونه‌ها برحسب گروه تحصیلی آنان بوده‌ایم. هم‌چنان این‌که رشته‌های تحصیلی دارای جاذبه افتادگی مناسب نیستند.

در مورد فرضیه چهارم نیز باید گفت که بین قومیت پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان رابطه معناداری مشاهده شد. می‌توان مطرح کرد که رابطه معنی‌داری در سطح ۹۵ درصد بین ابعاد هویت اجتماعی و نوع قومیت افراد وجود داشته است.

در فرضیه پنجم به این نتیجه رسیدیم که میان مذهب پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان تفاوت معناداری وجود دارد. و تمام ابعاد سازنده هویت اجتماعی، یعنی، هویت قومی، ملی، دینی و جهانی با مذهب پاسخ‌گویان رابطه معناداری را نشان می‌دادند.

در فرضیه ششم نیز میان وضعیت تأهل پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان شاهد رابطه معناداری نبودیم. دلیل آن در پراکندگی فراوانی افراد متأهل و مجرد است، چنان‌که افراد متأهل ۴۲ نفر و افراد مجرد ۳۵۷ نفر از افراد نمونه تحقیق را تشکیل می‌دادند.

در فرضیه هفتم نیز ما شاهد آن بودیم که رابطه معناداری میان محل سکونت پاسخ‌گویان از نظر سکونت در منزل شخصی، یا غیرشخصی و هویت اجتماعی آنان وجود نداشت. هیچ‌کدام از ابعاد هویت اجتماعی نیز رابطه معناداری با محل سکونت پاسخ‌گویان نداشتند.

در فرضیه هشتم نیز دیدیم که تفاوت معناداری میان میانگین احساس طبقاتی پاسخ‌گویان وجود نداشت، بنابراین، رابطه معناداری نیز میان این متغیر و هویت اجتماعی پاسخ‌گویان را شاهد نبودیم. دلیل آن بازهم پراکندگی در فراوانی نمونه‌های مورد بررسی می‌باشد.

در فرضیه نهم، خود هویت اجتماعی رابطه معناداری را با تحصیلات پدران پاسخ‌گویان نشان نداد؛ اما دو بعد سازنده هویت اجتماعی یعنی هویت ملی و جهانی بیان‌گر وجود رابطه با تحصیلات پدران بودند. در فرضیه دهم نیز دیدیم بین هویت اجتماعی و تحصیلات مادران پاسخ‌گویان رابطه معناداری وجود ندارد. در میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی، این تنها هویت ملی در سطح ۹۵ درصد رابطه معناداری را با تحصیلات مادران نشان داده شد.

فرضیه یازدهم که به آزمون وجود رابطه میان مشارکت اجتماعی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان پرداخت، این نتیجه را نشان داد که میان این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز این تنها هویت ملی بود که با مشارکت اجتماعی پاسخ‌گویان دارای رابطه معنی‌داری بود. در فرضیه دوازدهم دیدیم که رابطه معناداری میان دو متغیر اعتماد پاسخ‌گویان به نهادها و هویت اجتماعی آنان وجود دارد. از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز این هویت‌های ملی و دینی بودند که رابطه معناداری را با اعتماد پاسخ‌گویان به نهادها نشان می‌دادند.

در فرضیه سیزدهم به آزمون رابطه میان اعتماد اجتماعی پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان پرداختیم و دیدیم که رابطه معنی‌داری میان دو متغیر وجود دارد. از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز این صرفاً هویت جهانی بود که با اعتماد اجتماعی رابطه معنی‌داری را نشان نمی‌داد.

در فرضیه چهاردهم نیز دیدیم که میان اعتماد به نفس پاسخ‌گویان و هویت اجتماعی آنان رابطه قوی و مثبتی وجود دارد. از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز هر سه هویت قومی، ملی و دینی رابطه معناداری را با اعتماد به نفس پاسخ‌گویان نشان می‌دادند و صرف هویت جهانی دارای رابطه معنی‌داری نبود. در فرضیه پانزدهم ملاحظه کردیم که بین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان و رضایت آنان از خود رابطه معناداری وجود دارد. تمام ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز رابطه معناداری را با رضایت پاسخ‌گویان از خود نشان می‌دادند.

در فرضیه شانزدهم، به آزمون رابطه میان هویت اجتماعی محصلان و سبک زندگی مدرن پرداختیم و دیدیم که میان این متغیر رابطه معناداری ابعادی هویت اجتماعی (ملی، دینی و جهانی) وجود دارد. و از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی و هویت قومی است که با سبک زندگی مدرن رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد.

در فرضیه هفدهم نیز دیدیم که بین هویت اجتماعی پاسخ‌گویان و سبک زندگی سنتی آنان رابطه معناداری وجود دارد. از میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی تمام ابعاد آن با سبک زندگی سنتی رابطه معنی‌داری را نشان می‌داد.

فرضیه هجدهم نیز بیان‌گر این موضوع است که بین مصرف رسانه‌های داخلی و هویت اجتماعی رابطه وجود ندارد. هیچ‌کدام از ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز رابطه معنی‌داری را با مصرف رسانه‌های داخلی نشان ندادند.

در فرضیه نوزدهم نیز دیدیم که بین مصرف رسانه‌های خارجی و هویت اجتماعی پاسخ‌گویان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. در میان ابعاد سازنده هویت اجتماعی نیز این تنها هویت جهانی بود که با مصرف رسانه‌های خارجی دارای رابطه معنی‌داری بود.

در جدول رگرسیون چند مرحله نیز دیدیم که متغیرهای احساس رضایت از خود، سبک زندگی سنتی و اعتماد اجتماعی بیش‌ترین ارتباط را با متغیر هویت اجتماعی داشتند، یعنی، با بالا رفتن احساس رضایت از خود، و قوی‌تر بودن گرایش به سبک زندگی سنتی و بالاتر بودن اعتماد اجتماعی، افراد دارای هویت اجتماعی قوی‌تری هستند.

منابع

- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان. (۱۳۸۱). "ازطبقه اجتماعی تا سبک زندگی رویکرد های نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- احمدی، حبیب و همکاران. (۱۳۸۹). "بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان"، فصل‌نامه علمی - تحقیقی زن و جامعه، سال اول شماره چهارم.
- الطایی، قلی. (۱۳۸۲). هجران هویت قومی در ایران، تهران: نشر شادگان.
- باقری، معصومه و محمد سلیمان نژاد. (۱۳۸۹). "بررسی جامعه‌شناختی هویت اجتماعی جوانان"، دانش‌نامه علوم اجتماعی، دوره اول، شماره ۳.
- برگر، پترول و توماس لوکمان. (۱۳۷۵). ساخت اجتماعی واقعیت، ترجمه فریرز مجیدی، تهران: علمی و فرهنگی.
- ترنز، جانانان. ا.ج. (۱۳۸۴). پیدایش نظریه جامعه‌شناختی، ترجمه‌ی عبدالعلی لهسایی‌زاده، شیراز: انتشارات نوید شیراز.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۸۴). نظریه های جامعه‌شناسی، تهران: سمت، چاپ یازدهم.
- جنکیتز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- رحمت‌آبادی، الهام و حبیب آقابخش. (۱۳۸۵). "سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان"، فصل‌نامه علمی تحقیقی رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۲۰، صص: ۲۵۴-۲۳۵.
- زهیری، علیرضا. (۱۳۸۴). "چستی هویت ملی"، فصل‌نامه علوم سیاسی، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۵۰-۲۹.
- ستوده هدایت الله. (۱۳۷۶). روان‌شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات آوا نور.
- شارع پور، محمود و غلامرضا خوشفر. (۱۳۸۱). "رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان (مطالعه موردی شهر تهران)"، نامه علوم اجتماعی، شماره بیست.
- شویره، کریستیان و فونتس اولیویه. (۱۳۸۵). واژگان بوردیو. ترجمه: مرتضی کتبی، تهران، نی.
- فی، برایان. (۱۳۸۳). پارادایم‌شناسی علوم انسانی، مرتضی مردیها، تهران: مرکز تحقیق مطالعات راهبردی.
- کتابی، محمود و دیگران. (۱۳۸۳). "دین، سرمایه اجتماعی و توسعه اجتماعی فرهنگی"، مجله تحقیقی پوهنتون اصفهان، جلد هفدهم، شماره ۲، صص ۱۶۹-۱۹۲.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۵). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی. تهران: انتشارات شریف.
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۳). جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- گلچین، مسعود. (۱۳۷۸). قشربندی اجتماعی و تبیین جامعه‌شناختی جریان اجتماعی کردن نوجوانان در خانواده، رساله دکترا جامعه‌شناسی، پوهنځی علوم انسانی، پوهنتون تربیت مدرس.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی، ترجمه، منوچهر صبوری، تهران: نی، چاپ سیزدهم.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشرنی
- مرادی، گلمراد. (۱۳۸۵). بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی مرتبط با کیفیت سلامت روانی مهاجران، مطالعه موردی اسلام آباد غرب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی پوهنتون شیراز.
- منصور نژاد، محمد و مرضیه بایه. (۱۳۸۴). مجموعه مقالات "هویت ملی و جهانی شدن، تهران: نشر موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- نیازی، محسن و محمد کارکنان. (۱۳۸۶). "تبیین جامعه‌شناختی سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان"،

فصل نامه مطالعات ملی، سال هشتم شماره ۳.

- Amiot, Catherine E., Sablonniere, Roxana dela ,Terry, Deborahj, Joanne R.Smith (2007). "Integration of Social Identities in the Self: Toward a Cognitive-Developmental Model", PSPR, Vol. 11 No. 4, November 364-388.
- Dalton, Maxine, and Chrobot-Mason, Donna (2007), "A Theoretical Exploration of Manager and Employee Social Identity, Cultural Values and Identity Conflict Management". International Journal of Cross Cultural Management , Vol 7(2): 169-183
- Deaux. Kay (2000). Models, meaning and sticuli, in Dora Capozza & Rupert Brown (eds). Social identity processes: Trends in theory and research, London, Sage, 1-14.
- Ellemers, Naomi, Gilder, Dick, and Haslam, Alexander (2004), "Motivating Individuals And Groups At Work: A Social Identity Perspective On Leadership And Group Performance". Academy of Management Review, Vol. 29, No. 3, 459-478.
- Glock, C, & Stark, R. (1965). Religion and society in Tension. Chicago: Rand McNally.
- Hogg, Michael A., Dominic,Abrams, (2004). The Social Identity perspective Intergroup Relations, Self-Conception, and Small Groups, Small Group Research, Vol. 35 No. 3, June 246-276.
- Holmes, Khiela, and Lochman, John (2009), "Ethnic Identity in African American and European American Preadolescents: Relation to Self-Worth, Social Goals, and Aggression". Journal of Early Adolescence, Vol.29 No. 4 pp. 476-496
- Howard, Judith A. (2000). "Social psychology of inentites", Annual Review of Sociology, Vol.26, No. 4, pp.367-393.
- Mehra,Ajay, Kilduff, Martin, Danielej,Brass, (1998). "At The Margins: A Distinctiveness Approach To The Social Identity and Social Networks of Underrepresented Groups", Academy of Management Journal , Vol.41, No.4, pp. 441-452.
- Mummendey, Amelie,Thomas, Klink, (1999). "Strategies to Cope with Negative Social Identity: Predictions by Social identity Theory and Relative Deprivation Theory", Journal of personality and Social Psychology, , Vol.76,No.2, pp.229-245
- Niens, Ulrike and Cairns, Ed (2003), "Explaining Social Change and Identity Management Strategies". Theory & Psychology. Vol. 13(4): 489-509.
- Tran, Veronique, Garcia-Prieto, Patricia, and Schneider, Susan (2011), "The role of social identity, appraisal, and emotion in determining responses to diversity management". Human Relations, 64(2) 161-176.
- Turner, John C (1999). Some Current Issues In Research on Social Identity and Self-categorization Theory, in Noam Ellemers, Russell Spears, Bertjan Doosje (eds). Social identity: Context commitment, context, London, Blackwell Publishers. Pp. 6-34.
- Turner, Jonathan H (1998). The Structure of Sociological Theory. 6 th Ed, USA, Wadworth: Publishing Company.
- Turner, jonathan H (2003). The Structure of Sociological Theory, USA, Wadsworth· Thomson Learning inc.
- van Zomeren, Martijn,Postmes,Tom, Russell,Spears, (2006). "Toward an Integrative Social Identity Model of Collective Action: A Quantitative Research Synthesis of Three Socio- Psychological Perspectives", Psychological Bulletin, Vol.2, No. 3.