

بررسی میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی در بین دانشجویان

و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن

(نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)^۱

مجید رضا کریمی^۲

جلیل عزیزی^۳

کد مقاله: ۹۰۰۱۱۷۰۲

چکیده

تعلق خاطر به فرهنگ و عناصر درونی آن در بسیاری از جوامع از جمله اقلام مهم هویت بخش می باشند. این عامل به خصوص در عصر امروزی که انواع هجمه های فرهنگی، فرهنگ بومی و ملی عمده جوامع را تهید می کند می تواند بسیار مهم و مؤثر باشد. امروزه که تکنولوژی ها و دستگاه های ارتباطی مانند ماهواره و اینترنت توانسته اند، جامعه ی جهانی را به صورت دهکد ی جهانی در آوردند، شاهد هجوم انواع عناصر متضاد و متعارض فرهنگی به سوی جامعه ایرانی- اسلامی مان می باشیم که در وهله اول می تواند خطر بالقوه خطرناکی برای جوانان ما محسوب شود. این مقاله که نتیجه یک پژوهش تجربی در این زمینه می باشد، به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است. آیا جوانان دانشجوی در هویت فرهنگی شان و تعلق خاطر به آن دچار مشکل یا بحران می باشند یا خیر؟ چه عواملی با این فرایند مرتبط اند؟ و میزان اثر گذاری هر یک از عوامل بر این تعلق خاطر چه مقدار می باشد؟ بدین منظور ۳۵۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی جهرم در سال تحصیلی ۱۳۸۸-۸۹ (در رشته ها و سالهای مختلف تحصیلی) بر اساس نمونه گیری به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیده و مورد بررسی قرار گرفتند. روش جمع آوری اطلاعات، روش میدانی و تکنیک مورد استفاده تکنیک پیمایش با استفاده از ابزار مصاحبه و پرسشنامه می باشد. داده های جمع آوری شده در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی با استفاده از برنامه نرم افزاری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

واژه های کلیدی: هویت، هویت فرهنگی، رسانه های جمعی، مشارکت اجتماعی

۱- این مقاله برگرفته شده از طرحی پژوهشی با همین عنوان می باشد که با حمایت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم انجام پذیرفت.

۲ - دانشگاه آزاد اسلامی - واحد جهرم - گروه علوم اجتماعی - جهرم - ایران (آدرس: استان فارس - شهرستان جهرم - دانشگاه آزاد اسلامی - تلفن: ۰۹۱۷۱۵۴۷۵۰)

۳ - دانشگاه آزاد اسلامی - واحد جهرم - گروه علوم اجتماعی - جهرم - ایران (آدرس: استان فارس - شهرستان جهرم - دانشگاه آزاد اسلامی - تلفن: ۰۹۱۷۳۹۲۲۷۵۰)

مقدمه

هویت فرهنگی با توجه به ماهیت و محتوایش، از جمله مهمترین ابزار رفتاری و از ابعاد مهم هویتی است که می تواند تا حد زیادی پایبندی به دیدگاه ها، ارزش ها، و باورهای مشترک را در تعامل اجتماعی و در توالی نسل ها به عهده بگیرد. این بعد از هویت، علاوه بر اینکه خود از عناصر اصلی و بنیادین هویت است، از طریق عناصر ذاتی و درونی قابل فهم برای دیگران نیز به مثابه ظرف و سازو کار انتقال سایر عناصر هویتی ایفای نقش می کند، چنانکه از طریق هویت فرهنگی است که ما از عناصر تشکیل دهنده هویت ملی و میهنی و سایر ارزش ها، و آداب فرهنگی و اجتماعی که به ما رسیده است، آگاه می شویم. با عنایت به چنین نقشی است که در بسیاری از جوامع، از یک طرف، هویت فرهنگی محور اصلی و اساسی هویت ملی محسوب می شود، و از طرف دیگر محور بسیاری از پژوهش های جامعه شناسی و روانشناسی اجتماعی می باشد.

بیان مسأله

در عصر حاضر، روند تغییرات و تحولات اجتماعی چنان سرعت و عمق یافته که اصیل ترین عرصه حیات بشری، تحت عنوان فرهنگ را نیز درنوردیده و انسان ها را در یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است، به گونه ای که آموخته های پیشین به اضمحلال می رود (کازنو، ۱۳۷۰: ۱۷۶). می توان گفت، این تغییرات شدید، به همراه دگرگونی های علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، تکوین هویت انسانی را با چالش مواجه کرده است. از سوی دیگر، افزایش ارتباطات جهانی و پدیده جهانی شدن، باعث ایجاد تغییرات فرهنگی بسیاری در جوامع مختلف شده است. رواج ارزش های گوناگون، قرار گرفتن در معرض اندیشه ها و گرایش های مختلف، انسان امروزی را چنان دچار از خود بیگانگی کرده که خود را به فراموشی سپرده است (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۲۰-۱۴).

در حال حاضر نیز مسأله ی جهانی سازی و احتمال تهدید هویت های ملی بر اثر گسترش آن، جوامع را نسبت به حفظ هویت ملی و فرهنگی خویش بیش از پیش حساس تر نموده است. هر قدر ملتی از گذشته و فرهنگ خویش آگاهی بیشتر و عمیق تری داشته باشد بدون شک با قاطعیت و ایمان بیشتری برای موجودیت و اعتبار خود و مطرح بودنش در سطح جهانی خواهد کوشید. امروزه وجود بحران های سیاسی، نظامی و اقتصادی، که در بخش عمده از جهان توجه ملت ها را به خود جلب کرده موجب شده است بیشتر اندیشمندان توجهشان به

پدیده فرهنگ معطوف گردد زیرا به اعتباری همه رویدادهای اجتماع را بدان وابسته می دانند. هم اکنون حتی کشورهای مقتدری همچون فرانسه و روسیه نیز نگرانند که اگر نتوانند هویت فرهنگی خود را در برابر امواج عظیم انگلوساکسون به ویژه آمریکا حفظ کنند در آینده نزدیک با بحران اجتماعی مواجه خواهند گشت». (فخرائی، ۱۳۷۵).

از طرفی پیشرفت و گسترش روزافزون رسانه های ارتباطی و فن آوری اطلاعات در گستره علم و فرهنگ، هرچند موجبات پیشرفت علم و ایجاد فرصت های تبادل اطلاعات را برای کشورها فراهم نموده است اما تأثیرات آن بر هویت فرهنگی و ملی ملت ها بخصوص نسل جوان جامعه قابل تأمل است. به دلیل ایجاد و گسترش بیشتر شبکه های اطلاع رسانی توسط جهان غرب، تبادل اطلاعاتی بیشتر جنبه یک طرفه داشته و از جهان غرب در دسترس سایر کشورها به ویژه کشورهای جهان سوم و کمتر توسعه یافته قرار می گیرد و همراه این اطلاعات، فرهنگ و عناصر فرهنگی آن ها نیز اشاعه می یابد، نوجوانان نیز در آستانه هویت یابی بیشتر تحت تأثیر این عناصر نظیر: نمادها، زبان، اصطلاحات و سایر جنبه های آن که برای برقراری ارتباط ضروری هستند قرار می گیرند. آنان هایی که نسبت به فرهنگ خود ناآشنا ترند بیشتر تحت تأثیر قرار گرفته و حتی ممکن است احساس حقارت نموده و نیاز به همخوانی با عناصر فرهنگی وارداتی را در خود احساس کنند و زمانی که زیربنای شخصیت فرهنگی جامعه ای آسیب دیده و سست و ناتوان گردید، آن گاه آمادگی برای پذیرش فرهنگ وارداتی روز به روز افزایش می یابد. بنابراین ضروری است که نهادهای فرهنگی و به خصوص آموزش و پرورش در تمامی دوره ها به این موضوع اهمیت بدهد و با ظرافت مفاهیم فرهنگ ملی را فراخور سن و شرایط افراد به آن ها انتقال دهد.

با این حال، می توان مدعی شد، مسئله هویت فرهنگی، امروزه یکی از اساسی ترین مسایل پیش روی جوانان به شمار می رود. مقاله حاضر به دنبال پاسخگویی به این پرسش محوری است که، میزان تعلق خاطر جوانان دانشجویان جوان دانشگاه

آزاد اسلامی جهرم، به هویت فرهنگی چقدر است؟ و چه عوامل اجتماعی بر آن تأثیر می گذارد؟

اهداف پژوهش

مهمترین اهدافی که این پژوهش به دنبال دست یابی به آن بوده و در این مقاله نیز به آن پرداخته شده است، عبارت است از:

- تعیین میزان پایداری به هویت فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم.
 - پی بردن به وجود یا وجود نداشتن بحران هویت فرهنگی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم.

- بررسی عوامل مؤثر بر هویت فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم.
 بر این اساس می توان گفت، هدف اساسی این تحقیق تعیین میزان تعلق به هویت فرهنگی و پی بردن به وجود یا وجود نداشتن بحران هویت فرهنگی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم می باشد.

چارچوب نظری

پیش از ورود به مباحث نظری هویت، پرداختن به چیستی هویت و مفهوم هویت فرهنگی ضروری به نظر می رسد. هویت در نگاه متفکران مختلف در حوزه های روانشناسی و جامعه شناسی، تعاریف متفاوتی دارد و اندیشمندان با رویکردهای مختلف به این مفهوم پرداخته اند. این امر باعث گردیده است که ارائه تعریفی جامع و مانع از هویت را دشوار سازد.

هویت، کلمه ای عربی است که در زبان فارسی به جای واژه انگلیسی (Identity) به کار می رود. معین، در فرهنگ فارسی تحت عبارت "هویت" معانی ای از قبیل "ذات باری تعالی" (هستی و وجود) و آن چه موجب شناسایی مشخص می شود را می آورد. ولی در کل هویت، مفهومی است که در علوم مختلف دارای فضای مفهومی^۴ خاصی است (معین، ۱۳۷۱: ۳۷۴۳).

به نظر برگر، مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می شوند، می کوشند تا نقطه مشترکی را پیدا کنند که وجه تمایز آنها از دیگران است. این کار باعث می شود تا هریک از افراد نقش های جداگانه ای داشته باشند. در یک سطح بالاتر وقتی مردم هویت مشترک را کشف می کنند، می توانند از این طریق به نوعی انسجام برسند (Heise, ۱۹۹۸: ۲۰۱-۲۰۲). می توان، هویت ها، را به مثابه شالوده ها و سازه های اجتماعی دانست، که در فرآیند

شالوده‌ریزی یا سازه‌گرایی اجتماعی^۵ به وجود می‌آیند و با تکیه بر حافظه‌ی جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی در طول زمان به طور مجدد باز تعریف و باز تفسیر می‌شوند. از این رو در فرآیند شکل‌گیری هویت‌ها پدیده‌های معرفتی، ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی و اقتصاد و فن‌آوری، نقش به‌سزایی دارند. (متنظرالقائم ۱۳۷۷: ۲۵۹).

استوارت هال^۶، اعتقاد دارد که هویت‌ها، پیوست‌های موقتی و گذرای سوژه هستند که کنش‌های پراکنده‌ای را برای ما به‌ارمغان می‌آورند (صوفی، ۱۳۸۵: <<http://www.goftman.com>>). وی به هویت در یک بستر دیالکتیکی نگاه می‌کند و هویت را در بودن‌ها و نبودن‌های ما تعریف می‌کند (عاملی، ۱۳۸۴: ۴۳).

جنکینز، معتقد است، هویت به شیوه‌های که به واسطه‌ی آن‌ها افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند اشاره دارد و برقراری و متمایز ساختن نظام‌مند نسبت‌های شباهت و تفاوت میان افراد، میان جماعت‌ها، و میان افراد و جماعت‌ها است. شباهت و تفاوت با هم و نه جز این اصول پایه‌ی هویت و پایه‌ی زندگی اجتماعی‌اند^۷. او همچنین می‌افزاید که "هویت اجتماعی، درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از طرف دیگر درک دیگران از خودشان و افراد دیگر از جمله خودمان چیست. یکی از نخستین کارهایی که در مشاهده‌ی یک غریبه انجام می‌دهیم این است که او را در نقطه‌ای از نقشه شناختی‌مان قرار دهیم" (جنکینز، ۱۳۸۱: ۷-۸).

از سوی دیگر، مانوئل کاستلز، هویت را فرایند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر مبنای معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. بر مبنای این تعریف، هویت‌ها همیشه تولید و بازتولید می‌شوند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲).

اریک فروم (۱۹۴۷)، جامعه‌شناس و روانکاو آلمانی نیازهای اختصاصی انسان را از منظر روانشناختی، مشتمل بر نیاز به تعالی، نیاز به وابستگی، نیاز به هویت، نیاز رجوع به اصل

۳- Social constructivism

۴-Stuart Hall

و نیاز به مبنای جهت گیری می داند. وی در توضیح نیاز به هویت معتقد است هر فرد آدمی مایل است به اینکه هویت خاصی داشته باشد از این روی، می کوشد که خویشتن را دریابد و بشناسد، در عین حال می خواهد فردی ممتاز باشد، و برای رسیدن به این مرحله، بعضاً خود را به شخص یا گروهی از اشخاص نسبتاً مبرز و ممتاز، مرتبط می کند، یا به اصطلاح، خویشتن را با آن ها همانند می سازد تا به واسطه ی امتیاز و تشخیصی که آن گروه ها دارند تا حدی صاحب تشخیص و امتیاز گردد (نوردبی و هال، ۱۳۸۰: ۱۴۷).

در مجموع می توان گفت هویت دارای سه عنصر است: هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی که هر یک در تکوین هویت فرد، نقش مهمی ایفا می کنند. در مقایسه این سه هویت، هویت شخصی ویژگی بی همتای فرد را تشکیل می دهد، هویت اجتماعی نقش های اجتماعی درونی شده و متنوع، و هویت فرهنگی درک و کاربرد نمادهای فرهنگی در پیوند با گروه ها و اجتماعات مختلف قرار می گیرند (بوربور، ۱۳۸۳: ۸۸).

اما هویت فرهنگی، شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزای هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، کلیه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربرمی گیرد. که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می دهد. و نشانه های تاریخ یک فرهنگ و یک ملت به شمار می رود. در این مفهوم، میراث فرهنگی یک ملت، کلیت زنده و پویای خلاقیت انسانی است. این تعریف از حیث نظری درست اما بسیار عام و غیرتحلیلی به نظر می رسد، باید گفت میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه مناسک عام، شیوه های معماری، سنت ها، اعیاد، اسطوره ها، عرف ها و فولکلور می باشد. ان ژنب، فولکلور را چنین تعریف کرده است:

"اعمال و رفتاری کلی و گروهی که در بین مردم رایج و متداول باشد، بنا به مقتضیات تکراری است، در تمام فعالیت های زندگی نقش دارد، فرد مشخصی آنها را ابداع نکرده است و در محافل رسمی جای ندارد".

سی.اس.برس، موضوعات فولکلور را در سه مقوله مشخص محدود می کند که عبارتند از: باورها، عرف و عادات مربوط به زمین و آسمان و دنیای جانداران، آداب و رسوم مربوط

به نهادهای اقتصادی اجتماعی و سیاسی مانند اوقات فراغت، مشاغل، بازیها، داستان ها، ترانه ها و ضرب‌المثل‌های هر ملت. هر قدر این مناسک فراگیرتر و شایع‌تر بوده و حاوی کارکردهای همگرایانه در بین شهروندان باشد، همبستگی فرهنگی بیشتر تقویت خواهد شد. به این ترتیب، آن دسته از ابعاد میراث فرهنگی که خاستگاه و ماهیت مذهبی نداشته باشند، البته نه مغایر با مذهب، در کشور ما به یکی از پررنگ‌ترین و برجسته‌ترین خطوط تمایز بین فرهنگ ایرانی با فرهنگ‌های غیرایرانی تبدیل شده‌اند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۰۵).

تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی در قوام و تقویت هویت ملی بسیار مؤثر بوده و در حقیقت گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنت‌های ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

هویت فرهنگی مجموعه ارزش‌ها، باورها، سمبل‌ها و... است که سبب شناخته‌شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می‌شود. از این رو هویت فرهنگی بر سه مدار پیوسته با یکدیگر که حول یک محور می‌چرخند: ۱- فرد درون گروه و جماعت واحد، که می‌تواند در قبیله، طایفه و یا گروه اجتماعی ظهور می‌کند؛ ۲- جماعت و گروه‌های مدرن ملت‌ها که هویت فرهنگی مشترکشان به مثابه‌ی وجه تمایز آنان به‌شمار می‌رود؛ ۳- و سرانجام ملت‌های واحد و یکپارچه در مقایسه با دیگر ملل. بنابراین سه نوع هویت فردی، گروهی و ملی قابل تمایز از یکدیگرند. رابطه میان این سه، ثابت و یکنواخت نیست. بلکه در آن جذر و مدهای دایمی وجود دارد و در بین آن‌ها تغییراتی برحسب موقعیت‌های مختلف پیش می‌آید. تغییراتی که برآمده از برخوردها، همکاری‌ها و عدم وجود آن‌هاست که براساس منافع و مصالح فردی، جمعی و ملی حاصل می‌شود (رهبری ۱۳۸۰: ۵۷).

به نوعی می‌توان گفت، هویت فرهنگی حاکی از تداوم بین گذشته و حال است و نفس این تداوم، خود بر شناخت گذشته دلالت می‌کند. (هنوی ۱۳۷۳: ۴۷۲ - ۴۷۴).

شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزای هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، کلیه‌ی ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربرمی‌گیرد. که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. و نشانه‌های تاریخ یک فرهنگ و یک

ملت به شمار می‌رود. باید گفت میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه مناسک عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فولکلور می‌باشد. بنابراین تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی در قوام و تقویت هویت ملی بسیار موثر بوده و در حقیقت گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنت‌های ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

تاریخ نشان داده است که فرهنگ هر ملتی به شرط آن که پیوندش را با مردم قطع نکند در بیشتر موارد از این ویژگی برخوردار است که در مسیر طبیعی خویش دگرگونی‌های وسیع و در برخی موارد بنیادی را در حیات جامعه به وجود آورد (ورجواند، ۱۳۶۸). اسمیت (۱۹۹۹)، نیز می‌نویسد: دست‌یابی به هویت ملی و فرهنگی این است که پاسخگوی نیاز به کمال فرهنگی، ریشه‌یابی، امنیت و زاینده‌گی است، با این تعبیر دست‌یابی به آن نه تنها ضروری بلکه هویت ملی با ملیت - گزایی کاملاً متفاوت است. (Barh & al, ۱۹۹۹).

حال به تئوری‌ها و نظریه‌های مربوط به هویت می‌پردازیم.

استرایکر، نگرشهایی را که در مورد هویت در حیطه روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی مطرح شده است در سه گروه تقسیم می‌کند (۹۷-۲۸۴: ۲۰۰۰ Strikers & Burke).

برخی از دیدگاه‌ها یک نگرش فرهنگی و جمعی از هویت دارند که ایده‌ها، باورها و عمل‌های یک گروه یا جمع را نمایش می‌دهند. این نگرش از هویت اغلب در کارهایی که روی هویت قومی انجام گرفته است دیده می‌شود. در این دیدگاه هویت به صورت مشخص و شفاف تعریف نشده است به همین جهت کارهایی را که از این مفهوم استفاده کرده‌اند، مبهم کرده است. این دیدگاه از تشریح تغییرپذیری افراد در رفتار و انگیزش و کنش متقابل ناتوان است.

دیدگاه دوم در مورد هویت، ذیل سنت کنش متقابل‌گرایی و مخصوصاً "نگاه ساختاری آن رشد می‌کند. این دیدگاه بیشتر به بررسی ارتباطات نقش افراد و تغییرپذیری، انگیزش و

تفاوت ها با هویت می پردازد. این دیدگاه به نظریه هویت معروف بوده و دانشمندانی چون بورک^۵، استریکر^۶، مک کال^۷ و سیمونز^۸ و ... روی این دیدگاه از هویت کار می کنند. در نظریه هویت، هسته ی هویت، مقوله بندی خود به عنوان یک اجراکننده نقش و ترکیب معانی و انتظارات تداعی شده با نقش در درون خود و اجرای آن ها می باشد (Strikers & Burk ۲۰۰۰ : ۲۲۴).

این دیدگاه بیشتر به هویت نقشی تأکید می کند. زمانی که یک فرد نقش خاصی را برعهده می گیرد، همراه نقش نوعی هویت نیز کسب می کند و این هویت از وظایف نقشی و انتظارات دیگران از آن نقش ناشی می شود.... این دیدگاه چون هویت را ناشی از نقش پذیری افراد در درون گروه ها می داند بیشتر به روابط درون گروه با نقش های اعضای می پردازد.

سومین دیدگاه در مورد هویت، در کارهای تاجفل^۹ و افرادی چون جان ترنر^{۱۰}، هوگ^{۱۱}، اوکاس، ریچر^{۱۲} تحت عنوان نظریه هویت اجتماعی رشد می کند. این دیدگاه هویت را به عنوان چیزی که در درون یک گروه و مقوله جاسازی شده است می بیند. این دیدگاه تفاوت گروه و مقوله را نادیده می گیرد و همچنین اهمیت رفتار درون گروه^{۱۳} مثل ارتباطات بین اعضای گروه را رها می کند (Strikers & Burk ۲۰۰۰ : ۶). نظریه هویت و نظریه هویت اجتماعی، از بسیاری جهات با همدیگر شباهت و هم پوشانی دارند. این تشابهات چنین اند: اولاً " هر دو نظریه به زمینه های متفاوت هویت اعتقاد دارند (گروه ها و مقوله ها برای نظریه هویت اجتماعی و نقش ها برای نظریه هویت) دوم این که هر دو نظریه به عمل هویت ها و برجستگی آن ها اشاره می کنند. قلمرو سوم مشابهت به هسته

۵- Burke

۶- Strikers

۷- M.Call

۸-Simons

۹-Tajfel

۱۰-Turner

۱۱-Hogg

۱۲-Richer

۱۳-within group behavior

فرآیندهایی که شخص از یک هویت تأثیر می‌پذیرد، اختصاص دارد (فرآیندهای شخصیت‌زدایی^{۱۶} در نظریه هویت اجتماعی و تأیید خود و اعتماد به نفس در نظریه هویت) (Strikers & Burke ۲۰۰۰: ۲۲۴).

در این جا لازم است به تعدادی از تئوری‌های مربوط به هویت اشاره ای کوتاه و گذرا خواهیم انداخت.

- تئوری نظام کنترل فرآیند هویت^{۱۷}

هدف این تئوری نشان دادن مدلی از روابط بین فشار و هویت است که در نتیجه آن هویت جدیدی شکل می‌گیرد. این تئوری نشان می‌دهد فشارهای اجتماعی (و محیطی) منجر به شکستن حلقه‌های بازگشتی می‌شوند که فرآیند هویت را حفظ می‌کنند.

انقطاع فرآیند هویت از عملکرد دو مکانیزم حاصل می‌شود: ۱. حلقه‌های شکسته شده، ۲. سیستم‌های هویتی بیش از حد کنترل شده. هرکدام از این مکانیزم‌ها، شرایطی را برای ایجاد فشارهایی فراهم می‌کنند که نتیجه آن انقطاع فرآیند هویت را دربرداشته و نتیجه‌ی این انقطاع هم برای خود احساس بی‌هویتی و کسب هویتی تازه را دربردارد. در هر حال این تئوری نشان خواهد داد که چگونه ارزیابی یک شخص نسبت به خودش از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا کرده و چگونه ارزیابی یک شخص نسبت به خودش از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا کرده و چگونه این فشارها، فرآیند هویت فرد را منقطع می‌کنند و فرد احساس بی‌هویتی کرده و هویت جدیدی را جایگزین می‌کند (Burk ۱۹۹۱: ۳۶).

- تئوری کنش متقابل نمادی

رفتار انسان را می‌توان به طور مستقیم براساس عواملی چون هویت، شخصیت، ژن، تربیت، نقش، مقوله اجتماعی یا اجزای تشکیل دهنده و حتی خود شرایط توضیح داد. اولین مقوله تعیین کننده کنش انسان‌ها تفسیرها و تعریف او از یک شرایط خاص است. افراد برای بقای نیاز به هماهنگ شدن و مطابقت با شرایط زندگی و جهان دارند. اما جهان به طور دایم

۱۴-Depersonalization

۱۵- The control-system of identity process theory

در حال تغییر است افراد نمی‌توانند تمام این تغییرات را به طور مستقیم درک کنند. برای زندگی با دیگران شاید حتی مهم نباشد که افراد به یک درک "درست" برسند بلکه بهتر است به یک درک مشترک برسند.

از طریق تعامل با دیگران ما درک جدیدی از پدیده‌ها پیدا می‌کنیم و در رفتار خود تغییر ایجاد می‌کنیم تا بهترین شرایط دست یابیم. براساس مکانیسم‌هایی که در رهیافت کنش متقابل مطرح می‌شود می‌توان گفت که تعامل تنها در میان افراد صورت نمی‌گیرد بلکه در درون افراد نیز واقع می‌شود.

ما کنشگرانی هستیم که به طور دایم در حال گفتگو با "خود" هستیم. این "خود" آمیخته‌ای است از تمام افرادی که مورد توجه ما بوده‌اند و تمام نقش‌هایی که ایفا کرده‌ایم. این "خود"، ما را از دیگر حیوانات و موجودات متمایز می‌سازد. بلومر، معتقد است که از طریق مکانیسم تعامل با خود، انسان به ارگانیزی مبدل می‌شود که رفتار او محصول بازی درون، بیرون و هر دو آن‌ها با او است. کنش او در جهان نتیجه تفسیر او از مقولاتی است که با او مواجه می‌شوند و او کنش خود را براساس تفسیر آن‌ها شکل می‌دهد (ترنر، ۱۳۷۱؛ کوزر، ۱۳۶۸؛ تنهایی، ۱۳۷۴).

در دیدگاه کنش متقابل نمادی "هویت"، از "خود" متفاوت است. هویت آن "نام" است که فرد به خود اطلاق می‌کند یا تصویری که ارائه می‌دهد. مهمترین کار انجام شده در این حوزه به اروینگ گافمن، مربوط می‌شود که سه مقوله خود آگاهی، نیمه آگاهی و ناآگاهی را مطرح می‌کند. او با "personage" و ماسک زندگی را به صحنه تئاتر مطرح می‌کند. اما رهیافت کنش متقابل نمادی برخلاف تز اریکسون، درباره انسجام "خود" این اصل را مطرح می‌کند که هیچ هسته‌ای برای "خود" وجود ندارد، بلکه رفتار و "خود" بر اساس و با توجه به وضعیت و شرایط تعریف می‌شوند.

- تنوری جداافتادگی اجتماعی^{۱۸}

یکی دیگر از تئوری‌های مطرح در زمینه هویت اجتماعی، تئوری جدا افتادگی اجتماعی است که بر تعیین هویت گروهی به عنوان جایگزین هویت اجتماعی نوجوانان در شرایط خاصی تأکید دارد.

این تئوری تصریح می‌کند "جدا افتادگی" یا "تنهایی اجتماعی" که در اثر فقدان مطرح شدن، فقدان احساس تعلق به جامعه و قرارگرفتن فرد در حاشیه‌ی جامعه حاصل شده است، منجر به احساس بی‌هویتی اجتماعی نوجوانان شده و به طور ویژه‌ای برای آنان مشکل‌ساز می‌شود. در این صورت نوجوانان برای کسب هویت خودشان، به گروه همسالان رجوع کرده و با عضویت گروهی خود در گروه همسالان، موقعیت جدیدی را در جامعه برای تعریف از خودشان پیدا می‌کنند. یکی از این نوع گروه‌های همسالان که نوجوانان با پیوستن به آن‌ها، هویت اجتماعی خودشان را کسب می‌کنند از نظر اصطلاحی "Crowd Types" نامیده شده است. افراد این گروه‌ها به طور مشابه، تمایزات خودشان را در تظاهر به لباس پوشیدن، سبک موی سر، نوع سخن گفتن و رفتار خاص برای بیان کردن هویت گروهیشان به کار می‌برند. دنهلم، هفت نوع از این گروه‌ها و تمایلات مختلفشان را بررسی کرده که برخی از آنها در زمره طرفداران موزیک های رپ و هوی متال هستند.

- تئوری مقوله‌بندی

نظریه خود مقوله‌بندی بر گروه روانشناختی و فرآیندهای مرتبط با پیوستگی و تعاون و تأثیرپذیری اجتماعی بنیاد گرفته است (Turner & Haslam, ۲۰۰۱: ۲۰). فرضیه اصلی تئوری مقوله‌بندی این است که هویت اجتماعی در بسیاری موارد قادر است مانع جهت‌گیری خود به طرف هویت شخصی شود. ترنر، با متمایز کردن هویت اجتماعی (تعریف خود از طریق عضویت در مقوله اجتماعی) و هویت شخصی (تشریح خود از طریق طرز تلقی‌ها و ایده‌های شخصی) یک نظریه هویت اجتماعی رفتار گروهی را مطرح کند. مردم خودشان را به عضویت در مقوله اجتماعی مشترک تعریف می‌کنند. در اینجا یک تأکید ادراکی به شباهت‌های درون‌گروهی و تفاوت‌های بیرون‌گروهی، در ابعاد مختلف وجود دارد. مردم خودشان و دیگران را مقوله‌بندی اجتماعی برجسته کلیشه‌ای می‌کنند، که این کار به هویت ادراکی افزوده، بین خود و اعضای درون‌گروه و یک تمایز ادراکی افزوده بین اعضای درون‌گروه و بیرون‌گروه منجر می‌شود (Turner & Haslam, ۲۰۰۱: ۳۲).

زمانی که هویت اجتماعی نسبت به هویت شخصی برجسته می‌شود، مردم خودشان را کمتر از طریق تفاوت های فردی و بیشتر از طریق مشابهت های درون گروهی می‌بینند، و این همان نیز شخصی سازی خود^{۱۹} است.

تاجفل و دیگران، استنباط می‌کنند که مقوله‌بندی به تنهایی به تحقق موقعیت های معینی برای استنباط با سوگیری بین گروهی کافی است (Turner & Haslam, ۲۰۰۱: ۳۲). مقوله‌بندی اجتماعی می‌تواند به طرفداری گروهی بیانجامد و متغیرهایی که مقوله‌بندی اجتماعی را برجسته می‌کنند، در تعیین سوگیری از اهمیت خاصی برخوردارند (Turner & Haslam, ۲۰۰۱: ۲۷). این به این مفهوم است که وقتی فرد به نوعی مقوله‌بندی دست پیدا کرده و پیش خود درون گروه را از بیرون گروه تشخیص داد. ارزیابی مثبتی از درون گروه خواهد داشت و یک نوع سوگیری به طور مثال در تقسیم منابع نسبت به گروه خود خواهد داشت.

این نظریه بر این واقعیت تاکید می‌کند که: "مقوله‌بندی یک فرآیند پویا و وابسته به متن^{۲۰} است که بوسیله روابط مقایسه‌ای یک متن معین تعیین می‌شود... در مقوله‌بندی همیشه تفاوت بین گروهی بیشتر از تفاوت درون گروهی است (Turner & Haslam, ۲۰۰۱: ۳۴).

- تئوری ترییت

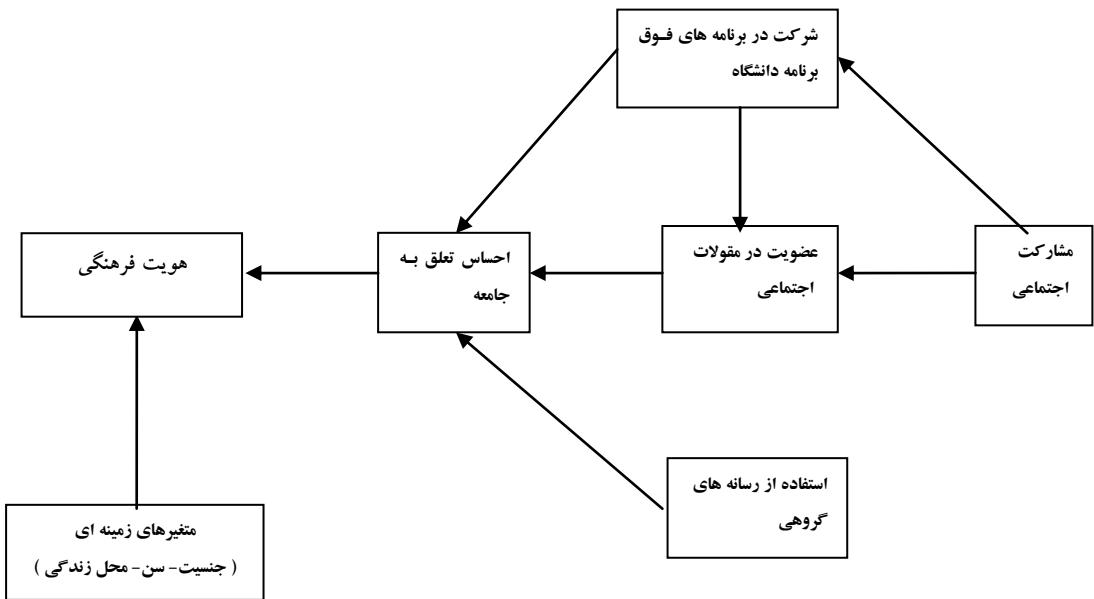
در این نظریه که در نیم قرن گذشته مورد توجه صاحب نظران بوده است، افراد در زمان تولد، همانند یک لوح سپید تلقی می‌شوند و از طریق آموزش و تجاربشان است که به تدریج اشکال و صور مختلف به خود می‌گیرند. به زعم روانشناسان رفتاری همچون واتسون و اسکینر، واکنش های درد و لذت در افراد به طور ذاتی وجود دارد و افراد را در جامعه و در شرایط مختلف شرطی می‌سازد. این جمله واتسون که " شما یک فرد ۷ ساله به من تحویل دهید، من به شما یک مرد تحویل خواهم داد" همان مطلبی است که دورکیم، به بیان دیگری به آن اشاره کرده است:

دورکیم، نیز معتقد است که انسان محصول جامعه است. وقایع اجتماعی چیزهایی هستند که بر افراد اجبار وارد می‌کنند (دورکیم، ۱۳۶۹ و ۱۳۷۳).

مدل علی تحقیق

با استفاده از مباحث تئوریک و پیشینه ادبیاتی تحقیق، که در قسمت قبل فشرده ای از آن آورده شد، مدل علی و تئوریک تحقیق تنظیم گردید. بر اساس مدل علی ارائه شده، علاوه بر توصیف متغیرها، به ارتباطات موجود بین متغیرها نیز پرداخته می شود، لازم به اشاره می باشد که که ارتباط بین متغیرها به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم مورد بررسی قرار می گیرد.

مدل شماره ۱: مدل علی تحقیق



منبع نظری متغیرهای مدل علی: مشارکت اجتماعی (هابرماس)، شرکت در برنامه های فوق برنامه (جووانا و این و راب ۱۹۹۷)، عضویت در مقوله های اجتماعی (تاجفل، ترنر- تئوری مقوله بندی)، احساس تعلق به جامعه (دورکایم- تئوری جدا افتادگی اجتماعی)، استفاده از رسانه های گروهی (منتظر قائم).

روش شناسی

جامعه آماری هر تحقیقی مجموعه‌ای از افراد یا واحدهایی است که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند (سرمد و دیگران، ۱۳۸۰: ۷۷). جامعه آماری در تحقیق حاضر، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جهرم می باشد. حجم نمونه در تحقیق حاضر، بر اساس فرمول کوکران ۳۵۰ نفر در نظر گرفته شده است. واحد تحلیل در تحقیق حاضر فرد و سطح تحلیل نیز خرد می باشد. روش به کار رفته میدانی، با استفاده از تکنیک پیمایش، و ابزار تحقیق نیز پرسشنامه همراه با مصاحبه می باشد. برای سنجش اعتبار گویه ها، از اعتبار صوری و برای اندازه گیری پایایی آن ها، از آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است. گویه‌هایی که موجب کاهش ضریب آلفای مقیاس می شدند از مقیاس حذف گردیدند.

یافته های پژوهش

در این بخش پس از ارائه برخی از یافته های مربوط به متغیرهای زمینه ای، رابطه متغیرها به صورت دو به دو مورد بررسی قرار می گیرد. بدین منظور از ضرایب همبستگی، آزمون T با نمونه‌های مستقل و آزمون تحلیل واریانس استفاده می شود تا متغیرهای مورد نظر با یکدیگر در ارتباط گذاشته شده و شدت و جهت روابط و همچنین معناداری تفاوت موجود بین آن ها بررسی گردد.

متغیرهای زمینه ای

از تعداد ۳۵۰ نفر دانشجویی مورد بررسی، ۲۱۲ نفر معادل ۵/۵۵٪ دانشجویان دختر و ۱۳۸ نفر معادل ۵/۴۴٪ دانشجویان پسر می باشند. دانشجویان در ۸ رشته تحصیلی، شامل میکروبیولوژی، گیاه پزشکی، زیست شناسی، پرستاری، برق، کامپیوتر، تربیت بدنی و علوم اجتماعی مشغول به تحصیل می باشند.

دامنه ی سنی پاسخگویان بین ۱۹ تا ۲۵ سال می باشد، که در این میان ۲۱ ساله ها بالاترین میزان فراوانی را با تعداد ۸۷ نفر، معادل ۲۴/۸۶٪ به خود اختصاص داده اند. ۱۹ ساله ها ۴۶ نفر معادل ۱۳/۱۴٪، ۲۰ ساله ها ۶۰ نفر معادل ۱۷/۱۴٪، ۲۲ ساله ها ۷۵ نفر معادل

۲۱/۴۳٪، ۲۳ ساله ها ۳۲ نفر معادل ۹/۱۴٪، ۲۴ ساله ها ۳۷ نفر معادل ۱۰/۵۷٪ و ۲۵ ساله ها ۱۳ نفر معادل ۳/۷۲٪ بقیه سنین را به خود اختصاص داده اند.

متغیر وابسته

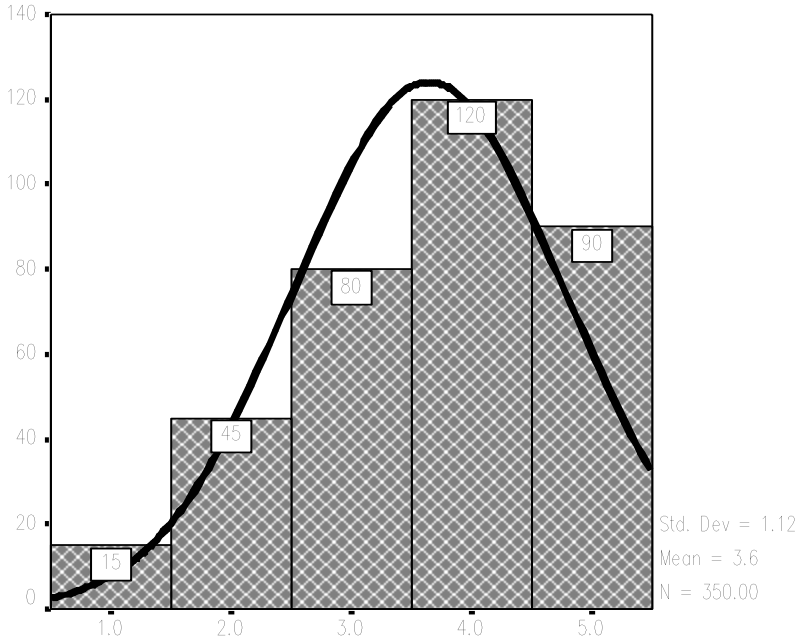
میزان تعلق به هویت فرهنگی، به عنوان متغیر وابسته با ۱۲ گویه خود ساخته مورد سنجش قرار گرفت که در نهایت از ترکیب آن گویه ها، متغیر وابسته مورد اندازه گیری قرار گرفت. جدول شماره ۱ نتایج نهایی تعلق خاطر به هویت فرهنگی را نشان می دهد.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی

میزان رضایت	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
خیلی کم	۱۵	۴/۳	۴/۳
کم	۴۵	۱۲/۹	۱۷/۱
متوسط	۸۰	۲۲/۹	۴۰
زیاد	۱۲۰	۳۴/۳	۷۴/۳
خیلی زیاد	۹۰	۲۵/۷	۱۰۰
جمع کل	۳۵۰	۱۰۰	-----

همان طور که در جدول مشاهده می شود، تنها ۴/۳٪ از پاسخگویان به میزان خیلی کم تعلق خاطر به هویت فرهنگی می کنند، و ۱۲/۹٪ از پاسخگویان نیز به میزان کم. به عبارتی می توان گفت، ۱۷/۱٪ از پاسخگویان به میزان کم و خیلی کم تعلق خاطر به هویت فرهنگی دارند و مابقی، یعنی ۸۲/۹٪ از پاسخگویان به میزان متوسط، زیاد و خیلی زیاد به هویت فرهنگی جامعه تعلق خاطر دارند. با نگاهی به منحنی شماره یک، که مربوط به این متغیر می باشد، میانگین به دست آمده در یک مقیاس یک تا پنج نمره ای، عدد ۳/۶ می باشد که یک میانگین نسبتاً قوی را نشان می دهد. منحنی توزیع نرمال این متغیر نیز، چولگی مثبت را نشان می دهد، بدین معنا که نمره کسب شده در این مقیاس، بیش از نمره میانگین می باشد.

منحنی شماره ۱: میزان تعلق خاطر دانشجویان به هویت فرهنگی



روابط همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

به منظور بررسی رابطه‌ی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته، این متغیرها با یکدیگر در ارتباط گذاشته شدند تا شدت و جهت روابط شان مورد بررسی قرار گیرد. ضرایب همبستگی دو به دوی متغیرهای مستقل و وابسته محاسبه گردیده و بر اساس نتایج به دست آمده، سه متغیر مستقل احساس تعلق به جامعه^(***) (۰/۴۰۶)، مشارکت اجتماعی^(***) (۰/۲۶۱) و عضویت در مقولات اجتماعی^(***) (۰/۲۳۱) دارای رابطه معنادار مستقیم بوده اند. بدین معنا که با افزایش سطح این متغیرها در بین پاسخگویان، میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی نیز در آنان بیشتر می شود. بر خلاف انتظار در نمونه مورد بررسی رابطه معناداری بین متغیرهای مستقل سن پاسخگویان (۰/۰۸۳) و شرکت در برنامه های فوق برنامه دانشگاه (۰/۰۴۸) با متغیر وابسته میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی، مشاهده نگردید. متغیر استفاده از رسانه های گروهی نیز رابطه منفی غیر معناداری (۰/۰۶۲-) از خود نشان داده است.

با استفاده از آزمون t با نمونه‌های مستقل، معناداری تفاوت موجود بین متغیرهای مستقل که دارای سطح سنجش اسمی بودند و متغیر وابسته (تعلق خاطر به هویت فرهنگی) مورد بررسی قرار گرفت. دو متغیر مستقل جنسیت (زن/ مرد) و محل زندگی (شهر/ روستا) با این آزمون به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته است.

یافته‌های آزمون t رابطه بین متغیر جنسیت و متغیر وابسته را مورد تأیید قرار می‌دهد. به بیان دیگر مقدار t و سطح معنی داری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) نشان دهنده آن است که رابطه بین آن‌ها در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنی دار می‌باشد. بر اساس مقایسه میانگین‌ها متوجه می‌شویم که میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی در بین زنان بیشتر می‌باشد. نمره میانگین به دست آمده برای زنان $۴۷/۳۲۶۴$ است که نسبت به نمره مردان ($۴۳/۵۸۱۳$) به میزان $۳/۷۴۵۱$ نمره بیشتر می‌باشد.

نتایج آزمون مقایسه میانگین میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی بر حسب محل زندگی پاسخگویان حاکی از عدم وجود رابطه معنادار بین این دو متغیر می‌باشد. به این معنا است که هیچ رابطه معناداری بین محل زندگی و میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی در بین افراد مورد بررسی مشاهده نشد.

تحلیل رگرسیون چند متغیری

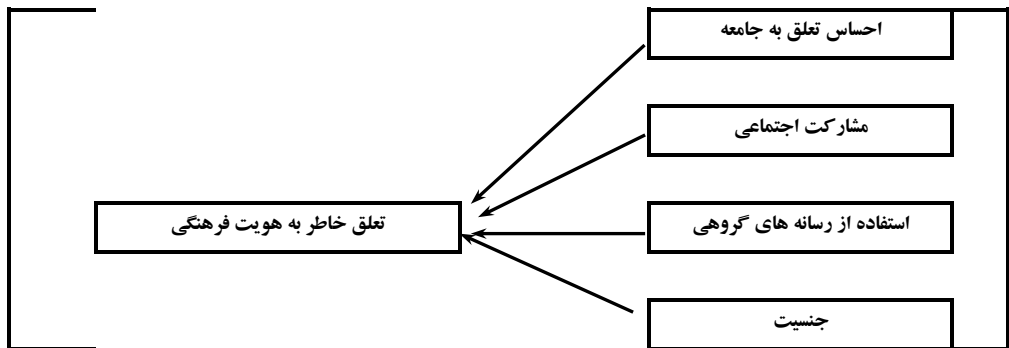
مشارکت نسبی متغیرهای مستقل در میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی

ضرایب استاندارد رگرسیون میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی بر اساس متغیرهای مستقل تحقیق در میان پاسخگویان محاسبه گردید. یافته‌های به دست آمده حاکی از آن بود که ۷ متغیر مستقل در تحقیق در مجموع توانسته‌اند حدود ۴۱ درصد از واریانس تعلق خاطر به هویت فرهنگی را تبیین کنند ($R^2 = ۰/۴۱۲$). ولی این میزان در R تعدیل شده به حدود ۳۸ درصد رسیده است ($R \text{ Adjusted} = ۰/۳۷۶$) که نسبت به R^2 حقیقی‌تر است؛ چرا که نسبت به افزایش متغیرها، حساسیت کمتری از خود نشان می‌دهد.

لازم به اشاره است که متغیرهای احساس تعلق به جامعه، مشارکت اجتماعی و جنسیت دارای رابطه مثبت معناداری با میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی می‌باشند، بدین معنا که با افزایش یک واحد به متغیرهای احساس تعلق به جامعه، مشارکت اجتماعی و

جنسیت) به نفع جنسیت زن)، به ترتیب به میزان ۰/۳۸، ۰/۲۱۲ و ۰/۱۳۴ به میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی افزوده می‌شود. متغیر استفاده از رسانه های گروهی رابطه منفی معناداری با متغیر وابسته را نشان می دهد، بدین معنا که با یک واحد افزایش در متغیر نامبرده شده در بین نمونه مورد بررسی، به ترتیب به میزان ۰/۱۵۷ از تعلق خاطر به هویت فرهنگی آنان کاسته می گردد. برای درک بهتر تأثیر متغیرهایی که به طور معنادار با میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی رابطه داشته‌اند، مدل زیر همراه با معادله رگرسیونی آن ها ارائه می‌گردد.

مدل تحلیلی شماره ۱: میزان تأثیرات همزمان متغیرهای مستقل بر میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی



میزان تعلق خاطر به هویت فرهنگی = $۰/۳۸۲$ (احساس تعلق به جامعه) + $۰/۲۱۲$ (مشارکت اجتماعی) - $۰/۱۵۷$ (استفاده از رسانه های گروهی) + $۰/۱۳۴$ (جنسیت)

نتیجه گیری

نتایج نشان می دهد که دانشجویان مورد بررسی دارای هویت فرهنگی در سطح متوسط رو به بالا می باشند میانگین نمرات به دست آمده در یک مقیاس ۱ تا ۵، عدد ۳/۶ می باشد که میانگین مطلوبی است. اگر مقیاس را به ۰ تا ۱۰۰ تغییر دهیم، میانگین به دست آمده ۷۲ می باشد. ۱۷/۲ درصد از نمونه مورد بررسی دارای تعلق خاطر ضعیف نسبت به هویت فرهنگی می باشند. هویت فرهنگی در برگزیده کلیه ابعاد مرتبط با فرهنگ یک جامعه

شامل مجموعه مناسک عام، شیوه های معماری، سنت ها، اعیاد، اسطوره ها، عرف ها، فولکلور، و ... است. فرهنگ یک جامعه که حاصل انباشت تجربیات یک ملت است درون مایه تمدنی یک ملت و نشان دهنده مراحل تاریخی و فرازونشیب های آن می باشد. فرهنگ هر کشور بستری است که کلیه ی قواعد و هنجارهای اجتماعی و رفتاری در آن به شکل خاص مرتبط با دارندگان آن فرهنگ اعمال می شود در حقیقت آن چیزی که اجتماعات مختلف را از یکدیگر متمایز می کند عناصر فرهنگی درون آن هاست و آنگاه که صحبت از جهانی شدن یا جهانی سازی است و دهکده جهانی مک لوهان، در کانون توجه است، یکپارچگی فرهنگی نتیجه نهایی آن می باشد. بنابراین شناختن ملت خود با خصایص و ویژگی های مختص به خود، باعث ایجاد حس تمایز با سایر ملل و در نتیجه پی بردن به یک موجودیت واحد در کل نظام جهانی است. این احساس تعلق و مثبت دانستن این ویژگی ها باعث افزایش علاقه عاطفی به اجتماع جامعه ای و در نتیجه تقویت انسجام کلی آن می شود.

اما سؤال اساسی دیگری که در موضوع مورد بررسی مطرح می گردد، وجود یا عدم وجود بحران در تعلق خاطر به هویت فرهنگی در میان دانشجویان مورد بررسی است. برای پاسخ به این سؤال ابتدا باید تعریفی عملیاتی از بحران ارائه گردد تا بر مبنای آن به بررسی وجود یا عدم وجود بحران پرداخته شود. اگر ما این تعریف نظری ساده از بحران هویت را بپذیریم که بحران هویت عدم موفقیت دانشجویان در کسب، تکوین و تثبیت مؤلفه های مرتبط با هویت فرهنگی خودی است. آنگاه به منظور بررسی وجود داشتن یا نداشتن بحران هویت از یک تعریف زیست شناسی می توان استفاده کرد. در زیست شناسی بحران هنگامی به وقوع می پیوندد، که تعادل زیستی ارگانیسم در اثر یک عامل خارجی یا نقصان عملکردی اجزای درونی، مختل شود. در مورد هویت نیز اگر فرد نتوانسته باشد هویت لازم مطابق با میانگین جامعه را کسب کند در آن صورت فرد دچار بحران هویت ملی شده است.

بر این اساس می توان نتیجه گرفت که دانشجویانی که دارای هویت فرهنگی ضعیف می باشند نتوانسته اند هویت فرهنگی لازم را کسب نمایند و در بحران هویت فرهنگی بسر می برند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادهای ذیل ارائه می گردد.

۱- افزایش شبکه روابط اجتماعی دانشجویان از طریق گسترش مشارکت آن ها در امور اجتماعی و فرهنگی

۲- افزایش شرکت دانشجویان در برنامه های فوق برنامه دانشگاه که دارای محتوای ملی - دینی بوده مانند بازدید از آثار باستانی، برگزاری جشن های ملی و مذهبی به گونه جذاب برای جوانان، افزایش مسابقات مطالعه و تحقیق درباره ایران و گذشته آن و...

۳- کاهش روحیه فرد گرایی دانشجویان از طریق تشویق آنها به کارها و فعالیت های گروهی و یادگیری تبادل نظر و جمع بندی براساس نظریات جمع

۴- افزایش عضویت دانشجویان در مقوله های اجتماعی مانند انجمن ها، گروه ها، کتابخانه ... ،

۵- افزایش توجه دانشجویان به فرهنگ و تمدن ایرانی و ذکر برتری های واقع بینانه ی آن نسبت به دیگر تمدن ها و فرهنگ ها.

۶- ذکر واقعیات تمدن غربی از طریق بیان نکات مثبت و منفی آن و ارائه نکات مثبت و منفی فرهنگ و تمدن ایرانی در مقایسه با غرب .

۷- افزایش محتوای مرتبط با هویت فرهنگی در دروس دانشگاه ها

۸- افزایش امید به آینده در جوانان با ارائه ی تصویری روشن از توسعه و پیشرفت جامعه .

منابع

- بوربور حسین بیگی، م (۱۳۸۳)، بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزشها در بین دو نسل، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- ترنر، ج، اچ و آل بیگلی، ۱۳۷۱. پیدایش نظریه جامعه شناسی، جلد ۱ و ۲، ترجمه: عبدالعلی افسایی زاده، انتشارات فرهنگ شیرازه
- تنهایی، ح، ۱، ۱۳۷۴. درآمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی. تهران: انتشارات مرنديز.
- جنکینز، ر، ۱۳۸۱. هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه
- حاجیان، ا، ۱۳۷۹. تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵، صفحه ۱۹۳ - ۲۲۸.
- دورکیم، ا، ۱۳۶۹. درباره تقسیم کار اجتماعی، ترجمه: باقر پرهام - کتابسرای بابل.
- دورکیم، ا، ۱۳۷۳. قواعد و روش جامعه شناسی، ترجمه: علی محمد کاردان، دانشگاه تهران.
- رهبری، م، ۱۳۸۰. بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر، نامه پژوهش، سال ششم، شماره ۲۲ و ۲۳، پاییز و زمستان، (صفحه ۵۳-۸۴).
- صوفی، م. ر (۱۳۸۵). «هویت های جدید واقعی و مجازی: مطالعه کاربران اینترنتی دانشجویان با جنسیت و قومیت متفاوت»، مجله الکترونیکی گلوبال مدیا ژورنال، ش پاییز ۱۳۸۵، قابل دسترس در:
- <http://dcfsf.ut.ac.ir/gmi/index.a>
- عاملی، س. ر. (۱۳۸۴). «دو جهانی شدن ها و آینده هویت های همزمان»، هویت ملی و جهانی شدن، به کوشش ا. عباس زاده و م. عباسی، تهران، موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

- فخرانی، س. (۱۳۷۵). «بحران هویت جوانان». روزنامه سلام، شماره ۳۲۲.
- کازنو، ژ. (۱۳۷۰). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- کاستلز، م. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن جاوشیان، ج ۲، تهران: طرح نو
- کوزر، ل. ۱۳۶۸. زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه: محسن ثلاثی، چاپ پنجم و ششم، تهران: انتشارات علمی.
- گل محمدی، ا. (۱۳۸۰). جهانی شدن و بحران هویت، فصلنامه مطالعات ملی سال سوم، شماره ۱۰ (صفحه ۱۴ - ۲۰).
- معین، م. (۱۳۷۱). فرهنگ معین، جلد ۴: چاپ هشتم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- منتظرالقائم، م. (۱۳۷۹). رسانه‌های جمعی و هویت. فصلنامه مطالعات ملی سال دوم، شماره ۴.
- نوردینی و. و هال، کالوین (۱۳۸۰). روانشناسان بزرگ. ترجمه احمد به پژوه و رمضان دولتی. تهران: منادی تربیت.
- ورجاوند، پ (۱۳۶۸). پیشرفت و توسعه بر بنیاد فرهنگی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- هنوی، ویلیام، (۱۳۷۳)، هویت ایرانیان از ساسانیان تا قاجاریه، ایران نامه، سال ۱۲، شماره ۳ (صفحه ۴۷۳ - ۴۷۸).

-Barh, Autar; Mary.J.Hichman; Martin Macan Ghail(۱۹۹۹) Thinking Identity. Ethnicity, Racism and Culture, London, British Sociological Association.

-Burke, peter, (۱۹۹۱). Identity Processes and social stress. American Sociological Review, Vole ۵۹.

- Heise David R. (۱۹۹۸) conditions for empathic solidarity, in the problem of solidarity, theories and models, edited dye Patrick Doreian and Thomas Fararo , Amsterdam : Gordon and Breach publishers.

-strickers.s and Burke p.j, (۲۰۰۰). The past, present and future of Social Identity theory. social psychology Quarterly, ۶۳: ۲۸۴-۲۹۷.

-Turner, Jonathan, H. (۱۹۹۸). *The structure of sociological theory* (sixth edition), Wadsworth Publishing Company.

-Turner.c.and Haslem,s(۲۰۰۱). Social Identity, organization and leadership. In E. Turner. Group at work. London. Lawrence Erlbaum association's publishers.