

## رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان «مطالعه موردی شهر تهران»\*

محمود شارع‌پور\*\*  
غلامرضا خوش‌فر\*\*\*

### چکیده

مقاله‌ی حاضر در جستجوی آنست که با سنجش تجربی مفاهیم سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی، رابطه‌ی ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی را با نحوه‌ی تعریف افراد از خویشتن بررسی نماید و همبستگی سرمایه فرهنگی را با برجستگی هویت‌های مختلف اجتماعی مورد مطالعه قرار دهد. براساس دیدگاه پی‌ریوردیو، سرمایه فرهنگی دارای سه بُعد است: بُعد ذهنی، بُعد عینی و بُعد نهادی. وجه دیگر این تحقیق سنجش هویت اجتماعی جوانان است که از نظریه کنش متقابل نمادی به منظور فراهم آوردن چارچوب نظری برای سنجش این مفهوم استفاده شده است. سنجش متغیر وابسته (هویت- اجتماعی) در این تحقیق از طریق اجرای آزمون TST انجام گرفته است. نتایج حاصل از بررسی نشان می‌دهد که بین سرمایه فرهنگی و برجستگی انواع چهارگانه هویت، همبستگی مثبت وجود دارد. لکن بیشترین همبستگی سرمایه فرهنگی با هویت مذهبی و ملی و کمترین همبستگی آن با هویت فردی و خانوادگی است. همچنین نوع همبستگی ابعاد عینی و ذهنی سرمایه فرهنگی با انواع هویت اجتماعی تا حدودی متفاوت از بعد نهادی شده آن است. در بخش پایانی مقاله، دلالت‌های یافته‌ها و نتایج تحقیق در زمینه مطالعات آتی و سیاستگذاری فرهنگی مورد بحث قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: سرمایه فرهنگی، هویت اجتماعی، آزمون TST، جوانان، خودانگاره، کنش متقابل نمادی، بازتولید فرهنگی.

\*. مقاله حاضر مستخرج از طرح تحقیقاتی مصوب اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران است. در اینجا لازم است از همکاری آقایان

مهندس فرامر حق شناس و محمد غفاری تشکر و قدردانی نمایم.

\*\* . دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

\*\*\* . هیأت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

## مقدمه

سرمایه در معنای عام آن، تلاش برای تسخیر گذشته در زمان حال است. به تعبیر پی بوردیو<sup>۱</sup> اگر درصدد فهم جهان اجتماعی هستیم باید ایده سرمایه، انباشت آن و تأثیرات آن را مجدداً به جهان اجتماعی معرفی کنیم<sup>۲</sup>. به اعتقاد بوردیو سرمایه می‌تواند دارای اشکال مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشد. یعنی این امکان وجود دارد که موقعیت افراد و خانواده را از لحاظ سرمایه فرهنگی آنها نیز مورد بررسی قرار دهیم. مفهوم سرمایه فرهنگی دارای سه بعد اصلی است.

(۱) بُعد تجسم یافته یا ذهنی<sup>۳</sup>: که شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی است.

(۲) بُعد عینی<sup>۴</sup>: که شامل میزان مصرف کالاهای فرهنگی است.

(۳) بُعد نهادی<sup>۵</sup>: که شامل مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی فرد است.

وجه دیگر این تحقیق، سنجش هویت اجتماعی جوانان است. هویت اجتماعی آن بخش از خود انگاره<sup>۶</sup> فرد است که از عضویت او در گروه‌های مختلف ناشی می‌شود. خود انگاره عبارتست از مجموع افکار و احساسات فرد درباره‌ی خود به عنوان یک موضوع. خود انگاره دارای دو بُعد کلی است: هویت‌ها و خود ارزیابی‌ها. در این مطالعه بر هویت‌ها تأکید شده است. با قبول فرضیه بوردیو مبنی بر تأثیر سرمایه فرهنگی بر هویت طبقاتی، تحقیق حاضر در جستجوی آنست که ضمن بررسی تجربی دو مفهوم مهم، یعنی سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی، به بررسی پیوند و همبستگی بین آنها بپردازد.

به اعتقاد صاحب‌نظران توسعه، سرمایه فرهنگی خود شاخصی از توسعه فرهنگی به شمار می‌رود. با توجه به اهمیت تأمین سرمایه فرهنگی، لازم است که سیاست‌گذاران فرهنگی شناخت کاملی از این سرمایه، برآوردی از رشد آن در اختیار داشته باشند و چگونگی تحولات آن را بدانند و منابع را برای تأمین این نیاز به گونه‌ای متناسب تخصیص دهند. بدین ترتیب با مطالعه

1. Pierre Bourdieu

2. Embodied

3. Objectified

4. Institutionalized

5. Self-concept

علمی و شناخت دقیق سرمایه فرهنگی اقشار مختلف جامعه‌ی می‌توان از این مفهوم بعنوان متغیر پیش‌بینی‌کننده در تحلیل مسایل اجتماعی، فرهنگی نظیر هویت اجتماعی، مشارکت سیاسی، عملکرد تحصیلی، هم‌نوایی و... سود جست. هدف اصلی مقاله حاضر بررسی رابطه ابعاد ذهنی، عینی و نهادی سرمایه فرهنگی با نحوه‌ی تعریف افراد از خویشتن است. به عبارت دیگر پژوهش حاضر می‌کوشد اولاً به سنجش میزان سرمایه فرهنگی و شناسایی اجزاء و عناصر هویت اجتماعی جوانان پردازد و ثانیاً همبستگی سرمایه فرهنگی را با برجستگی هویت‌های مختلف اجتماعی نظیر هویت ملی، مذهبی، فردی و خانوادگی مشخص می‌کند.

### پیشینه‌ی نظری و تجربی

چارچوب نظری تحقیق حاضر بر نظریات بازتولید فرهنگی و کنش متقابل نمادی مبتنی است. براساس نظریه‌ی بازتولید فرهنگی، قشر اقتصادی بالای جامعه می‌کوشد تا تفوق و برتری خود را بر بقیه اقشار جامعه، علاوه بر طرق مختلف اجتماعی، از طریق متمایز کردن فرهنگی خود از سایر مردم نیز حفظ نماید. بدین ترتیب مفهوم سرمایه فرهنگی و ابعاد سه‌گانه آن در کانون توجه این نظریه قرار دارد. به اعتقاد بوردیو، می‌توان افراد و خانواده‌ها را از لحاظ سرمایه فرهنگی آنها مقایسه کرد.

بنظر می‌رسد با تحولات چندساله اخیر، گروه‌های اجتماعی جدیدی چون جوانان و زنان وارد عرصه‌ی فرهنگی جامعه شده‌اند و متقاضیان محصولات و فرآورده‌های فرهنگی را افزایش داده است. همچنین بر متقاضیان فرآورده‌های فرهنگی نظیر کتاب، فیلم، موسیقی، مطبوعات و... افزوده شده است و تغییرات فراوانی از لحاظ کمی و کیفی در سرمایه فرهنگی افراد جامعه به وقوع پیوسته است.

بخش عمده‌ای از تحقیقات انجام شده توسط پیروان نظریه‌ی بازتولید فرهنگی، در زمینه تأثیر سرمایه فرهنگی بر عملکرد تحصیلی و در حوزه‌ی جامعه‌شناسی آموزش و پرورش صورت گرفته است. اگر چه می‌توان رابطه این نوع سرمایه را با سایر ابعاد حیات اجتماعی - فرهنگی (نظیر نحوه‌ی تعریف فرد از خویشتن) نیز مورد مطالعه قرار داد.

## مفهوم سرمایه فرهنگی<sup>۱</sup>

پی‌یر بوردیو، نظریه پرداز مفهوم سرمایه فرهنگی، از جمله متفکران برجسته جامعه‌شناسی در فرانسه است که آثار بسیار کمی از او حتی به زبان انگلیسی ترجمه شده است. شاید به این دلیل که آثار او پیچیدگی‌های خاصی دارد. برخی از متفکران او را یک مارکسیست می‌دانند، برخی دیگر او را یک جامعه‌شناس پیرو ماکس وبر و گروهی دیگر او را پیرو دورکیم محسوب می‌کنند. واقعیت این است که او از آثار بسیاری از متفکران پیشین استفاده کرده تا تئوری جدیدی در زمینه حفظ نظم اجتماعی موجود ارائه دهد.

کار بوردیو را می‌توان مکمل کار برنشتاین<sup>۲</sup> تصور کرد. زیرا هر دو می‌کوشند تا در آثار خود دیدگاه‌های مارکس و دورکیم را به یکدیگر پیوند بزنند. بوردیو نیز همچون برنشتاین دیدگاهی دورکیمی در مورد فرهنگ دارد. به اعتقاد آنها، منبع نابرابری در جامعه بیشتر ماهیت فرهنگی دارد تا اقتصادی و فاصله بین فرهنگ مدرسه و خاستگاه اجتماعی - اقتصادی کودک، عامل مهمی در تعیین موفقیت کودک در نظام آموزشی محسوب می‌شود، اما برنشتاین بیشتر به مسأله انتقال قدرت و شیوه‌های انتقال آن توجه دارد و بوردیو، بیشتر به شرایط ساختاری که انتقال قدرت در چارچوب آن صورت می‌گیرد، می‌پردازد.

به اعتقاد بوردیو، مفهوم سرمایه باید یکبار دیگر به حیات اجتماعی معرفی شود. سرمایه در حالت شیثیت یافته آن، برای اثبات به زمان نیاز دارد. نمی‌توان ساختار و کارکرد جهان اجتماعی را تبیین کرد مگر اینکه مفهوم سرمایه در تمامی اشکال آن، و نه صرفاً در شکل اقتصادی آن، به جهان معرفی شود.

بطور کلی سرمایه می‌تواند خود را به سه شکل بنیادی متجلی سازد: الف) سرمایه اقتصادی<sup>۳</sup> که بلاواسطه و مستقیماً به پول تبدیل می‌شود و بصورت حق مالکیت<sup>۴</sup>، نهادی می‌گردد. ب) سرمایه فرهنگی که در شرایط خاصی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و می‌تواند به صورت مدارک و مدارج تحصیلی نهادی گردد و ج) سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> که شامل

1. Cultural Capital

2. B.Brenstein

3. Economic Capital

4. Property Right

5. Social Capital

تکالیف و الزامات اجتماعی یا پیوندهاست و می‌تواند تحت شرایط خاصی به سرمایه اقتصادی تبدیل شود.

انواع سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو می‌تواند به سه صورت تجلی یابد:

۱. حالت تجسم یافته: می‌توان اکثر ویژگیهای سرمایه فرهنگی را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که بعنوان بخش جدایی ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بوردیو آنرا ابعاد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آنرا از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل نمود. این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد.

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

۳. حالت نهادی شده: این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت است. این مدارک، نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی برقرار می‌سازند و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آنجائیکه منافع مادی و نمادی مدارک تحصیلی بستگی به کمیابی آنها دارد، سرمایه‌گذاری صورت گرفته (از لحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش بینی می‌شود، سودمند نباشد.

در مطالعه‌ی حاضر، سرمایه فرهنگی به عنوان متغیری مورد توجه قرار می‌گیرد که با سنجش ابعاد سه گانه‌ی آن، به صورت یک شاخص ترکیبی درآمده است. این شاخص ترکیبی شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی، میزان مصرف کالاهای فرهنگی بطور عینی و مدارک و مدارج تحصیلی و علمی - فرهنگی فرد می‌شود.

## مفهوم هویت اجتماعی<sup>۱</sup>

در مطالعه حاضر همچنین از نظریه‌ی کنش متقابل نمادی به منظور فراهم آوردن چارچوب نظری برای سنجش مفهوم هویت استفاده شده است. اگر چه اصطلاح هویت دارای تاریخچه‌ی طولانی است، اما در قرن بیستم بود که این اصطلاح کاربرد جامعی یافت. مباحث مطرح شده در مورد هویت دارای دو سنت کلی است: سنت روانشناختی و سنت جامعه‌شناختی. در چارچوب سنت روانشناختی می‌توان به نظریه‌ی همانندی فروید و دیدگاه‌های اریکسون اشاره کرد که به طرح ایده‌ی بحران هویت در خلال جنگ جهانی دوم پرداختند. تحقیقات وسیع لوین در زمینه‌ی اهمیت روانی تعلق به گروه، بخصوص در میان اقلیت‌ها و گروه‌های حاشیه‌ای نیز در همین چارچوب قرار دارد. در سنت جامعه‌شناختی، پارسونز در چارچوب نظریه‌ی کنش خود، به هویت اجتماعی بعنوان خرده نظام شخصیت نگاه می‌کند. او معتقد است که این هویت نقش مهمی در تعیین مشارکت فرد در نظام اجتماعی دارد. اما سنت جامعه‌شناختی نظریه هویت، پیش از همه به مکتب کنش متقابل نمادی پیوند می‌خورد و تحت تأثیر نظریات جورج هربرت مید<sup>۲</sup> قرار دارد. به اعتقاد مید، خود<sup>۳</sup> نوعی توانایی است که به انسانها کمک می‌کند تا از طریق ارتباطات و زبان به تفکر و کنش در دنیای اجتماعی بپردازند. بدین ترتیب، هویت ما از انتظارات مربوط به نقشهای اجتماعی ناشی می‌شود، انتظاراتی که در جریان فرایند جامعه-پذیری<sup>۴</sup> به درونی سازی آنها می‌پردازیم.

هویت جمعی شناسه‌ی آن حوزه و قلمرویی از حیات اجتماعی است که ضمیر ما<sup>۵</sup> خود را متعلق، متناسب و مدیون بدان می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند. مثل ما ایرانیان، ما مسلمانها، ما شرقی‌ها، ما انسانها و... اینکه من در مرحله‌ی اول خود را با کدام یک از این هویتها معرفی کنم و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف کنم هویت جمعی مرا نشان می‌دهد. این هویت های جمعی را می‌توان در سطحی از کوچک و خاص به بزرگ و عام مثلاً از هم-فAMILI، هم طایفه، هم محله، هم روستا، هم قوم، هم زبان، هم شهری، هم مذهب، هم وطن و

1. Social Identity

2. G.H.Mead

3. Self

4. Socialization

5. We

همنوع دسته بندی کرد.

افراد این هویت جمعی را در فرآیند اجتماعی شدن و زندگی در جامعه کسب می‌کنند و نوع و مختصات آن به ویژگیهای جامعه، خود فرد و کم و کیف روابط متقابل بین فرد و جامعه بستگی دارد. بنابراین با تغییر و تحولات اجتماعی است که هویت‌های جمعی نیز تغییر و تحول می‌یابند. زمانی که افراد از هویت های قبلی خود جدا می‌شوند و هنوز به هویت های جدید نپیوسته‌اند دچار بلاتکلیفی و سردرگمی می‌شوند و بحران هویت پدید می‌آید (عبداللهی، بی‌تا، ص ۶۵).

به هنگام تعریف هویت باید موضوع آن را از شکل‌های بروز آن تفکیک نمود. موضوع آن ممکن است فرد، گروه، جامعه، هم نوع، سازمان و... باشد. اما شکل‌های آن ممکن است به صورت احساس علاقه به جامعه، مشارکت فعال در امور اجتماعی و سیاسی، احساس علاقه و افتخار به کشور خود، و ترجیح آن به سایر کشورها باشد. در مطالعه حاضر با تفکیک هویت به چهار نوع: فردی، خانوادگی، مذهبی و ملی، ارتباط سرمایه فرهنگی با انواع هویت مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## روش‌شناسی

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

(۱) فرضیات: فرضیات اصلی این پژوهش عبارتند از:

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

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

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

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

(۲) نوع روش تحقیق و سطح تحلیل: پژوهش حاضر از نوع پیمایش<sup>۱</sup> است. پیمایش مطالعه‌ای است در مورد جمعیت نمونه‌ی نمایا<sup>۲</sup> که معرف کل جامعه آماری است. علاوه بر این برای سنجش «هویت اجتماعی» از روش تحلیل محتوا<sup>۳</sup> نیز استفاده شده است. واحد تحلیل عبارتست از فرد، گروه، طبقه و یا هر پدیده‌ی اجتماعی و موضوعی که ویژگیهای آن مورد

بررسی قرار می‌گیرد. به بیان دیگر، در تعیین واحد تحلیل این سوال مطرح است که متغیر مورد تحقیق، صفت چه چیزی یا چه کسی است؟ صفت مورد بررسی، صفت فرد است یا صفت گروه یا طبقه و....؟ فی الواقع واحد تحلیل همان موصوف است. با عنایت به اینکه موضوع تحقیق حاضر بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان شهر تهران است، لذا واحد تحلیل در این تحقیق «فرد» پاسخگو (جوان) است. بدین ترتیب سطح تحلیل نیز «فرد» است.

۳) جامعه آماری و حجم نمونه: جامعه آماری این تحقیق راکلیه جوانان ساکن شهر تهران با دامنه سنی ۱۵-۲۴ سال تشکیل می‌دهند. مجموع کل افراد واقع در سنین ۱۵-۲۴ سال شهر تهران براساس نتایج آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۵۶۵۴۷ نفر هستند که به عنوان جامعه آماری تحقیق در نظر گرفته می‌شوند.

حجم نمونه تحقیق حاضر با استفاده از فرمول کوکران<sup>۱</sup> تعیین شده است (رفیعی فر ۱۳۶۲، ص ۳۸۳).

اما با عنایت به پراکندگی جامعه آماری در سطح شهر تهران و این نکته که تعداد جامعه آماری به سال ۱۳۷۵ مذبوط می‌شود، جهت افزایش ضریب اطمینان و پوشش دادن به افزایش جمعیت طی سالهای ۱۳۷۵ لغایت ۱۳۷۹ در جامعه آماری تحقیق، در نهایت تعداد نمونه‌های تحقیق ۴۳۷ نفر انتخاب شده‌اند.

۴) شیوه نمونه‌گیری: در این تحقیق با توجه به حجم زیاد جامعه آماری و نوع روش تحقیق، از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب دو مرحله‌ای استفاده شده است. در مرحله اول از ۲۰ منطقه شهرداری شهر تهران، ۸ منطقه به عنوان واحدهای نمونه برداری اولیه - از شمال مناطق ۱ و ۲، از مرکز مناطق ۹ و ۱۰ و ۱۱ و از جنوب مناطق ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ - انتخاب شدند. سپس در مرحله دوم با توجه به تعداد نواحی هریک از مناطق انتخاب شده، نمونه‌ها بطور متناسب سهمیه داده شدند و سپس در هریک از نواحی نمونه‌ها به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند و مورد بررسی قرار گرفتند.

۵) اعتبار و روایی ابزار سنجش: برای حصول اطمینان از اعتبار و روایی، سؤالات پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفتند و در یک مطالعه‌ی مقدماتی ۴۹ نفر از افراد پاسخگو (غیر نمونه) پرسشنامه‌های شماره ۱ و ۲ را تکمیل نمودند. پس از کدگذاری و استخراج نتایج، آزمون آلفای کرانباخ برای تعیین میزان روایی سؤالات پرسشنامه انجام گرفت. در تحقیق حاضر



در دو مرحله با استفاده از این روش به آزمون روایی ابزار سنجش پرداخته شد. در مرحله اول در مطالعه‌ی مقدماتی با ۴۹ نفر پاسخگویی غیر نمونه میزان روایی بطور متوسط ۰/۶۶ بدست آمد. در مرحله دوم پس از اصلاح برخی سؤالات و گویه‌ها، در تحقیق اصلی با ۴۳۷ نفر پاسخگو میزان روایی به میزان ۰/۷۷ بدست آمد.

برای سنجش اعتبار سؤالات از اعتبار صوری<sup>۱</sup> استفاده شد. بطوری که سؤالات در نظر گرفته شده برای سنجش مفاهیم اصلی تحقیق به تعدادی از کارشناسان و متخصصان برای داوری داده شد. براساس نتایج ارزیابی متخصصان برخی از سؤالات حذف و سؤالات دارای اعتبار کافی به عنوان سؤالات پرسشنامه انتخاب و «ساخت» داده شدند.

### یافته های تحقیق

در این قسمت به بررسی رابطه بین ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی با هویت‌های چهارگانه ملی، مذهبی، خانوادگی و فردی پرداخته می‌شود. برای این منظور با توجه به سطح سنجش متغیرها، برای آزمون فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. میزان همبستگی آماری بین سرمایه فرهنگی و هویت فردی جوانان حدود ۰/۰۱ است که نشان دهنده همبستگی مثبت و بسیار ضعیف بین دو متغیر است. همبستگی این دو متغیر از لحاظ آماری معنی‌دار نیست. لذا می‌توان گفت که فرضیه اول این مقاله مورد تأیید قرار نگرفت.

بین سرمایه فرهنگی و هویت خانوادگی جوانان حدود ۰/۰۲ همبستگی وجود دارد که حکایت از همبستگی مثبت و ضعیف بین این دو متغیر است. به علاوه همبستگی مذکور با توجه به سطح معنی‌داری مشاهده شده، معنی‌دار نیست. بنابراین فرضیه دوم مقاله حاضر نیز تأیید نمی‌شود.

یافته‌های تجربی حاصل از تحلیل همبستگی حکایت از آن دارد که میزان همبستگی آماری بین سرمایه فرهنگی و هویت مذهبی افراد حدود ۰/۱۷ است که نشان دهنده همبستگی مثبت بین دو متغیر است. به علاوه با توجه به سطح معنی‌داری مشاهده شده می‌توان گفت که همبستگی مذکور معنی‌دار می‌باشد. به عبارت دیگر با رشد سرمایه فرهنگی در نزد جوانان، برجستگی هویت مذهبی در میان آنان افزایش می‌یابد. لذا می‌توان گفت که فرضیه سوم این

مقاله با احتمال ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌گیرد.

همبستگی بین سرمایه فرهنگی و هویت ملی برابر با  $0/15$  است که حکایت از همبستگی مثبت بین دو متغیر است. به علاوه با توجه به  $P$  محاسبه شده می‌توان ادعا نمود که همبستگی مذکور معنی دار است. بدین معنا که افزایش سرمایه فرهنگی سبب برجستگی هویت ملی در نحوه تعریف جوانان از خویش می‌شود. بنابراین فرضیه چهارم مقاله حاضر تأیید شود.

نتیجه اینکه سرمایه فرهنگی با تمام انواع هویت‌ها همبستگی مثبت دارد ولی بیشترین همبستگی آن با هویت مذهبی و ملی و کمترین آن با هویت فردی و خانوادگی است. بدین ترتیب می‌توان ادعا کرد که رشد این نوع سرمایه بیشتر از همه به تقویت هویت‌های عام و جمعی منجر می‌شود. وقتی اجزای تشکیل دهنده‌ی سرمایه فرهنگی (عینی شده، ذهنی و نهادی شده) بصورت مجزا با انواع هویت مورد تحلیل همبستگی قرار گرفتند، مشخص شد که اجزای مختلف سرمایه فرهنگی دارای همبستگی‌های متفاوتی با انواع هویت هستند. جدول ذیل نتایج مربوط به تحلیل همبستگی ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی با انواع هویت را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. ضرایب همبستگی بین ابعاد سه گانه سرمایه فرهنگی و انواع هویت

هویت مذهبی	هویت خانوادگی	هویت فردی	انواع هویت	هویت ملی	ابعاد سرمایه فرهنگی
$0/13$	$0/17$	$0/01$	$-0/01$		عینی شده
$0/16$	$0/15$	$0/01$	$0/01$		ذهنی
$-0/11$	$0/02$	$0/05$	$0/16$		نهادی

براساس داده‌های جدول، بیشترین همبستگی بین سرمایه فرهنگی عینی شده (که همان مصرف کالاها‌ی فرهنگی و شرکت در فعالیتهای فرهنگی است) با هویت مذهبی و ملی است. بطوری که با این دو نوع هویت دارای همبستگی مثبت است ولی با هویت فردی دارای همبستگی منفی است یعنی با افزایش سرمایه فرهنگی عینی شده از برجستگی هویت فردی در نزد جوانان کاسته می‌شود.

بیشترین همبستگی سرمایه فرهنگی ذهنی با هویت‌های ملی و مذهبی و کمترین

همبستگی آن با هویت‌های فردی و خانوادگی است. از این لحاظ تا حدودی بین سرمایه فرهنگی عینی و ذهنی، تشابه وجود دارد. تمایل و آمادگی روانی برای مصرف و مشارکت فرهنگی در نزد کسانی بالا است که دارای برجستگی در هویت ملی و مذهبی هستند. اما سرمایه فرهنگی نهادی شده، الگوی کاملاً متفاوتی را به نمایش می‌گذارد. بیشترین همبستگی این نوع سرمایه با هویت فردی می‌باشد که دارای همبستگی مثبت با این نوع سرمایه است. یعنی هر چقدر سطح مدارک و مدارج علمی و فرهنگی فرد بالاتر می‌رود، برجستگی هویت فردی در نزد او بیشتر می‌شود. ولی این نوع سرمایه، دارای همبستگی منفی با هویت ملی می‌باشد. یعنی افزایش سطح مدارک علمی و فرهنگی توأم است با کاهش برجستگی هویت ملی. این نکته‌ای است که از حیث جامعه‌شناسی سیاسی و آموزش و پرورش قابل بررسی بیشتر است.

می‌توان نتیجه گرفت که نحوه عملکرد ابعاد عینی و ذهنی سرمایه فرهنگی تا حدودی متفاوت از بعد نهادی شده این سرمایه متفاوت است. به عبارتی ابعاد عینی و ذهنی این سرمایه تأثیر مثبتی بر هویت‌های ملی و مذهبی دارند در حالیکه نحوه عملکرد بعد نهادی شده کاملاً برعکس است. بدین ترتیب که این بعد، تقویت هویت‌های فردی و خانوادگی را سبب می‌شود ولی در مقابل تأثیر منفی و ناچیزی بر هویت‌های ملی و مذهبی دارد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

مقاله حاضر به بررسی رابطه دو سازه مهم نظری در جامعه‌شناسی، یعنی سرمایه فرهنگی و هویت، پرداخته است. «در واقع، رتبه اجتماعی، میزان دسترسی به منابع ارزشمند جامعه است. چهار نوع منبع ارزشمند را می‌توان بطور تحلیلی از هم تمییز داد: یکی دارایی اقتصادی یا میزان دسترسی به ثروت مادی در جامعه است. دیگری دارایی سازمانی یا میزان دسترسی به قدرت سازمان یافته است. سومی داشتن شهرت یا اعتبار اجتماعی یا میزان دسترسی به تعهدات اجتماعی در جامعه است و بالاخره نوع چهارم دارایی فرهنگی یا سرمایه فرهنگی یا میزان دسترسی به منابع معرفتی در جامعه است.» (چلبی ۱۳۷۵، ص ۹۵). در این مقاله نابرابری در توزیع سرمایه فرهنگی دارای اهمیت ویژه‌ای است. متغیرهایی که می‌توانند تبیین‌کننده نابرابری در توزیع سرمایه فرهنگی باشند، عبارتند از: گسترش صنعت و تکنولوژی ارتباطی، میزان علقه‌ی شناختی جامعه و میزان مساوات‌طلبی جامعه (هرقدر گرایش به مساوات‌طلبی

در جامعه بیشتر باشد به همان نسبت توزیع سرمایه فرهنگی عادلانه‌تر خواهد بود).

نابرابری شدید در توزیع سرمایه فرهنگی می‌تواند پیامدهای نامطلوب ذیل را برای جامعه بدنبال داشته باشد: محرومیت اکثریت اعضای جامعه در دسترسی به منابع معرفتی، محدود شدن امکان بسط خردگرایی تعمیم‌یافته در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی، نزول سطح مشارکت همگانی موثر در تولیدات و خلاقیت‌های علمی و فرهنگی، محدودیت در گردش اطلاعات و جذب دانش‌های نوین و کاهش ارزش تغییر در جامعه. در چنین شرایطی، تغییرپذیری در جامعه کاهش می‌یابد و تغییرات اجتماعی کند و ناعقلانی می‌شود و اکثریت افراد در تغییرات اجتماعی نقش پیرو را ایفا می‌کنند. (چلبی ۱۳۷۵، ص ۲۱۴).

این یک فرض رایج و محتمل است که خانواده و ویژگیهای نمادی مورد نیاز نظام مدرسه را فراهم و تقویت می‌کند و نظام مدرسه این منابع نمادی برخاسته از نهاد خانواده را کامل می‌سازد. سرمایه فرهنگی نوعی تفکر درمورد فرایند آماده سازی، تقویت، توسعه و گسترش این منابع محسوب می‌شود. این مفهوم توجه تحلیل‌گران را به پویایی تراکم و انباشت منابع نمادی و اقتصادی، جلب می‌کند. اگرچه مطالعات اولیه بر مالکیت صرف سرمایه فرهنگی تأکید داشته‌اند، اخیراً محققان به این نتیجه رسیده‌اند که به منظور نیل به سود و منفعت باید از این نوع سرمایه بهره برداری نمود.

دومین سازه مورد مطالعه در تحقیق حاضر، مفهوم هویت است. به اعتقاد اریکسون، شکل‌گیری هویت مستلزم تجربه نوعی یکسانی درونی به گونه‌ای است که نوعی نظم مستمر در کنش و تصمیم‌گیریهای فرد بوجود آید. پویایی شکل‌گیری هویت شامل ترکیب و بازترکیب هویت‌های قبلی و همچنین تمایز و انسجام است. در این پویایی نکته مهم این است که هویت در چارچوب روابط و نقشها، ظاهر می‌شود. مراحل اولیه رشد هویت شامل مکانیسم‌های تأثیرگذار از سوی خانواده است که بتدریج از قوت آن کاسته می‌شود.

رشد هویت فرایندی پیچیده و چند بُعدی است. فرایندی که خود مجموعه‌ای از فرایندهای بهم مرتبط است. که تمام این فرایندها شامل تغییر در نوع نگاه ما نسبت به خویش در ارتباط با دیگران و در ارتباط با جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنیم. بطور کلی، محققان و نظریه‌پردازان در پاسخ به سؤال چگونگی شکل‌گیری و تغییر هویت از سه دیدگاه متفاوت به موضوع نگریسته‌اند. هر یک از این دیدگاهها برابعد مختلفی از فرایند رشد و گسترش هویت تأکید دارد.

دیدگاه اول بر تغییرات حادث در خود-انگاره توجه دارد یعنی اینکه افراد چه نوع ویژگی‌ها

و خصایصی را به خویشتن نسبت می‌دهند. دیدگاه دوم بر عزت نفس<sup>۱</sup> فرد تأکید دارد. منظور این است که فرد تا چه اندازه احساس مثبت یا منفی نسبت به خویش دارد. دیدگاه سوم بر تغییرات حادث در حس هویت<sup>۲</sup> توجه می‌کند؛ یعنی حس اینکه او چه کسی است، از کجا آمده و رو به کدام مقصد دارد.

مقاله حاضر دیدگاه اول را چارچوب کار خود قرار داد. در خلال دوران جوانی، تغییرات مهمی در نحوه نگاه و تفکر جوان نسبت به خویش روی می‌دهد. وقتی فرد از لحاظ فکری بالغ می‌شود و مراحل تغییرات شناختی را پشت سر می‌گذارد، نگاه او نسبت به خود، پیچیده‌تر می‌شود و تمایز بیشتری می‌یابد. تغییرات «خود انگاره» جوان هم در ساختار صورت می‌گیرد و هم در محتوا. یافته‌های تحقیق حاضر به وضوح حکایت از ارتباط سرمایه فرهنگی با تغییرات «خود انگاره» جوانان دارد. البته میزان رابطه این نوع سرمایه با بعد اجتماعی هویت به مراتب بیشتر است. منظور از بعد اجتماعی هویت آن بخش از خود انگاره است که از عضویت گروهی ناشی می‌شود. این نوع هویت کاملاً جدا از هویت فردی است زیرا هویت فردی خود انگاره‌ای است که از ویژگی‌های شخصیتی ناشی می‌شود. اهمیت هر یک از انواع هویت در خود انگاره‌ی فرد متفاوت است و تغییر می‌کند. تغییر اهمیت این هویت‌ها عمدتاً از عوامل موقعیتی و شرایطی ناشی می‌شود. از جمله این عوامل می‌توان به سرمایه فرهنگی یا میزان دسترسی به منابع معرفتی در جامعه اشاره کرد.

با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان پیشنهاد کرد که این مسائل مورد توجه قرارگیرند: مفهوم سرمایه فرهنگی باید هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ تحقیق عملی، مورد کنکاش بیشتر قرار گیرد. محققان اکنون به بررسی این نکته می‌پردازند که برای جوانان محروم ولی موفق، چه نوع سرمایه فرهنگی فراهم است و اینها علیرغم وجود نابرابری ساختاری در نظام آموزشی، از چه نوع سرمایه فرهنگی باید استفاده کنند. در بحث ارتباط خانه با مدرسه استفاده‌های زیادی از ایده سرمایه فرهنگی می‌توان کرد.

دیگر اینکه با توجه به تأثیر منفی سرمایه فرهنگی نهادی شده بر هویت ملی، پیشنهاد می‌شود که کتب درسی و برنامه‌های آموزشی در مقاطع تحصیلی عمومی و متوسطه از بعد تقویت مؤلفه‌های مربوط به هویت ملی مورد تحلیل محتوا قرار گیرند. همچنین با توجه به تأثیر مثبت سرمایه فرهنگی بر هویت‌های عام و جمعی، لازم است دستگاه‌های اجرایی در حوزه فرهنگ، با

فراهم ساختن زمینه‌های مشارکت جوانان در فعالیتهای فرهنگی و رشد مصرف‌کالاهای فرهنگی، انسجام اجتماعی و وفاق ملی را تقویت کنند.



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

مآخذ

- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران، نشر نی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۲)، *کندوکاوها و پنداشته‌ها*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- سرایی، حسن (۱۳۷۲)، *مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق*، تهران، انتشارات سمت.
- عبداللهی، محمد (بی‌تا)، «هویت جمعی، دینامیسم و مکانیسم تحوّل آن در ایران»، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، مجموعه مقالات شماره یک، بی‌تا.
- مرکز آمار ایران (۱۳۷۵)، *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*، استان تهران.
- Bourdieu, P. (1986) "The Forms of Capital," in, J.G.Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press .
- Collins, J. and F.Thompson (1997) "Family, School and Cultural Capital," in, Lawrence J.Saha (ed.) *International Encyclopedia of the Sociology of Education*. New York: Pergamon Press.
- Erikson, E.H. (1968) *Identity, Youth and Crisis*. New York:W.W.Norton.
- Lavoie, J.C. (1994) "Identity in Adolescence: Issue of Theory, Structure and Transition," *Journal of Adolescence*, 17, pp.17-28.
- McCrae, Robert R. and Paul T.Costa (1988) "Age, Personality, and the Spontaneous Self-concept," *Journal of Gerontology*, Vol. 43, No. 6, pp.177-185.
- Steinberg, L.(1999) *Adolescence*. Boston:McGraw-Hill.
- Turner, J.C. (1982) "Toward a cognitive redefinition of the social group," In H.Tajfel (ed.) *Social Identity and Intergroup Relations*, pp. 15-40. Cambridge:Cambridge University Press.



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی