

فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۷، صص ۲۱۳-۱۸۳

هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه

محمد رضا جوادی یگانه^۱

استادیار جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

جلیل عزیزی^۲

کارشناس ارشد پژوهش اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

هویت اجتماعی و هویت فرهنگی از جمله ابعاد مهم هویتی هستند که به دلیل ماهیت و محتوایی که دارند، شاید بتوان آنها را از ابعاد مهم هویت قلمداد کرد. این مقاله درصدد است پاسخی قانع کننده و علمی به این پرسش بدهد که میزان تعلق به هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان چقدر است و چه عواملی بر روی آن تأثیر می‌گذارد. در این راستا، و برای دستیابی به الگویی علی، نظریه‌های مختلف هویتی (در سه حوزه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی) بررسی شد. این مطالعه با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایش و ابزار پرسش‌نامه همراه با مصاحبه اجرا شد. جامعه آماری این تحقیق دانش‌آموزان سال سوم مقطع متوسطه نواحی چهارگانه آموزش و پرورش شهر شیراز بودند که درباره ۴۰۰ نفر، شامل ۲۰۰ دختر و ۲۰۰ پسر، به‌عنوان نمونه مطالعه شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد و تحلیل‌ها در دو حوزه آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد. نتایج نشان داد که در بعد اجتماعی، ۹۲ درصد و در بعد فرهنگی، ۷۵ درصد پاسخ‌گویان، به عناصر هویتی در این دو حوزه احساس تعلق بالا دارند.

واژگان کلیدی: بحران هویت، هویت، هویت اجتماعی، هویت فرهنگی، هویت ملی

1 - myeganeh@ut.ac.ir

2 - ja_azizi@yahoo.ca

طرح مسئله

با توجه به تحولات سریع و گسترده در نظام جهانی، در دهه‌های پایانی قرن بیستم و اوایل قرن جدید، طرح سؤالات و مباحثی در باب هویت و ابعاد مختلف آن، آینده‌ی هویتی جوامع در ابعاد متفاوت آن و معضلات پیش روی آنها، از جمله نیازهای ضروری و اساسی به نظر می‌رسد. پرداختن به وضعیت موجود ابعاد فرهنگی و اجتماعی هویت در جامعه، تا حدودی، نمایی کلی از هویت را به ما نشان می‌دهد؛ چرا که این دو نوع از هویت دربرگیرنده‌ی اساسی‌ترین عناصر هویتی افراد هر جامعه است. رواج ارزش‌های گوناگون، قرار گرفتن در معرض اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف، انسان امروزی را در چنان ورطه‌ای فرو برده که از خودبیگانه شده و خود را به فراموشی سپرده است (گل محمدی، ۱۳۸۰). شخصیت انسان امروزی معجونی است از کثرت ارزش‌ها و هنجارهایی ناهمخوان که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است. همان گونه که کاترین تهرانیان اشاره می‌کند، به‌عنوان نتیجه‌ای در عصر مدرن، هویت ملی معمولاً با دو نیروی متناقض اصلی معین می‌شود؛ نیروهای جهانی شدن^۱ از سویی و نیروهای محلی‌گرایی^۲ از سوی دیگر، به طور همزمان، هویت ملی را کامل و تکه‌تکه می‌کنند و هر دو پدیده به وسیله‌ی روندهای ارتباطات جهانی تقویت می‌شوند (تهرانیان، ۱۹۹۸: ۲۱۱). اساساً، بایستی به این نکته نیز توجه لازم را داشت که هویت از جمله مفاهیم پیچیده در مباحث جامعه‌شناسی محسوب می‌شود که در کاربرد مفاهیم هم‌خانواده‌ی آن از جمله بحران هویت، هویت مغشوش و... باید احتیاط کرد.

ایران جامعه‌ای در حال گذر یا در حال توسعه است. در چنین جامعه‌ای با فروپاشی نظام‌ها و ساختارهای سنتی نظیر اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، تحولات جمعیتی و اجتماعی و تشدید تعاملات بین فرهنگ‌ها، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم، به‌ویژه جوانان، در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار گرفته‌اند. بسیاری از این جوانان با کنده شدن از بنیادهای سنتی و در ضعف یا نبود ساختارهای نوین مدنی یا تشخیص ندادن الگوهای مناسب، به تعارض، سردرگمی و بلاتکلیفی دچار می‌شوند و خود را بین سنت و مدرنیته سرگردان می‌بینند. در چنین وضعیتی است که آنومی یا نابسامانی اجتماعی زمینه‌ی لازم را برای پیدایش بحران هویت، سرخوردگی‌های روانی، فردگرایی‌های خودخواهانه، جمع‌گرایی‌های خاص‌گرایانه،



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۸۴

سال اول
شماره ۳
پاییز ۱۳۸۷

1 - Globalization

2 - Locality

بی تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی و اختلال در نظم و کنترل اجتماعی، تخریب منابع و پایمال شدن منافع ملی، خشونت و احساس ناامنی، نارضایتی و برون‌گرایی پدید می‌آورد (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۶۵؛ ۱۳۷۵: ۱۵۹).

با توجه به این ضرورت و مطالب گفته شده، هدف مقاله حاضر بررسی میزان احساس تعلق به هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز است. همچنین به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش هستیم که آیا در این دو حوزه با بحران هویت مواجه هستیم یا خیر؟

بررسی منابع موضوع

الف. پیشینه تحقیق

از آنجا که رویکرد ما به مسئله هویت اجتماعی و فرهنگی، رویکردی جامعه‌شناختی است، از این رو به آثار و پژوهش‌های موجود در این خصوص که با رویکرد جامعه‌شناختی نوشته و اجرا شده است، نگاهی اجمالی می‌اندازیم. طالبی در پژوهشی با عنوان «بررسی فعالیت‌های فرهنگی مدارس در شکل‌دهی هویت ایرانی دانش‌آموزان» نشان داد که نقش فعالیت‌های مدارس در شکل‌دهی هویت ایرانی در دانش‌آموزان کم‌رنگ بوده است و آنها به‌درستی نتوانسته‌اند آگاهی، تعلق خاطر و پایبندی به ارزش‌ها، باورها، هنجارها، نمادها، اسطوره‌های ملی و آگاهی از جغرافیای ایران و میراث فرهنگی را - که سازنده هویت ایرانی است - در دانش‌آموزان ایجاد کنند (طالبی، س ۱۳۷۸: ۶۳).

در پژوهش دیگری با عنوان «بررسی شیوه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی در بین دانش‌آموزان شهر تهران» (کفاش و فریدی، ۱۳۷۵)، قضاوت و داوری بر اساس نظرسنجی از دانش‌آموزان درباره علل جذب به فرهنگ بیگانه به شرح زیر تنظیم شده است:

رتبه	درصد اختصاص یافته	علت جذب
اول	۹۰/۲	کمبود امکانات رفاهی، تفریحی و ورزشی
دوم	۸۵/۷	عدم توجه به نیازها و خواسته‌های هیجانی و پرشور و نشاط جوانان
سوم	۸۵	ضعف در عمل به فرائض دینی همچون نماز، روزه و ...
چهارم	۸۲	در دسترس بودن فیلم‌های مستهجن ویدئویی و ماهواره‌ای
پنجم	۸۱/۸	ضعف در توجه به فرهنگ اصیل ایرانی



در پژوهشی دیگر با عنوان «تحلیل وضعیت هویت (مذهبی - ملی) دانش‌آموزان پایه سوم دبیرستان در تهران» که خادمی نوش‌آبادی آن را اجرا کرده است، میانگین هویت مذهبی پاسخ‌گویان ۳/۵ (از ۵ نمره) و میانگین شاخص هویت ملی پاسخ‌گویان ۳/۲ (از ۵ نمره) است و متغیرهای مذهبی بودن فضای مدرسه، فضای مطلوب خانواده، رضایت از زندگی، احساس عدالت، فشار هنجاری، مذهبی بودن، هدف مسئولان مدرسه و منابع فرهنگی با هویت پاسخ‌گویان رابطه‌ای معنادار دارد.

اشرفی (۱۳۷۷) نیز پژوهشی با عنوان «بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب: بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال) در تهران» اجرا کرده است. محقق برای تجزیه و تحلیل و تبیین این مسئله با استفاده از دیدگاه ترکیبی جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، روان‌شناسی و نظریه‌های هویت اجتماعی، چارچوبی تحقیقی پیشنهاد داده است که در آن، جایگاه و اثرگذاری عوامل واسط نظام اجتماعی (نهادهای خانواده، مدرسه، رسانه‌های گروهی مانند تلویزیون و سینما، و دولت) را در زمینه‌سازی احساس هویت اجتماعی نقد و بررسی کرده است. از مباحث نظری، این نتیجه حاصل شده است که ضعف و ناکامی نظام اجتماعی در ایجاد زمینه برای شکل‌گیری احساس هویت اجتماعی در نوجوانان، به احساس بی‌هویتی اجتماعی آنان و در نتیجه، هویت‌یابی در قالب گرایش‌های ایستاری، کنشی و نهادی (ظاهری) به الگوهای غربی رپ و هوی متال می‌انجامد. نتایج کلی این تحقیق نشان داد که گرایش نوجوانان به الگوهای غربی و تبیین آن با احساس بی‌هویتی اجتماعی نسبت به نظام اجتماعی، فقط در شکل ظاهر وجود ندارد، بلکه در سطوح مهم‌تر و حساس‌تر نیز وجود دارد؛ حتی در بین نوجوانانی که در ظاهر، به غرب گرایش ندارند.

ب. مفهوم‌سازی هویت

در این قسمت از مقاله، ابتدا به طور مفهومی هویت، هویت ملی، هویت فرهنگی، هویت اجتماعی و بحران هویت تعریف می‌شود، سپس نظریه‌های موجود در این دو حوزه بررسی می‌شود و نهایتاً، الگوی علی استخراج شده از مباحث نظری ارائه می‌گردد.



۱. هویت

هویت کلمه‌ای عربی است که در زبان فارسی به جای واژه انگلیسی Identity به کار می‌رود. در فرهنگ فارسی معین، در معنای کلمه هویت، این معنای آمده است: ذات باری تعالی (هستی و وجود) و آنچه موجب شناسایی مشخص می‌شود. ولی در کل، هویت مفهومی است که در علوم مختلف، فضای مفهومی^۱ خاصی دارد (معین، ۱۳۷۱: ۳۷۴۳). در فلسفه، هویت به معنی کیستی انسان به‌عنوان یک نوع است. در اینجا، انسان به دنبال صفات و مشخصه‌هایی می‌گردد که او را از سایر پدیده‌های جهان متمایز کند. هر پدیده گرایشی طبیعی به سوی ذات یا گوهر اصلی خود دارد و متوجه اصل خویش است. این اصل قدیم است و هر آنچه از آن پدید می‌آید جدید، حتی وجود خود را در مقایسه با قدیم و اصل می‌سنجد و ارزیابی می‌کند (مجتهدزاده، ۱۳۷۸: ۵).

در روان‌شناسی، هویت و احساس هویت یکی از مشخصات شخصیت فرد تلقی می‌شود. احساس هویت عبارت است از احساسی که انسان نسبت به استمرار حیات روانی خود دارد و یگانگی و وحدتی که در مقابل اوضاع و احوال متغیر خارج، همواره در حالات روانی خود حس می‌کند. بنابراین، از نظر روان‌شناسی هویت، انسان نوعی ثبات دارد. هویت زمانی پدید می‌آید که انسان با «غیر» مواجه می‌شود و این غیر عبارت است از فرد یا جامعه‌ای دیگر یا، به قول روان‌شناسان، نقش‌های جدیدی که فرد به عهده می‌گیرد. هویت زمانی مطرح می‌شود که انسان خود را با چیزی دیگر مقایسه کند (دورکیم، ۱۳۷۲: ۱۱-۱۲).

در جامعه‌شناسی واژه هویت به معنی چه کسی بودن است و حس نیاز به شناساندن خود است که سلسله‌ای از عناصر فرهنگی و تاریخی را در فرد یا در گروهی انسانی تحریک می‌کند. هر نوع وابستگی اجتماعی، نمودار بخشی از ویژگی‌های انسان است. این ویژگی‌ها، معرفت و شناخت ابنای بشر را تسهیل می‌کند (مجتهدزاده، ۱۳۷۶: ۱۴۷). بر این اساس، هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی و احساسات و اندیشه‌های مربوط به آنها که فرد آنها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود به دست می‌آورد و در جواب به سؤال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد. به نظر برگر «مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می‌شوند، می‌کوشند تا

1 - conceptual space



به هویت رابطه‌ای دست پیدا کنند؛ یعنی نقطه مشترکی را پیدا کنند که وجه تمایز آنها از دیگران است. این کار باعث می‌شود تا هر یک از افراد نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند. در سطحی بالاتر، وقتی مردم هویت مشترک را کشف می‌کنند، می‌توانند از این طریق به نوعی انسجام برسند» (هایس، ۱۹۹۸: ۲۰۲ - ۲۰۱) جنکینز در کتاب هویت اجتماعی تعریف زیر را برای هویت به دست داده‌است:

«این عبارت به شیوه‌هایی که به واسطه 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 جماعت‌هاست. شباهت و تفاوت با هم - و نه جز این - اصول پایای هویت و پایه زندگی اجتماعی‌اند». او همچنین می‌افزاید: «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 مشاهده یک غریبه انجام می‌دهیم، این است که او را در نقطه‌ای از نقشه شناختی‌مان قرار دهیم» (جنکینز ۱۳۸۱: ۸ - ۷).

بنابراین هویت‌ها، پدیده‌هایی فراتاریخی، و جدا از اقتصاد، مذهب، ایدئولوژی و تاریخ و جغرافیای خاص خودشان نیستند، بلکه این سازه‌های اجتماعی با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی، به وجود آمده‌اند و تعریف می‌شوند و در طی زمان، به طور مجدد تفسیر می‌شوند. بنابراین در ساخته شدن هویت‌ها، ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی، فناوری، اقتصاد و ساختارهای معرفتی، از جمله فرهنگ، زبان، آرمان‌ها، ایدئولوژی و سنت همزمان تأثیر دارند (منتظر قائم، ۱۳۷۷: ۲۵۹).

۲. هویت ملی

هویت ملی به مثابه پدیده‌ای سیاسی - اجتماعی، زاییده عصر جدید است که ابتدا در اروپا و آنگاه از اواخر قرن نوزدهم، در مشرق زمین و سرزمین‌های دیگر راه یافت. اما هویت ملی به منزله مفهومی علمی، از ساخته‌های تازه علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن



بیستم به جای مفهوم «منش ملی» و «خلق ملی»، که از مفاهیم عصر تفکر رمانتیک بود، در حال رواج یافتن است (مرشدی‌زاد، ۱۳۸۰: ۸۹).

ایجاد هویتی مشترک در میان شهروندان یکی از معضلات مهمی است که نظام‌های سیاسی در تمام جهان با آن مواجه‌اند. نبود چنین حس هویتی تبعات فراوانی به همراه دارد (آلموند، ۲۰۰۰: ۱۹-۱۸). چرا که در حوزه‌های فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد جایگاهی تعیین کننده دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیرترین و در عین حال، مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی است. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی، در تأثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۷). از طرف دیگر، سایر هویت‌ها، فاقد چشم‌اندازی هستند که هویت ملی دارد. حتی هویت ملی معادل هویت جمعی نیز نیست. هویت ملی چیزی است سوای هویت طبقاتی یا مذهبی. هویت ملی حتی هویت سرزمینی یا زبان‌شناختی یا نوع معینی از هویت سیاسی نیست؛ آنچه مهم است در خاطر داشتن تمایز است (گرین‌فیلد، ۱۹۹۹: ۰۷۵).

استاد مطهری معتقد است: «اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی یا ناسیونالیسم بنامیم، تعریف ارائه شده از آن عبارت است از وجود احساس مشترک یا وجدان و شعور جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند» (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۱۹).

۳. هویت اجتماعی

«هویت اجتماعی یک فرد به خصوصیات و مشخصات و تفکراتی اشاره می‌کند که فرد آنها را از طریق اشتراکات اجتماعی و عضویت در گروه‌ها و مقوله‌های اجتماعی کسب می‌کند» (احمدلو، ۱۳۸۱: ۸۳). با توجه به چنین تعریفی، هویت اجتماعی را می‌توان نوعی خودشناسی فرد در رابطه با دیگران دانست. این فرایند مشخص می‌کند که شخص از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. به بیان دیگر، فرایند هویت‌سازی این امکان را برای هر کنشگر اجتماعی فراهم می‌سازد تا برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و چیستی خود، پاسخی مناسب و قانع کننده پیدا کند (گل‌محمدی، ۱۳۸۰: ۱۹۶). بنابراین، هویت اجتماعی هویتی است که فرد در فرایند اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها



یا واحدهای اجتماعی موجود در جامعه، کسب می‌کند و مشخص‌ترین آنها، گروه یا واحد اجتماعی یا حوزه و قلمروی است که خود فرد با ضمیر «ما» به آن اشاره می‌کند و خود را از لحاظ عاطفی و تعهد و تکلیف، متعلق و منتسب و مدیون به آن می‌داند (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۴۲).

جوهرهٔ هویت اجتماعی به برقراری روابط دوستانه و عاطفی منوط است، زیرا پایهٔ هر گونه نظم اجتماعی، حتی در جوامع مدرن، عاطفه است و این امر در وابستگی عاطفی به جمع و روابط عاطفی در جوامع ریشه دارد. نشانهٔ قوت هویت اجتماعی، به افزایش تعداد کسانی بستگی دارد که در هر کشور احساس تعهد مشترک دارند و اینجاست که «منش ملی» شکل می‌گیرد. ارتباطات گسترده موجب تقویت هویت اجتماعی می‌شود و هر قدر بعد اجتماعی هویت در مقیاسی کلی‌تر، مثلاً مقیاس ملت، قوی‌تر باشد، شخصیت اجتماعی شهروندان نیز منسجم‌تر و جدی‌تر پی‌ریزی می‌شود. وفاق اجتماعی و همبستگی ملی نیز محصول همین فرایند است. پیر بوردیو در توضیح این واقعیت، اصطلاح «خلق و خوی» را وضع کرده است که به مفهوم شیوه‌های برقراری رابطه، اعمال سلیقه و بیان احساسات رایج در میان اعضای گروه‌های خاص است؛ البته به شرط آنکه اعضا از آن شیوه‌ها بی‌خبر باشند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۰۰ - ۱۹۹).



۴. هویت فرهنگی

هویت فرهنگی مجموعهٔ ارزش‌ها، باورها، سمبل‌ها و... است که سبب شناخته‌شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می‌شود. از این‌رو، هویت فرهنگی بر سه مدار پیوسته با یکدیگر حرکت می‌کند که حول یک محور می‌چرخند: ۱. فرد درون گروه و جماعت واحد، که می‌تواند در قبیله، طایفه یا گروه اجتماعی ظهور می‌کند؛ ۲. جماعت و گروه‌های مدرن ملت‌ها که هویت فرهنگی مشترکشان به مثابهٔ وجه تمایز آنان به شمار می‌رود؛ ۳. ملت‌های واحد و یکپارچه در مقایسه با دیگر ملل. بنابراین، سه نوع هویت فردی، گروهی و ملی را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد. رابطهٔ میان این سه، ثابت و یک‌نواخت نیست، بلکه در آن جذر و مدهای دائمی وجود دارد و در بین آنها، در موقعیت‌های مختلف، تغییراتی پیش می‌آید؛ تغییراتی که برآمده از تقابل‌ها، همکاری‌ها و فقدان آنهاست که بر اساس منافع و مصالح فردی، جمعی و ملی ایجاد می‌شود (رهبری،

۱۳۸۰: ۵۷). به نوعی می‌توان گفت که هویت فرهنگی حاکی از تداوم بین گذشته و حال است و نفس این تداوم، خود بر شناخت گذشته دلالت می‌کند (هنوی، ۱۳۷۳: ۴۷۲ و ۴۷۴).

شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان هر کشور از اجزای مهم هویت ملی دانست که توافق فرهنگی را سبب می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، همه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربر می‌گیرد که به‌نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از نشانه‌های تاریخ هر فرهنگ و ملت به شمار می‌رود. باید گفت که میراث فرهنگی هر ملت، که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه مناسبی عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فولکلور است. بنابراین، تعلق خاطر و علاقه‌مندی شهروندان به میراث فرهنگی، در قوام و تقویت هویت ملی بسیار مؤثر است و در حقیقت، گرایش مثبت به فرهنگ دیرین، پیوند میان فرد و سنت‌های ملی وی را تقویت می‌کند (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

۵. بحران هویت

از میان روان‌شناسان، اریکسون بر مفاهیم «بحران هویت» و «آشفته‌گی هویت» تأکید می‌کند. بحران هویت اصطلاحی است که وی برای توصیف ناتوانی نوجوان در قبول نقشی که جامعه از او انتظار دارد، به کار برده است. اریکسون خاطر نشان می‌کند: «برای هر فردی امکان دارد بحران هویت‌روی دهد و منحصر به دوران نوجوانی یا جوانی نیست» (رمضانی، ۱۳۸۱: ۱۷). این حالت سبب می‌شود که وی احساس کند منزوی، تهی، مضطرب و مردود شده است. احساس می‌کند که باید تصمیم‌های مهمی بگیرد، لیکن قادر به انجام دادن این کار نیست. احساس می‌کند که جامعه به او فشار می‌آورد تا تصمیم‌هایی اتخاذ کند، اما او مقاومت می‌کند. در طی آشفته‌گی هویت، فرد ممکن است احساس کند به جای آنکه در حال پیشرفت باشد، دچار پس‌روی شده است (اشرفی، ۱۳۸۰).

از سوی دیگر، بحران هویت در معنایی مترادف با مفهوم «بیگانگی»^۱ یا جدایی از اصل و جوهری خاص است و لذا با نوعی سردرگمی همراه است. بسیاری از جامعه‌شناسان و روان‌شناسان همچون دیوید ریزمن، اریک اریکسون، فریدنبرگ و گودمی «بیگانگی» را



معادل با «بحران هویت» می‌دانند و عده‌ای نیز احساس بی‌هویتی را مؤلفه‌ای از بیگانگی به حساب می‌آورند (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۰). بیگانگی از دیدگاه کلان جامعه‌نگر، به معنای گسستن انسان از جامعه یا به عبارت دیگر، از خانواده، قوم، تاریخ، فرهنگ و بالاخره، از آن واحد اجتماعی است که هویت جمعی فرد را تشکیل می‌دهد است (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۲۷).

نقطه اصلی توجه جامعه‌شناسان و روان‌شناسان در بررسی بیگانگی اجتماعی، جامعه و ساخت اجتماعی است. از دیدگاه جی‌سی‌میچل، از خودبیگانگی به مفهوم احساس جدایی از محیط اطراف خود - یعنی جامعه و ارزش‌های مرسوم آن و دیگران - و تعلق خاطر نداشتن ذهنی و عینی فرد به آن است که به اشکال و صور مختلف، همچون احساس بی‌معنایی، پوچی، انکار، افسردگی، انزوا، تنفر، بیزاری، ناهنجاری و بدبینی در فرد ظهور می‌کند. از دیدگاه پیروان نظریه کارکردگرایی ساختاری، بیگانگی به معنای تبعیت نکردن فرد از فرهنگ، ساخت، نظام اجتماعی و نظام انتظارات است. کسی که بر اساس هنجارهای کنش عمل نکند و در واکنش اجتماعی متقابل، تمایلات نابهنجار از خود بروز دهد و بر اساس بایدهای موجود رفتار نکند و سبمل‌ها و عقاید و باورهای حاکم را نپذیرد، بیگانه است. در واقع، هر گونه بی‌نظمی اجتماعی، نظام‌گسیختگی اجتماعی و اختلال هنجاری، سبب شدت گرفتن یا تضعیف دامنه هویت اجتماعی می‌شود (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۰۱). اندیشمندانی که به مبحث مدرنیزاسیون و توسعه پرداخته‌اند، به بحث بحران هویت نیز توجه کرده‌اند. در واقع، از نظر این گروه از اندیشمندان، بحران هویت مرحله‌ای از مراحل رشد است که نظام سیاسی به طور اجتناب‌ناپذیری آن را تجربه می‌کند (مرشدی‌زاد، ۱۳۸۰: ۹۱).

بنابراین، می‌توان گفت که «بحران هویت ملی» به معنای گسستن و بیگانه شدن انسان از اصل و جوهر خویش و پیوستن به اصل و جوهری دیگر و نیز تعدد یا تنوع و تعارض هویت‌های جمعی و کوچک و خاص‌گرایانه و ضعف هویت جمعی عام در درون هر جامعه، و دربرگیرنده آن چیزی است که جامعه و افراد را در فرایند گسستن‌ها و پیوستن‌ها با مشکل و ابهام روبرو می‌کند (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۱۲۵).

ج. نظریه‌های هویت

در این قسمت از مقاله، برخی نظریه‌های مربوط به هویت را به طور کوتاه و



گذرا مرور خواهیم کرد

۱. نظریه نظام کنترل فرایند هویت^۱

هدف این نظریه نشان دادن الگویی از روابط بین فشار و هویت است که در نتیجه آنها هویت جدیدی شکل می‌گیرد. این نظریه نشان می‌دهد که فشارهای اجتماعی (و محیطی) به شکستن حلقه‌های بازگشتی منجر می‌شود که فرایند هویت را حفظ می‌کنند. انقطاع فرایند هویت نتیجه عملکرد دو سازوکار است: الف. حلقه‌های شکسته شده؛ ب. نظام‌های هویتی بیش از حد کنترل شده. هر کدام از این سازوکارها، موقعیتی را برای ایجاد فشارهایی فراهم می‌کند که نتیجه آن، انقطاع فرایند هویت و نتیجه این انقطاع هم احساس بی‌هویتی و کسب هویتی تازه است. در هر حال، این نظریه نشان خواهد داد که چگونه ارزیابی هر فرد از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا می‌کند و چگونه این فشارها، فرایند هویت فرد را منقطع و فرد احساس بی‌هویتی می‌کند و هویت جدیدی را جایگزین می‌کند (برک، ۱۹۹۱: ۳۶).

برک^۲ معتقد است هویت اجتماعی رشته‌ای از معانی است که فرد در محیط یا موقعیت اجتماعی برای تعریف خود به کار می‌برد. این رشته از معانی شامل اجزای نمادین و غیرنمادین است؛ جزء نمادین شامل تصور عمومی از معانی است، همان طور که در کنش متقابل نمادین آمده است. جزء غیرنمادین شامل منابع گوناگونی است که به واسطه نقش شخص در جامعه، تحت کنترل او درآمده است. این رشته از معانی، به‌عنوان منبع یا استاندارد برای ارزیابی شخص از خودش در جامعه به کار می‌رود. بنابراین، شکل‌گیری هویت اجتماعی، حلقه‌ای برگشتی و دوری کامل دارد (برک، ۱۹۹۱: ۳۶).

۲. نظریه کنش متقابل نمادی

رفتار انسان را می‌توان مستقیماً بر اساس عواملی همچون هویت، شخصیت، ژن، تربیت، نقش، مقوله اجتماعی یا اجزای تشکیل دهنده و حتی بر اساس اوضاع توضیح داد. اولین مقوله تعیین‌کننده کنش انسان‌ها تفسیرها و تعریف آنها از هر وضعیت خاص است. افراد

1 - The Control-System of Identity Process Theory

2 - Burk



برای بقا، به هماهنگ شدن و مطابقت با شرایط زندگی و جهان نیاز دارند. اما جهان دائماً در حال تغییر است و افراد نمی‌توانند تمام این تغییرات را مستقیماً درک کنند. برای زندگی با دیگران شاید حتی مهم نباشد که افراد به درکی «درست» برسند، بلکه بهتر است به نوعی درک مشترک دست یابند. از طریق تعامل با دیگران ما درک جدیدی از پدیده‌ها پیدا می‌کنیم و در رفتار خود تغییر ایجاد می‌کنیم تا به بهترین وضعیت دست یابیم. بر اساس سازوکارهایی که در رهیافت کنش متقابل مطرح می‌شود، می‌توان گفت که تعامل فقط در میان افراد نیست، بلکه در درون افراد نیز تعامل وجود دارد.

ما کنشگرانی هستیم که دائماً در حال گفتگو با «خود» هستیم. این «خود» آمیخته‌ای است از تمام افرادی که محل توجه ما بوده‌اند و تمام نقش‌هایی که ایفا کرده‌ایم. این «خود»، ما را از دیگر حیوانات و موجودات متمایز می‌کند. بلومر معتقد است که از طریق سازوکار تعامل با خود، انسان به ارگانیک‌تری تبدیل می‌شود که رفتار او محصول بازی درون، بیرون و هر دو آنها با اوست. کنش او در جهان، نتیجه تفسیر او از مقولاتی است که با آنها مواجه می‌شود و او کنش خود را بر اساس 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 است که از خود ارائه می‌دهد. مهم‌ترین پژوهش این حوزه، پژوهش اروینگ گافمن است که سه مقوله خودآگاهی، نیمه‌آگاهی و ناآگاهی را مطرح می‌کند. او با پرسوناژ^۱ و ماسک زندگی را به صحنه تئاتر تشبیه می‌کند. اما رهیافت کنش متقابل نمادی، برخلاف تزاریکسون 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 تعریف می‌شوند.

۳. نظریه ساختاری هویت

وایت و دیگر نظریه پردازان شبکه‌نگرشی ساختاری به هویت را مطرح می‌کنند که مشابه نظریه اقتصادی است که در آن رفتار عمدتاً، نوعی واکنش به اوضاع محیطی تلقی می‌شود. آنها افراد را برای قرار گرفتن در جایگاه‌ها یا موقعیت‌های خاص اجتماعی مناسب می‌دانند، درحالی‌که ساخت‌گرایان جایگاه‌های اجتماعی را به هویتی مشخص اختصاص می‌دهند



و عوامل محیطی را در تعیین رفتار و هویت مؤثر می‌دانند؛ هر چند این تأثیر نتیجه ساختار روابطی است که افراد و نهادها در آنها درگیر می‌شوند، نه به شکل مستقیم و توسط محرک‌های طبیعی. به زعم وایت، افرادی که هویت‌های مشخص دارند، ساختار اجتماعی را خلق نمی‌کنند، بلکه ساختارهای اجتماعی افراد را خلق می‌کند تا جایگاه‌ها و موقعیت‌های موجود را اشغال کنند..

هویت لزوماً به «خود»ها مربوط نمی‌شود، بلکه این موقعیت‌هاست که افراد را تعریف می‌کند. البته باید توجه داشت که رابطه بین موقعیت‌ها و افراد نوعی تناظر یک به یک نیست، بلکه گاهی اوقات «خود»ها هویت را تعیین می‌کنند. نظریه‌های ساختاری هویت بر اهمیت نقش در درک و پیش‌بینی رفتار تأکید دارد. با تغییر موقعیت فرد، انتظاراتی که از او می‌رود و نیز شخصیت فرد تغییر می‌کند. یکی از دلایل اهمیت نقش ما، رابطه آن با موقعیت در شبکه است. به عنوان مثال پیتر ج. برک به این مطلب اشاره می‌کند که مفروضات نظریه هویت می‌تواند نتایج مربوط به تجارب مبادله را در حوزه وسیعی از ساختارهای شبکه توضیح دهد.

به زعم نظریه پردازان شبکه این روابط هستند که هویت را ایجاد می‌کنند، اما نظریه پردازان هویت، هویت را متعلق به «خود» انسان می‌دانند.

۴. نظریه جدا افتادگی اجتماعی^۱

یکی دیگر از نظریه‌های مطرح در زمینه هویت اجتماعی، نظریه جدا افتادگی اجتماعی است که بر تعیین هویت گروهی به عنوان جایگزین هویت اجتماعی نوجوانان در مواقعی خاص تأکید دارد.

این نظریه تصریح می‌کند که «جدا افتادگی» یا «تنهایی اجتماعی»، که در اثر فقدان مطرح شدن، فقدان احساس تعلق به جامعه و قرار گرفتن فرد در حاشیه جامعه ایجاد می‌شود، به احساس بی‌هویتی اجتماعی نوجوانان منجر و به طور ویژه‌ای برای آنان مشکل ساز می‌شود. در این صورت، نوجوانان برای کسب هویت خود، به گروه همسالان رجوع می‌کنند و با عضویت گروهی خود در گروه همسالان، موقعیت جدیدی را در جامعه برای تعریف از خود پیدا می‌کنند. یکی از این نوع گروه‌های همسالان، که نوجوانان با پیوستن به آنها هویت



اجتماعی خود را کسب می‌کنند، اصطلاحاً «Types Crowd» نامیده شده‌است. 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 گروهی خود به کار می‌برند. دنهلم هفت نوع از این گروه‌ها و تمایلات مختلف آنها را بررسی کرده است که برخی از آنها در زمره طرفداران موزیک‌های رپ و هوی متال هستند (اوپتیک، ۳۷: ۳۵).

۵. نظریه تربیت^۱

در این نظریه - که در نیم قرن گذشته توجه صاحب‌نظران را به خود جلب کرده است - افراد در زمان تولد، همانند لوحی سپید تلقی می‌شوند و از طریق آموزش و تجاربشان است که به تدریج، اشکال و صور مختلف را به خود می‌گیرند. به زعم روان‌شناسان رفتاری همچون واتسون و اسکینر، واکنش‌های درد و لذت در افراد، به طور ذاتی وجود دارد و افراد را در جامعه و در اوضاع مختلف شرطی می‌کند. 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 بود که انسان محصول جامعه است. وقایع اجتماعی چیزهایی است که بر افراد اجبار وارد می‌کند (دورکیم، ۱۳۶۹ و ۱۳۷۶ و...). بسیاری از صاحب‌نظران روان‌شناسی رفتار بر این عقیده‌اند که آموزش و تربیت توسط والدین و دیگر تجارب اولیه فرد جایگاهی تعیین کننده در شکل‌گیری شخصیت فرد دارد که به سهم خود، در تعیین رفتارهای بعدی او مؤثر است. بالبی، تومن، لابات، بر تأثیر جدی پویایی خانوادگی بر شخصیت تأکید کرده‌اند (Website p:5).

۶. نظریه مقوله‌بندی

نظریه مقوله‌بندی بر گروه روان‌شناختی و فرایندهای مرتبط با پیوستگی و تعاون و تأثیرپذیری اجتماعی بنیاد گرفته است (ترنر و هسلاام، ۲۰۰۱: ۲۰). فرضیه اصلی نظریه مقوله‌بندی این است که هویت اجتماعی اغلب 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) نوعی نظریه هویت اجتماعی رفتار گروهی را مطرح کرده است. مردم خودشان را با عضویت در مقوله اجتماعی مشترک تعریف می‌کنند. در اینجا، نوعی تأکید ادراکی بر شباهت‌های درون‌گروهی و تفاوت‌های برون‌گروهی، 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 درون گروه و یک تمایز ادراکی افزوده بین اعضای درون گروه و بیرون گروه منجر می‌شود (ترنر و هسلام، ۲۰۰۱: ۳۲). زمانی که هویت اجتماعی نسبت به هویت شخصی مهم می‌شود، مردم خودشان را کمتر از طریق تفاوت‌های فردی و بیشتر از طریق شباهت‌های درون‌گروهی می‌بینند و این نیز همان «شخصی‌سازی خود»^۱ است.

تاجفل و دیگران استنباط می‌کنند که مقوله‌بندی به‌تنهایی، به تحقق موقعیت‌های معینی برای استنباط با سوگیری بین‌گروهی کافی است (ترنر و هسلام، ۲۰۰۱: ۳۲). مقوله‌بندی اجتماعی ممکن است به طرفداری گروهی بینجامد و متغیرهایی در تعیین سوگیری اهمیت خاصی دارد که مقوله‌بندی اجتماعی را مهم می‌کند (ترنر و هسلام، ۲۰۰۱: ۲۷). این بدان مفهوم است که وقتی فرد به نوعی مقوله‌بندی دست پیدا کرد و پیش خود، درون گروه را از بیرون گروه تشخیص داد، ارزیابی مثبتی از درون گروه خواهد داشت و نوعی سوگیری، مثلاً در تقسیم منابع، نسبت به گروه خود خواهد داشت. این نظریه بر این واقعیت تأکید می‌کند که مقوله‌بندی فرایندی پویا و وابسته به متن^۲ است که در روابطی مقایسه‌ای با متنی معین تعیین می‌شود.... در مقوله‌بندی همیشه تفاوت بین گروهی بیشتر از تفاوت درون‌گروهی است (ترنر و هسلام، ۲۰۰۱: ۳۴).

رسانه‌های جمعی و هویت

رسانه‌های جمعی، انتقال و هدایت دامنه گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزش‌ها، عقاید، پیام‌ها و افکار امروزه درون جوامع را به عهده گرفته‌اند تا جایی که برخی صاحب‌نظران معتقدند که رسانه‌های گروهی کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌کنند (تامپسون، ۱۹۹۵: ۴۵) و از جمله سازه‌های مهم اجتماعی هویت

1 - Self-depersonalization

2 - Context Dependent



اجتماعی و فرهنگی هستند که علقه بدان‌ها، از جمله کارکردهای مهم رسانه‌ای به حساب می‌آید. معضلات هویتی (بحران هویت) از جمله مسائل گریبان‌گیر جوامع است که بیشتر متفکران عامل اصلی این فرایند را «رسانه‌های جمعی» دانسته‌اند. یعنی تأثیری که رسانه‌های جمعی بر فرهنگ و ساختارهای اجتماعی و نظام بین‌المللی دارند، سبب شده است که به‌نوعی، همه دنیا با مسئله‌ای با عنوان بحران هویت روبرو شود (منتظر قائم، ۱۳۷۷: ۲۵۲). به عنوان نمونه، رسانه‌ها منبع اصلی بحران هویت به‌ویژه در اروپای شرقی ارزیابی می‌شوند، زیرا بعد از فروپاشی شوروی و با از بین رفتن هویت تحمیلی سوسیالیستی، چون رسانه‌های جمعی به گروه‌های هویتی متفاوت در جامعه متعلق شدند، هر یک نه تنها هویت متفاوتی را معرفی می‌کردند، سلسه مراتب مختلف، هویت‌هایی متکثر نیز به وجود می‌آوردند. در کشورهای اروپای شرقی تقریباً، بخش اعظم فرایند هویت‌یابی یا سیاست‌های هویتی را رسانه‌های جمعی سازمان‌دهی و اداره می‌کنند (منتظر قائم، ۱۳۷۷: ۲۶۳).

پس از بررسی نظریه‌های مختلف درباره هویت، الگوی علی تحقیق تنظیم شد. لازم به اشاره است که تمامی متغیرهای موجود در الگوی علی، از نظریه‌های هویت استخراج شده است. به دلیل جلوگیری از تکرار، الگوی علی در قسمت تحلیل مسیر آورده شده است.

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر از نوع بنیادی - کاربردی است. روش تحقیق میدانی است که از روش‌های اسنادی نیز در مطالعات مقدماتی استفاده شده است. تکنیک تحقیق پیمایش یا تحقیق زمینه‌یابی است، البته در تحقیق حاضر، از تکنیک مطالعات کتابخانه‌ای نیز استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه خوداجراست که قسمت‌های اصلی پرسش‌نامه شامل سؤالات مربوط به سنجش متغیر مستقل و سؤالات مربوط به سنجش هویت اجتماعی و فرهنگی است.

جامعه آماری تحقیق همه دانش‌آموزان دختر و پسر مشغول به تحصیل در پایه سوم متوسطه در نواحی چهارگانه شهر شیراز بودند که حجم نمونه تحقیق، شامل ۴۰۰ نفر بود که پس از حذف پرسش‌نامه‌های مخدوش در نهایت، ۳۸۵ پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شد.



اعتبار متغیرها با استفاده از اعتبار عاملی (سازه‌ای) و صوری و روایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ ارزیابی شد.

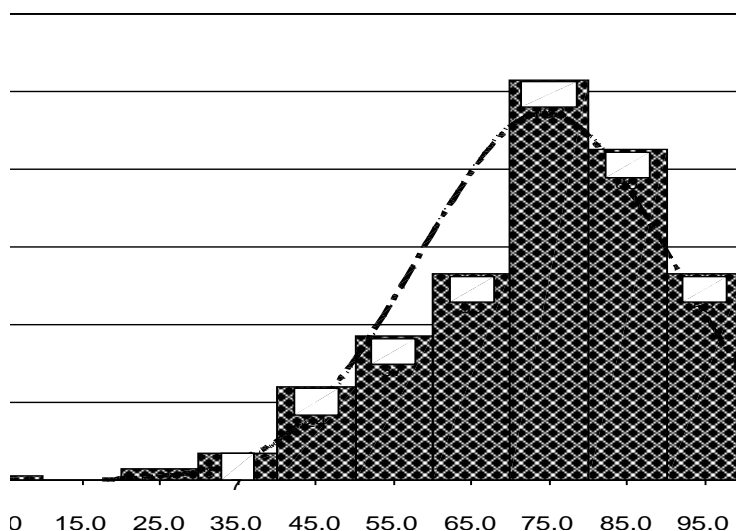
نتایج و یافته‌های تحقیق

هویت اجتماعی

آن‌چنان‌که توزیع پاسخ‌گویان روی مقیاس ۰ تا ۱۰۰ بعد اجتماعی هویت نشان می‌دهد، ۱۶ درصد دانش‌آموزان هویت اجتماعی در حد متوسطی دارند و نمره بین ۴۰ تا ۶۰ اخذ کرده‌اند. ۷۶ درصد دانش‌آموزان هویت اجتماعی بالا و فقط ۸ درصد هویت اجتماعی پایین دارند. بنابراین، با توجه به میانگین $74/3$ می‌توان نتیجه گرفت که اکثریت دانش‌آموزان هویت اجتماعی بالایی دارند. نمودار چولگی منفی دارد و این نتیجه را تأیید می‌کند.



نمودار ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به معرف‌های هویت اجتماعی



جدول زیر توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به معرف‌های هویت اجتماعی را

نشان می دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به معرف‌های هویت اجتماعی

کاملاً مخالفم	مخالفم	تاحدودی	موافقم	کاملاً موافقم		
۲۱	۳۱	۶۰	۱۴۴	۱۲۲	فراوانی	احساس می‌کنم که نمی‌توانم نسبت به مسائل و مشکلات کشورم بی‌تفاوت باشم.
۵/۶	۸/۲	۱۵/۹	۳۸/۱	۳۲/۳	درصد	
۸	۴۴	۴۷	۱۷۷	۹۰	فراوانی	رعایت حقوق دیگران یک اصل اخلاقی - انسانی است و من حتی مواردی که به ضرر خودم بوده است، حقوق دیگران را رعایت کرده‌ام.
۲/۲	۱۲	۱۲/۸	۴۸/۴	۲۴/۶	درصد	
۳	۵	۱۶	۱۷۵	۱۸۲	فراوانی	در مورد چگونگی برخورد با دیگران سعی می‌کنم به روش درستی، دست پیدا کنم.
۰/۰۸	۱/۳	۴/۲	۴۵/۹	۴۷/۸	درصد	
۴	۲۴	۱۴	۱۸۲	۱۵۴	فراوانی	با بسیاری از افراد اطراف خودم، رابطه دوستانه دارم.
۱/۱	۶/۳	۳/۷	۴۸/۱	۴۰/۷	درصد	



فصلنامه علمی-پژوهشی

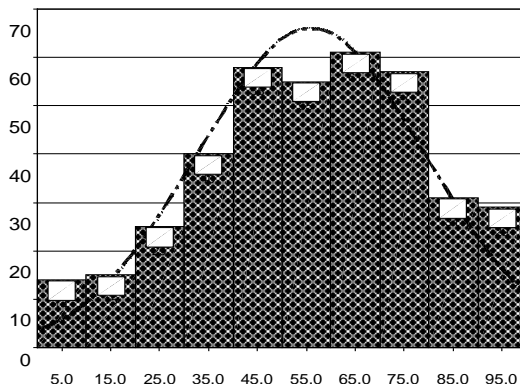
۲۰۰

سال اول
شماره ۳
پاییز ۱۳۸۷

هویت فرهنگی

توزیع پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که ۲۹ درصد دانش‌آموزان هویت فرهنگی متوسط دارند و نمره بین ۴۰ تا ۶۰ گرفته‌اند. ۴۶ درصد دانش‌آموزان هویت فرهنگی بالا و ۲۵ درصد آنان با اخذ نمره کمتر از ۴۰، هویت فرهنگی ضعیف دارند. بنابراین، با توجه به میانگین ۵۶ می‌توان نتیجه گرفت که هویت فرهنگی اکثریت دانش‌آموزان متوسط رو به بالاست.

نمودار ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به معرف‌های هویت فرهنگی



جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌های پاسخ‌گویان به معرف‌های هویت فرهنگی

کاملاً مخالفم	مخالفم	ناحدودی	کاملاً موافقم	موافقم		
۴۰	۷۱	۴۲	۱۱۷	۱۰۳	فراوانی	ما ایرانیان بیش از حد از خودمان تعریف می‌کنیم
(/۱۰.۷)	(/۱۹.۰)	(/۱۱.۳)	(/۳۱.۴)	(/۲۷.۶)	درصد	
۱۵۴	۹۶	۴۲	۴۵	۳۵	فراوانی	روح جوانمردی ایرانیان در مقایسه با سایر مردم دنیا
(/۴۱.۴)	(/۲۵.۷)	(/۱۱.۳)	(/۱۲.۱)	(/۹.۴)	درصد	
۱۲۶	۹۷	۲۹	۴۷	۷۸	فراوانی	ما ایرانیان هر قدر هم که تلاش کنیم، نمی‌توانیم با کشورهای پیشرفته در مسایل علمی رقابت کنیم
(/۳۳.۴)	(/۲۵.۷)	(/۷.۷)	(/۱۲.۵)	(/۲۰.۷)	درصد	
۶۰	۸۲	۵۸	۷۵	۹۸	فراوانی	موسیقی اصیل ایرانی را از سایر انواع موسیقی بیشتر دوست دارم
(/۱۶.۱)	(/۲۲.۰)	(/۱۵.۵)	(/۲۰.۱)	(/۲۶.۳)	درصد	



آماره‌های دومتغیری بررسی روابط همبستگی

به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته، یعنی هویت اجتماعی و هویت فرهنگی، از دو آزمون عمده استفاده شد که شامل آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی است که در این بخش، ضرایب همبستگی حاصل شده از آزمون‌ها بررسی می‌شود. در ضریب همبستگی پیرسون، که به صورت غیرتفکیکی انجام شد، نتایج نشان می‌دهد که اکثریت متغیرهای مستقل با هویت اجتماعی و فرهنگی رابطه معنی‌دار دارند.

جدول ۳. ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل با هویت اجتماعی و هویت فرهنگی



متغیرهای مستقل	متغیر وابسته (هویت فرهنگی)	متغیر وابسته (هویت اجتماعی)
احساس تعلق به جامعه	۰/۴۹**	۰/۳۲۹**
رویکرد مثبت به غرب	۰/۳۷**	۰/۱۳*
مشروعیت نظام سیاسی	۰/۳۶**	۰/۱۳**
مشارکت اجتماعی	۰/۳۳۱**	۰/۱۲۸*
فردگرایی	-۰/۲۱**	-۰/۲۴**
شکاف ارزشی	-۰/۲۶۳**	-۰/۱۱۶*
برنامه درسی مدارس	۰/۸۷	۰/۱۶۳**
ارتباط با دیگران	۰/۰۹۳	۰/۳۱۳**
رضایت اجتماعی	۰/۱۹۵**	۰/۰۵۶
روایت هویت ملی	۰/۰۲۸	۰/۱۵۰**
عضویت در مقولات اجتماعی	۰/۱۳۳**	۰/۰۰۲
نابرابری اجتماعی	-۰/۰۸۴	-۰/۰۶۶
رسانه‌های گروهی	-۰/۰۶۱	-۰/۱۵۰**
فعالیت‌های فوق برنامه	۰/۰۶۲	۰/۰۷۵
مقایسه اجتماعی	۰/۰۴۵	-۰/۱۱۳**

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، از مجموع کل متغیرهای مستقل، متغیرهای «احساس تعلق به جامعه»، «رویکرد مثبت به غرب»، «مشروعیت نظام سیاسی» و «اعتقاد به مفید بودن مشارکت اجتماعی» با هر دو متغیر وابسته، یعنی هویت فرهنگی و هویت اجتماعی، رابطه مثبت معنی‌دار در سطح ۹۵ صدم دارد؛ بدین معنی که با افزایش این متغیرها در افراد، هویت اجتماعی و فرهنگی آنان نیز بالا می‌رود.

متغیرهای «فردگرایی» و «شکاف ارزشی» با هر دو متغیر وابسته، یعنی هویت فرهنگی و اجتماعی، رابطه منفی معنی‌دار دارد، بدین معنی که با افزایش این دو متغیر در افراد، از میزان هویت اجتماعی و فرهنگی آنان کاسته می‌شود.

متغیرهای «برنامه درسی مدارس»، «ارتباط با دیگران» و «روایت هویت ملی» فقط با هویت اجتماعی رابطه مثبت معنی‌دار دارد و متغیرهای «رضایت اجتماعی» و «عضویت در مقولات اجتماعی» با متغیر هویت فرهنگی رابطه مثبت معنی‌دار دارد.

متغیرهای «رسانه‌های گروهی» و «مقایسه اجتماعی» فقط با متغیر هویت اجتماعی

رابطه منفی معنی دار دارد و سایر متغیرها هیچ رابطه معنی داری را نشان نمی دهند.

آماره‌های چندمتغیری تحلیل رگرسیون

در این مقاله، از دو تکنیک آماره‌های چندمتغیری شامل تحلیل رگرسیون چندمتغیره و تکنیک تحلیل مسیر استفاده شد.

الف. رگرسیون خطی هویت اجتماعی

ضرایب رگرسیون خطی هویت اجتماعی بر روی متغیرهای مستقل محاسبه شد. R^2 معادل ۰/۲۷ به دست آمد؛ یعنی ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل و پیشینه‌ای تبیین شده است. با مقایسه وزن‌های استاندارد مشاهده می‌شود که بیشترین تأثیر به ترتیب، به متغیرهای احساس تعلق به جامعه ۰/۳۲۴، ارتباط با دیگران ۰/۲۵۳ و عضویت در مقولات اجتماعی ۰/۲۱۲ تعلق دارد.

با توجه به ضرایب به دست آمده، می‌توان معادله رگرسیون خطی متغیرهای معنی دار را به صورت زیر ترکیب بندی کرد:

$$.۶۲ = \text{هویت اجتماعی}$$

$$+ .۲۱۲ \text{ عضویت در مقولات اجتماعی}$$

$$+ .۲۵۳ \text{ ارتباط با دیگران}$$

$$+ ۰/۳۲۴ \text{ احساس تعلق به جامعه}$$

ب. رگرسیون خطی هویت فرهنگی

ضرایب رگرسیون خطی هویت فرهنگی بر روی متغیرهای مستقل نیز محاسبه شد. تمامی متغیرهای مستقل پس از ورود به محاسبه رگرسیون خطی، توانسته است ۰/۳۷ از واریانس متغیر وابسته، یعنی هویت فرهنگی، را تبیین کند. به عبارت دیگر، R^2 نهایی به دست آمده ۰/۳۷ است. با مقایسه وزن‌های استاندارد متغیرهای مستقل، مشاهده شد که متغیرهای احساس تعلق به جامعه (۰/۳۰۸)، وضعیت واحد مسکونی (ملکی) (= ۰/۳۶۴)، اعتقاد به مشارکت اجتماعی (۰/۱۴۳)، رویکرد مثبت به غرب (۰/۱۲۶) و شکاف ارزشی (۰/۱۰۵) به ترتیب، بیشترین ضرایب معنادار را دارند.

بنابراین، با توجه به یافته‌ها می‌توان معادله رگرسیون خطی هویت فرهنگی را به



صورت زیر ترکیب بندی کرد:

$$\begin{aligned} & ۸۷۸ / . = \text{بعد فرهنگی هویت ملی} \\ & + (احساس تعلق به جامعه) ۳۰۸ / . \\ & - (وضعیت واحد مسکونی (ملکی = ۱)) ۳۴۶ / . \\ & + (اعتقاد به مشارکت اجتماعی) ۱۴۳ / . \\ & - (رویکرد مثبت به غرب) ۱۲۶ / . \\ & - (شکاف ارزشی) ۱۰۵ / . \\ & \text{الگوهای تحلیل مسیر} \end{aligned}$$

در این قسمت، فرضیات مکانیزمی و مکانیزم‌های تأثیر متغیرهای مستقل بر هویت اجتماعی و فرهنگی را بررسی می‌کنیم تا تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر روی آنها به دست آید. از سوی دیگر، R^2 الگو که مبین برازش (FIT) الگوی نظری تحقیق بر اساس داده‌های مشاهده شده است، میزان تطابق الگوی نظری را با الگوی تجربی نشان خواهد داد (به منظور درک راحت‌تر، مسیرهای معنی‌دار پررنگ‌تر شده است).



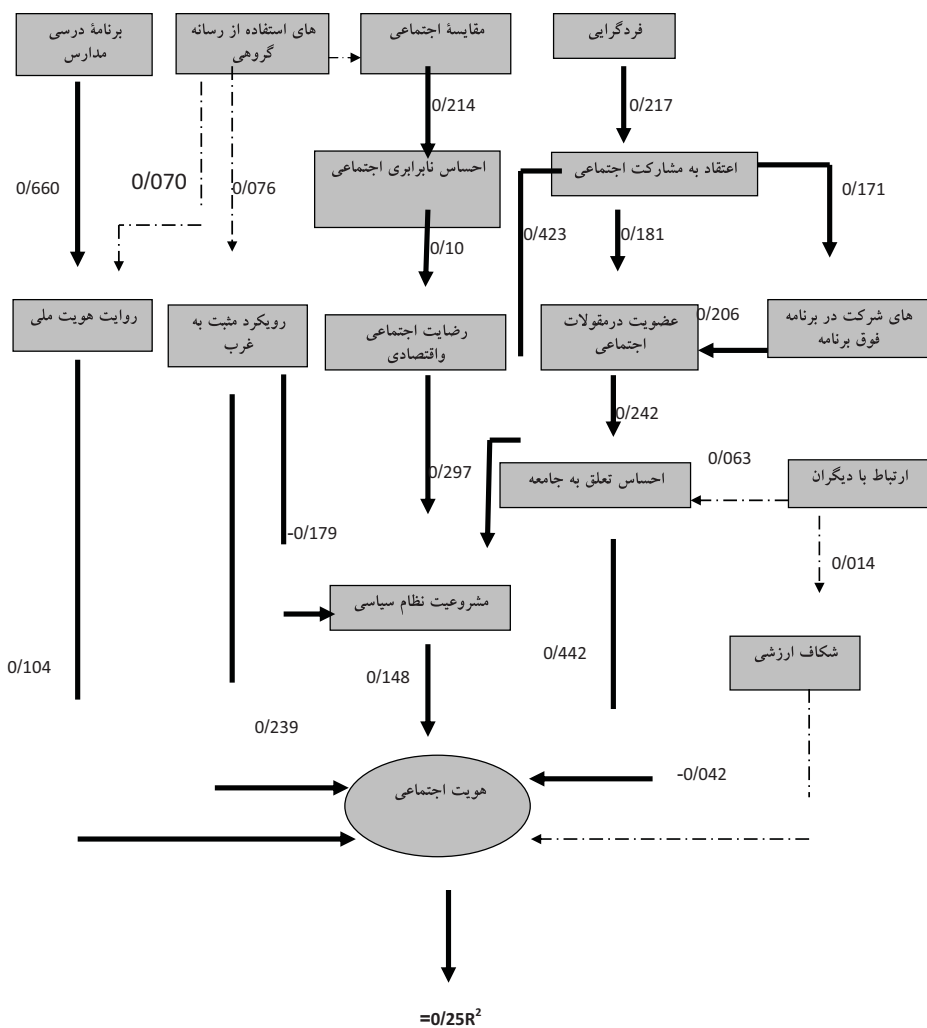
فصلنامه علمی-پژوهشی

۲۰۴

سال اول
شماره ۳
پاییز ۱۳۸۷

الگوی ۱ الگوی تحلیل مسیر هویت اجتماعی را نشان می‌دهد.

0/010



از میان متغیرهایی که اثر مستقیم بر هویت اجتماعی دارند متغیرهای معنی‌دار احساس تعلق به جامعه و روایت هویت ملی است که رابطه‌ای مثبت با هویت اجتماعی دارند و سه متغیر دیگر معنی‌دار نیستند. بنابراین، مسیر اثر آنها حذف می‌شود. با حذف مسیرهای غیرمعنی‌دار اثرات غیرمستقیم (مکانیزمی) متغیرهای مقدم عبارت است از:

۱- فردگرایی - اعتقاد به مشارکت اجتماعی - عضویت در مقولات اجتماعی - احساس تعلق به جامعه - هویت اجتماعی؛

۲- فردگرایی - اعتقاد به مشارکت اجتماعی - شرکت در برنامه‌های فوق برنامه - عضویت در مقولات اجتماعی - احساس تعلق به جامعه - هویت اجتماعی؛

۳- استفاده از رسانه‌های گروهی - روایت هویت ملی - هویت اجتماعی؛

۴- برنامه درسی مدارس - روایت هویت ملی - هویت اجتماعی.

الگو ۲۵/۰ است که میزان تبیین واریانس هویت اجتماعی به وسیله متغیرهای مقدم را R^2 (۰/۷۵ fit) الگو از برازش (ع نشان می‌دهد که با توجه به میزان واریانس تبیین نشده ((مناسب برای تحلیل هویت اجتماعی برخوردار نیست.



الگوی تحلیل مسیر هویت فرهنگی

همان‌طور که در الگوی ۲ مشاهده می‌کنید، از میان متغیرهایی که اثر مستقیم بر هویت فرهنگی دارند، متغیرهای شکاف ارزشی، احساس تعلق به دیگران، مشروعیت نظام سیاسی و روایت هویت ملی رابطه‌ای معنی‌دار با هویت فرهنگی دانش‌آموزان دارند. متغیر رویکرد مثبت به غرب، رابطه مستقیم با هویت فرهنگی ندارد و تأثیر خود را از طریق مشروعیت نظام سیاسی می‌گذارد. با حذف مسیرهای غیرمعنی‌دار اثرات غیرمستقیم (مکانیزمی) متغیرهای مقدم عبارت است از:

۱- فردگرایی - اعتقاد به مشارکت اجتماعی - عضویت در مقولات اجتماعی - احساس تعلق به جامعه - هویت فرهنگی؛

۲- فردگرایی - اعتقاد به مشارکت اجتماعی - شرکت در برنامه‌های فوق برنامه - عضویت در مقولات اجتماعی - احساس تعلق به جامعه - هویت فرهنگی؛

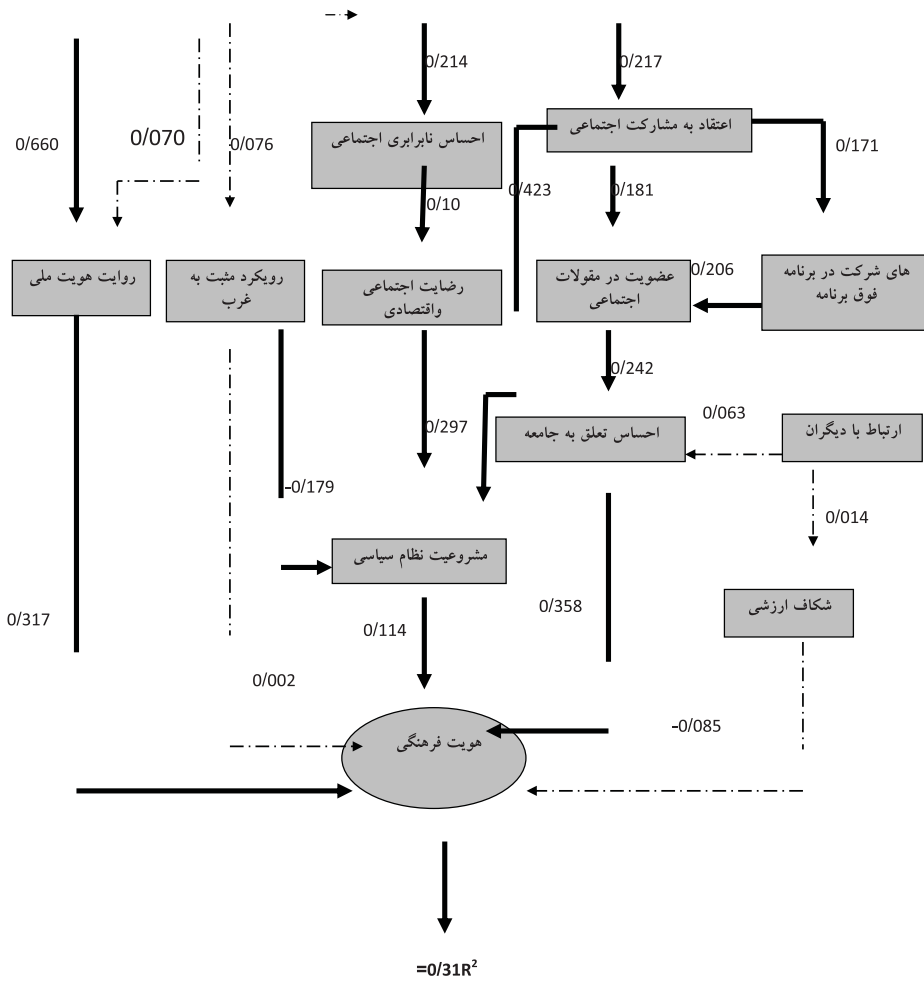
۳- استفاده از رسانه‌های گروهی - روایت هویت ملی - هویت فرهنگی؛

۴- برنامه درسی مدارس - روایت هویت ملی - هویت فرهنگی؛

- ۵- شکاف ارزشی - هویت فرهنگی؛
- ۶- مقایسه اجتماعی - احساس نابرابری اجتماعی - رضایت اجتماعی - سیاسی و اقتصادی - مشروعیت نظام سیاسی - هویت فرهنگی؛
- ۷- فردگرایی - اعتقاد به مشارکت اجتماعی - مشروعیت نظام سیاسی - هویت فرهنگی؛
- ۸- رویکرد مثبت به غرب - مشروعیت نظام سیاسی - هویت فرهنگی؛
- R^2 الگو برابر ۰/۳۱ است که نشان می‌دهد ۳۱ درصد از تغییرات هویت فرهنگی به وسیله متغیرهای مستقل الگو تبیین شده است. با توجه به مقدار تغییرات تبیین نشده (۵۲) که برابر ۰/۶۹ است، می‌توان نتیجه گرفت که الگو از برازش (fit) ضعیفی برای تحلیل بعد فرهنگی هویت ملی برخوردار است.



الگوی ۲ الگوی تحلیل مسیر هویت فرهنگی را نشان می دهد.



نتیجه گیری

با بررسی نتایج در مورد هویت اجتماعی مشخص شد که اکثریت دانش‌آموزان بررسی شده هویت اجتماعی در سطح بالایی دارند؛ آن گونه که در مقیاس ۰ تا ۱۰۰ میانگین هویت اجتماعی دانش‌آموزان ۷۴/۳ بوده است که نشان می‌دهد هویت اجتماعی دانش‌آموزان در حد بالایی است. هویت اجتماعی ناظر به کیفیت روابط اجتماعی فرد با اجتماع جامعه‌ای و افراد متشکل آن است. این نوع از هویت، در صورت تقویت گسترش روابط اجتماعی و در نتیجه، گسترش شبکه روابط چندگانه اجتماعی در جامعه را باعث می‌شود و در شکل‌گیری «ما» در جامعه نقش اساسی دارد.

از سوی دیگر، آن‌چنان‌که لاولر^۱ در نظریه احساس خود بحث می‌کند با گسترش روابط اجتماعی احساس مثبت در افراد تقویت می‌شود. با گسترش احساس مثبت میان‌فردی تعهد افراد به یکدیگر و به جامعه کل تقویت می‌شود که این امر ناشی از گسترش اعتماد تعمیم‌یافته در میان افراد جامعه است. گسترش روابط اجتماعی که بر پایه صبغه عاطفی بنیان نهاده شده است، باعث گسترش دلبستگی اجتماعی می‌شود. به عبارت دیگر، احساس دلبستگی کنشگران به اجتماع ملی، با شدت و میزان فراوانی روابط اجتماعی افراد در جامعه مشخص می‌شود. بنابراین، شکل‌گیری، تکوین و تثبیت هویت اجتماعی در میان دانش‌آموزان نشان می‌دهد که در حیطه روابط اجتماعی، دانش‌آموزان تا حد زیادی توانسته‌اند به الگوهای رفتاری مشخصی دست یابند و نوع روابط خود را با اجتماع کل برای خود تعریف کنند. در نتیجه، به‌عنوان نوعی «عامل» در روابط اجتماعی و در شبکه تعاملی اجتماع خود جایگاه خود را تعریف کرده و شناخته‌اند و احتمالاً، تکالیفی را مد نظر دارند که در بعد رابطه‌ای باید در نظر داشته باشند.

در مورد هویت فرهنگی نتایج نشان می‌دهد که دانش‌آموزان هویت فرهنگی در سطح متوسط رو به بالا دارند. میانگین نمرات آنها ۵۵/۹ است و در ۲۵ درصد هویت فرهنگی ضعیف است. هویت فرهنگی دربرگیرنده همه ابعاد مرتبط با فرهنگ هر جامعه - شامل مجموعه مناسب عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها، فولکلور، و... است. فرهنگ هر جامعه، که حاصل انباشت تجربیات هر ملت است، درون‌مایه تمدنی هر ملت و نشان‌دهنده مراحل تاریخی و فرازونشیب‌های آن است. فرهنگ هر کشور بستری



است که همه قواعد و هنجارهای اجتماعی و رفتاری در آن به شکل خاص و مرتبط با دارندگان آن فرهنگ اعمال می‌شود. در حقیقت، آن چیزی که اجتماعات مختلف را از یکدیگر متمایز می‌کند، عناصر فرهنگی درون آنهاست 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 است. بنابراین، شناختن ملت خود با خصایص و ویژگی‌های 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 ویژگی‌ها باعث افزایش علاقه عاطفی به اجتماع جامعه‌ای و در نتیجه، تقویت انسجام کلی آن است.

بحران هویت فرهنگی و اجتماعی

اما سؤال اساسی دیگری که در ابتدا مطرح شد، وجود یا نبود بحران هویت فرهنگی و اجتماعی در میان دانش‌آموزان مقطع متوسطه است. برای پاسخ به این سؤال ابتدا باید تعریفی عملیاتی از بحران ارائه شود تا بر مبنای آن بود یا نبود بحران بررسی شود. اگر ما این تعریف نظری ساده از بحران هویت را بپذیریم که بحران هویت شکست دانش‌آموزان در کسب، تکوین و تثبیت مؤلفه‌های مرتبط با هویت خودی است، آن‌گاه به منظور بررسی بود یا نبود بحران هویت از تعریفی زیست‌شناسی می‌توان استفاده کرد. در زیست‌شناسی بحران هنگامی واقع می‌شود، که تعادل زیستی ارگانیسم در اثر یک عامل خارجی یا نقصان عملکردی اجزای درونی مختل شود. درباره 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.

بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که دانش‌آموزانی که هویت فرهنگی و اجتماعی ضعیف دارند، نتوانسته‌اند هویت فرهنگی و اجتماعی لازم را کسب کنند و در بحران هویت فرهنگی و اجتماعی به سر می‌برند.



جدول ۴ درصد دانش‌آموزان دارای هویت ملی بالا، متوسط و دارای بحران هویت را نشان می‌دهد.

میانگین (۱۰۰تا۰)	هویت بالا	هویت متوسط	بحران هویت ملی	
۷۴/۳	%۷۶	%۱۶	%۸	هویت اجتماعی
۵۵/۹	%۴۶	%۲۹	%۲۵	هویت فرهنگی

براساس جدول ۴، ۸ درصد دانش‌آموزان نتوانسته‌اند با دیگران و با جامعه کلی ارتباط مناسب برقرار کنند و فاقد الگوهای رفتاری مناسب و تعریف شده در رابطه با دیگران هستند.

در بعد فرهنگی، ۲۵ درصد دانش‌آموزان در بحران به سر می‌برند؛ آنان فرهنگ و میراث فرهنگی ایران را فاقد عظمت و آن را نسبت به جهان امروز عقب مانده می‌دانند.



منابع

- احمدللو، ح. (۱۳۸۱) بررسی رابطه میزان هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- اشرفی، ا. (۱۳۷۷) بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب: بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی‌متال) در تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- ترنر، ج. و اچ‌وال‌بیگلی (۱۳۷۱) *پیدایش نظریه جامعه‌شناسی*، جلد ۱ و ۲، ترجمه عبدالعلی لهسایی‌زاده، تهران: نشر شیرازه.
- تنهایی، ح. ا. (۱۳۷۴) *درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: مرن‌دیز.
- جنکیتز، ر. (۱۳۸۱) *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- حاجیبانی، ا. (۱۳۷۹) «*تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه*»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، ش ۵، صص ۲۲۸ - ۱۹۳.
- دورکیم، ا. (۱۳۶۹) *درباره تقسیم کار اجتماعی*، ترجمه باقر پرهام، بی‌جا: کتابسرای بابل.
- _____ (۱۳۷۳) *قواعد و روش جامعه‌شناسی*، ترجمه علیمحمد کاردان، تهران: دانشگاه تهران.
- رزازی‌فر، ا. (۱۳۷۹) «*الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران*» فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، ش ۵، صص ۱۱۵ - ۱۰۱.
- رمضانی، ر. (۱۳۸۱) مقایسه نوع هویت دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی استفاده‌کننده از ماهواره و شبکه‌های خارجی تلویزیون و دانش‌آموزان غیراستفاده‌کننده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- رهبری، م. (۱۳۸۰) «*بحران هویت فرهنگی در ایران معاصر*»، نامه پژوهش، سال ششم، ش ۲۲ و ۲۳، صص ۸۴ - ۵۳.
- عبداللهی، م. (۱۳۷۴). «*بحران هویت جمعی و دینامیسم و مکانیزم تحول آن در ایران و تأثیر آن بر دینامیسم مبادله فرهنگی ایران و جهان*»، نامه پژوهش، دوره ۱، شماره ۲ و ۳، صص ۱۶۶-۱۳۵.
- _____ (۱۳۷۵). «*جامعه‌شناسی بحران هویت*»، نامه پژوهش، سال اول، ش ۲ و ۳، صص ۱۶۲ - ۱۳۵.
- قهرمانپور، ر. (۱۳۸۰). جهانی شدن و مسئله هویت در خاورمیانه، مطالعه موردی ایران و ترکیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی.
- کوزر، ل. (۱۳۶۸). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ پنجم و ششم، تهران: علمی.
- گل‌محمدی، ا. (۱۳۸۰). «*جهانی شدن و بحران هویت*»، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، ش ۱۰، صص ۲۰ - ۱۴.
- مجتهدزاده، پ. (۱۳۷۶). «*جغرافیا و سیاست در فرآیندی نوین*»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی تهران، دوره ۱۳، شماره ۸-۱۴۷، صص ۲۵-۴.
- _____ (۱۳۷۸). «*ایران و ایرانی‌بودن در آستانه قرن ۲۱*»، اطلاعات سیاسی اقتصادی، ش ۱۴۷-۱۴۸، صص ۲۵ - ۴.
- مرشدی‌زاد، ع. (۱۳۸۰). «*تحول و بحران در هویت فرهنگی ایران از دوره رضا شاه تا عصر جمهوری اسلامی*»، نامه پژوهش، سال ششم، ش ۲۲ و ۲۳، صص ۱۰۸ - ۸۵.



معین، م. (۱۳۷۱). فرهنگ معین، ج ۴، چاپ هشتم، تهران: امیرکبیر.
منتظر قائم، م. (۱۳۷۹). «رسانه‌های جمعی و هویت»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، ش ۴.
هنوی، و. (۱۳۷۳). «هویت ایرانیان از ساسانیان تا قاجاریه»، ایران‌نامه، سال ۱۲، ش ۳، صص ۴۷۸ - ۴۷۳.

Almond G. et al (2000) *Comparative Politics Today, a World View*, 7th edition, New York: Longman.

Burke, P. (1991) «Identity Processes and Social Stress», in *American Sociological Review*, Vol. 59(6): 836-849.

Green, F. (1999) *Nationalism Five Roads to Modernity*, London and New York: Rutledge.

Heise, D.R. (1998) «Conditions for Empathic Solidarity», in Patrick Doreian and Thomas Fararo, *The Problem of Solidarity, Theories and Models*, Amsterdam: Gordon and Breach.

Tampson, J. (1995) *The Media and Modernity*, Standford: Standford University.

Tehrani, K. (1998) «Global Communication and Pluralization of Identities», in *Futures*, Vol. 30(2-3): 211-217.

Turner, H. (1998) *The Structure of Sociological Theory* (6th edition), London: Wadsworth Publishing Company.

Turner, C. and Haslem, S. (2001) «Social Identity, Organization and Leadership», in E. Turner, *Group at Work*, London: Lawrence Erlbaum Association's.

