

مطالعه میزان گرایش جوانان به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن

منوچهر رشادی^۱
هابیل حیدرخانی^۲

چکیده

پدیده انقلاب اسلامی، چه به‌عنوان یک رخداد بی‌نظیر سیاسی- اعتقادی و چه به‌عنوان یک تحول عمیق فکری در عرصه زندگی اجتماعی انسان، منشأ مباحث و تأثیرهای گوناگونی در فضای جامعه ایران و عرصه‌های بین‌المللی شده، به‌گونه‌ای که تأثیرهای آن نه تنها بر دیروز و امروز، بلکه بر فردای جامعه بشری نیز انکارناپذیر است.

پژوهش حاضر با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایش و ابزار تحقیق پرسشنامه به‌دنبال پاسخ به این سؤال اصلی می‌باشد که گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان به چه میزان است و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن کدامند؟ جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه می‌باشد که تعداد ۳۸۰ نفر از آنان به‌عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار گرفته است.

در جهت دسترسی به هدف اصلی پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل ارتباط بین اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی، پایگاه اقتصادی، جنس و وضعیت تأهل به‌عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان به‌عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میانگین گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان به میزان زیادی ($x=4/03$) می‌باشد و بین متغیرهای اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی، جنس و وضعیت تأهل با گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان رابطه معناداری وجود دارد؛ اما بین پایگاه اقتصادی و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی ارتباط معناداری مشاهده نشد.

کلید واژه‌ها: هویت فرهنگی، هویت فرهنگی انقلاب اسلامی، عاشورا، مهدویت، جوانان.

۱- Email: mmreshadi@gmail.com

۲- Email: h.heidarkhani@yahoo.com

۱- عضو هیأت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه بوعلی سینا

۲- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی انقلاب اسلامی ایران (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۷

تاریخ دریافت: ۹۲/۸/۲

۱. مقدمه و بیان مسأله

آگاهی از سؤالاتی از قبیل که هستیم؟ چه هستیم؟ برای چه هستیم؟ و . . . به ذهن ما خطور می‌کند و درصدد هستیم به نحوی به آنها پاسخ دهیم. این سؤالات ما را متوجه ریشه و خاستگاه بنیادی خودمان می‌سازد. به عبارت دیگر، برای ریشه‌یابی هویت خود که همان تلاش برای تعیین آن است، حرکت می‌کنیم. برای دیگران نیز اهمیت دارد که ما به کجا تعلق داریم؛ بیشتر مردمی که با آنها برخورد می‌کنیم می‌کوشند ما را در کشوری قرار دهند که در آن ملیتی داشته باشیم، یا به موقعیت، جایگاه و لنگرگاهی پیوند دهند که بر اساس آن بتوانند رفتارهای اجتماعی ما را تفسیرپذیر، پیش‌بینی‌پذیر یا تحلیل‌پذیر نمایند. این جنبه‌ی اصلی آن چیزی است که وقتی درباره‌ی هویت^۱ سخن می‌گوییم، به آن اشاره داریم (آلبرو، ۱۳۸۰: ۱۲۶).

هویت‌های متعددی برای انسان وجود دارد که هویت فردی، اجتماعی، ملی، مذهبی و قومی از آن جمله‌اند. اما هویت فرهنگی^۲ مشرف بر تمامی انواع هویت‌هاست و با آنها در ارتباط متقابل قرار دارد. هویت فرهنگی دارای ابعاد گوناگونی است. از جمله این ابعاد برآیند هویت‌های افراد در مقیاس جمعی به اضافه آموزش، جامعه‌پذیری^۳ و آداب و رسوم^۴ آنان می‌باشد که در زمینه‌های مختلف فردی، سیاسی و اجتماعی متجلی می‌شود (علیخانی، ۱۳۸۶). هویت فرهنگی به این دلیل که پاسخگوی سؤالات اساسی در بعد تکالیف جامعه‌ای می‌باشد برای جوانان فراهم‌کننده پایه و پشتوانه فکری برای رفتار و اندیشه‌های اجتماعی محسوب می‌شود و امروزه یکی از اساسی‌ترین مسائل پیش روی جوانان به شمار می‌رود که باید به آن پاسخ داده شود. هویت فرهنگی دارای مؤلفه‌های گوناگونی می‌باشد که از جمله مهم‌ترین آنها برای جوانان که آنها را از بیگانگی سیاسی و اجتماعی دور می‌سازد اهمیت به ارزش‌هایی است که به‌عنوان مبانی هویتی در انقلاب اسلامی ایران مطرح شدند.

پدیده انقلاب اسلامی ایران، چه به‌عنوان یک رخداد بی‌نظیر سیاسی - اعتقادی و چه به‌عنوان یک تحول عمیق فکری در عرصه‌ی زندگی اجتماعی انسان، منشأ مباحث و تأثیرهای گوناگونی در فضای جامعه ایران و عرصه‌های بین‌المللی شده، به گونه‌ای که تأثیرهای آن نه تنها بر دیروز و امروز، بلکه بر فردای جامعه بشری نیز انکارناپذیر است. بی‌شک، هر گونه رویارویی با این پدیده (اعم از جانبدارانه و غیر آن)، بدون شناخت ماهیت آن نه تنها ثمری ندارد، بلکه بر میزان ابهام نسبت به آن خواهد افزود و کار را بر اندیشه‌های مشتاق تعامل با انقلاب اسلامی دشوارتر از پیش خواهد کرد (کوشکی، ۱۳۸۷: ۷؛ به نقل از آذین، حیدرخانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۸۰). از سوی دیگر صیغه ماهیت فرهنگی - اعتقادی این رویداد کم نظیر بشری سبب شده است تا در مسیر شناخت ماهیت آن، مقوله هویت انقلاب اسلامی و شناسایی آن، در زمره گام‌های نخست به‌شمار آید. نوشتار حاضر می‌کوشد تا ضمن ارائه مفهوم برگزیده خود از مقوله

1. Identity
2. Cultural identity
3. Sociability
4. Customs

هویت فرهنگی و مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی به بررسی میزان گرایش جوانان شهر کرمانشاه به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن بپردازد. در این پژوهش متغیر وابسته گرایش جوانان شهر کرمانشاه به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی و متغیرهای مستقل که تأثیرگذاری آن‌ها بر روی متغیر وابسته سنجیده می‌شود، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی، میزان استفاده از رسانه‌های خارجی، جنس و وضعیت تأهل می‌باشند.

۲. نظریات هویت فرهنگی

هویت فرهنگی^۱ مجموعه‌ی 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 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. گروه‌های مدرن ملت‌ها که هویت فرهنگی مشترکشان به مثابه وجه تمایز آنان هویت فردی، گروهی و ملی را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد. رابطه‌ی 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 براساس منافع و مصالح فردی، جمعی و ملی ایجاد می‌شود (رهبری، ۱۳۸۰: ۵۷؛ برگرفته از جوادی‌یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷). 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. 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، همه‌ی 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 به‌شمار می‌رود. باید گفت که میراث فرهنگی هر ملت، که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه‌ی مناسک 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 (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۲۰؛ برگرفته از جوادی یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷).

از نظر «مکنزی»^۲ نظام فرهنگی به افراد یک گروه هویت فرهنگی می‌بخشد و «هویت ملی» تنها یکی از مؤلفه‌های چهارگانه هویت فرهنگی است. سه نوع دیگر آن عبارتند از: هویت نژادی هویت دینی و هویت طبقه‌ای. این تقسیم‌بندی در کشور ایران می‌تواند شامل هویت دینی، هویت ملی و هویت قومی باشد. اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی یا ناسیونالیسم بنامیم تعریف دقیق‌تر آن عبارتست از وجود

1. Cultural Identity

2. Mak-Kenzi

احساس مشترک یا وجدان و شعور جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند. این وجدان جمعی است که میان افراد حاضر در جامعه و بین آنها و گذشتگان، رابطه و دلبستگی‌هایی ایجاد می‌کند و روابط و مناسبات آن‌ها را با هم و با سایر ملل رنگ می‌دهد و آمال و آرمان‌های آنان را به هم نزدیک و منطبق می‌سازد (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۱۸).

به نظر گیدنز^۱ هویت در رابطه با فرهنگ است و عبارت است از خود آن طوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می‌دهد؛ هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده‌ی پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن می‌باشد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱)؛ وی می‌گوید «نیروی اساسی اغلب کنش‌ها (در جامعه جدید) مجموعه‌ای ناآگاهانه برای کسب احساس اعتماد در کنش متقابل با دیگران است» به اعتقاد او، یکی از نیروهای پراکنده و موتور حرکتی کنش نیاز به رسیدن به امنیت هستی‌شناختی (یا حس اعتماد) است. چون انسان‌ها میل دارند در روابط اجتماعی از میزان اضطراب خود بکاهند، این فرایند ناآگاهانه قبل از مکانیزم زبان‌آموزی و آگاهی قطعی به وجود می‌آید و منشأ کنش است و به همین دلیل سیال و پویاست. از نظر وی هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد؛ به عبارت دیگر هویت شخصی چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به وی تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش مورد حفاظت و پشتیبانی قرار دهد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱).

گیدنز معتقد است که خود یک امر منفعل نیست که فقط از طریق تأثیرات درونی شکل بگیرد، افراد ضمن اینکه اقدام به ساختن و پرداختن هویت شخصی خویش می‌کنند به‌علاوه در ایجاد بعضی از تأثیرات اجتماعی دنیای اطراف خود مشارکت دارند در نتیجه افراد با انتخاب‌های متعددی روبرو می‌شوند که جوامع امروزی در پیش‌روی آنها قرار داده است و این وضعیت سبب می‌شود که افراد در تشکیل هویت خود دارای تنوع و گوناگونی مراجع هویت‌ساز باشند. گیدنز بر این باور است که تغییر شکل هویت شخصی و پدیده جهانی شدن در دوران متأخر دو قطب دیالکتیک محلی و جهانی را تشکیل می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۵۶).

از نظر استرایکر نیز عمل به انتظارات فرهنگی که از عوامل مؤثر بر هویت جمعی است، رعایت آزادی در تعاملات را هم تضمین می‌کند. «گلنر» نظام آموزش عام را سبب تجانس فرهنگی می‌داند که قواعد مشترکی را برای تعاملات اجتماعی فراهم می‌نماید و عمل به این قواعد مشترک موجب ناسیونالیسم یا تعهد ملی عام می‌گردد (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۱۲).

استرایکر و سرپ به تعهد کنش متقابلی که از طریق ارتباط با شبکه‌های مختلف روابط مشخص می‌شود، اشاره می‌کنند و می‌گویند:

«افراد خاص که شبکه‌های کنش متقابل را شکل می‌دهند از طریق چنین ساختارهای اجتماعی با تأثیر روی تعهدات مستقیماً بر هویت مؤثر می‌گردند» (رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۱۳).

یکی از مشهورترین صاحب‌نظرانی که به‌طور جدی به طرح نظریه هویت پرداخته است تاجفل^۱ است که نوعی پیوند علی بین ملزومات هویت و اشکال مختلف رفتار بین گروهی قائل است. کانون توجه تاجفل این فرضیه است که هویت‌های اجتماعی مردم در ابتدا از طریق مقایسه اجتماعی شکل می‌گیرد که گروه خودی را از گروه‌های غیرخودی متمایز می‌سازد. براین اساس می‌توان گفت که این ایده، غلبه گروهی را، حتی در صورت نبود تضاد منافع واقعی، تبیین می‌کند (کوپر و کوپر، ۱۹۹۵: ۷۹۷-۷۹۰).

ایده اساسی در این نظریه این است که افراد دارای عضویت‌های مقوله‌ای هستند که تعریف آن‌ها از خودشان و ویژگی‌های گروهی را که دستورالعمل رفتار یا نشانه‌های هنجاری رفتار را تجویز می‌کند، مشخص می‌کند (حیدرخانی و دیگران، ۱۳۹۲).

تاجفل هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و آن را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی^۲ (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی^۳ (فرضیاتی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی^۴ (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه‌ای خاص با آن گروه دارند). بر این اساس، هویت اجتماعی از دیدگاه تاجفل عبارت است از: آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه (گروه‌های) اجتماعی همراه با اهمیت ارزشی و احساسی منضم به آن عضویت سرچشمه می‌گیرد (گل‌محمدی، ۱۳۸۰: ۱۵).

بورديو نیز در خلال بحث عادت واره، موضوع هویت را نیز مورد توجه قرار داده است (قادرزاده و معیدفر، ۱۳۸۹). بورديو، ضمن مخالفت با تقلیل انواع سرمایه به سرمایه اقتصادی، معتقد است که مفهوم سرمایه یک‌بار دیگر باید به حیات اجتماعی معرفی شود. به‌زعم وی، نمی‌توان ساختار و کارکرد جهان اجتماعی را تبیین کرد، مگر اینکه مفهوم سرمایه در تمامی اشکال آن و نه صرفاً در شکل اقتصادی آن مفهوم‌سازی شود. به‌زعم بورديو، سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه‌ی اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در صحنه حاصل می‌گردد مؤثر واقع می‌شود و در چهار شکل بنیادی متجلی می‌شود:

الف) سرمایه اقتصادی^۵، یعنی ثروت و پولی که هر بازیگر (کنشگر) اجتماعی در درست دارد و شامل درآمدها و بقیه انواع منابع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند.

ب) سرمایه اجتماعی^۶، یعنی شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی که هر فردی در اختیار دارد و آن شامل همه منابع واقعی و بالقوه‌ای است که می‌تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان‌ها به

1. Tajfl
2. Cognitive element
3. Value Element
4. Emotional Element
5. Economic capital
6. Social Capital

دست آید. اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی از مهم‌ترین ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشند.

ج) سرمایه فرهنگی^۱، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگزیده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی‌شدن در فرد انباشته می‌شوند. ت) سرمایه نمادین^۲، یعنی مجموعه ابزارهای نمادین، حیثیت، احترام و قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) که فرد در اختیار دارد. سرمایه نمادین جزئی از سرمایه فرهنگی است و به معنای توانایی مشروعیت دادن، تعریف کردن و ارزش گذاردن است (بورديو، ۱۹۸۹: ۱۴-۲۳). عاملان اجتماعی در ویژگی اول براساس میزان کلی سرمایه‌ای که در شکل‌های متفاوت آن دارا هستند و در ویژگی دوم براساس ساختار سرمایه‌شان، یعنی بر اساس وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه، اقتصادی و فرهنگی، که به صورت جداگانه دارا هستند، توزیع می‌شود (حیدرخانی و دیگران، ۱۳۹۲).

بورديو، در سطح کلان به ساختارها یا حوزه‌های تعاملاتی اشاره می‌کند که هر کس بر حسب میزان سرمایه کلی (مجموع دو نوع سرمایه اقتصادی و فرهنگی) و براساس ساختار سرمایه (بر حسب وزن نسبی انواع مختلف سرمایه اقتصادی و فرهنگی که در مجموع کل دارایی دارد)، در میدان اجتماعی توزیع و جایگاه و پایگاه اجتماعی پیدا می‌کند و در جوار کسانی جای می‌گیرد که از لحاظ سرمایه کلی با او مشابه هستند. افراد دارای پایگاه مشابه و تعاملات مشترک از عادت‌واره و الگوی کنشی نسبتاً همسو و هماهنگی برخوردارند و هویت افراد را شکل می‌دهد. عادت‌واره ماتریس ادراکات و ارزیابی است و مشخص کننده و سازمان‌دهنده‌ی جهان‌بینی افراد و نحوه عمل آنها در جهان اجتماعی است و مبین خصلت رفتاری است که در ذیل نوعی فضا و میدان اجتماعی معنا پیدا می‌کند (بورديو، ۱۹۸۰: ۴۸۶).

بورديو، با تفکیک عادت‌واره فردی و طبقه‌ای بر این باور است که عادت‌واره فردی، از فردیت و ادراکات بلافصل شخص و هویت فردی جدایی‌ناپذیر است و عادت‌واره طبقه‌ای که از موقعیت اجتماعی - اقتصادی و جایگاه عاملان اجتماعی در ساختارها و میدان‌های تعاملاتی نشأت می‌گیرد، بر هویت‌های جمعی مشترک دلالت دارد و نشانگر بازنمایی عاملان از محیط هنجاری و پنداشتی است که از جهان اجتماعی و از جایگاه‌شان در آن دارند. عادت‌واره طبقه‌ای، در سبک زندگی افراد متعلق به گروه‌ها و طبقات مختلف به‌گونه‌ای نمود می‌یابد که از ذائقه غذایی تا سلاطی زیبایی‌شناختی و نگرش‌های سیاسی که در برگزیده‌ی هویت سیاسی آنان است را جهت می‌بخشد (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۱۲-۱۱۶).

بورديو جایگاه قابل‌توجهی را برای میدان قدرت قائل است و در درون همین میدان انواع سرمایه بر هویت افراد تأثیر می‌گذارد (قادرزاده و معیدفر، ۱۳۸۹). به نظر وی، میدان قدرت، به منزله‌ی نوعی فرامیدان، اصل سازمان‌دهنده‌ی تمایز و منازعه در همه میدان‌ها است و طبقه‌ی اجتماعی مسلط را تعیین می‌کند. ساختار تقاطعی سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی در همه‌ی میدان‌های اجتماعی از جمله میدان

1. Cultural Capital
2. Symbolic capital

قدرت حاکمیت دارد. با این وجود، میدان قدرت فضای بازی‌ای است که دارندگان سرمایه‌های گوناگون به‌ویژه برای اعمال قدرت به دولت درون آن به نبرد می‌پردازند (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۲۱). با توجه به دیدگاه بورديو می‌توان گفت که افراد حاضر در یک جامعه از لحاظ انواع سرمایه متفاوت هستند و دارای پایگاه‌ها و عادت‌واره‌های متفاوتی هستند که در کم و کیف تعلقات جمعی و هویت آنان نمود می‌یابد. بنابراین بر طبق نظر بورديو می‌بینیم که انواع مختلف سرمایه و ابعاد آنها بر هویت افراد دارای تأثیر است.

۳. مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی

رهبر انقلاب اسلامی ضمن ارائه برداشت‌های انقلابی شجاعانه و ناب از هویت اسلامی شیعی، کارکرد اجتماعی و سیاسی این هویت را به آن بازگرداند و با تکیه بر همین هویت توانست انقلاب اسلامی را در مرحله پیدایش و تکوین بنیان نهد. وی با سازمان‌دهی بسیج هوشمند، آگاهانه و انقلابی توده‌های مردمی، ایران را به پیروزی رساند و پس از پیروزی انقلاب نیز در بزرگ‌ترین بحران امنیتی نظامی پیش روی جمهوری اسلامی، یعنی جنگ تحمیلی، نظام نوپای مبتنی بر هویت اسلامی را نجات داد و در نهایت، غایت تاریخی و آرمانی انقلاب اسلامی را در قالب انقلاب جهانی امام مهدی (عج)، برای مردم ایران به عنوان الگو و هدف قرار داد (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۰). این سه مرحله از هویت که تأثیر آنها در تحولات تاریخ ایران معاصر آشکارا دیده می‌شود، به‌گونه‌ای منشأ آثار عمیق و مانایی در تحولات داخلی منطقه‌ای و بین‌المللی شده است، به شرح زیر دسته‌بندی می‌شود:

۱-۳ هویت تأسیسی

هویت تأسیسی، هویتی است که فرد یا جامعه در ابتدای سازمان‌دهی توانمندی‌های خود با استناد ذهنی و عملیاتی به آن، ظهور کردار فردی و جمعی خود را بر پایه آن پایه‌ریزی کرده است و با استخراج دلایل انگیزشی و ایدئولوژیکی خود از متن این هویت، از آن بهره می‌جوید. در انقلاب اسلامی ایران، اسلام راستین و عاشورای حسینی به منزله اوج تقابل جبهه حق و باطل (و مادی‌گرایی متظاهر به حق‌گرایی)، به عنوان هویت تأسیس‌کننده انقلاب اسلامی به کار گرفته شده است، به گونه‌ای که با توجه به ریشه‌های تاریخی و رسوخ عاطفی و ایدئولوژیکی و عمیق این هویت در فرهنگ تاریخی ایرانیان، توانست یک‌بار دیگر جنبشی فکری-سیاسی هم‌سنگ تقابل جبهه حق و باطل در صدر اسلام پدید آورد.

کمتر نویسنده یا سیاست‌مداری را می‌توان در حوزه‌ی تحلیل علل و زمینه‌های به وجود آورنده و هویت تأسیس‌کننده‌ی انقلاب اسلامی یافت که دین را به‌عنوان مرکز گردش پرگار انقلاب اسلامی بیان نکرده باشد. حتی کسانی که در نظام سیاسی پیش از انقلاب در دستگاه پهلوی مسئولیت سیاسی و اجرایی داشتند و اوج اقتدار سیاسی و نظامی رژیم پهلوی و حمایت‌های همه‌جانبه اقتصادی، سیاسی، نظامی و امنیتی قدرت‌های خارجی به‌ویژه آمریکا از رژیم شاه را از نزدیک می‌دیدند، از نقش مذهب و دین به عنوان شگفت‌انگیزترین متغیر در بسیج مردم و هدایت تمام مطالبات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یاد کرده‌اند. برای مثال، فریدون هویدا (سفیر شاه در سازمان ملل) در کتاب سقوط شاه، درباره‌ی عامل هویت

بخش انقلاب و پدیدآورنده آن می‌نویسد: «مردم سر به زیر ایران، قدرت رام‌نشدنی خود را از ایمان و اعتقاد مذهبی عمیق کسب کرده‌اند؛ قدرتی که آن‌ها را به تلاطم انداخته است» (هویدا، ۱۳۶۵: ۲۱۸).

درباره هویت تأسیسی انقلاب اسلامی، نکته بسیار مهمی که پیش از هر چیز باید به آن توجهی معرفت‌شناسانه و کارکردی داشته باشیم، این است که اگر چه اسلام عامل برانگیزاننده و هویت‌بخش مبارزات انقلابی مردم ضد دستگاه سلطنت پهلوی به‌شمار می‌آید، همین دین تا چند سال پیش از آغاز نهضت اسلامی هم در ذهن و دل توده‌های مردم جاری و حاضر بود، ولی هرگز قادر به هویت‌بخشی به زندگی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایرانیان نبود. با ظهور حضرت امام خمینی (ره) و ارائه برداشت‌های کارکردگرایانه ایشان از دین و نیز دعوت ایشان از مردم برای ایجاد جنبه‌های گوناگون حیات فردی و اجتماعی براساس مبانی و غایات دینی، اسلام در آغاز مبارزات مردم بر ضد دستگاه سلطنت پهلوی به عامل هویت‌بخش تبدیل شد.

در این میان، مبارزاتی شیعی که در صدر آن‌ها حادثه عاشورا قرار دارد، در بسیج و متمرکزسازی انرژی انقلابی مردم به دست امام خمینی (ره) نقش محوری و اصلی را داشته است. عاشورا در واقع فراتر از یک منازعه سیاسی بر سر حکمرانی و کسب قدرت سیاسی است. عاشورا در حقیقت آرمان‌گرایی معطوف به دین و جان‌گذشتگی و دست شستن از مواهب دنیای مادی برای تحقیق اهداف و آمال متعالی دینی است. از این‌رو، استفاده از نماد عاشورا و عامل شهادت به‌عنوان برنده‌ترین سلاح در دست مردم روبرویی با ابزارهای مادی قدرت‌های مستکبر و جبار، یکی از اصلی‌ترین شیوه‌های مبارزاتی امام خمینی (ره) بود که نقش تعیین‌کننده‌ای در هویت‌بخشی به چپستی مبارزات انقلابی بر ضد رژیم پهلوی داشت (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۱۴).

۲-۳ هویت تداومی

هویت تداومی، هویتی است که پس از آغاز یک فرآیند، برای استمرار فرآیند یاد شده و به‌منظور جلوگیری از انحراف آن از مبانی و مبادی اولیه، باید همپای وضعیت‌های نوین، حفظ و تداوم یابد.

در انقلاب اسلامی ایران به‌دلیل تعارض فکری و ایدئولوژیکی انقلاب اسلامی با نظام سلطه بین‌المللی، تداوم هویت عاشورایی و اسلام اصیل و انقلابی، تنها عاملی است که تاکنون یاری‌رسان مواجهات بنیادین انقلاب اسلامی در برابر با مستکبران بین‌المللی و منطقه‌ای در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بوده است. تداوم این هویت و از آن مهم‌تر، لزوم تداوم آن، در آثار و اندیشه‌های امام خمینی (ره) به‌عنوان ترسیم‌کننده مبانی و غایات انقلاب اسلامی، از فراوانی بسیاری برخوردار است.

از آن‌جا که انقلاب اسلامی ایران بر مبنای اهداف فردی، گروهی، حزبی و در یک کلام، بر مبنای اهداف دنیایی و ماتریالیستی ایجاد نشده بود و آرمان‌های ناب و مقدس انسانی، الهی و دینی، چهارچوب و محتوای انقلاب اسلامی تشکیل می‌داد، در مرحله‌ی تداوم انقلاب، یعنی در دوران پس از پیروزی نیز همان هویت، تداوم‌بخش حیات و استمرار این نهضت به‌شمار می‌رود. انقلاب اسلامی که در دوران مبارزه، با نمادین کردن تعالیم دینی در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی توانسته بود سیل عظیم

مردم را در مسیر سرنگونی رژیم پهلوی به کار گیرد، در دوران پس از پیروزی نیز در ابتدا باید ضمن عملی کردن آرمان‌ها و گذارهای تعالی‌بخش اسلام، پای‌بندی نظام جدید به اهداف اعلام شده در دوران مبارزه را نشان دهد و ضمن صیانت از عوامل و متغیرهای هویت‌بخش در دوران پیدایی و تأسیس نهضت، دوران تداوم انقلاب را نیز با استفاده از همان هویت به پیش ببرد. هویت عاشورایی انقلاب اسلامی، هویتی زوال‌ناپذیر در مسیر مبارزه مستمر با ستمگران جهانی و قدرتهای مستبد بین‌المللی است. از این رو، عاشورا همچنان به‌عنوان عامل هویت‌بخش در دوران تداوم انقلاب اسلامی به‌شمار می‌رود (حجازی، حیدرخانی و رشادی، ۲۰۱۴: ۱۲۵-۱۱۷).

استمرار هویت تأسیسی انقلاب اسلامی در دوران تداوم آن سبب استمرار همراهی مردم با جمهوری اسلامی می‌شود، به‌گونه‌ای که مردم تحقق نسبی آرمان‌ها و آرزوهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی خود را در برنامه‌ها و سیاست‌های جمهوری اسلامی می‌بینند. مینو صمیمی در این باره می‌نویسد: «از نظر من که ایرانی‌ها را می‌شناسم، هیچ جای تعجب نیست که توده مردم ایران با ایمان خالصانه‌ای که در آن‌ها سراغ داریم، اوضاع رژیم فعلی را به مراتب بیش از تشریفات و ظواهر مجلل رژیم قبلی با هویت خویش سازگار می‌دانند» (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۴).

در این‌جا نکته‌ی بسیار مهمی که بیان آن از منظر جامعه‌شناسی دین کاملاً ضروری به‌نظر می‌رسد، این است که مردم ایران باهوش و عقل جمعی خود به راحتی میان هویت و معاش خود تفاوت قائل شده و از سوی دیگر، به درستی اولویت هویت بر نیازمندی‌های مادی را تشخیص داده و حرکت‌های تاریخی و اقدام‌های جمعی خود را بر مبنای این دو اصل، یعنی تفکیک هویت از معاش و اصالت قایل شدن بر هویت در مقابل نیازهای مادی، قرار داده‌اند. این موضوع را می‌توان در طی دوران سی‌ساله حیات جمهوری اسلامی آشکارا مشاهده کرد که با وجود عدم همراهی جهانی با نظام تأسیس شده و منتخب مردم در ایران و نیز فشارهای بسیار و گوناگون سیاسی، نظامی، امنیتی، اقتصادی و فرهنگی علیه ایران پس از انقلاب، مردم نه تنها از هویت دینی و انقلابی خود دست برنداشته‌اند، بلکه ضمن درک تاریخی و کارکردگرایانه دین و مشاهده سودمندی آن در سامان‌دهی زندگی سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خود، همچنان خواستار تداوم این هویت و صیانت از آن سوی جمهوری اسلامی هستند. مینو صمیمی در این باره می‌نویسد: «حالتی که در ایران پس از انقلاب حکم‌فرماست، دقیقاً با روح و قلب و اعتقاد مردم ایران هماهنگی دارد. آن‌ها احساس می‌کنند که خداوند در میانشان حاضر است و آیت‌الله خمینی (ره) را مظهری از امام دوازدهم غایب خود می‌دانند» (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۴).

تداوم هویت عاشورایی و استفاده از سلاح و منطق شهادت در رویارویی با قدرتهای استکباری، به جغرافیای سیاسی ایران محدود و منحصر نشده و جنبش‌های اسلامی و متأثر از انقلاب اسلامی را نیز تحت تأثیر قرار داده است. مینو صمیمی در بخش دیگری از کتاب خود، ضمن برشماری چگونگی تأثیرگذاری عنصر شهادت‌خواهی و از جان‌گذشتگی در تداوم انقلاب اسلامی می‌نویسد: پدیده‌ای جدید که

توجه کارشناسان را به خود جلب کرده است، شوق به شهادت است که آثار حیرت‌آور آن را می‌توان در حملات انتحاری مردان و زنان شیعه در لبنان مشاهده کرد (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۳).

۳-۳ هویت غایتی

اگر تحولات تاریخی را در یک نمودار خطی فرض کنیم، می‌توانیم برای فرآیندها و گذرهای تاریخی، نقطه‌ای را در نظر بگیریم که در اندیشه‌ی سیاسی از آن به‌عنوان نقطه‌ی آرمانی یا مدینه فاضله یاد می‌شود و در واقع، هدف هنجاری آن تحولات و رویدادها به‌شمار می‌رود. این غایات تاریخی (یا همان مدینه فاضله) دقیقاً محل تحقیق همه هدف‌ها، آرمان‌ها و تصورات تاریخی یک مکتب و ایدئولوژی است. از دیدگاه آسیب‌شناسی هویت، هر میزان که یک هویت در مرحله تداوم و در نقطه غایت، انطباق جامع و راستینی با هویت تأسیسی داشته باشد، به همان میزان از سلامت محتوا و قالب برخوردار است و تضمین‌کننده سلامت هنجارها، شیوه‌ها، طرح‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی خواهد بود؛ به این معنا که اگر هدف غایی یک فرآیند تاریخی و یک جنبش فرهنگی - سیاسی برای پدیدآوردن‌گان آن جنبش و نیز هواداران آن، روشن، عینی و شناخته شده و از استفهام‌های معرفتی و هنجاری به دور باشد، به همان میزان می‌توان به پیروزی آن تحول در رویارویی با بن‌بست‌ها و معضلات ایجاد شده و به دست رقیبان و مخالفان امیدوار بود (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۰-۱۳).

در انقلاب اسلامی ایران، اتصال این انقلاب به انقلاب جهانی حضرت مهدی (عج) و لزوم توجه حکومت و مردم به اصل انتظار ایجابی به معنای فراهم‌سازی مقدمات لازم تحقق یک وعده تاریخی، از سفارش‌های مؤکدی است که امام خمینی (ره) به‌عنوان هدف و هویت غایی انقلاب اسلامی بر آن تصریح و تأکید داشته است.

انقلاب اسلامی به‌عنوان یک تحول بنیادین اجتماعی و سیاسی در سطوح داخلی منطقه‌ای و بین‌المللی که مبانی و غایاتی ضد مشهورات و مقبولات رایج در دنیای معاصر دارد و نیز به‌دلیل تضاد فلسفی با بنیان‌های فکری مدرنیته غربی - که کشور ما را نیز قبل از انقلاب در آستانه سیطره‌ی کامل قرار داده بود - مورد توجه و بررسی بسیاری از نویسندگان و سیاست‌مداران، روزنامه‌نگاران و مراکز علمی و پژوهشی غرب قرار گرفته است که می‌تواند بازگشت به انقلاب اسلامی به مرجعی کاملاً متباین و متضاد با فرهنگ و غایات ماتریالیسم^۱ معاصر را اثبات کند و با به نمایش گذاشتن اهداف متعالی و آرمانی انقلاب اسلامی، آلوده‌نبودن این پدیده به اغراض سیاسی رایج و متعارف در انقلاب‌های جهان و مبارزات سیاسی را نشان دهد (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۰-۱۳).

همه مکتب‌ها و نهضت‌ها و جنبش‌های فکری، سیاسی و اجتماعی، همواره مدینه فاضله‌ای را برای مخاطبان و هواداران خود ترسیم می‌کنند و با امید به رسیدن به آن مدینه، توان‌های فردی و جمعی هواداران و معتقدان به مکتب خود را مسیر تحقق اهداف و برطرف کردن موانع پیش روی خود به‌کار می‌گیرند. در انقلاب اسلامی ایران، هدف نهایی نهضت انقلاب اسلامی چیزی نیست جز فراهم‌سازی

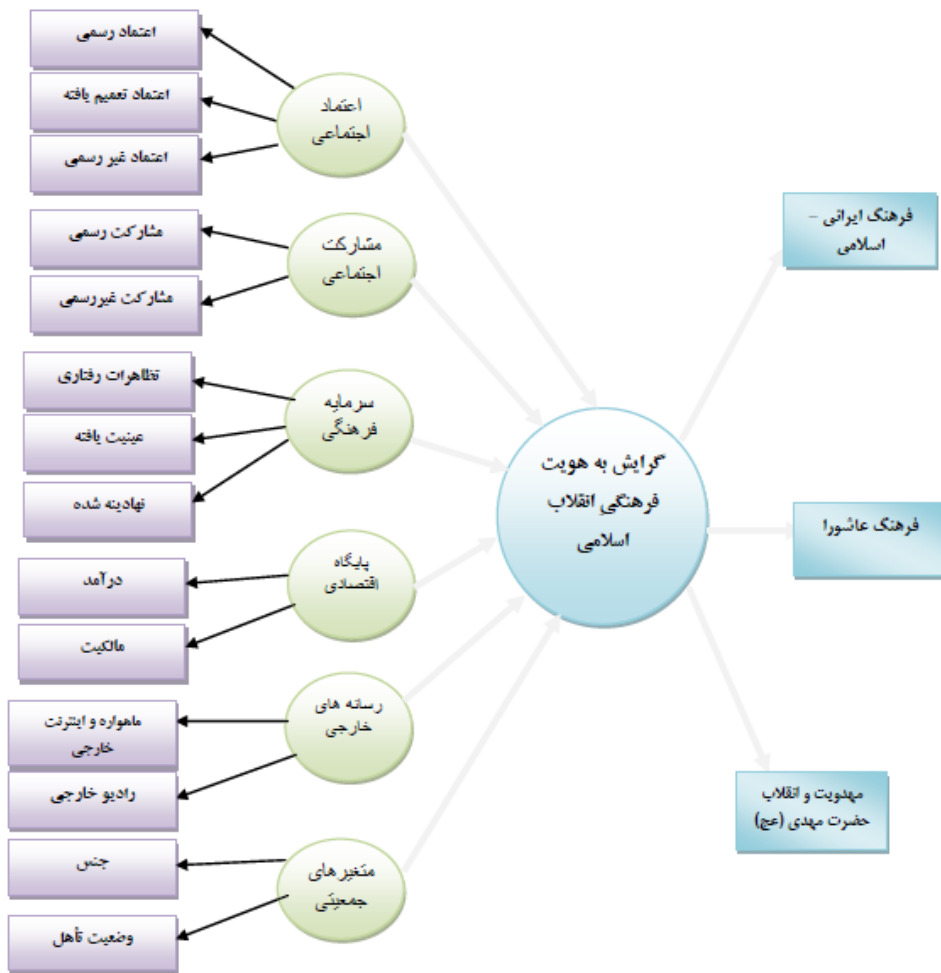
مقدمات لازم برای ظهور منجی نهایی و موعود آل محمد(ص). چنین غایت مقدس و انسان‌گرایانه‌ای به قدری شیرین و جذاب و در عین حال واقع‌گرایانه است که هر انسان طالب کمال و عدالت و آزادی و رفاه و امنیت را به سوی خود می‌کشاند. فریدون هویدا در این باره می‌نویسد: «در بهار سال ۱۳۵۰، هنگام قدم زدن در بازار یزد متوجه پوستری شدم که رویش نوشته بود: ظهور امام زمان نزدیک است. دیدن این پوستر باعث شد تا زنگ خطر را در گوشم احساس کنم» (هویدا، ۱۳۶۵: ۱۰۶).

در واقع، از منظر امام خمینی(ره)، هدف و غایت اصلی انقلاب اسلامی چیزی نیست جز اتصال انقلاب اسلامی به انقلاب جهانی حضرت مهدی(عج) و قراردادن توانمندی‌های به‌دست آمده در پرتو حکومت اسلامی ایران در اختیار آخرین امام(ره) برای مبارزه با ستمگران و مستبدان به‌منظور تحقق عدالت و آزادی استین در سراسر دنیا(کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۸).

بنابراین با توجه به نظریات و مطالب یاد شده فرضیات زیر استخراج می‌شوند:

۴. فرضیات پژوهش

- فرضیه شماره ۱. بین میزان اعتماد اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۲- بین میزان مشارکت اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۳- بین میزان سرمایه فرهنگی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۴- بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی در میان جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۵- بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- فرضیه شماره ۶- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان بر حسب وضعیت تأهل آن‌ها متفاوت است.
- فرضیه شماره ۷- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان بر حسب جنسیت آن‌ها متفاوت است.



مدل نظری پژوهش

۵. شاخص‌سازی (تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق)

هویت فرهنگی انقلاب اسلامی: هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در پژوهش حاضر با شاخص‌هایی چون افتخار به فرهنگ ایرانی-اسلامی، اعتقاد به عاشورا و اعتقاد به مهدویت و انقلاب جهانی حضرت مهدی (عج) سنجیده می‌شود.

اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی در این پژوهش در سطح اعتماد غیررسمی با گویه‌هایی همچون (بررسی میزان اعتماد بین اعضای خانواده، افراد فامیل، آشنایان و افراد محل)؛ در سطح اعتماد تعمیم یافته با

گوبه‌هایی همچون (بررسی میزان اعتماد به غریبه‌ها و اکثر مردم) و در سطح اعتماد رسمی با گوبه‌هایی همچون (بررسی میزان اعتماد به گروه‌ها و سازمان‌های مختلف که فرد با آنها سروکار دارد) سنجیده می‌شود.

مشارکت اجتماعی: مشارکت اجتماعی در این پژوهش با شاخص‌هایی چون میزان ارتباط نزدیک با شورا، مشارکت مالی در توسعه شهر، شرکت در تصمیم‌گیری‌های محله، شرکت در راهپیمایی‌ها، شرکت در رویدادهای اجتماعی (مانند مراسم عزاداری، جشن‌ها و ...)، شرکت در گروه‌های آموزشی، بسیج، انجمن علمی و فرهنگی و شرکت در انتخابات و رأی‌گیری‌ها سنجیده می‌شود.

سرمایه فرهنگی: در این پژوهش سرمایه‌ی فرهنگی با سه شاخص سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته، سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته و سرمایه‌ی فرهنگی نهادینه شده سنجیده می‌شود.

رسانه‌های خارجی: منظور از رسانه‌های خارجی، میزان ساعات استفاده از رسانه‌های جمعی جهانی همچون ماهواره، اینترنت و رادیوی خارجی می‌باشد.

پایگاه اقتصادی: پایگاه اقتصادی در این پژوهش با متغیرهایی چون میزان درآمد و میزان مالکیت افراد، (همچون مالکیت مسکن و خودرو با توجه به قیمت آنها) سنجیده می‌شود.

۶. تعریف مفهومی متغیرهای پژوهش

هویت فرهنگی انقلاب اسلامی: هویت فرهنگی مجموعه‌ی ارزش‌ها، باورها، سمبل‌ها و ... است که سبب شناخته‌شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می‌شود. هویت فرهنگی انقلاب اسلامی مجموعه‌ی ارزش‌ها، باورها و سمبل‌های انقلاب می‌باشد.

اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی مفهومی است که در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمان‌های اجتماع با همدیگر تبلور می‌یابد. آنتونی گیدنز اعتماد را به‌عنوان اطمینان یا اتکاء بر ماهیت یا خاصیت شخصی یا صحت گفته‌های فرد تعریف می‌کند (حیدرآبادی، ۱۳۸۹: ۵۳).

از نظر پاتنام، اعتماد سبب ایجاد انجمن‌های داوطلبانه و دو طرفه و این‌ها نیز به نوبه خود باعث تقویت و ایجاد اعتماد می‌شوند (یوسف‌وند و همکاران، ۱۳۸۵: ۸۵).

جیمز کلنن سرمایه اجتماعی را تا اندازه زیادی به میزان درخور اعتماد بودن محیط اجتماعی و تعهدات میان کنشگران نسبت داده و بر این باور است که بدون میزان زیادی از قابلیت اعتماد در میان اعضای گروهی که با هم در ارتباطند، آن گروه اعتبار و دوام زیادی نخواهد داشت (عبدالرحمانی، ۱۳۸۴: ۳۴).

مشارکت اجتماعی: مشارکت عبارت است از: «فعالیت‌های ارادی و داوطلبانه که از طریق اعضای یک جامعه در امور محله، شهر، روستای خود شرکت می‌کنند و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی خود سهیم می‌شوند» (محسنی‌تبریزی، ۱۳۷۵: ۹۲).

سرمایه فرهنگی: سرمایه‌ی فرهنگی به شیوه‌های فرهنگی خاصی که در روند آموزش‌های رسمی و خانوادگی در افراد تثبیت شده، اشاره دارد و نیز ظرفیت شناخت افراد در کاربرد لوازم فرهنگی را در بر می‌-

گیرد. کاربرد ابعاد مختلف سرمایه‌ی فرهنگی موجب تفاوت در نحوه زندگی و بروز سلیقه‌های گوناگون گردیده، به تبع آن تفاوت در کسب موقعیت‌های برتر اجتماعی و استفاده از امکانات مختلف از قبیل کتاب، روزنامه، سینما و انواع ورزش‌های خاص طبقات بالای اجتماعی، مانند اسب‌سواری، گلف و مانند آن را موجب می‌شود. در واقع، استفاده‌کنندگان از سرمایه‌ی فرهنگی، در قشریندی اجتماعی، در طبقه‌ی بالای اجتماع قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، دارندگان امتیازات اقتصادی که در طبقه‌ی بالای اجتماع قرار دارند، به راحتی به ابعاد مختلف سرمایه‌ی فرهنگی دست می‌یابند (نوغانی، ۱۳۸۳: ۱۷؛ روح‌الامینی، ۱۳۷۷: ۱۱۶؛ فکوهی، ۱۳۸۱: ۳۰۰؛ نوغانی، ۱۳۸۴: ۸۱).

رسانه‌های خارجی: منظور از رسانه‌های جمعی خارجی رسانه‌هایی می‌باشد که جنبه‌ی جهانی دارد و از سوی کشورهای غیر از ایران تولید برنامه می‌کنند.
پایگاه اقتصادی: قدرت و توانایی مالی فرد و والدین می‌باشد. در بررسی پایگاه اقتصادی درآمدهای منقول و غیرمنقول در نظر گرفته می‌شود.

۷. روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر ب اساس نوع داده‌های جمع‌آوری و تحلیل شده، تحقیقی کمی است و از لحاظ نوع برخورد با مسأله مورد بررسی و ورود به آن مطالعه‌ای میدانی است. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش پیمایش می‌باشد. در مطالعه میدانی، برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. به منظور تهیه‌ی پرسشنامه‌ای که دارای روایی^۱ لازم باشد مراحل زیر انجام شده است:

۱. مطالعه نظری پیرامون مباحث عوامل مؤثر بر آگاهی
۲. تعریف مفهومی متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق و تعیین شاخص‌های عینی آن
۳. تهیه‌ی سوالاتی برای سنجش متغیر عمده تحقیق، که همان متغیر وابسته می‌باشد
۴. تهیه سوالاتی برای هریک از متغیرهای مستقل موردنظر در این تحقیق
۵. تنظیم پرسشنامه به شکل نهایی و اجرای آن در بین ۳۰ نفر از جوانان؛ براساس سهم آن‌ها در جامعه آماری
۶. تعیین روایی و پایایی متغیرهای مختلف در پرسشنامه.
۷. حذف برخی سوالات و گویه‌ها جهت افزایش روایی پرسشنامه و تأیید نهایی توسط اساتید.
۸. مرحله‌ی بعد تکمیل پرسشنامه توسط پاسخگویان است.

۱. روایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است. مفهوم یاد شده با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد.

جامعه آماری و جمعیت نمونه

جامعه آماری این مطالعه کلیه‌ی جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه می‌باشد. از آن‌جا که به‌طور طبیعی امکان مطالعه دیدگاه‌های تمامی شهروندان وجود نداشت از شیوه‌ی «نمونه‌گیری» برای تبیین نظریات افراد مورد مطالعه استفاده شده است و براساس آن تعدادی از افراد (۳۸۰ نفر) که معرف جامعه آماری تشخیص داده شدند به‌عنوان نمونه انتخاب و مطالعه شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش شیوه نمونه‌گیری دو مرحله‌ای با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای و سپس نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. پس از گردآوری داده‌ها تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS انجام گردید و در این رابطه برای آزمون فرضیات، تست‌های آماری متناسب با هر فرضیه به‌کار گرفته شد. در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم به مشاوره و بهره‌گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی پرسشنامه اقدام شده است. برای بالا رفتن ضریب آلفا در پژوهش حاضر گویه‌هایی که موجب کاهش آلفا شدند حذف گردیدند تا این‌که پرسشنامه نهایی با ضریب آلفای بالا استخراج گردید. ضریب پایایی پرسشنامه از طریق فرمول ذیل محاسبه می‌گردد.

$$ra \frac{i}{j-1} \left(1 - \frac{\sum sj^2}{s^2}\right)$$

ra : ضریب آلفای کرونباخ

j = تعداد سوالات آزمون

S^2j = واریانس سوالات آزمون

S^2 = واریانس کل آزمون

پایایی پرسشنامه نهایی بر اساس ضریب آلفای کرون باخ مطابق جدول ذیل است:

| پرسشنامه نهایی | | شاخص | متغیر |
|----------------|------------|--------------------------------|---------------------------|
| ضریب آلفا | تعداد گویه | | |
| ۰/۸۵۰ | ۷ | فرهنگ ایرانی- اسلامی | هویت فرهنگی انقلاب اسلامی |
| ۰/۷۹۳ | ۶ | فرهنگ عاشورا | |
| ۰/۸۴۲ | ۵ | مهدویت و انقلاب حضرت مهدی (عج) | |
| ۰/۸۱۲ | ۶ | درآمد و مالکیت | پایگاه اقتصادی |



| | | | |
|-------|----|---|-----------------|
| ۰/۸۱۴ | ۵ | در سطح اعتماد غیررسمی، اعتماد بین اعضای خانواده، افراد فامیل، آشنایان و افراد محل | اعتماد اجتماعی |
| ۰/۷۱۱ | ۶ | در سطح اعتماد غیررسمی، اعتماد بین اعضای خانواده، افراد فامیل، آشنایان و افراد محل | |
| ۰/۷۵۲ | ۹ | در سطح اعتماد رسمی به گروه‌ها و سازمان‌ها | |
| ۰/۸۱۱ | ۱۰ | شرکت رسمی و غیر رسمی در اجتماع | مشارکت اجتماعی |
| ۰/۸۲۱ | ۶ | سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته | سرمایه فرهنگی |
| ۰/۸۴۱ | ۵ | سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته | |
| ۰/۸۳۷ | ۵ | سرمایه فرهنگی نهادینه شده | |
| ۰/۷۱۱ | ۴ | میزان استفاده از اینترنت و ماهواره خارجی | رسانه‌های خارجی |

۸. تجزیه و تحلیل داده‌ها

۸-۱ آمار توصیفی

۸-۱-۱ آمار توصیفی متغیر جنس

جدول ۱: توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت

| درصد | فراوانی | |
|-------|---------|-----|
| ۴۴.۷۴ | ۱۷۰ | زن |
| ۵۵.۲۶ | ۲۱۰ | مرد |
| ۰.۱۰۰ | ۳۸۰ | کل |

جدول مربوط به متغیر جنسیت نشان می‌دهد که ۴۴.۷۴ درصد پاسخگویان را زن و ۵۵.۲۶ درصد را مرد تشکیل داده‌اند.

۲-۱-۸ آمار توصیفی متغیر وضعیت تأهل

جدول ۲. توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل

| درصد | فراوانی | |
|-------|---------|-------|
| ۲۸.۴۲ | ۱۰۸ | متأهل |
| ۷۱.۵۸ | ۲۷۲ | مجرد |
| ۰.۱۰۰ | ۳۸۰ | کل |

جدول مربوط به متغیر وضعیت تأهل نشان می‌دهد که ۲۸.۴۲ درصد پاسخگویان را متأهل و ۷۱.۵۸ درصد را مجرد تشکیل داده‌اند.

۳-۱-۸ آمار توصیفی مربوط به متغیر میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی

جدول ۳: آمار توصیفی گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی

| میانگین | خیلی زیاد | | زیاد | | متوسط | | کم | | خیلی کم | | |
|---------|-----------|---------|-------|---------|-------|---------|------|---------|---------|---------|--|
| | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | |
| ۴.۰۳ | ۴۱.۵۷ | ۱۵۸ | ۳۱.۸۴ | ۱۲۱ | ۱۸.۴۲ | ۷۰ | ۴.۷۳ | ۱۸ | ۳.۴۲ | ۱۳ | مؤلفه‌های گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی |

جدول و نمودار مربوط به گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی از سوی جوانان نشان می‌دهد که ۴۱/۵۷ درصد از پاسخگویان به میزان خیلی زیادی به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی گرایش دارند، ۳۱/۸۴ درصد به میزان زیاد، ۱۸/۴۲ به میزان متوسط، ۴/۷۳ به میزان کم و ۳/۴۲ درصد به میزان خیلی کمی به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی گرایش دارند. میانگین کلی مؤلفه گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی ۴/۰۳ می‌باشد، که به طور کلی نشانگر این است که جوانان شهر کرمانشاه به میزان زیادی گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی دارند.

۲ - ۸ آمار استنباطی

بررسی وضعیت نرمال توزیع داده ها

برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک، پیش‌شرط‌هایی وجود دارد که عبارتند از: شرط نرمال بودن داده‌ها. جهت بررسی نرمال بودن عامل‌ها از آزمون تک نمونه‌ای کلموگروف - اسمیرنوف به قرار زیر استفاده می‌شود.

داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند: H_0

داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند: H_1

جدول ۴: آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش

| متغیرها | اعتماد اجتماعی | مشارکت اجتماعی | سرمایه فرهنگی | رسانه‌های خارجی | پایگاه اقتصادی |
|----------------------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|----------------|
| تعداد | ۳۸۰ | ۳۸۰ | ۳۸۰ | ۳۸۰ | ۳۸۰ |
| پارامترهای نرمال | میانگین | ۳/۵۱ | ۳/۲۳ | ۳/۵۴ | ۳/۶۱ |
| | انحراف معیار | ۰/۸۴ | ۰/۸۷ | ۰/۹۳ | ۰/۷۸ |
| مقادیر کلموگروف - اسمیرنوف | ۲/۷۴ | ۲/۸۹ | ۲/۷۸ | ۲/۹۲ | ۲/۸۸ |
| سطح معناداری (دو دامنه) | ۰/۰۹۲ | ۰/۲۲ | ۰/۱۵ | ۰/۰۶۷ | ۰/۰۸ |

با توجه به جدول شماره ۶ می‌توان نتیجه گرفت که چون مقادیر سطح معناداری کلیه متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰.۰۵ می‌باشند پس می‌توان گفت که این عامل نرمال بودن توزیع داده‌ها را می‌رساند و می‌توان در تحلیل فرضیه‌های پژوهش، آزمونهای پارامتریک را به کار گرفت.

فرضیه شماره ۱- بین میزان اعتماد اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. یافته‌ها به شرح زیر می‌باشد.

$H_0: \rho = 0$

$H_1: \rho \neq 0$

جدول ۵: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه اول

| گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی | شدت رابطه | اعتماد اجتماعی جوانان |
|------------------------------------|--------------|-----------------------|
| .۴۴ | سطح معناداری | |
| .۰۰۰ | تعداد | |
| ۳۸۰ | | |

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r = .44$) در سطح معناداری ($p < .01$) معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۹٪ اطمینان تأیید می‌گردد. بنابراین بین اعتماد اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت متوسطی می‌باشد. بنابراین هر چه میزان اعتماد اجتماعی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی افزایش پیدا می‌کند.

فرضیه شماره ۲- بین میزان مشارکت اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. یافته‌ها به شرح زیر می‌باشد

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

جدول ۶: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه دوم

| | | |
|------------------------------------|--------------|-----------------------|
| گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی | | |
| .۴۱ | شدت رابطه | مشارکت اجتماعی جوانان |
| .۰۰۰ | سطح معناداری | |
| ۳۸۰ | تعداد | |

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r = .41$) در سطح معناداری ($p < .01$) معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۹٪ اطمینان تأیید می‌گردد. بنابراین بین مشارکت اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت متوسطی می‌باشد. بنابراین هر چه میزان مشارکت اجتماعی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی افزایش پیدا می‌کند.

فرضیه شماره ۳- بین میزان سرمایه فرهنگی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. یافته‌ها به شرح زیر می‌باشد.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

جدول ۷: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه سوم

| | | |
|------------------------------------|--------------|----------------------|
| گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی | | |
| .۱۹ | شدت رابطه | سرمایه فرهنگی جوانان |
| .۰۰۰ | سطح معناداری | |
| ۳۸۰ | تعداد | |

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r = .19$) در سطح معناداری ($p < .01$) معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۹٪ اطمینان تأیید می‌گردد. بنابراین بین سرمایه فرهنگی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت حدوداً ضعیفی می‌باشد. بنابراین هر چه میزان سرمایه فرهنگی جوانان بیشتر باشد میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی افزایش پیدا می‌کند.

فرضیه شماره ۴- بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی در میان جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. یافته‌ها به شرح زیر می‌باشد.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

جدول ۸: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه چهارم

| | | |
|------------------------------------|--------------|----------------------------------|
| گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی | | |
| -۳۸ | شدت رابطه | میزان استفاده از رسانه‌های خارجی |
| .۰۰۴ | سطح معناداری | |
| ۳۸۰ | تعداد | |

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r = -.38$) در سطح معناداری ($p < .01$) معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۹٪ اطمینان تأیید می‌گردد. بنابراین بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به صورت منفی و معکوس و دارای شدت متوسطی می‌باشد. بنابراین هر چه میزان استفاده از رسانه‌های خارجی بیشتر باشد میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی کاهش پیدا می‌کند.

فرضیه شماره ۵- بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. یافته‌ها به شرح زیر می‌باشد.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

جدول ۹: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه پنجم

| | | |
|------------------------------------|--------------|-----------------------|
| گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی | | |
| .۱۸ | شدت رابطه | پایگاه اقتصادی جوانان |
| .۰۶۱ | سطح معناداری | |
| ۳۸۰ | تعداد | |

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r=0.18$) در سطح معناداری بیشتر از ($p<0.01$) معنادار است، لذا فرض صفر تأیید و فرض تحقیق با ۹۹٪ اطمینان رد می‌گردد. بنابراین بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود ندارد، هر چند رابطه مثبت و مستقیم و دارای شدت ضعیفی بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی وجود دارد، اما این رابطه معنادار نیست و بنابراین فرض تحقیق رد می‌شود.

فرضیه شماره ۶- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان بر حسب وضعیت تأهل آن‌ها متفاوت است.

جدول ۱۰: شاخص‌های آماری مربوط به آزمون t برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه مستقل

| وضعیت تأهل | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | خطای استاندارد میانگین |
|------------|-------|---------|------------------|------------------------|
| مجرد | ۱۳۵ | ۳.۸۵ | ۰.۴۵۸ | ۰.۲۴۱ |
| متأهل | ۲۴۵ | ۴.۲۱ | ۰.۴۶۰ | ۰.۲۳۹ |

جدول ۱۱: آزمون t برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه مستقل (متأهل و مجرد)

| خطای استاندارد | تفاوت از میانگین | سطح معناداری | درجه آزادی | t | سطح معناداری | F | درونداد | |
|----------------|------------------|--------------|------------|------|--------------|------|----------------------------|----------------------------|
| | | | | | | | بافرض برابری واریانس‌ها | بدون فرض برابری واریانس‌ها |
| .۱۸ | .۳۲ | ۰.۰۰۰ | ۵۳۲ | ۴.۲۱ | .۵۷۱ | .۲۹۴ | بافرض برابری واریانس‌ها | |
| .۱۷ | .۳۶ | ۰.۰۰۰ | ۵۱۸.۲۳ | ۴.۲۷ | | | بدون فرض برابری واریانس‌ها | |

همان‌طور که دیده می‌شود t محاسبه شده با درجه آزادی ۵۳۲ در سطح ۰/۰۵ برای متغیر وضعیت تأهل بیشتر از مقدار بحرانی t (۱/۹۸) می‌باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت بین

میانگین‌های مشاهده شده دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد. پس تفاوت معناداری بین نمرات مجردین و متأهلین در بعد گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی دیده می‌شود و این مقدار با توجه به میانگین، برای متأهلان بیشتر از مجردان است.

فرضیه شماره ۷- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان جوانان بر حسب جنسیت آنها متفاوت است.

جدول ۱۲: شاخص‌های آماری مربوط به آزمون t برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه مستقل

| جنسیت | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | خطای استاندارد میانگین |
|-------|-------|---------|------------------|------------------------|
| زن | ۱۷۰ | ۴.۱۶ | ۰.۴۲۰ | ۰.۲۴۳ |
| مرد | ۲۱۰ | ۳.۹۰ | ۰.۴۱۰ | ۰.۲۲۷ |

جدول ۱۳: آزمون t برای مقایسه میانگین نمرات دو گروه مستقل (زن و مرد)

| خطای استاندارد | تفاوت از میانگین | سطح معناداری | درجه آزادی | t | سطح معناداری | F | |
|----------------|------------------|--------------|------------|------|--------------|-------|----------------------------|
| ۰.۱۷ | ۰.۴۱ | ۰.۰۰۴ | ۵۲۸ | ۴.۱۹ | ۰.۵۸۴ | ۰.۳۰۱ | بافرض برابری واریانس‌ها |
| ۰.۱۹ | ۰.۵۲ | ۰.۰۰۴ | ۵۲۵.۱۲ | ۴.۲۶ | | | بدون فرض برابری واریانس‌ها |

همان‌طور که دیده می‌شود t محاسبه شده با درجه آزادی ۵۲۸ در سطح ۰/۰۵ برای متغیر جنسیت بیشتر از مقدار بحرانی t (۱/۹۸) می‌باشد. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت بین میانگین‌های مشاهده شده دو گروه تفاوت معناداری وجود دارد. پس تفاوت معناداری بین نمرات مردان و زنان در بعد گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی دیده می‌شود و این مقدار با توجه به میانگین، برای زنان (۴/۱۶) بیشتر از مردان (۳/۹۰) است.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که دیدیم هویت فرهنگی به این دلیل که پاسخگوی سؤالات اساسی در بعد تکالیف جامعه‌ای می‌باشد برای جوانان فراهم‌کننده پایه و پشتوانه فکری برای رفتار و اندیشه‌های اجتماعی محسوب می‌شود و امروزه یکی از اساسی‌ترین مسائل پیش‌روی جوانان به‌شمار می‌رود که باید به آن پاسخ داده شود. هویت فرهنگی دارای مؤلفه‌های گوناگونی می‌باشد که از جمله مهم‌ترین آنها برای جوانان ایرانی که

آن‌ها را از بیگانگی سیاسی و اجتماعی دور می‌سازد اهمیت به ارزش‌هایی می‌باشد که به‌عنوان مبانی هویت فرهنگی در انقلاب اسلامی ایران مطرح شده‌اند.

با توجه به اهمیت مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در پژوهش حاضر که در میان ۳۸۰ نفر از جوانان شهر کرمانشاه به‌عنوان حجم نمونه به انجام رسید، به بررسی ارتباط بین اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، رسانه‌های خارجی، پایگاه اقتصادی، جنس و وضعیت تأهل به‌عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی به‌عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج مربوط به آمار توصیفی پژوهش نشان دادند که که ۴۱/۵۷ درصد از پاسخگویان به میزان خیلی زیادی به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی گرایش دارند، ۳۱/۸۴ درصد به‌میزان زیاد، ۱۸/۴۲ به میزان متوسط، ۴/۷۳ به میزان کم و ۳/۴۲ درصد به میزان خیلی کمی به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی گرایش دارند. میانگین کلی مؤلفه گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی ۴/۰۳ می‌باشد، که به طور کلی نشانگر این است که جوانان شهر کرمانشاه به میزان زیادی گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی دارند.

بنابراین می‌بینیم که گرایش به مبانی هویت فرهنگی در میان پاسخگویان به میزان زیادی می‌باشد و این آمار نشانگر این است که جوانان شهر کرمانشاه پیوند خود را با آرمان‌های فرهنگی انقلاب اسلامی همچون فرهنگ ایرانی اسلامی، اعتقاد به مکتب عاشورا و قیام امام حسین(ع) و مهدویت (عج) به میزان زیادی حفظ کرده‌اند.

آمار استنباطی نیز نشان می‌دهد که:

- بین اعتماد اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به‌صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت متوسطی ($r=0/44$) می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

- بین مشارکت اجتماعی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به‌صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت متوسطی ($r=0/41$) می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

- بین سرمایه فرهنگی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به‌صورت مثبت و مستقیم و دارای شدت ضعیفی ($r=0/19$) می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

- بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی رابطه معناداری وجود دارد، و این رابطه به‌صورت منفی و معکوس و دارای شدت متوسطی ($r=-0/38$) می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

- بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی وجود ندارد، هرچند رابطه مثبت و مستقیم و دارای شدت ضعیفی ($r=0/18$) بین پایگاه اقتصادی جوانان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی وجود دارد، اما این رابطه معنادار نیست و بنابراین فرض تحقیق رد می‌شود.

- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی برای جوانان مجرد ($\mu=3.85$) کمتر از جوانان متأهل ($\mu=4.21$) است و این تفاوت معنادار می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

- میزان گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی برای زنان ($\mu=4.16$) بیشتر از زنان ($\mu=3.90$) است و این تفاوت معنادار می‌باشد. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود.

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی از ۷ فرضیه‌ی پژوهش حاضر تمامی فرضیات به جز ارتباط بین پایگاه اقتصادی و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی تأیید می‌شوند. پس می‌بینیم که عوامل متعددی در بالا بردن گرایش جوانان به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی وجود دارند که باید به آن‌ها توجه نمود تا با افزایش آن‌ها سعی در بالا بردن گرایش جوانان به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی نمود. بالا رفتن اعتماد اجتماعی جوانان در سطوح مختلف از خانواده گرفته تا جامعه، بالا رفتن میزان مشارکت اجتماعی جوانان و همچنین سرمایه‌ی فرهنگی آنان در کنار ایجاد زمینه برای استفاده‌ی کمتر از رسانه‌های خارجی از طریق تقویت برنامه‌های داخلی، همگی مواردی هستند که باعث گرایش هرچه بیشتر جوانان به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی می‌شوند.

پیشنهادات

تبلیغات هر چه بیشتر رسانه‌ها در جهت برجسته‌کردن مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی.

- عینیت بخشیدن به فرهنگ اسلامی، فرهنگ عاشورایی و همچنین مهدویت به‌عنوان مبانی اصلی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی.

- اهمیت کلان در سطح تصمیم‌سازی و برنامه‌سازی برای جوانان در فضای کنونی جامعه و توجه به همه‌ی متغیرهای مهم درون سیستمی و برون سیستمی در هدایت جوان در مسیرهای رشد و پایداری و یا افول و از خود بیگانگی آن.

- قرار دادن سرمایه اجتماعی در مرتبه کلان اهمیتی؛ باید به مفاهیم و ابعاد و مؤلفه‌های اصلی و پویای سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت، حس تعلق، همکاری و صمیمیت و ...)، برای ایجاد یک بسیج نهادینه‌سازی توجه بیشتری نمود. این عناصر ارزشمند در قالب رفتارها و کارکردهای مثبت و سازمان یافته در شبکه‌های گروهی اجتماعی جوانان شکل می‌گیرد.

- آموزش به خانواده‌ها در راستای بالا بردن میزان مشارکت اجتماعی فرزندان.

- ایجاد مراکز مشاوره‌ای تخصصی برای جوانان و همچنین خانواده‌های آنان در راستای بالا بردن میزان ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی (همچون اعتماد و انسجام اجتماعی) و همچنین سرمایه‌ی فرهنگی آنان.

- سعی در تقویت سرمایه‌ی فرهنگی جوانان با استفاده از مبانی هویت فرهنگی که در انقلاب اسلامی مطرح شده است.

- تأکید هر چه بیشتر صدا و سیما به جوانان و ساخت برنامه‌هایی که به بالا رفتن میزان اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی جوانان کمک نماید.
- تقویت برنامه‌های تلویزیون داخلی، تا جوانان کمتر به سراغ شبکه‌های تلویزیونی خارجی که آن‌ها را از هویت فرهنگی انقلاب اسلامی دور می‌کنند بروند.

منابع

- آذین، احمد، حیدرخانی، هاییل، الهیان، حسن و رشادی، منوچهر (۱۳۹۲)، بررسی عوامل اجتماعی و جمعیتی مرتبط با گرایش دانشجویان به ارزش‌های انقلاب اسلامی (نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های آزاد و پیام نور شهر گیلان غرب)، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال چهارم، شماره ۲۳، زمستان.
- آبرو، مارتین (۱۳۸۰)، *مقدمات جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۴)، انسان مدرن و معمای هویت، فصلنامه مطالعات ملی، سال ششم، شماره ۱.
- جوادی یگانه، محمدرضا و عزیزی، جلیل (۱۳۸۷)، هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز.
- حیدرآبادی، ابوالقاسم (۱۳۸۹)، اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر آن (مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران)، جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره ۱، شماره ۱، تابستان.
- حیدرخانی، هاییل، حجازی، سیدناصر و بذرافشان، شهرزاد (۱۳۹۲)، تحلیل و بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و هویت ملی (نمونه مورد مطالعه: شهر کرمانشاه). همایش ملی سرمایه اجتماعی و هویت ملی در ایران در دانشگاه آزاد اسلامی آزاد شهر، ۲۵ آبان.
- رزازی‌فر، افسر (۱۳۷۹)، الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۷)، *زمینه فرهنگ‌شناسی*، تهران: انتشارات عطار، چاپ هفتم.
- صمیمی، مینو (۱۳۶۸)، پشت پرده تخت طاووس. ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: نشر اطلاعات.
- عبدالرحمانی، رضا (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی. مجله رشد علوم اجتماعی، ویژه‌نامه سرمایه اجتماعی، دوره نهم، شماره ۲.
- علیخانی، علی‌اکبر (۱۳۸۶)، *هویت فرهنگی ایرانیان و عقب‌ماندگی*، یک بررسی علی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی، فرهنگ و مطالعات جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات دانشگاهی.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱)، *تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی*، تهران: انتشارات بهجت.
- قادرزاده، امید و معیدفر، سعید (۱۳۸۹)، گونه‌ها و سطوح سرمایه اجتماعی در اجتماعات قومی (مطالعه موردی مناطق کردنشین)، مجله انسان‌شناسی، شماره ۱۲.
- کوشکی، محمدصادق (۱۳۸۷)، *بازشناسی هویت انقلاب اسلامی*، فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۴، پاییز.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۰)، *جهانی‌شدن و بحران هویت*، فصلنامه ملی سال سوم، شماره ۱۰.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موققیان، تهران: نی.
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۵)، *بیگانگی مانعی برای مشارکت و توسعه ملی، بررسی رابطه میان بیگانگی و مشارکت سیاسی-اجتماعی، نامه پژوهش، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۱، مرکز پژوهش‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.*
- نوغانی، محسن و دیگران (۱۳۸۳)، *آموزش و پرورش و باز تولید فرهنگی، رشد علوم اجتماعی، دوره‌ی جدید، شماره ۳.*
- نوغانی، محسن و دیگران (۱۳۸۴)، *سرمایه فرهنگی و ورود به آموزش عالی، فصلنامه‌ی فرهنگ و هنر خراسان، سال پنجم، شماره ۱۳.*
- هویدا، فریدون (۱۳۶۵)، *سقوط شاه*، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: اطلاعات.
- یوسفوند، حسن‌رضا و درستی، امیرعلی و حمیدیان، اکرم (۱۳۸۵)، *بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد و سرمایه اجتماعی در دو شهر شهرضا و اصفهان، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای سرمایه اجتماعی، چالش‌ها و راه‌کارها، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان.*
- Bourdieu, P. (1989), Social space and symbolic power. *Sociological theory*. 7 (1). 14 – 25.
- Bourdieu, P. (1995). *The field of cultural production*, Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1980), *Le capital social: notes provisoires*; *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 3, 2–3.
- Hejazi, Seyed Naser, Heidarkhani, Habil, Reshadi, Manouchehr. (2014). A Survey Relationship between Principles of Islamic Revolution Identity and Reduce the Alienation of Youth Kermanshah City. *J. Appl. Environ. Biol. Sci.* 4(2): 117-125.
- Kupper. Adam and F.Jessice Kupper, (1996); *Social science Encyclopedia 2 and Edition 1996*. Rutledge London.