

رسانه های جمعی و هویت زبانی - ادبی در میان جوانان شهر شیراز

جلیل عزیزی^۱، رامین رسول اف^۲ و محمدرضا جاذبی زاده^۳

چکیده:

رسانه های جمعی به دلیل ماهیت و محتوایی که دارند، تقریباً با تمامی ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع ارتباط دارند، و می توان مدعی شد که از جمله متغیرهای تاثیرگذار بر جوامع امروزی می باشند. با توجه به روند تحولات بسیار سریع در حوزه تکنولوژی رسانه ای در دهه ها و سالهای اخیر می توان تاثیر این رشد

۱- مدرس دانشگاه آزاد اسلامی جهرم

۲ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی جهرم

۳ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی جهرم

چشمگیر را بر آرایش فرهنگی- دینی و اجتماعی جوامع مشاهده کرد. سرعت، سهولت و گستردگی روزافزون رسانه های جمعی، پیامدهای متفاوتی را در حوزه فرهنگی- دینی و ملی در جوامع داشته است که هویت را به خصوص در بعد زبانی- ادبی می توان به عنوان یکی از حوزه های تاثیر پذیر از آن دانست. شاید بتوان گفت که پیام های یکسان از سوی این دسته از رسانه ها، در جوامع مختلف اغتشاش- آشفستگی و بحران هویت دینی را می تواند به دنبال داشته باشد. تعابیری نظیر جهانی شدن- یکپارچگی- تهاجم فرهنگی و آمریکایی شدن فرهنگ، که در ادبیات اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف رایج شده است، بیانگر تهدید هویتی از سوی این رسانه ها می باشد. مقاله حاضر که نتیجه پژوهشی تجربی در این حوزه می باشد، به دنبال بررسی تاثیر استفاده از رسانه های جمعی بر هویت زبانی- ادبی می باشد. عبارت دیگر سئوالات اساسی این است که آیا استفاده از رسانه ها جمعی بر روی هویت زبانی- ادبی جوانان و احساس تعلق به آن تاثیر می گذارد یا خیر؟ این تاثیرات از طریق چه مکانیسم هایی صورت می پذیرد؟ و نهایتاً اینکه ما از زاویه استفاده از رسانه، دچار مشکله هویتی در حوزه زبان و ادب فارسی هستیم یا خیر؟ جهت پاسخ به سئوالات فوق، پس از بررسی ادبیات موضوع، مدل علی تحقیق شامل متغیرهای مکانیسمی، ترسیم شد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه دانش آموزان سال سوم دبیرستانهای شهرشیراز می باشد. حجم نمونه تحقیق بر اساس فرمول کوکران شامل ۴۰۰ نفر دانش آموز، ۲۰۰ دانش آموز پسر و ۲۰۰ دانش آموز دختر از ۲۰ دبیرستان پسرانه و دخترانه است؛ که پس از حذف پرسشنامه های مخدوش در نهایت ۳۸۵ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش مورد استفاده، میدانی و از تکنیک پیمایش به منظور جمع آوری داده ها استفاده گشت. اعتبار متغیرها با استفاده از اعتبار عاملی (سازه ای) و صوری و روایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت. آزمونهای مورد استفاده در این تحقیق شامل همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر می باشد. نتایج

تحلیل همبستگی نشان داد، میزان استفاده از رسانه های گروهی یک رابطه معنی دار منفی با هویت زبانی- ادبی دارد بدین معنی که با افزایش استفاده از رسانه های گروهی از میزان هویت زبانی- ادبی افراد کاسته می شود.

واژه‌های کلیدی: رسانه- رسانه های جمعی. هویت. هویت زبانی- ادبی

مقدمه

روند تغییرات اجتماعی چنان سرعت و عمق یافته که اصیل ترین عرصه حیات بشری تحت عنوان فرهنگ را نیز در نوردیده و انسانها را در یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است. بطوریکه فرهنگ آموخته شده پیشین در شرف اضمحلال می باشد (کازنو، ۱۳۷۰: ۱۷۶) رسانه های جمعی به دلیل ماهیت و محتوایی که دارند، از جمله متغیرهای تاثیرگذار در حوزه تغییرات جوامع امروزی می باشند. چرا که با بررسی روند تحولات بسیار سریع در حوزه تکنولوژی رسانه ای در دهه ها و سالهای اخیر می توان تاثیر انفجاری آن را بر آرایش فرهنگی- دینی و اجتماعی جوامع مشاهده کرد. سرعت، سهولت و گستردگی روزافزون رسانه های جمعی، پیامدهای متفاوتی را در حوزه های فرهنگی- دینی و ملی در جوامع داشته است که می توان هویت دینی (به عنوان یک متغیر دینی- اجتماعی و فرهنگی) را به عنوان یکی از حوزه های تاثیر پذیر از آن دانست. شاید بتوان گفت که پیام های یکسان از سوی این دسته از رسانه ها، در جوامع مختلف اغتشاش- آشفستگی و بحران هویت دینی را می تواند به دنبال داشته باشد. همین امر می تواند دلیلی بر لزوم مطالعه تاثیر رسانه های جمعی بر هویت دینی دانست. بعبارت دیگر، تغییرات فرهنگی و ساختاری متمایزی که در اواخر قرن بیستم رخ داده هویت‌های منسجم و پایدار را متزلزل ساخته و تعدد و تکثر منابع هویت یابی و تعلقات گروهی را ایجاد نموده است. با این حال باید گفت که مساله هویت دینی امروزه یکی از اساسی ترین مسایل پیش روی جوامع و به خصوص جوانان به شمار می رود که باید به آن

توجه ویژه شود. این مقاله به دنبال پاسخگویی به این سوال اساسی است که: میزان تعلق خاطر جوانان (دانش آموزان مقطع متوسطه) شهر شیراز نسبت به هویت دینی چقدر است و چه عواملی بر آن تاثیر می گذارد؟

مفهوم سازی هویت

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 تصویری از خود بدست می آورد و در جواب سوال "من کیستم؟" ارایه می دهد. به نظر برگر "مردمی که برای اولین بار با یکدیگر آشنا می شوند، می کوشند تا نقطه مشترکی را پیدا کنند که وجه تمایز آنها از دیگران است. این کار باعث می شود تا هریک از افراد نقش‌های جداگانه‌ای داشته باشند. در یک سطح بالاتر وقتی مردم هویت مشترک را کشف می کنند، می توانند از این طریق به نوعی انسجام برسند". (هیس، ۱۹۹۸: ۲۰۱-۲۰۲)

می توان، هویت‌ها، را به مثابه شالوده‌ها و سازه‌های اجتماعی دانست، که در فرآیند شالوده‌ریزی یا سازه‌گرایی اجتماعی (Social constructivism) به وجود می آیند و با تکیه بر حافظه جمعی و تمامی منابع معرفتی، با در نظر گرفتن ساختار عینی اجتماعی در طول زمان به طور مجدد باز تعریف و باز تفسیر می شوند. از این رو در فرآیند شکل‌گیری هویت‌ها پدیده‌های معرفتی، ساختار عینی و مادی جامعه، تاریخ، جغرافیا، ساختار سیاسی و اقتصاد و فن آوری، نقش بسزایی دارند. (منتظر قائم ۱۳۷۷: ۲۵۹)

در جوامع مختلف بر حسب اهمیت اقلام فوق الذکر برخی در هویت سازی عمده تر می شوند. در مورد هویت ایرانی می توان گفت: "در فلات ایران اقوامی زندگی می کنند که خود را ایرانی می دانند و به ایرانیت خویش می بالند زیرا از تاریخ پر افتخاری برخوردارند. این مردم نظام ارزشی و فرهنگی خود را از دین که امروز به صورت دین

اسلام تجلی یافته است می جویند. آنان توسط زبان فارسی با یکدیگر مرادده دارند و بر آن به عنوان وجه مشترکی میان اقوامی که به زبان های مختلف مادری تکلم می کنند ارج می گذارند. ضمن ارزش گذاری به زبان فارسی به عنوان حامل اصلی میراث مشترک فرهنگی مکتوب و شفاهی، آنان فراگیری زبان های دیگر مانند عربی و انگلیسی را برای علم آموزی و تماس با فرهنگ اسلامی و فرهنگ جهانی مذموم نمی دانند. هدف این قوم کسب ترقی و پیشرفت در سایه دینداری است. از این رو تجدد خواهی را نیز به عنوان عضوی از عناصر اصلی فرهنگی خویش اما با یک نگاه ابزاری پذیرفته اند" (زاهد، ۱۳۸۴: ۱۳۶). بنابراین دین از اقلام مهم هویت ایرانی می باشند.

هویت زبانی - ادبی

زبان و آثار ادبی بعد مهمی از میراث مکتوب هر ملت است. زبان نه تنها به عنوان یک محصول اجتماعی، ابزار و وسیله ارتباطات به شمار می رود، بلکه خود به عنوان بخشی از متن روابط اجتماعی، که در تولید و باز تولید فرهنگ و هویت ویژه هر جامعه نقش مهمی دارد، محسوب می باشد. زبان یک ملت، نظام معنایی یک ملت است و ابزاری مهم برای حفظ و شکل گیری و انتقال فرهنگ به شمار می آید. گذشته از مباحث مربوط به زبان شناسی، اکنون در حوزه مباحث قوم شناسی و جامعه شناسی، مباحث وسیعی پیرامون نقش و کارکرد زبان در چارچوب مطالعات بین رشته ای مطرح شده است. در واقع، زبان هر ملت تنها وسیله سخن گفتن و رفع نیازمندیهای روزانه وی نیست، بلکه وسیله اندیشیدن، جهان بینی، عمل اجتماعی، هویت اجتماعی و روابط خرد و کلان با یکدیگر و با جهان پیرامون و با زمانهای گذشته، حال و آینده است. از آنجا که زبان از عناصر فرهنگی مهم هر جامعه به حساب می آید، در صورتی که این عنصر از میان برود یا به نوعی تغییر یا استحاله یابد، مسلماً "هویت فرهنگی و هویت ملی آن جامعه نیز استحاله می یابد. ادبیات مکتوب نیز صرف نظر از زبان، در شکل دادن هویت ملی بسیار

موثر است. مجموعه‌ها و دیوان اشعار و آثار منثور ادبی کهن و معاصر همگی در تقویت فرآیند هویت‌یابی نقش عمده‌ای دارند. در کنار این میراث مکتوب، مجموعه‌های داستانی، ترانه‌ها، تصنیف‌ها، ضرب‌المثل‌ها، مثل‌ها و چیستان‌ها را نیز می‌توان نام برد چنان که هرگونه دلبستگی و تعلق خاطر بدانها، سبب تقویت احساس هویت ملی می‌شود.

برخی از صاحب‌نظران معتقدند:

چون حرف بر سر هویت ایرانی است، در درجه اول باید به سراغ ادبیات رفت: تاریخ در مرحله بعد می‌آید، زیرا ادبیات کاونده‌تر، بی‌پروا تر و امین‌تر از تاریخ بوده است. چون آن را بشکافیم، حیرت می‌کنیم از پیچ و خم‌ها، کنایه‌ها، قیاس‌ج‌رفتن‌ها، طعنه‌ها و شگردها که به کار برده است، برای آنکه حق مطلب را بگوید، برای آنکه به عمق برود، و رفته است. در هیچ زبانی آنهمه کنایه‌گویی نشده که در زبان فارسی، به امید آنکه حقایق بسیار تلخ بتواند به زبان مودبانه و قابل ابراز به بیان آید و این می‌نماید که ایرانی چه باری از راز بر دل داشته است (ندوشن، ۱۳۷۸: ۵۱).

بسیاری از متفکران وجود زبان را برای موجودیت ملت ضروری می‌دانند. فرهنگ و زبان رویهم شخصیت یک ملت را می‌سازند ولی به تنهایی عامل مشخص‌کننده به شمار نمی‌آیند.

علاقه‌مندی به استفاده از یک زبان مشترک و فراگیر را نیز می‌توان یک مولفه و عامل هویت ملی دانست. گسترش ارتباطات و رسانه‌های ملی و تلاش آموزش و پرورش توانسته است در شرایط کنونی، استفاده از زبان فارسی را افزایش دهد. علاقه‌مندی به نویسندگان، کتب و آثار ادبی و موسیقی نیز در این راستا رو به فزونی است (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۲۱).

رویکردهای نظری هویت

استرایکرز و بروک (۲۰۰۰) نگرش هایی را که در مورد هویت در حیطه روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی مطرح شده است در سه گروه تقسیم می‌کند. گروه اول یک نگرش فرهنگی و جمعی از هویت دارند که ایده‌ها، باورها و عمل‌های یک گروه یا جمع را نمایش می‌دهند. این نگرش از هویت اغلب در کارهایی که روی هویت قومی انجام گرفته است دیده می‌شود. در این دیدگاه هویت به صورت مشخص و شفاف تعریف نشده است به همین جهت کارهایی را که از این مفهوم استفاده کرده‌اند، مبهم کرده است. این دیدگاه از تشریح تغییرپذیری افراد در رفتار و انگیزش و کنش متقابل ناتوان است.

دیدگاه دوم در مورد هویت، ذیل سنت کنش متقابل‌گرایی و مخصوصاً "نگاه ساختاری آن رشد می‌کند. این دیدگاه بیشتر به بررسی ارتباطات نقش افراد و تغییرپذیری، انگیزش و تفاوت‌ها با هویت می‌پردازد. این دیدگاه به نظریه هویت معروف بوده و دانشمندانی چون بورک (Burke)، استرایکرز (Strikers)، مک کال (McCall) و سیمونز (Simons) روی این دیدگاه از هویت کار می‌کنند. در این دست از نظریه هویت، هسته هویت، مقوله‌بندی خود به عنوان یک اجراکننده نقش و ترکیب معانی و انتظارات تداعی شده با نقش در درون خود و اجرای آنها می‌باشد (استرایکرز و بورک، ۲۰۰۰:۲۲۴). این دیدگاه بیشتر به هویت نقشی تاکید می‌کند. زمانی که یک فرد نقش خاصی را برعهده می‌گیرد، همراه نقش نوعی هویت نیز کسب می‌کند و این هویت از وظایف نقشی و انتظارات دیگران از آن نقش ناشی می‌شود. ... این دیدگاه چون هویت را ناشی از نقش‌پذیری افراد در درون گروه‌ها می‌داند بیشتر به روابط درون گروه با نقش‌های اعضا می‌پردازد.

سومین دیدگاه در مورد هویت، در کارهای تاجفل (Tajfel) و افرادی چون جان ترنر (Turner)، هوگ (Hogg)، اوکاس (Occas)، ریچر (Richer) تحت عنوان نظریه هویت اجتماعی رشد می‌کند. این دیدگاه هویت را به عنوان چیزی که در درون یک گروه و مقوله جاسازی شده است می‌بیند. این دیدگاه تفاوت گروه و مقوله را نادیده می‌گیرد و همچنین اهمیت رفتار درون گروه (within-group behavior) مثل ارتباطات بین اعضای گروه را رها می‌کند (همان، ۲۲۶). تاجفل نوعی پیوند علی بین ملزومات هویت و اشکال مختلف رفتار بین گروهی قایل 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: ۷۹۰-۷۹۷)

اکنون به صورت اختصار، به تعدادی از نظریه‌های هویتی جهت تبیین بهتر مسئله، نگاهی گذرا می‌اندازیم.

- نظریه نظام کنترل فرآیند هویت (The control-system of identity process theory) هدفش نشان دادن مدلی از روابط بین فشار و هویت است که در نتیجه آن هویت جدیدی شکل می‌گیرد. این تئوری نشان می‌دهد فشارهای اجتماعی (و محیطی) منجر به شکستن حلقه‌های بازگشتی می‌شوند که فرآیند هویت را حفظ می‌کنند. به عبارت دیگر، این تئوری بیان می‌کند که چگونه ارزیابی یک شخص نسبت به خودش از جامعه - احساس هویت اجتماعی - به فشارهای اجتماعی ارتباط پیدا کرده و چگونه این فشارها، فرآیند هویت فرد را منقطع می‌کنند و فرد احساس بی‌هویتی کرده و هویت جدیدی را جایگزین می‌کند. (بورک، ۱۹۹۱: ۳۶) به عبارتی، هویتها و ملت‌های مدرن ناشی از رسانه‌های نوین ارتباطی و ترکیبی از سرمایه داری بازار

آزاد است. زیرا نظامهای ارتباطی به مردم اجازه می دهد که بسیار وسیعتر از محدوده جغرافیایی خود تصور کنند. (تامپسون، ۱۳۷۹: ۷۴)

- نظریه کنش متقابل نمادین: براساس مکانیسم هایی که در این رهیافت مطرح می شود می توان گفت که تعامل تنها در میان افراد صورت نمی گیرد بلکه در درون افراد نیز واقع می شود. ماکشگرانی هستیم که دائما در حال گفتگو با "خود" هستیم. این "خود" آمیخته ای است از تمام افرادی که مورد توجه ما بوده اند و تمام نقش هایی که ایفا کرده ایم. این "خود"، ما را از دیگر حیوانات و موجودات متمایز می سازد. (ترنر، ۱۳۷۱؛ کوزر، ۱۳۶۸؛ تنهایی، ۱۳۷۴). در این دیدگاه، "هویت"، از "خود" متفاوت است. هویت آن "نام" است که فرد به خود اطلاق می کند یا تصویری که ارائه می دهد.

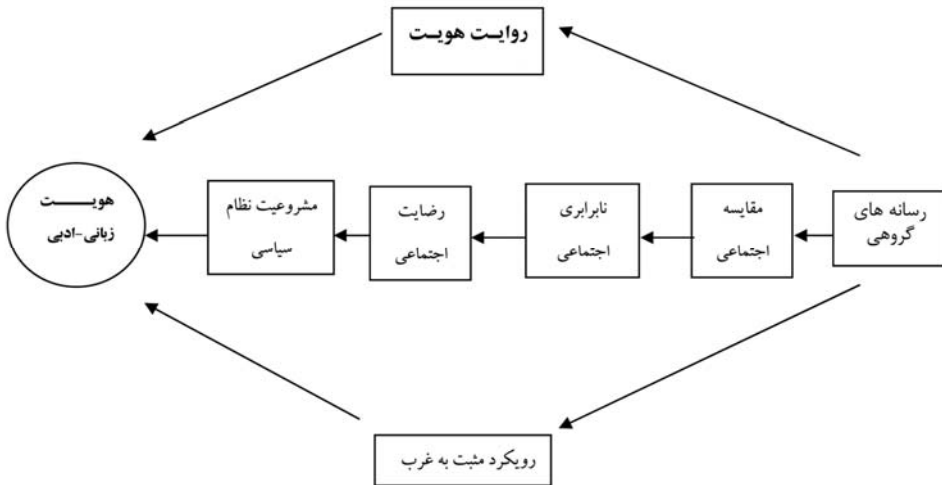
- نظریه جداافتادگی اجتماعی (Social Isolation Theory) بر تعیین هویت گروهی به عنوان جایگزین هویت اجتماعی نوجوانان در شرایط خاصی تاکید دارد. این نظریه تصریح می کند "جدا افتادگی" یا "تنهایی اجتماعی" که در اثر فقدان مطرح شدن، فقدان احساس تعلق به جامعه و قرار گرفتن فرد در حاشیه جامعه حاصل شده است، منجر به احساس بی هویتی اجتماعی نوجوانان شده و به طور ویژه ای برای آنان مشکل ساز می شود. در این صورت نوجوانان برای کسب هویت خودشان، به گروه همسالان رجوع کرده و با عضویت گروهی خود در گروه همسالان، موقعیت جدیدی را در جامعه برای تعریف از خودشان پیدا می کنند.

رسانه های جمعی و هویت: رسانه های جمعی، انتقال و هدایت دامنه گسترده ای از نمادها، هنجارها، ارزشها، عقاید، پیام ها و افکار را امروزه درون جوامع به عهده گرفته اند، تا جایی که برخی از صاحب نظران معتقدند کل زندگی فرهنگی و اجتماعی بوسیله رسانه های گروهی دگرگون می شود. (تامپسون، ۱۹۹۵: ۴۵) از جمله سازه های مهم اجتماعی هویت اجتماعی و فرهنگی می باشد که علقه بدانها، از جمله کارکردهای مهم رسانه ای به حساب می آید. چالشهای هویتی (بحران هویت) از جمله مسائل

گریبانگیر جوامع می باشد که بیشتر متفکرین عامل اصلی این فرآیند را "رسانه‌های جمعی" دانسته‌اند. یعنی تاثیری که رسانه‌های جمعی بر فرهنگ و ساختارهای اجتماعی و نظام بین‌المللی دارند، سبب شده است که به نوعی همه دنیا با مساله‌ای تحت عنوان بحران هویت روبرو شود. (منتظر قائم: ۱۳۷۷: ۲۵۲) به عنوان نمونه، رسانه‌ها به عنوان منبع اصلی بحران هویت به‌ویژه در اروپای شرقی ارزیابی می‌شوند زیرا بعد از فروپاشی شوروی و با از بین رفتن هویت تحمیلی سوسیالیستی، رسانه‌های جمعی چون متعلق به گروه‌های هویتی متفاوت در جامعه شدند، هریک نه تنها هویت متفاوتی معرفی می‌کنند، بلکه سلسه مراتب مختلف، هویت‌های متکثر به وجود می‌آید. در کشورهای اروپای شرقی تقریباً "فرآیند هویت‌یابی یا سیاست‌های هویتی و بخش اعظم آن توسط رسانه‌های جمعی سازماندهی و اداره می‌شود. پس از بررسی نظریه‌های مختلف در زمینه هویت، مدل علی تحقیق تنظیم گردید. لازم به اشاره است که تمامی متغیرهای موجود در مدل علی، از تئوریه‌ها و نظریه‌های هویت، استخراج گشته است.

مدل علی تحقیق

با توجه به مباحث نظری مشتق از ادبیات تحقیق مدل تحلیلی تحقیق ارائه می‌گردد. آن چنان که کوهن (Kuhlen) اشاره می‌کند، هر مدل شامل دو بخش است یکی مبنای منطقی و دیگری مکانیسم. مبنای منطقی به تبیین در مورد ماهیت پدیده‌های مورد نظر که به تعاریف لفظی مفاهیم مدل می‌انجامد اطلاق می‌شود. و مکانیسم نیز عبارت است از ساختار مفاهیم و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر. مدل علی تحقیق حاضر که بر اساس نظریات طرح شده در بالا ارائه شده، در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱- مدل علی تحقیق

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر از نوع بنیادی کاربردی است. روش تحقیق مورد استفاده میدانی است که از روشهای اسنادی نیز در مطالعات مقدماتی استفاده گشته است. تکنیک تحقیق پیمایش یا تحقیق زمینه یابی می باشد البته در تحقیق حاضر از تکنیک مطالعات کتابخانه ای نیز استفاده گشته است. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه خود اجرا می باشد که قسمتهای اصلی پرسشنامه شامل سئوالات مربوط به سنجش متغیر مستقل و سئوالات مربوط به سنجش هویت دینی به عنوان متغیر وابسته.

جامعه آماری تحقیق کلیه دانش آموزان دختر و پسر مشغول به تحصیل در پایه سوم متوسطه در نواحی چهار گانه شهر شیراز اند که حجم نمونه ای ۴۰۰ نفره بر اساس نمونه گیری انتخاب شدند. که پس از حذف پرسشنامه های مخدوش در نهایت ۳۸۵ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

در این تحقیق از دو نوع اعتبار صوری و اعتبار تجربی استفاده شد. در اعتبار صوری پرسشنامه توسط چند تن از اساتید جامعه شناسی مورد بررسی قرار گرفت. و نکات اصلاحی آنها در پرسشنامه قید گردید. در اعتبار تجربی با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی به بررسی اعتبار ابزار تحقیق پرداخته شد. در این روش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی به بررسی این امر پرداخته شد که آیا معرفهای یک متغیر در تحلیل عاملی قابلیت بار شدن بر روی یک عامل را دارند و یا در حقیقت قابلیت سنجش یک متغیر را دارند یا نه.

روایی به بررسی قابلیت تکرار پذیری ابزار تحقیق می پردازد در این تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ به بررسی این امر پرداخته شده است. ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده در مورد مجموعه معرف های متغیر بیانگر میزان روایی بالای تک تک متغیر های سازنده ابزار تحقیق می باشد (جدول ۱).

جدول ۱- روایی ابزار تحقیق

نام متغیر	میزان آلفای کرونباخ
استفاده از رسانه های گروهی	۰/۷۸۹۱
مقایسه اجتماعی	۰/۷۹۳۱
احساس نابرابری اجتماعی	۰/۷۷۵۴
رضایت اجتماعی و اقتصادی	۰/۸۶۹۵
مشروعیت نظام سیاسی	۰/۷۳۱۱
روایت هویت ملی	۰/۸۲۶۹
رویکرد مثبت به غرب	۰/۶۹۸۴
هویت زبانی - ادبی	۰/۷۲۳۹

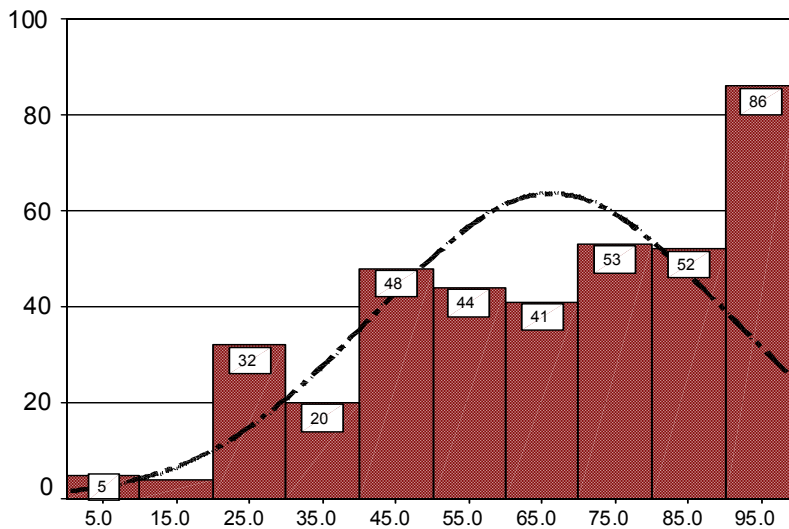
نتایج و یافته ها

توصیف هویت زبانی و ادبی: جدول ۲ توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفی هویت زبانی و ادبی را نشان می دهد و در شکل ۲ نیز نمودار آن ترسیم شده است.

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفی هویت زبانی و ادبی نشان می دهد.

		50	40	41	113	139
		(13.1%)	(10.4%)	(10.7%)	(29.5%)	(36.3%)
		108	48	60	96	64
		(28.7%)	(12.8%)	(16.0%)	(25.5%)	(17.0%)
		142	22	67	140	8
		(37.5%)	(5.8%)	(17.7%)	(36.9%)	(2.1%)

نمودار شماره (۲) توزیع فراوانی پاسخهای پاسخگویان به معرفی هویت زبانی و ادبی



آنچنانکه توزیع پاسخگویان بر روی مقیاس ۰ تا ۱۰۰ نشان می دهد که ۲۴ درصد دانش آموزان دارای هویت زبانی و ادبی در حد متوسط می باشند. ۶۰ درصد دانش آموزان با اخذ نمره بالاتر از ۶۰ دارای هویت زبانی و ادبی زیاد می باشند و ۱۶ درصد نیز دارای هویت زبانی و ادبی ضعیف هستند. با توجه به میانگین ۶۶/۳ می توان نتیجه گرفت که احساس تعلق به هویت زبانی و ادبی در دانش آموزان در حد بالایی می باشد. در جدول شماره ۳ نیز به تفکیک میزان احساس تعلق به هویت زبانی و ادبی آورده شده است.

جدول شماره ۳- درصد دانش آموزان دارای هویت زبانی و ادبی و دارای بحران

میزان احساس تعلق	هویت بالا	هویت متوسط	بحران هویت	میانگین (۰ تا ۱۰۰)
هویت زبانی و ادبی	٪۶۰	٪۲۴	٪۱۶	۶۶/۳

آماره های دو متغیری: به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته، یعنی هویت زبانی و ادبی از دو آزمون عمده استفاده گشت که شامل آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی است (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۴- ضرایب همبستگی متغیرهای مستقل با هویت زبانی و ادبی

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته (هویت زبانی و ادبی)
رسانه های گروهی	-۰/۱۴**
مقایسه اجتماعی	-۰/۰۳
نابرابری اجتماعی	-۰/۱۵**
رضایت اجتماعی	۰/۲۹**
مشروعیت نظام سیاسی	۰/۱۹**
رویکرد مثبت به غرب	۰/۱۴**
روایت هویت ملی	۰/۱۳**

** معنی داری در سطح ۹۹٪

همانطور که جدول ۴ نشان می دهد، از مجموع کل متغیرهای مستقل، متغیرهای احساس رضایت اجتماعی، رویکرد مثبت به غرب، مشروعیت نظام سیاسی و روایت هویت ملی با هویت زبانی و ادبی دارای معنی داری بالایی می باشد که نشان دهنده رابطه قوی مثبت میان این متغیرها و هویت زبانی و ادبی می باشد. بطوریکه با بالا رفتن این متغیرها، میزان هویت زبانی و ادبی افراد مورد بررسی افزایش پیدا می کند. متغیرهای استفاده از رسانه های گروهی (ماهواره- اینترنت- تلویزیون و CD های تفننی) و احساس نابرابری اجتماعی یک رابطه معنی دار منفی با هویت زبانی و ادبی دارد. بطوریکه با بالا رفتن این متغیرها در میان دانش آموزان از میزان هویت دینی آنها کاسته می شود. و نهایتاً متغیر مقایسه اجتماعی هیچ رابطه معنی داری با هویت دینی از خود نشان ندادند.

آماره های چند متغیری: در این مقاله از دو تکنیک تحلیل رگرسیون چند متغیره، جهت شناسایی سهم هر کدام از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته و تکنیک تحلیل مسیر جهت شناسایی مسیرهای علی معنادار استفاده گردید.

جدول شماره ۵ ضرایب استاندارد رگرسیون هویت زبانی و ادبی را بر اساس متغیرهای مستقل تحقیق در میان پاسخگویان نشان می دهد. یافته های جدول حاکی از آن است که ۷ متغیر مستقل در تحقیق در مجموع توانسته اند نزدیک به ۴۲ درصد از واریانس هویت زبانی و ادبی را تبیین کنند ($R^2 = 0/417$). ولی این ۴۲ درصد در R تعدیل شده به حدود ۳۹ درصد رسیده است ($R \text{ Adjusted} = 0/388$) که نسبت به R^2 حقیقی تر است؛ چرا که نسبت به افزایش متغیرها، حساسیت کمتری از خود نشان می دهد.

لازم به توضیح این نکته است که در هر مدل یک متغیر مستقل به همراه متغیرهای قبلی وارد معادله شده و این افزایش تراکمی متغیرها تا مدل آخر که همه متغیرها با هم وارد معادله می شود ادامه خواهد داشت.

جدول شماره ۵- ضرایب استاندارد رگرسیون هویت زبانی و ادبی روی متغیرهای مستقل

متغیرها	مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷
رسانه های گروهی	-/۱۲۵***	-/۱۲۷***	-/۱۲۰***	-/۱۱۵***	-/۱۱۰***	-/۱۲۲***	-/۱۳۱***
مقایسه اجتماعی	۰/۰۲۸	۰/۰۲۵	۰/۰۲۲	۰/۰۳۰	۰/۰۳۴	۰/۰۳۲	
نابرابری اجتماعی		-/۰/۰۸	-/۰/۰۷۴	-/۰/۰۷۷	-/۰/۰۷۵	-/۱۱۲*	
رضایت اجتماعی			/۲۳۷***	/۲۳۳***	/۲۲۵***	/۲۱۸***	
مشروعیت نظام سیاسی				۰/۰۳۵	۰/۰۳۷	۰/۰۴۲	
رویکرد مثبت به غرب						-/۱۲۶***	-/۱۳۸**
روایت هویت ملی							/۱۷۹***
ضریب تعیین (R ²)	/۳۲۴	/۳۲۵	/۳۵۴	۰/۳۹۰	۰/۳۹۵	۰/۴۱۲	۰/۴۱۷
ضریب تعیین تعدیل شده (R ² Adjusted)	۰/۳۱۷	۰/۳۲۰	۰/۳۳۱	۰/۳۴۰	۰/۳۴۵	۰/۳۶۲	۰/۳۸۸
تعداد مشاهدات	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵

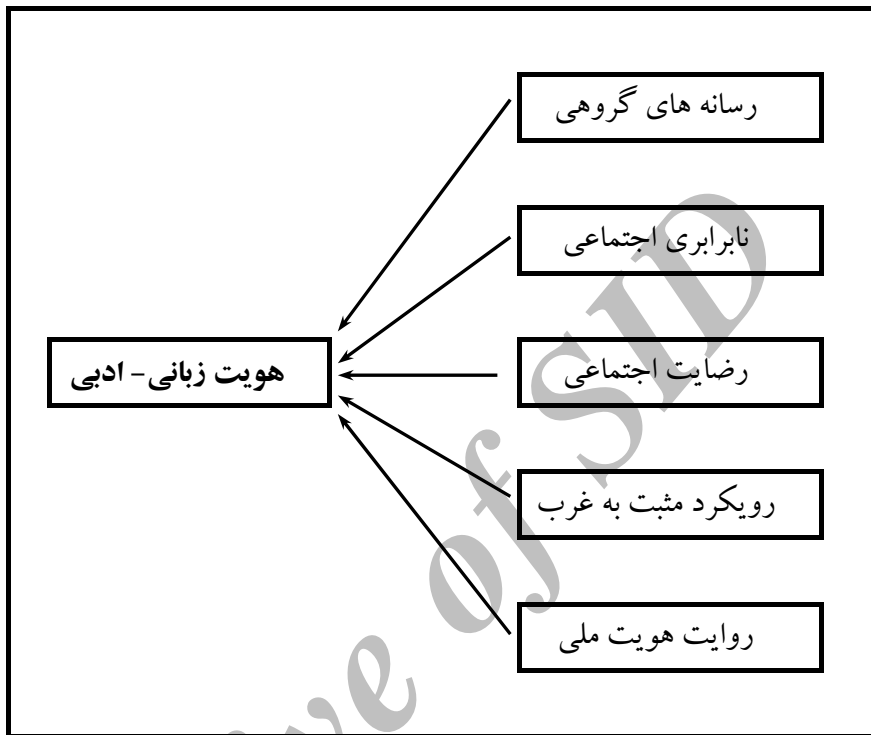
* معنی داری در سطح ۰/۰۵

** معنی داری در سطح ۰/۰۱

*** معنی داری در سطح ۰/۰۰۱

برای درک بهتر تأثیر متغیرهایی که به طور معنادار با هویت زبانی و ادبی رابطه داشته‌اند، مدل زیر (شکل ۳) همراه با معادله رگرسیونی آنها ارائه می‌گردد.

شکل ۳- مدل میزان تأثیرات همزمان متغیرهای مستقل بر هویت زبانی- ادبی

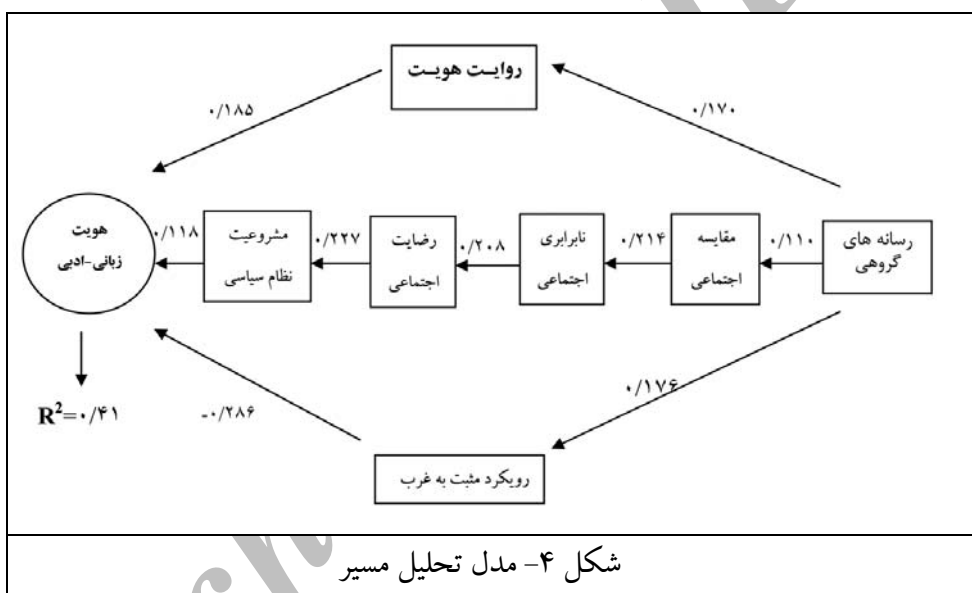


معادله رگرسیونی هویت دینی را می توان به صورت زیر ترکیب بندی نمود.

$$(روایت هویت ملی) ۰/۱۷۹ + (رویکرد مثبت نسبت به غرب) ۰/۱۳۸ - (رضایت اجتماعی) ۰/۲۱۸ + (نابرابری اجتماعی) ۰/۱۱۲ - (استفاده از رسانه های گروهی) ۰/۱۳۱ - ۰/۶۷ = \text{هویت زبانی و ادبی}$$

بر اساس شکل ۳، از جدول تحلیل رگرسیون، به ترتیب، به ازای یک واحد افزایش در استفاده از رسانه های گروهی (ماهواره- اینترنت- تلویزیون و CD های تفننی)، احساس نابرابری اجتماعی و رویکرد مثبت نسبت به غرب، به ترتیب ۰/۱۳۱، ۰/۱۱۲ و ۰/۱۳۸ از هویت زبانی و ادبی جوانان نمونه آماری کاسته می شود. همچنین به ازای یک واحد افزایش در احساس رضایت اجتماعی و روایت هویت ملی، به ترتیب ۰/۲۱۸ و ۰/۱۷۹ به هویت زبانی و ادبی جوانان افزوده می شود.

بعد از بررسی رگرسیونی، بر اساس شیوه تحلیل مسیر به بررسی فرضیات مکانیزمی و مکانیزمهای تأثیر متغیرهای مستقل بر هویت زبانی و ادبی پرداخته میشود تا تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر روی آنان حاصل آید. از سوی دیگر R^2 مدل که مبین برازش (FIT) مدل نظری تحقیق براساس داده‌های مشاهده شده است میزان تطابق مدل نظری با مدل تجربی را نشان خواهد داد (شکل ۴). (همانطور که مشاهده می‌شود تمامی مسیرهای مدل علی معنادار می‌باشند).



آنچنانکه مشاهده می‌شود از میان متغیرهایی که اثر مستقیم بر هویت زبانی و ادبی دارند، متغیرهای مشروعیت نظام سیاسی، و روایت هویت ملی رابطه معنی دار مثبت و رویکرد مثبت به غرب رابطه معنی دار منفی با هویت زبانی و ادبی دارند. همچنانکه مشاهده می‌شود، تمام مسیرهای موجود معنا دار بوده و بدین ترتیب متغیرهای مقدم عبارتند از:

- رسانه گروهی - مقایسه اجتماعی - احساس نابرابری اجتماعی - رضایت اجتماعی و اقتصادی - مشروعیت نظام سیاسی - هویت زبانی و ادبی

- رسانه های گروهی- رویکرد مثبت به غرب- هویت زبانی و ادبی
- رسانه های گروهی- روایت هویت ملی- هویت زبانی و ادبی

R^2 مدل ۴۱/. است که میزان تبیین واریانس هویت زبانی و ادبی به وسیله متغیر های مقدم را نشان می دهد که با توجه به میزان واریانس تبیین نشده e^2 که برابر ۵۹/. می باشد مدل نظری از برازش (fit) تقریبا مناسبی برای تحلیل هویت زبانی و ادبی برخوردار می باشد.

نتیجه گیری

با عنایت به آنچه که گفته شد، هویت زبانی و ادبی به عنوان یکی از اجزاء اساسی هویت فردی هر شخص به حساب می آید آنگونه که هر فرد در تعریف خود زبان خود را نیز بیان می دارد و خود را با آن تعریف می کند. اما این نوع از هویت در جوامعی مانند جامعه ما که صبغه و برجستگی زبانی در آن نمایان می باشد، از اهمیت به سزایی برخوردار است. داشتن احساس تعلق و دلبستگی به عناصر زبانی و ادبی می تواند همچون جوهری مشترک پیوند دهنده افراد در سطح جامعه باشد. از جمله عوامل تهدید کننده هویت زبانی و ادبی می توان به رسانه های جمعی اشاره داشت که پیامدهای واحدی را به جوامع مختلف ارسال می نمایند. همانطور که نتایج محاسبه ضرایب همبستگی نشان داد، متغیرهای استفاده از رسانه های جمعی و احساس نابرابری که یکی از مکانیسم های تاثیر رسانه ها بر هویت زبانی و ادبی می باشند، بر هویت زبانی و ادبی نمونه مورد بررسی تاثیر منفی داشت. در تحلیل رگرسیون نیز مشاهده گردید به غیر از دو متغیر نامبرده شده قبلی، متغیر گرایش مثبت نسبت به غرب نیز از جمله متغیرهای مکانیسمی می باشد که تاثیر منفی بر هویت زبانی و ادبی می گذارد. دانش آموزان مورد بررسی پابندی و تعلق خود را به عناصر هویت زبانی و ادبی نشان داده و اکثر آن ها با آگاهی از آن، خود را پابند نشان داده اند.

ببررسی نتایج حاصل از آماره های توصیفی و استنباطی مشاهده شد، اکثریت دانش آموزان دارای هویت زبانی و ادبی بالایی هستند بطوریکه تنها ۱۶ درصد دانش آموزان دارای هویت زبانی و ادبی ضعیفی هستند میانگین ۶۶/۳ نیز نشان دهنده این امر می باشد.

Archive of SID

منابع

- اشرفی، ابوالفضل (۱۳۷۷). **بی‌هویتی اجتماعی و گرایش به غرب: بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر بر گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگ غربی (رپ و هوی متال) در تهران**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). **رسانه ها و نوگرایی: نظریه ای اجتماعی درباره رسانه ها**. ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
- ترنر، جانان، اچ وال بیگلی (۱۳۷۱). **پیدایش نظریه جامعه‌شناسی**. ترجمه عبدالعلی لهسایی‌زاده. شیراز: شیرازه.
- تنهایی، حسین ابوالحسن (۱۳۷۴). **درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی**. تهران: انتشارات مرنديز.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹) «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه» **فصلنامه مطالعات ملی**، سال دوم، شماره ۵: ۱۹۳-۲۲۸.
- زاهد، سعید (۱۳۸۴) «هویت ملی ایرانیان» **راهبرد یاس**. شماره چهارم، زمستان: ۱۳۸-۱۲۹.
- عالم، عبدالرحمن (۱۳۷۷). **بنیادهای علم سیاست**. تهران: نی.
- کازنو، ژان (۱۳۷۰). **جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی**. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- کوزر، لوئیس (۱۳۶۸). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۷) «رسانه‌های جمعی و هویت» **فصلنامه مطالعات ملی**. سال دوم، شماره ۴.

Burke, peter (1991) "Identity Processes and social stress"
American Sociological Review, Vol 59 .

Heise, David R. (1998). **conditions for empathic solidarity, in the problem of solidarity, theories and models**. Edited by Patrick

Doreian and Thomas Fararo. Amsterdam: Gordon and Breach publishers

Kupper, Adam and F. Jessice Kupper (1996). *Social science Encyclopedia*. London: Rutledge .

Strikers, S. and Burke P. (2000) “The past, present and future of Social Identity theory” *Social Psychology Quarterly*, 63: 284-297 .

Archive of SID