



عنوان مقاله :

بررسی عوامل اجتماعی بر میزان گرایش به مبانی هویت فرهنگی کودکان

نام و نام خانوادگی نویسنده اول : مهتاب اسمعیلی

کارشناس ارشد زبان انگلیسی ، مدرس دانشگاه لرستان
آدرس پست الکترونیک نویسنده (moonlight.esmaili@yahoo.com)

نام و نام خانوادگی نویسنده دوم : محبوبه خیری حسن گویار

کارشناس ارشد رشته روانشناسی بالینی ، کارمند شبکه بهداشت شهرستان دلفان
آدرس پست الکترونیک نویسنده (s09389959095@gmail.com)

نام و نام خانوادگی نویسنده سوم : دکتر سعید رستمی

دکتری مدیریت آموزشی ، مدرس دانشگاه ، معلم دوره ابتدایی شهرستان دلفان و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی خرم آباد
آدرس پست الکترونیک نویسنده (saeidrostami98@gmail.com)

نام و نام خانوادگی نویسنده چهارم : آقاعلی نوروزی

دکتری زبان و ادبیات فارسی ، معلم شهرستان دلفان
آدرس پست الکترونیک نویسنده (alainourozi@gmail.com)

چکیده

هدف از پژوهش حاضر به بررسی عوامل اجتماعی بر میزان گرایش به مبانی هویت فرهنگی کودکان می باشد. پدیده انقلاب اسلامی ایران، چه به عنوان یک رخداد بی نظیر سیاسی- اعتقادی و چه به عنوان یک تحول عمیق فکری در عرصه زندگی اجتماعی انسان، منشأ مباحث و تأثیرهای گوناگونی در فضای جامعه ایران و عرصه های بین المللی شده، به گونه ای که تأثیرهای آن نه تنها بر دیروز و امروز، بلکه بر فردای جامعه بشری نیز انکار ناپذیر است. از سوی دیگر صبغه 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 گام های نخست به شمار آید. با توجه به اهمیت روز افزون میزان گرایش جوانان به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی، در این پژوهش با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایش و ابزار تحقیق پرسشنامه به دنبال پاسخ به این سؤال اصلی هستیم که گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان به چه میزان است و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن کدامند؟ جامعه آماری پژوهش حاضر کودکان پیش دبستانی شهرستان دلفان می باشد که تعداد ۱۳۲ نفر از آنان به عنوان 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 رسانه های خارجی، پایگاه اقتصادی، جنس و وضعیت اعتقادات والدین به عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان به میزان زیادی ($r=4/03$) می باشد و بین متغیرهای اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، میزان استفاده از رسانه های خارجی، جنس و وضعیت اعتقادات والدین به عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان رابطه معناداری وجود دارد؛ اما بین پایگاه اقتصادی و گرایش به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی ارتباط معناداری مشاهده نشد.

کلید واژگان: هویت فرهنگی، هویت فرهنگی انقلاب اسلامی، عاشورا، مهدویت، کودکان



مقدمه

آگاهی از سؤالاتی از قبیل که هستیم؟ چه هستیم؟ برای چه هستیم؟ و... به ذهن ما خطور می کند و درصدد هستیم به نحوی به آنها پاسخ دهیم. این سؤالات ما را متوجه ریشه و خاستگاه بنیادی خودمان می سازد. به عبارت دیگر، برای ریشه یابی هویت خود که همان تلاش برای تعیین آن است، حرکت می کنیم. برای دیگران نیز اهمیت دارد که ما به کجا تعلق داریم؛ بیشتر مردمی که با آنها برخورد می کنیم می کوشند 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 تفسیر پذیر، پیش بینی پذیر یا تحلیل پذیر نمایند. این جنبه ی اصلی آن چیزی است که وقتی درباره ی هویت^۱ سخن می گوئیم، به آن اشاره داریم (آلبرو، ۱۳۸۰: ۱۲۶).

هویت های متعددی برای انسان وجود دارد که هویت فردی، اجتماعی، ملی، مذهبی و قومی از آن جمله اند. اما هویت فرهنگی^۲ مشرف بر تمامی انواع هویت هاست و با آنها در ارتباط متقابل قرار دارد. هویت فرهنگی دارای ابعاد گوناگونی است. از جمله این ابعاد برآیند هویت های افراد در مقیاس جمعی به اضافه آموزش، جامعه پذیری^۳ و آداب و رسوم^۴ آنان می باشد که در زمینه های مختلف فردی، سیاسی و اجتماعی متجلی می شود (علیخانی، ۱۳۸۶). هویت فرهنگی به این دلیل که پاسخگوی سؤالات اساسی در بعد تکالیف جامعه ای می باشد برای کودکان فراهم کننده پایه و پشتوانه فکری برای رفتار و اندیشه های اجتماعی محسوب می شود و امروزه یکی از اساسی ترین مسائل پیش روی کودکان به شمار می رود که باید به آن پاسخ داده شود. هویت فرهنگی دارای مؤلفه های گوناگونی می باشد که از جمله مهم ترین آنها برای کودکان که آنها را از بیگانگی سیاسی و اجتماعی دور می سازد اهمیت به ارزش هایی است که به عنوان مبانی هویتی در انقلاب اسلامی ایران مطرح شدند.

پدیده انقلاب اسلامی ایران، چه به عنوان یک رخداد بی نظیر سیاسی - اعتقادی و چه به عنوان یک تحول عمیق فکری در عرصه زندگی اجتماعی انسان، منشأ مباحث و تأثیرهای گوناگونی در فضای جامعه ایران و عرصه های بین المللی شده، به گونه ای که تأثیرهای آن نه تنها بر دیروز و امروز، بلکه بر فردای جامعه بشری نیز انکار ناپذیر است. بی شک، 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 اندیشه های مشتاق تعامل با انقلاب اسلامی دشوارتر از پیش خواهد کرد (کوشکی، ۱۳۸۷: ۷). از سوی دیگر صبغه 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 گام های نخست به شمار آید. نوشتار حاضر می کوشد تا ضمن ارائه مفهوم برگزیده خود از مقوله هویت فرهنگی و مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی به بررسی میزان گرایش کودکان شهر کرمانشاه به مبانی هویت فرهنگی انقلاب اسلامی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن بپردازد.

هویت فرهنگی^۵ مجموعه ارزش ها، باورها، سبب ها و... است که سبب شناخته شدن و متمایز کردن فرد و جامعه از دیگر افراد و جوامع می شود. از این رو، هویت فرهنگی بر سه مدار پیوسته با یکدیگر حرکت می کند که حول یک محور می چرخند: ۱. فرد درون گروه و جماعت واحد، که می تواند در قبیله، طایفه یا گروه اجتماعی ظهور می کند ۲. و گروه های مدرن ملت ها که هویت فرهنگی مشترکشان به منابه وجه تمایز آنان هویت فردی، گروهی و ملی را می توان از یکدیگر متمایز کرد. رابطه میان این سه، ثابت و یکنواخت نیست، بلکه در آن جذر و مدهای دائمی وجود دارد و در بین آنها، در موقعیت های مختلف، تغییراتی پیش می آید؛ تغییراتی که برآمده از تقابل ها، همکاری ها و فقدان آنهاست که بر اساس منافع و مصالح فردی، جمعی و ملی ایجاد می شود (رهبری، ۱۳۸۰: ۵۷؛ برگرفته از جوادی یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷). به نوعی می توان گفت که هویت فرهنگی حاکی از تداوم بین گذشته و حال است و نفس این تداوم، خود بر شناخت گذشته دلالت می کند. شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان هر کشور از اجزای مهم هویت ملی دانست که توافق فرهنگی را

۱ . Identity
۲ . Cultural identity
۳ . Sociability
۴ . Customs
۵ . Cultural Identity

سبب می شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی، همه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربر می گیرد که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه، ما را تحت تأثیر قرار می دهد و از نشانه های تاریخ هر فرهنگ و ملت به شمار می رود. باید گفت که میراث فرهنگی هر ملت، که در هویت ملی آن مؤثر است، مشتمل بر مجموعه مناسک عام، شیوه های معماری، سنت ها، اعیاد، اسطوره ها، عرف ها و فولکلور است. بنابراین، تعلق خاطر و علاقه مندی 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 سنت های ملی وی را تقویت می کند (حاجیانی، ۱۳۷۹: ۲۲۰؛ برگرفته از جوادی یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷).

از نظر «مکنزی»^۶ نظام فرهنگی به افراد یک گروه هویت فرهنگی می بخشد و «هویت ملی» تنها یکی از مولفه های چهارگانه هویت فرهنگی است. سه نوع دیگر آن عبارتند از: هویت نژادی هویت دینی و هویت طبقه ای. این تقسیم بندی در کشور ایران می تواند شامل هویت دینی، هویت ملی و هویت قومی باشد. اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی یا ناسیونالیسم بنامیم تعریف دقیق تر آن عبارتست از وجود احساس مشترک یا وجدان و شعور جمعی در میان عده ای از انسان ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می سازند. این وجدان جمعی است که میان افراد حاضر در جامعه و بین آنها و گذشتگان، رابطه و دلبستگی هایی ایجاد می کند و روابط و مناسبات آن ها را با هم و با سایر ملل رنگ می دهد و آمل و آرمان های آنان را به هم نزدیک و منطبق می سازد (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۱۸).

به نظر گیدنز^۷ هویت در رابطه با فرهنگ است و عبارت است از خود آن طوری که شخص از خودش تعریف می کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می کند و در جریان زندگی پیوسته آن را تغییر می دهد؛ هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده ی پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن می باشد (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱)؛ وی می گوید «نیروی اساسی اغلب کنش ها (در جامعه جدید) مجموعه ای 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 هستی شناختی (یا حس اعتماد) است. چون انسانها میل دارند در روابط اجتماعی از میزان اضطراب خود بکاهند، این فرایند ناآگاهانه قبل از مکانیزم زبان آموزی و آگاهی قطعی بوجود می آید 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 کنش های اجتماعی فرد به وی تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را بطور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت های 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 می کنند به علاوه در ایجاد بعضی از تأثیرات اجتماعی دنیای اطراف خود مشارکت دارند در نتیجه افراد با انتخاب های متعددی روبرو می شوند که جوامع امروزی در پیش روی آنها قرار داده است و این وضعیت سبب می شود که افراد در تشکیل هویت خود دارای تنوع و گوناگونی مراجع هویت ساز 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 می دهند (گیدنز، ۱۳۸۵: ۵۶).

از نظر استرایکر نیز عمل به انتظارات فرهنگی که از عوامل موثر بر هویت جمعی است، رعایت آزادی در تعاملات را هم تضمین می کند. «کلنر» نظام آموزش عام را سبب تجانس فرهنگی می داند که قواعد مشترکی را برای تعاملات اجتماعی فراهم می نماید و عمل به این قواعد مشترک موجب ناسیونالیسم یا تعهد ملی عام می گردد (رزازی فر، ۱۳۷۹: ۱۱۲).

استرایکر و سرپ به تعهد کنش متقابلی که از طریق ارتباط با شبکه های مختلف روابط مشخص می شود، اشاره می کنند و می گویند:

«افراد خاص که شبکه های کنش متقابل را شکل می دهند از طریق چنین ساختارهای اجتماعی با تأثیر روی تعهدات مستقیمیما بر هویت موثر می گردند» (رزازی فر، ۱۳۷۹: ۱۱۳). یکی از مشهورترین صاحب نظرانی که به طور جدی به طرح نظریه

⁶ . Mak-Kenzi

⁷ . Giddens

هویت پرداخته است تاجفل^۸ 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. بر این 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.

تاجفل هویت اجتماعی را با عضویت گروهی پیوند می‌زند و آن را متشکل از سه عنصر می‌داند: عنصر شناختی^۹ (آگاهی از اینکه فرد به یک گروه تعلق دارد)، عنصر ارزشی^{۱۰} (فرضیاتی درباره پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی) و عنصر احساسی^{۱۱} (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 (گل محمدی، 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. به زعم 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 مفهوم سازی شود. به زعم بورديو، سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه 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^{۱۲}، یعنی ثروت و پولی که هر بازیگر (کنشگر) اجتماعی در دست دارد و شامل درآمدها و بقیه انواع منابع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند.

ب) سرمایه اجتماعی^{۱۳}، 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 دست آید. اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی از مهم‌ترین ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشند.

ج) سرمایه فرهنگی^{۱۴}، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند.

ت) سرمایه نمادین^{۱۵}، 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: ۲۳ - ۱۴). عاملان اجتماعی در ویژگی اول بر اساس میزان کلی سرمایه‌ای که در شکل‌های متفاوت آن دارا هستند، و در ویژگی دوم بر اساس ساختار سرمایه‌شان، یعنی بر اساس وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه، اقتصادی و فرهنگی، که به صورت جداگانه دارا هستند، توزیع می‌شود.

^۸ . Tajfl

^۹ . Cognitive element

^{۱۰} . Value Element

^{۱۱} . Emotional Element

^{۱۲} . Economic capital

^{۱۳} . Social Capital

^{۱۴} . Cultural Capital

^{۱۵} . Symbolic capital

بیان مساله

بورديو، در سطح کلان به ساختارها یا حوزه های تعاملاتی اشاره می کند که هر کس بر حسب میزان سرمایه کلی (مجموع دو نوع سرمایه اقتصادی و فرهنگی) و بر اساس ساختار سرمایه (بر حسب وزن نسبی انواع مختلف سرمایه اقتصادی و فرهنگی که در مجموع کل دارائی دارد)، در میدان اجتماعی توزیع و جایگاه و پایگاه اجتماعی پیدا می کند و در جوار کسانی جای می گیرد که از لحاظ سرمایه کلی با او مشابه هستند. افراد دارای پایگاه مشابه و تعاملات مشترک از عادت واره و الگوی کنشی نسبتاً همسو و هماهنگی برخوردارند و هویت افراد را شکل می دهد. عادت واره ماتریس ادراکات و ارزیابی است و مشخص کننده و سازمان دهنده ی جهان بینی افراد و نحوه عمل آنها در جهان اجتماعی است و مبین خصلت رفتاری است که در ذیل نوعی فضا و میدان اجتماعی معنا پیدا می کند (بورديو، ۱۹۸۰: ۴۸۶).

بورديو، با تفکیک عادت واره فردی و طبقه ای بر این باور است که عادت واره فردی، از فردیت و ادراکات بلافصل شخص و هویت فردی جدایی ناپذیر است و عادت واره طبقه ای که از موقعیت اجتماعی - اقتصادی و جایگاه عاملان اجتماعی در ساختارها و میدان های تعاملاتی نشأت می گیرد، بر هویت های جمعی مشترک دلالت دارد و نشانگر بازنمایی عاملان از محیط هنجاری و پنداشتی است که از جهان اجتماعی و از جایگاه شان در آن دارند. عادت واره طبقه ای، در سبک زندگی افراد متعلق به گروه ها و طبقات مختلف به گونه ای نمود می یابد که از ذائقه غذایی تا سلاطین زیبایی شناختی و نگرش های سیاسی که در برگزیده ی هویت سیاسی آنان است را جهت می بخشد (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۱۶ - ۱۱۲).

بورديو جایگاه قابل توجهی را برای میدان قدرت قائل است، و در درون همین میدان انواع سرمایه بر هویت افراد تأثیر می گذارد (قادرزاده و معیدفر، ۱۳۸۹). به نظر وی، میدان قدرت، به منزله ی نوعی فرامیدان، اصل سازمان دهنده ی تمایز و منازعه در همه میدان ها است و طبقه اجتماعی مسلط را تعیین می کند. ساختار تقاطعی سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی در همه ی میدان های اجتماعی از جمله میدان قدرت حاکمیت دارد. با این وجود، میدان قدرت فضای بازی ای است که دارندگان سرمایه های گوناگون به ویژه برای اعمال قدرت به دولت درون آن به نبرد می پردازند (بورديو، ۱۹۹۵: ۱۲۱). با توجه به دیدگاه بورديو می توان گفت که افراد حاضر در یک جامعه از لحاظ انواع سرمایه متفاوت هستند و دارای پایگاه ها و عادت واره های متفاوتی هستند که در کم و کیف تعلقات جمعی و هویت آنان نمود می یابد. بنابراین بر طبق نظر بورديو می بینیم که انواع مختلف سرمایه و ابعاد آنها بر هویت افراد دارای تأثیر است.

رهبر انقلاب اسلامی ضمن ارائه برداشت های 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 سازمان دهی بسیج هوشمند، آگاهانه و انقلابی توده های 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، 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 می شود، به گونه ای منشأ آثار عمیق و مانایی در تحولات داخلی منطقه ای و بین المللی شده است

روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس نوع داده های جمع آوری و تحلیل شده، تحقیقی کمی است و از لحاظ نوع برخورد با مسأله مورد بررسی و ورود به آن مطالعه ای میدانی است. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش پیمایش می باشد. در مطالعه میدانی، برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پیش از آغاز پیمایش، پرسشنامه ی ابتدایی مورد آزمون اولیه قرار گرفت و با استفاده از نتایج به دست آمده، نقایص موجود برطرف و پرسشنامه نهایی تنظیم شد. جامعه آماری این مطالعه کلیه ی کودکان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر کرمانشاه می باشد. از آنجا که به طور طبیعی امکان مطالعه دیدگاه های تمامی شهروندان وجود نداشت از شیوه ی «نمونه گیری» برای تبیین نظریات افراد مورد مطالعه استفاده شده است و بر اساس آن تعدادی از افراد (۳۸۰ نفر) که معرف جامعه آماری تشخیص داده شدند به عنوان نمونه انتخاب و مطالعه شده است. روش نمونه

گیری در این پژوهش شیوه نمونه گیری دو مرحله ای با استفاده از نمونه گیری خوشه ای و سپس نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. پس از گردآوری داده ها تجزیه و تحلیل آن ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS انجام گردید و در این رابطه برای آزمون فرضیات، تست های آماری متناسب با هر فرضیه بکار گرفته شد. در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم به مشاوره و بهره گیری 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 گویه هایی که موجب کاهش آلفا شدند حذف گردیدند تا اینکه پرسشنامه نهایی با ضریب آلفای بالا استخراج گردید.

چهارچوب نظری

هویت تأسیسی

هویت تأسیسی، هویتی است که فرد یا جامعه در ابتدای سازمان دهی توانمندی های خود با استناد ذهنی و عملیاتی به آن، ظهور کردار فردی و جمعی خود را بر پایه آن پایه ریزی کرده است و با استخراج دلایل انگیزشی و ایدئولوژیکی خود از متن این هویت، از آن بهره می جوید. در انقلاب اسلامی ایران، اسلام راستین و عاشورای حسینی به منزله اوج تقابل جبهه حق و باطل (و مادی گرایی متظاهر به حق گرایی)، به عنوان هویت تأسیس کننده انقلاب اسلامی به کار گرفته شده است، به گونه ای که با توجه به ریشه های تاریخی و رسوخ عاطفی و ایدئولوژیکی و عمیق این هویت در فرهنگ تاریخی ایرانیان، توانست یک بار دیگر جنبشی فکری- سیاسی هم سنگ تقابل جبهه حق و باطل در صدر اسلام پدید آورد.

کمتر نویسنده یا سیاست مداری را می توان در حوزه تحلیل علل و زمینه های به وجود آورنده و هویت تأسیس کننده انقلاب اسلامی یافت که دین را به عنوان 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 حمایت های همه جانبه اقتصادی، سیاسی، نظامی و امنیتی قدرت های خارجی به ویژه آمریکا از رژیم شاه را از نزدیک می دیدند، از نقش مذهب و دین به عنوان شگفت انگیزترین متغیر در بسیج مردم و هدایت تمام مطالبات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یاد کرده اند. برای مثال، فریدون هویدا (سفیر شاه در سازمان ملل) در کتاب سقوط شاه، درباره عامل هویت بخش انقلاب و پدیدآورنده آن می نویسد: «مردم سر به زیر ایران، قدرت رام نشدنی خود را از ایمان و اعتقاد مذهبی عمیق کسب کرده اند؛ 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 معرفت شناسانه و کارکردی داشته باشیم، این است که اگر چه اسلام عامل برانگیزاننده و هویت بخش مبارزات انقلابی مردم ضد دستگاه سلطنت پهلوی به شمار می آید، همین دین تا چند سال پیش از آغاز نهضت اسلامی هم در ذهن و دل توده های مردم جاری و حاضر بود، ولی هرگز قادر به هویت بخشی به زندگی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایرانیان نبود. با ظهور حضرت امام خمینی (ره) و ارائه برداشت های کارکردگرایانه ایشان از دین و نیز دعوت ایشان از مردم برای ایجاد جنبه های گوناگون حیات فردی و اجتماعی بر اساس مبانی و غایات دینی، اسلام در آغاز مبارزات مردم بر ضد دستگاه سلطنت پهلوی به عامل هویت بخش تبدیل شد. در این میان، مبارزاتی شیعی که در صدر آنها حادثه عاشورا قرار دارد، در بسیج و متمرکز سازی 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 آرمان گرایی معطوف به دین و جان گذشتگی و دست شستن از مواهب دنیای مادی برای تحقیق اهداف و آمال متعالی دینی است. از این رو، استفاده از نماد عاشورا و عامل شهادت به عنوان برنده ترین سلاح در دست مردم رویارویی با ابزارهای مادی قدرت های مستکبر و جبار، یکی از اصلی ترین شیوه های مبارزاتی امام خمینی (ره) بود که نقش تعیین کننده ای در هویت بخشی به چپستی مبارزات انقلابی بر ضد رژیم پهلوی داشت (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۱۴).

هویت تداومی

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

در انقلاب اسلامی ایران به دلیل تعارض فکری و ایدئولوژیکی انقلاب اسلامی با نظام سلطه بین المللی، تداوم هویت عاشورایی و اسلام اصیل و انقلابی، تنها عاملی است که تاکنون یاری رسان مواجعات بنیادین انقلاب اسلامی در برابر با مستکبران بین المللی و منطقه ای در عرصه های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بوده است. تداوم این هویت و از آن مهم تر، لزوم تداوم آن، در آثار و اندیشه های امام خمینی (ره) به عنوان ترسیم کننده 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، چارچوب و محتوای انقلاب اسلامی تشکیل می داد، در مرحله تداوم انقلاب، یعنی در دوران پس از پیروزی نیز همان هویت، تداوم بخش حیات و استمرار این نهضت به شمار می رود. انقلاب اسلامی که در دوران مبارزه، با نمادین کردن تعالیم دینی در حوزه های 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 آرمان ها و گذاره های تعالی بخش اسلام، پای بندی نظام جدید به اهداف اعلام شده در دوران مبارزه را نشان دهد و ضمن صیانت از عوامل و متغیرهای هویت بخش در دوران پیدایی و تأسیس نهضت، دوران تداوم انقلاب را نیز با استفاده از همان هویت به پیش ببرد. هویت عاشورایی انقلاب اسلامی، هویتی زوال ناپذیر در مسیر مبارزه مستمر با ستمگران جهانی و قدرت های مستبد بین المللی است. از این رو، عاشورا همچنان به عنوان عامل هویت بخش در دوران تداوم انقلاب اسلامی به شمار می رود.

استمرار هویت تأسیسی انقلاب اسلامی در دوران تداوم آن سبب استمرار همراهی مردم با جمهوری اسلامی می شود، به گونه ای که مردم تحقق نسبی آرمانها و آرزوهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی خود را در برنامه ها و سیاست های جمهوری اسلامی می بینند. مینو صمیمی در این باره می نویسد: «از نظر من که ایرانی ها را می شناسم، هیچ جای تعجب نیست که توده مردم ایران با ایمان خالصانه ای که در آنها سراغ داریم، اوضاع رژیم فعلی را به مراتب بیش از تشریفات و ظواهر مجلل رژیم قبلی با هویت خویش سازگار می دانند» (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۴).

در اینجا نکته بسیار مهمی که بیان آن از منظر جامعه شناسی دین کاملاً ضروری به نظر می رسد، این است که مردم ایران با هوش و عقل جمعی خود به راحتی میان هویت و معاش خود تفاوت قائل شده و از سوی دیگر، به درستی اولویت هویت بر نیازمندی های مادی را تشخیص داده و حرکت های تاریخی و اقدام های جمعی خود را بر مبنای این دو اصل، یعنی تفکیک هویت از معاش و اصالت قایل شدن بر هویت در مقابل نیازهای مادی، قرار داده اند. این موضوع را می توان در طی دوران سی ساله 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 برنداشته اند، بلکه ضمن درک تاریخی و کارکردگرایانه دین و مشاهده سودمندی آن در سامان دهی 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 می نویسد: «حالتی که در ایران پس از انقلاب حکم فرماست، دقیقاً با روح و قلب و اعتقاد مردم ایران هماهنگی دارد. آنها احساس می کنند که خداوند در میانشان حاضر است و آیت الله خمینی (ره) را مظهری از امام دوازدهم غایب خود می دانند» (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۴).

تداوم هویت عاشورایی و استفاده از سلاح و منطق شهادت در رویا رویی با قدرت های استکباری، به جغرافیای سیاسی ایران محدود و منحصر نشده و جنبش های اسلامی و متأثر از انقلاب اسلامی را نیز تحت تأثیر قرار داده است. مینو صمیمی در بخش دیگری از کتاب خود، ضمن بر شماری چگونگی تأثیر گذاری عنصر شهادت خواهی و از جان گذشتگی در تداوم انقلاب اسلامی می نویسد: پدیده ای جدید که توجه کارشناسان را به خود جلب کرده است، شوق به شهادت است که آثار حیرت آور آن را می توان در حملات انتحاری مردان و زنان شیعه در لبنان مشاهده کرد (صمیمی، ۱۳۶۸: ۱۳).

هویت غایتی

اگر تحولات تاریخی را در یک نمودار خطی فرض کنیم، می توانیم برای فرآیندها و گذرهای تاریخی، نقطه ای را در نظر بگیریم که در اندیشه سیاسی از آن به عنوان نقطه آرمانی یا مدینه فاضله یاد می شود و در واقع، هدف هنجاری آن تحولات و رویدادها به شمار می رود. این غایات تاریخی (یا همان مدینه فاضله) دقیقاً محل تحقیق همه هدفها، آرمانها و تصورات تاریخی یک مکتب و ایدئولوژی است. از دیدگاه آسیب شناسی 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 تضمین کننده سلامت هنجارها، شیوه ها، طرح ریزی ها و سیاست گذاری های 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 پدیدآوردنندگان آن جنبش و نیز هواداران آن، روشن، عینی و شناخته شده و از استفهام های معرفتی و هنجاری به دور باشد، به همان میزان می توان به پیروزی آن تحول در رویارویی با بن بست ها و معضلات ایجاد شده و به دست رقیبان و مخالفان امیدوار بود (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۳ - ۱۰).

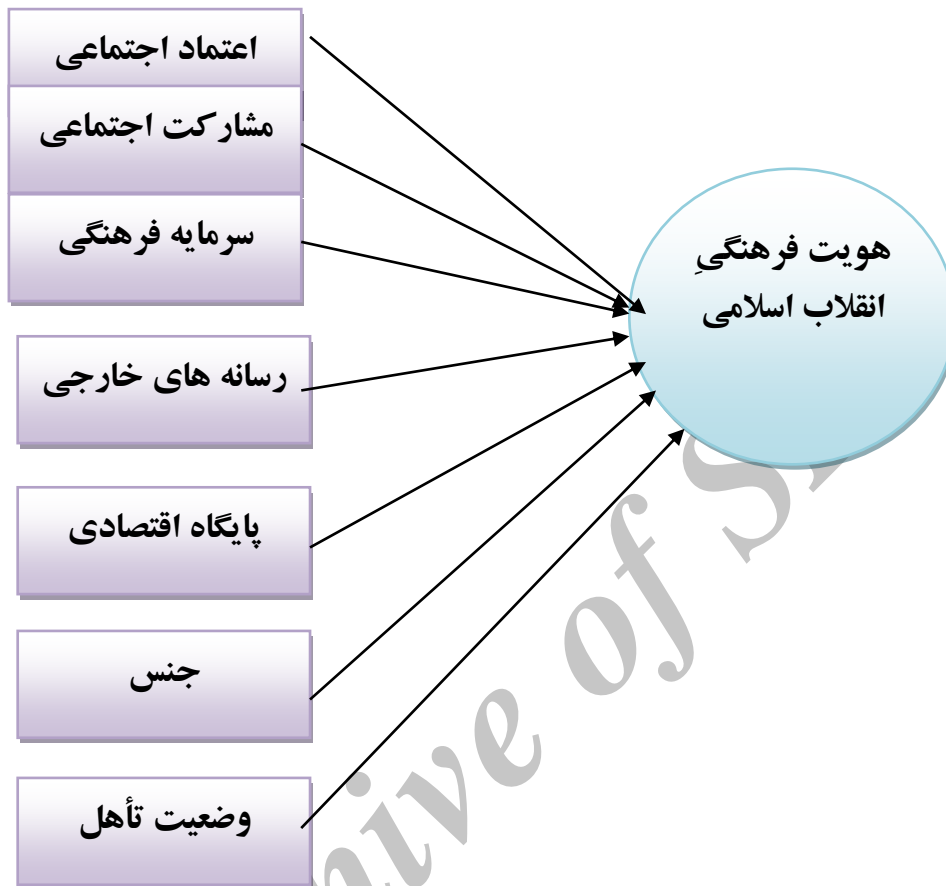
در انقلاب اسلامی ایران، اتصال این انقلاب به انقلاب جهانی حضرت مهدی (عج) و لزوم توجه حکومت و مردم به اصل انتظار ایجابی به معنای فراهم سازی مقدمات لازم تحقق یک وعده تاریخی، از سفارش های مؤکدی است که امام خمینی (ره) به عنوان هدف و هویت غایی انقلاب اسلامی بر آن تصریح و تأکید داشته است.

انقلاب اسلامی به عنوان یک تحول بنیادین اجتماعی و سیاسی در سطوح داخلی منطقه ای و بین المللی که مبانی و غایاتی ضد مشهورات و مقبولات رایج در دنیای معاصر دارد و نیز به دلیل تضاد فلسفی با بنیان های فکری مدرنیته غربی - که کشور ما را نیز قبل از انقلاب در آستانه سیطره کامل قرار داده بود - مورد توجه و بررسی بسیاری از نویسندگان و سیاستمداران، روزنامه نگاران و مراکز علمی و پژوهشی غرب قرار گرفته است که می تواند بازگشت به انقلاب اسلامی به مرجعی کاملاً متباین و متضاد با فرهنگ و غایات ماتریالیسم^{۱۶} معاصر را اثبات کند و با به نمایش گذاشتن اهداف متعالی و آرمانی انقلاب اسلامی، آلوده نبودن این پدیده به اغراض سیاسی رایج و متعارف در انقلاب های جهان و مبارزات سیاسی را نشان دهد (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۳ - ۱۰).

همه مکتب ها و نهضت ها و جنبش های فکری، سیاسی و اجتماعی، همواره مدینه فاضله ای را برای مخاطبان و هواداران خود ترسیم می کنند و با امید به رسیدن به آن مدینه، توان های فردی و جمعی هواداران و معتقدان به مکتب خود را مسیر تحقق اهداف و برطرف کردن موانع پیش روی خود به کار می گیرند. در انقلاب اسلامی ایران، هدف نهایی نهضت انقلاب اسلامی چیزی نیست جز فراهم سازی مقدمات لازم برای ظهور منجی نهایی و موعود آل محمد (ص). چنین غایت مقدس و انسان گرایانه ای به قدری شیرین و جذاب و در عین حال واقع گرایانه است که هر انسان طالب کمال و عدالت و آزادی و رفاه و امنیت را به سوی خود می کشاند. فریدون هویدا در این باره می نویسد: «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 قرار دادن توانمندی های به دست آمده در پرتو حکومت اسلامی ایران در اختیار آخرین امام برای مبارزه با ستمگران و مستبدان به منظور تحقق عدالت و آزادی استین در سراسر دنیا (کوشکی، ۱۳۸۷: ۱۸).

¹⁶ . Materialism



مدل نظری پژوهش



فرضیه های تحقیق

- ۱- بین میزان اعتماد اجتماعی کودکان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین میزان مشارکت اجتماعی کودکان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- ۳- بین میزان سرمایه فرهنگی کودکان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- ۴- بین میزان استفاده از رسانه های خارجی در میان کودکان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- ۵- بین پایگاه اقتصادی کودکان و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان آنان رابطه وجود دارد.
- ۶- بین وضعیت تأهل و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان رابطه وجود دارد.
- ۷- بین جنس و گرایش به هویت فرهنگی انقلاب اسلامی در میان کودکان رابطه وجود دارد.

یافته ها

تحلیل فرضیات:

فرضیه اول: به نظر می رسد بین هویت، درآمد خانواده و سبک زندگی رابطه وجود دارد.
جدول شماره ۲: تاو بی

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.207	.068	3.029	.002
N of Valid Cases	274			

با توجه به جدول شماره ۲ مقدار تاو بی محاسبه شده $T^b = 3/0.29$ و سطح معنی داری آن $(0/0.02)$ که کمتر از $sig = 0/0.05$ می باشد در نتیجه بین درآمد خانواده و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد، در نتیجه فرضیه فوق اثبات می شود. (محاسبه شده $sig = 0/0.02$)

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین هویت، تحصیلات والدین و سبک زندگی رابطه وجود دارد.
جدول شماره ۳: تاو بی

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	.279	.079	3.983	.000
N of Valid Cases	274			

با توجه به جدول شماره ۳ مقدار تاو بی محاسبه شده $T^b = 3/983$ و سطح معنی داری آن $(0/0.0)$ که کمتر از $sig = 0/0.05$ می باشد، در نتیجه بین تحصیلات والدین و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد. در نتیجه فرضیه دوم تحقیق مورد تایید قرار می گیرد. (محاسبه شده $sig = 0/0.0$)



فرضیه سوم: به نظر می رسد بین هویت ، منزلت شغلی والدین و سبک زندگی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۴ : تاوویی

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	56.2	.081	3.219	.034
N of Valid Cases	274			

با توجه به جدول شماره ۴ مقدار تاوویی محاسبه شده $T^b = 3/219$ و سطح معنی داری آن (۰/۰۳۴) که کمتر از (sig=۰/۰۵) می باشد، در نتیجه بین منزلت شغلی والدین و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد. در نتیجه فرضیه سوم تحقیق نیز مورد تایید قرار می گیرد. (محاسبه شده $sig = 0/034$)

فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین هویت، سبک زندگی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۵: آزمون تی تست

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	f	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
vazeiat taahol Equal variances assumed			-1.127	158	.011	-.11250	.09983	-.30968	.08468
Equal Variances not assumed	1.759	.049	-1.127	157.729	.011	-.11250	.09983	-.30968	.08468

طبق جدول ۵ نتایج آزمون تی تست نشان می دهد که بین هویت، سبک زندگی با توجه به سطح معناداری بدست آمده (۰/۰۴۹) در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین می توانیم بگوییم که بین هویت، سبک زندگی تفاوت وجود دارد و در نتیجه فرضیه فوق تأیید می شود.

بحث و نتیجه گیری

هویت انسان معاصر به روایت آنتونی گیدنز و بسیاری از نظریه پردازان اجتماعی دیگر خصلت «باز اندیشانه یا بازتابی» دارد، بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی، ظهور دانش ها، دانستنیها و بخصوص تکنولوژی ارتباطی و رسانه ای جدید است. ما هر روز در معرض آگاهی ها و شناخت های تازه ای در زمینه های مختلف تغذیه، بهداشت، درمان، مسکن، پرورش کودک، اشتغال، پوشش و لباس، آموزش و پرورش و دیگر موضوعات زندگی هستیم، که این فرآیند تدریجاً باعث تغییر «سبک زندگی» ما و تغییر روحیاتمان می شود.

در این میان پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده عامل مهمی در جهت حفظ و گسترش سبک زندگی به حساب می آید. در بین طبقات اجتماعی، طبقه ثروتمند همواره سعی می کند خرید کالاهای گران قیمت را به انحصار خود درآورد و امتیازات گونه های مفید اجتماعی و آموزشی را تا آنجا که با هزینه سر و کار دارد انحصاری کند. زیرا استفاده از کالاهای گران قیمت به سبب هزینه بر بودن تنها در انحصار اقشار بالای جامعه است. اگرچه تمامی کالاهای فرهنگی از جمله رادیو و تلویزیون، کتاب و روزنامه هزینه چندانی در بر ندارد اما بر این اساس این انتظار وجود دارد که کالاهای گران قیمت تر مانند؛ ماهواره، سینما،

تئاتر، کالاهای لوکس، ورزشهای گران قیمت و... منحصر به قشرهای بالای جامعه باشد. همچنین طرفداری از انواع موسیقی در بین قشرهای گوناگون متفاوت است.

بعضی از سلیق و الگوهای رفتاری با برخی از طبقات و یا درجات تحصیلی خاص یا هر دوی آنها در رابطه هستند. بنابراین، سطح تحصیلی، شغلی و اقتصادی باعث بوجود آمدن یک سلیقه خاص و علاقه خاص (برای مثال در مورد نحوه گذران اوقات فراغت) می شود. تمام تفاوت های موجود در الگوهای رفتاری افراد به نوعی به ارزشها و جهت گیریهای ارزشی افراد مرتبط می شوند. ارزشهای مورد قبول فرد از طریق والدین، دوستان، محیط های آموزشی و کاری و... از طریق نهادهای اجتماعی، طی مراحل مختلف فردی سازی و اجتماعی سازی به فرد منتقل می شود.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین هویت، درآمد خانواده و سبک زندگی رابطه وجود دارد. درآمد پدر ۴,۶٪ از جوانان کمتر از ۳۰۰ هزار تومان، ۲۴,۶٪ بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان، ۱۸,۸٪ بین ۵۰۰ تا ۷۰۰ هزار تومان، ۲۱,۳٪ بین ۷۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان، ۱۷,۹٪ بین ۹۰۰ هزار تا ۱ میلیون صد هزار تومان، ۱۲,۹٪ ۱ میلیون صد هزار تومان و بالاتر است. کودکانی که سطح درآمد والدینشان بود بیشتر به پوشاک و تناسب اندام خود اهمیت داده، مارک دار بودن پوشاک و لباس برایشان اهمیت بیشتری دارد و بیشتر به پزشک مراجعه می کنند و به نسبت دیگر کودکان که سطح درآمد خانواده آنها پایین تر است، از ورزشهای گران قیمت تری استفاده می کنند، و در گذران اوقات فراغت بیشتر به تماشای ماهواره، رفتن به سینما و کنسرت می پردازند.

وجود ارتباط بین هویت، تحصیلات والدین و سبک زندگی جوانان نیز اثبات شده و جوانانی که پدرشان دارای تحصیلات بالاتر (لیسانس و فوق لیسانس) است بیشتر از دیگر کودکان به کالاهای فرهنگی علاقه داشته و ساعات مطالعه آنها بیشتر بوده و در اوقات فراغت خویش بیشتر به فعالیتهای فرهنگی می پردازند. از ۳۸۰ نفر جمعیت نمونه، پدر ۷,۹٪ از کودکان بیسواد، ۲۵٪ ابتدایی و سیکل، ۳۳,۸٪ دیپلم، ۲۴,۶٪ فوق دیپلم و لیسانس و ۸,۸٪ فوق لیسانس و بالاتر بود.

همچنین وجود ارتباط بین هویت، منزلت شغلی والدین و سبک زندگی جوانان نیز تأیید و فرضیه فوق اثبات می شود. شغل پدر ۴,۲٪ از کودکان کارگر، ۴۰,۴٪ آزاد، ۳۵٪ کارمند، ۲۰,۴٪ بازنشسته می باشند. شغل و فرهنگ شغلی از عوامل بسیار مهم در مصرف کالاهای فرهنگی است، بویژه هرچه شغل کودکان و یا پدرشان بیشتر به کتاب و مطالعه مرتبط باشد از مصرف بیشتر و سبک زندگی فرهنگی غنی تری برخوردارند.

در رابطه با وجود تفاوت بین هویت، مدیریت کلاس تفاوت معناداری مشاهده شد و این فرضیه تأیید می گردد و نگرش کودکان نسبت به مدیریت کلاس خود (شامل تدریس، تعلیم و تربیت و...) تا حدود زیادی متفاوت است. مخصوصاً در برخی گویه ها مانند مراجعه به مدیر مدرسه، نشان دادند. همچنین نحوه گذران اوقات فراغت کودکان تا حد زیادی متفاوت بود، و مشاهده شد که کودکان دختر زمان کمتری از اوقات فراغتشان را نسبت به کودکان پسر به تماشای ماهواره، رفتن به فست فود، ورزش کردن و خواندن کتاب صرف می کنند. اما در مورد نگرش کودکان به مدرسه تفاوت معناداری بین کودکان مشاهده نشد. نتایج تحقیق نشان داد که تفاوت چندانی بین هویت، سبک زندگی کودکان دختر و پسر وجود ندارد به طور کلی می توان سبک زندگی را با توجه به پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده آنها در ۳ گروه عمده تقسیم بندی کرد:

۱- سبک زندگی عامیانه (با سرمایه اجتماعی، اقتصادی پایین):
اعضای این دسته از لحاظ پیشینه فرهنگی ضعیف اند، فرهنگ خانوادگی و شغلی آنان بی ارتباط با مطالعه است؛ مصارف فرهنگی عامیانه دارند، علاوه بر سطح نازل مصرف فرهنگی، میزان مصرف آنها نیز خیلی کم است. این افراد تقریباً هیچگاه به کنسرت های موسیقی نمی روند، هیچگاه به سینما نمی روند و یا خیلی کم می روند، در این گروه افراد هیچ وقت به تماشای تئاتر نمی روند، بیشتر اوقات فراغت آنها به تماشای تلویزیون می گذرد، خیلی کم، حدود نیم ساعت در روز مطالعه می کنند.

۲- سبک زندگی متوسط یا میان مایه (با سرمایه اجتماعی، اقتصادی متوسط):
اعضای این گروه پیشینه خوبی از نظر فرهنگی دارند؛ فرهنگ شغلی خانواده آنها تا حدودی با کتاب و مطالعه مرتبط است، مصارف فرهنگی عمومی و تفننی دارند، سطح و میزان مصرف فرهنگی آنها متوسط است. این افراد گاهی به کنسرت های موسیقی می روند، زیاد به سینما می روند و بین یک تا دو ساعت در روز مطالعه می کنند.



۳- سبک زندگی بالا یا نخبه گرایانه (با سرمایه اجتماعی، اقتصادی بالا):

این گروه قویترین پیشینه خانوادگی را از لحاظ فرهنگی دارا هستند؛ معمولاً شغل و تحصیلات خانواده آنها با کتاب و مطالعه مرتبط است، مصارف فرهنگی بسیار خاص و گزینش شده دارند، سطح و میزان مصرف فرهنگی آنها بسیار بالاست. از طرفداران جدی کنسرت‌های موسیقی هستند و زیاد به سینما می روند، هیچ علاقه ای به تماشای تلویزیون و دیدن برنامه های عام ندارند و روزانه بیش از سه ساعت مطالعه می کنند.

پیشنهادات

- انجام تحقیقات بیشتر در زمینه شناخت نیازهای فراغتی مردم به طور عام و جوانان به طور خاص.
- توجه به شیوه نگرش کودکان نسبت به مقوله اوقات فراغت و استفاده از نظریات آنان در طراحی برنامه های فراغتی.
- ارائه آموزشهای لازم به خانواده ها جهت چگونگی اختصاص کمک هزینه (پول توجیبی) به فرزندان و میزان آن.
- ایجاد کارگاههای آموزشی برای خانواده ها جهت آموزش چگونگی نظارت بر نوع پوشش و فعالیتهای جوانان به نحوی که حساسیت آنان را در پی نداشته باشد.
- گسترش هرچه بیشتر اماکن تفریحی و ورزشی جهت گذران اوقات فراغت جوانان که به نحوی محرک انگیزه آنها در انجام این فعالیتهای باشد.
- ایجاد انگیزه و تشویق کودکان در جهت مصرف کالاهای فرهنگی.
- ارائه تخفیف و یا بن های خرید محصولات فرهنگی به خانواده ها و نهاد های آموزشی.
- ارائه آموزشهای قبل از مدرسه در زمینه تعلیم و تربیت اسلامی
- برگزاری نشست های علمی با حضور اساتید متخصص در رابطه با مدیریت کلاس و هویت شخصی.

منابع

منابع فارسی

- ابادری، یوسف، حسن چاوشیان، ۱۳۸۱، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰.
- بوردیو، پیر، ۱۳۸۱، نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
- بهنوئی گدنه، عباس، ۱۳۸۵، جنسیت و سبک زندگی، فصل نامه مطالعات ملی.
- حسینی، سید ابوالقاسم، ۱۳۸۸، سبک و روش زندگی استاندارد و نقش آن در تامین سلامت بدنی، روانی، اجتماعی و معنوی انسان، تهران، نشر قطره.
- چاوشیان، حسن، ۱۳۸۱، سبک زندگی و هویت اجتماعی مصرف و انتخاب های ذوقی، پایان نامه دکتری، رشته جامعه شناسی، دانشگاه تهران
- شهابی، محمد، ۱۳۸۶، سبکهای زندگی جهان وطنانه در میان جوانان ایرانی و دلالت های سیاسی آن، کتاب الگوهای سبک زندگی ایرانیان، مجموعه مقالات، تهران: نشر پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- عمید، حسن، ۱۳۶۲، فرهنگ فارسی، تهران، نشر امیر کبیر.
- رحمت آبادی، الهام و حبیب آقا بخشی، ۱۳۸۵، سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان، فصل نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۲۰.
- فاضلی، محمد، ۱۳۸۲، مصرف و سبک زندگی، قم، نشر صبح صادق.
- کرایب، یان، ۱۳۸۲، نظریه اجتماعی مدرن از پارسنز تا هابرماس، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر آگه.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۶، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ سوم، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۸۷، تجدد و تشخص، در جامعه جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران نشر نی.



- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۷، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.
- هندری، جان و دیگران، ۱۳۸۱، انسان و بحران هویت، ترجمه ناصر محمدیان، تهران، انتشارات چاپخش.
- میرآخوری، مهدی، ۱۳۸۲، جامعه و مُد، فصلنامه علوم اجتماعی، سال چهارم، شماره ۵۳.
- مهدوی کنی، محمد سعید، ۱۳۸۷، دین و سبک زندگی، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

منابع لاتین

- Chaney, David, 1994, The cultural Turn, New York, Routledge.
- Bourdieu, 1993, Distinction, London, Routledge & kegan paul.
- Sobel, Michael, (1981), Life style Expenditure in comtem porary American: Relations bet ween stratification and culture, American behavioral scientist, vol. 26. No. 4pp. 521- 533.
- Gidens, Antoni, (1995), politics, sociology and social(Theory, Stanford, stanford un. Press.
- Mckee, James.B, (1969) Introduction to sociology, Holt Rinehar T & Winston Inc.
- Adler, Alfred,(1957) The Individual psychology, New Yoek.Basic, Books Inc.

Archive of SID