

## بررسی جامعه‌شناختی هویت جوانان

دکتر معصومه باقری<sup>۱\*</sup>، محمد سلیمان‌نژاد<sup>۲</sup>

(تاریخ دریافت ۸۸/۱۰/۹، تاریخ پذیرش ۸۹/۶/۱۴)

### چکیده

این پژوهش به بررسی جامعه‌شناختی وضعیت هویتی جوانان دبیرستانی شهر ایلام پرداخته و به شیوه پیمایشی انجام شده است. با استفاده از فرمول کوکران ۲۱۵ دانش‌آموز دبیرستانی به‌عنوان حجم نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب، و از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده شده است. در این بررسی از نظریه آنتونی گیدنز جهت بررسی هویت اجتماعی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آزمون T، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد رابطه متغیر تحصیلات با هویت فردی افراد مثبت و معنادار است؛ یعنی با بالا رفتن میزان تحصیلات جوانان، هویت فردی آنان تقویت می‌شود و از هویت‌های دیگری که جنبه گروهی دارند، کاسته می‌شود. همچنین با سنجش متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی مشخص شد پایگاه اقتصادی-اجتماعی تنها با هویت قومی رابطه معنادار دارد و در برابر گونه‌های دیگر هویتی، بیشترین همبستگی را با هویت‌های فردی دارد تا هویت‌های جمعی؛ یعنی هرچه پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد بالاتر باشد، نقش هویت‌های جمعی ضعیف‌تر و نقش هویت فردی قوی‌تر می‌شود. همچنین نتایج برآمده از رگرسیون نشان می‌دهد متغیرهای هویت گروهی و فردی بیشترین تأثیر را در هویت اجتماعی شخص دارند.

**واژه‌های کلیدی:** هویت، جوانان، هویت اجتماعی، ملی، فردی، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، قومیت.

\*maba\_65@hotmail.com

۱. استادیار دانشگاه شهید چمران اهواز

۲. هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی ایلام

## مقدمه

در جامعه‌شناسی، هویت اجتماعی بر تمایز میان جامعه سنتی و مدرن استوار است. در جوامع سنتی مبنای هویت اجتماعی افراد، ویژگی‌های انتسابی آن‌هاست (رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵). هویت اجتماعی نه تنها ارتباط اجتماعی را امکان‌پذیر می‌کند، بلکه به زندگی افراد معنا می‌بخشد. در واقع هویت اجتماعی فرایندی برای خودشناسی کنش‌گران اجتماعی است که معناسازی نیز به واسطه آن صورت می‌گیرد.

هویت‌ها معانی کلیدی هستند و مهم‌تر اینکه به خودشان نیز می‌گویند که چه کسی هستند (گل‌محمدی، ۱۳۸۰). بر اثر تغییرات ساختاری و فرهنگی متمایزی که در دهه‌های آخر قرن بیستم رخ داده و جهان را دگرگون کرده است، هویت‌های منسجم و نسبتاً پایدار سنتی در حال نابودی است و در عوض تعدد و تکثر منابع هویت‌یابی و تعلقات گروهی، سوژه مدرن را دچار انشقاق و چندپارگی کرده است. بنابراین، بحران هویت یکی از نتایج تغییرات سریع و وسیعی است که در ساختارها و به‌ویژه در چشم‌اندازهای فرهنگی طبقه، جنسیت، روابط جنسی، قومیت، نژاد و ملیت پدید آمده است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۳). با دگرگونی شرایط زمانی و مکانی و وقوع برخی رویدادهای مهم تاریخی، سیاسی و اجتماعی، نگرش مردم درباره آن تغییر یافته و در نتیجه هویت جامعه‌ای تضعیف یا تقویت شده است (ساساکی، ۲۰۰۴).

امروزه، پیشرفت فناوری ارتباطی نظیر ماهواره و اینترنت این امکان را در اختیار جوانان قرار داده است تا خود را به گروهی جهانی با علایق مشابه و ادبیات مشترک تبدیل کنند (کاظمی‌پور، ۱۳۸۷). بنابراین، سرعت بالای تغییرات در جوامع در حال توسعه و مشکلات ناشی از آن به همراه ظهور منابع هویت‌ساز جدید باعث ایجاد تعارض ارزشی، احساس محرومیت نسبی و نارضایتی اجتماعی می‌شود و سرانجام ضعف گرایش به هویت ملی را به دنبال دارد. نتایج بسیاری از تحقیقات حاکی از بروز آسیب‌ها و چالش‌های جدی در هویت ملی جامعه ایرانی در یک‌صد سال اخیر است؛ چندان‌که برخی آن را بحران هویت نامیده‌اند (اشرف، ۱۳۸۳؛ نقیب‌زاده، ۱۳۸۳). لاور معتقد است هویت باید به‌عنوان سازه‌هایی که در روابط بین‌شخصی ساخته می‌شود درک شود نه به‌عنوان احساس تعلق کردن در چارچوب فردیت شخصی. هویت

سازه‌ای اجتماعی است؛ به‌طور اجتماعی تثبیت می‌شود و از زندگی اجتماعی روزمره مردم بیرون می‌آید (Lawer, 2008). بنابراین، بالاترین و فراگیرترین سطح هویت جمعی، همان هویت جامعه‌ای است که در میان هویت‌های جمعی متفاوت، به‌لحاظ وحدت و انسجام ملی دارای بیشترین اهمیت است. یکی از ویژگی‌های اساسی هویت جامعه‌ای این است که همانند دیگر سطوح هویت ایستایی ندارد و پیوسته در حال تغییر و پویایی است (Woodward, 2004).

در تمام جوامع انسانی همواره تقسیم‌بندی دوگانه و فرهنگی زن و مرد باعث شکل‌گیری مجموعه‌ای از پندارها و انگاره‌ها درباره رفتارهای مناسب زنانه و مردانه می‌شود و بر اساس این بخش‌بندی دنیای اجتماعی، پسران و دختران به شیوه‌های متفاوتی جامعه‌پذیر می‌شوند (Helman, 2000؛ ریاحی، ۱۳۸۴). در جوامع چندقومیتی، افراد عموماً به دو گروه قومیتی و جنسیتی تقسیم می‌شوند؛ این دو تعریف هویتی روابط معینی با یکدیگر پیدا می‌کنند و به‌آسانی در رفتارها و انتظارات مشاهده و طبقه‌بندی نمی‌شوند. جنسیت مجموعه‌ای از ارزش‌ها و رفتارهای مربوط به تفاوت‌های اجتماعی زن و مرد است (kupper, 2000) و ساختاری اجتماعی است که روابط زن و مرد را محدود می‌کند (krieger, 1996) بنابراین نباید به‌عنوان تفاوت‌های اجتماعی بین دو جنس تلقی شود؛ بلکه باید آن را در نقش‌های اجتماعی تعریف‌شده خود در نظر گرفت که با موقعیت اقتصادی، قومی و نژادی آنان در تضاد است (Yuval, 1994). امروزه، خطر کاهش هویت ملی در میان جوانان و در نتیجه گرایش نداشتن به ایفای نقش فعال در فرایندهای اجتماعی و ملی، به یکی از معضلات برنامه‌ریزی توسعه اجتماعی به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه تبدیل شده است. بررسی اهمیت هویت و دامنه تأثیرگذاری آن بر گرایش‌ها و علاقه‌های جوانان به منظور پذیرش نقش و مسئولیت اجتماعی می‌تواند مانع از گسترش آسیب‌های اجتماعی بیشتر در جامعه شود. از سوی دیگر، دوران گذار نیز سبب دگرگونی‌های جدی هویتی شده است؛ به این معنا که در جوامع سنتی، هویت اجتماعی افراد و گروه‌ها بر ویژگی‌های انتسابی مبتنی است؛ اما در جوامع مدرن، ویژگی‌ها و رفتارهای فردی اکتسابی مبنای اساس هویت اجتماعی به‌شمار می‌رود. از این‌رو در جامعه

معاصر، جامعه‌شناسی فرهنگ در جهت توجه به اهمیت روزافزون ویژگی‌های اکتسابی در شکل دادن به هویت اجتماعی گام برمی‌دارد (جی‌دان، ۱۳۸۵).

سؤال اساسی تحقیق این است که وضع هویت‌یابی جوانان شهر ایلام چگونه است؟ هدف کلی تحقیق نیز بررسی جامعه‌شناختی هویت در جوانان شهر ایلام است که پاسخ‌گویی به این سؤال‌ها را در پی دارد: وضع هویت‌ها در میان جوانان (پسر و دختر) چگونه است؟ آیا جنسیت می‌تواند عامل مؤثر بر هویت جوانان باشد؟ آیا وضع تحصیلی جوانان می‌تواند بر هویت جوانان تأثیرگذار باشد؟ آیا بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و هویت جوانان ارتباطی وجود دارد؟

#### پیشینه پژوهش

در مقاله معیدفر و شهلای بر با عنوان «جهانی‌شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی» آمده است که مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی در بین این افراد بحران در هویت ملی ایرانی آنان را نشان می‌دهد؛ به‌گونه‌ای که مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران در راستای برجسته شدن مؤلفه‌های هویت محلی (زبان، فرهنگ و مناسک قومی، سرزمین مشخص قومی، محرومیت‌ها و یوتوپای مشترک قومی) و هویت جهانی (تضعیف و فروپاشی ارزش‌های ایرانی-اسلامی، رواج امر اروتیک و رواج ارزش مصرف‌گرایانه) است که به تضعیف مؤلفه‌های هویت ملی ایرانی همچون زبان فارسی، احساس تعلق سرزمینی، احساس تعلق به ارزش‌های ایرانی و اسلامی منجر می‌شود. به بیانی دیگر، مصرف رسانه‌ای بلوچ‌ها نوعی دسترسی به گفتمان غیرملی (محلی و جهانی) و همذات‌پنداری هویتی با آن‌هاست که از پیامدهای آن، چیزی جز بحران هویت ملی نبوده است (معیدفر و شهلای، ۱۳۸۶).

در پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز»، تأثیر و ارتباط متغیرهای پایگاه اجتماعی و اقتصادی، تحصیلات والدین، آگاهی اجتماعی از حقوق و وظایف، میزان دینداری و نگرش به اشتغال با هویت اجتماعی

بررسی جامعه‌شناختی هویت در جوانان \_\_\_\_\_ معصومه باقری و همکار

بررسی شده است. نتایج تحقیق که با ضریب تعیین به‌دست آمده، گویای آن است که متغیرهای یادشده توانسته‌اند تقریباً ۵۶ درصد واریانس متغیر وابسته هویت اجتماعی را تبیین کنند (حسین‌زاده و دیگران، ۱۳۸۸).

در تحقیق دیگری با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مؤلفه‌های آن»، نتایج حاکی از آن است که ۱۸/۵ درصد پاسخ‌گویان دارای هویت ملی سطح بالا، ۱۳ درصد دارای هویت ملی متوسط و فقط ۱/۵ درصد دارای هویت ملی سطح پایین هستند. حدود ۴۷ درصد نمونه آماری دارای مصرف رسانه‌های خارجی‌اند؛ یعنی از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند. میانگین هویت ملی این دسته به‌طور معناداری کمتر از جوانانی است که هرگز از اینترنت و ماهواره استفاده نمی‌کنند. رابطه هویت ملی با رضایت اجتماعی مثبت، ( $r=0/50$ ) و با پایگاه اقتصادی اجتماعی منفی ( $r=-0/12$ ) است. اگرچه هر سه متغیر مستقل مورد بررسی دارای همبستگی ساده معنادار با هویت ملی بودند، فقط دو متغیر رضایت اجتماعی و مصرف رسانه‌ای خارجی برای پیش‌بینی هویت ملی به‌کار گرفته شدند که درکل، این دو متغیر ۳۰ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌کردند (ملکی و عباسپور، ۱۳۸۸).

نتایج پژوهش «بررسی رابطه میزان هویت ملی و قومی بین جوانان تبریز» نیز نشان می‌دهد هویت ملی و قومی با هم در ارتباط‌اند و افراد طی فرایند اجتماعی شدن آن را درونی می‌کنند (احمدلو، ۱۳۸۱).

تحقیقی پیمایشی از یک نمونه ۴۰۰ نفری شامل جوانان ۱۹-۳۵ ساله شهر شیراز انجام شده و در آن از نظریه آنتونی گیدنز جهت تبیین هویت مذهبی استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد میزان جهانی شدن، میزان رضایتمندی سیاسی، میزان دنیاگرایی، جنسیت، میزان مذهبی بودن دوستان و والدین و نیز رتبه شغلی و تحصیلات، عوامل مؤثر بر هویت مذهبی هستند (سروش، ۱۳۸۳). بنابر شواهد موجود می‌توان تفاوت‌های جنسیتی را در تمام مراحل پردازش اطلاعات مرتبط با خود مشاهده کرد. ابراهیمی و بهنویی گدنه (۱۳۸۷) نیز روابط بین متغیرهای جنسیت، سطح تحصیلات و سن را با وضعیت هویت‌یابی جوانان بررسی کرده و نشان داده‌اند جنسیت افراد با وضعیت هویت‌یابی آنان رابطه‌ای معنادار دارد.

در تحقیقی که در انگلستان با «عنوان تئوری طبقه‌بندی خود و توسعه هویت ملی در بچه‌های انگلیسی» انجام شده است، یافته‌ها نشان می‌دهد هویت ملی در جوان‌ترها قوی‌تر و پررنگ‌تر است (بارت و دیگران، ۱۹۹۹). همچنین بالبی (۲۰۰۱) در مطالعه هویت ملی و خارجی، برای بررسی هویت ملی افراد آمریکایی با استفاده از روش کیفی، نمونه‌ای از افراد آمریکایی را برگزید که خارج از آمریکا تحصیل کرده بودند. او نشان داد حضور در کشوری دیگر باعث شده است جنبه‌هایی از هویت ملی افراد دوباره ساخته شود. یکی از نتایج این پژوهش این است که هرچند برخی آمریکایی‌ها هویت ملی خود را به‌عنوان یک دارایی در آغوش می‌گیرند، برخی دیگر ارتباط میان هویت ملی و سرزمین را رد می‌کنند.

در پژوهشی نیز تأثیر قواعد زبانی و تغییر آن‌ها در هویت اجتماعی و ملی بررسی شده است. براساس نتایج این تحقیق، طبقات اجتماعی که بر اساس شاخص‌هایی از قبیل درآمد، شغل و... مشخص می‌شوند، دارای اصطلاحات زبانی خاص خود هستند. در این پژوهش با ذکر مثال‌هایی مانند هویت محلی در برابر هویت منطقه‌ای و هویت شهری در برابر هویت روستایی، تبلور هویت در زبان به‌دقت بررسی و سرانجام گفته شده که زبان یک ملت به‌عنوان شاخصی از تعیین هویت آن دخیل است (آویر، ۲۰۰۲).

### چارچوب نظری

یکی از تجربه‌های بنیادین دوران اولیه که در نحوه شکل‌گیری خود و هویت شخصی نقش مهمی دارد، تجربه اعتماد بنیادین است. منشأ و خاستگاه این تجربه، اعتماد و اطمینان به اشخاص صالح و معتبر است و معمولاً از نخستین تجربه‌های زندگی و دوران کودکی به‌دست می‌آید. تجربه اعتماد بنیادین نوعی امنیت وجودی و خوش‌بینی و اعتماد به دیگران را پدید می‌آورد و به فرد امکان می‌دهد تا در رویارویی با رویدادهای ناگوار زندگی اجتماعی امیدواری و شهامت خود را حفظ و مقاومت کند. همچنین خلاقیت با اعتماد بنیادین پیوندهای نزدیکی دارد. نفس اعتماد که خلاق و آفرینش‌گر است، موجب تعهدی است که حرکت به دنیای ناشناخته‌ها و آموختن تجربه‌های جدید را در پی دارد (گیدنز، ۱۳۷۸).

به‌طورکلی، تعریف فرد از خودش و هویت جمعی و نیز تعریف او از دیگران و آنچه از تعریف دیگران در ارتباط با خودش برداشت می‌کند، همگی در شکل‌دهی به هویت نقش اساسی دارند. بنابراین پویایی، صفت اساسی هویت است. در این باب گورن و تاون سند معتقدند خویشتنی بر دو بخش اساسی دلالت دارد: اولی بر آگاهی فرد از عضویت و مفهوم تعلق به یک مقوله خاص مبتنی است و دومی نیز بر جهان‌بینی و آگاهی او از موقعیت آن مقوله خاص در جامعه گسترده‌تر بنا نهاده شده است؛ به‌گونه‌ای که هویت اجتماعی را می‌توان ترکیبی پویا از وی و پیکره‌ای هوشیار از عقاید در نظر گرفت. در این مفهوم «خود و جامعه» از طریق محوریت هویت گروهی، در مفهوم خود با شباهت‌های درک‌شده و ویژگی‌های مشخص اعضای گروه و نوعی آگاهی از تقدیر مشترک، به شیوه‌ای که اعضای گروه در جامعه عمل می‌کنند، به هم پیوسته‌اند (Cherni, 2001). بنابراین افراد هر کجا نتوانند خلاقانه زندگی کنند، دچار افسردگی و نابسامانی روانی خواهند شد. محیط امیدوارکننده در اوایل زندگی به‌ویژه دوران کودکی، شرط لازم برای ظهور و توسعه تلاش‌های خلاق است. تحقیقات جامعه‌شناختی در کشورهای گوناگون نشان داده است برخورداری از این محیط و نحوه اجتماعی شدن دختران و پسران یکسان نیست (رید، ۱۳۸۰). همچنین نظریه‌پردازانی چون آدلسن و دوان بر این باورند دختران بیش از پسران در روابط بین‌فردی وارد می‌شوند؛ بنابراین به مسئله حل بحران هویت آنان باید پس از مرحله صمیمیت توجه شود و یا دست‌کم مسئله بحران هویت آنان در قالب ارتباط با دیگری مطرح شود (استرنبرگ، ۱۹۹۳ به نقل از صدیق سروسستانی و قادری، ۱۳۸۸). در این باره کراس و مدسون (۱۹۹۷) معتقدند مردان به دلیل داشتن برداشت مشترک از خود مستقل، بیشتر به اطلاعاتی توجه دارند که فردیت و یکتایی آن‌ها را مشخص کند. در مقابل، زنان با برداشت از خود همبسته، بیشتر به اطلاعات ارتباطی توجه دارند و اطلاعات را بر اساس ارتباط‌های بین‌فردی رمزگذاری می‌کنند و حافظه بی‌نظیری در مورد اطلاعات مرتبط با تعریف خود از شکل ارتباطی دارند.

به نظر گیدنز، هویت انسان در کنش متقابل با دیگران ایجاد می‌شود و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت، سیال و همواره در حال

ایجادشدن و عوض شدن است. گیدنز بین هویت شخصی و هویت اجتماعی تفاوتی قائل نشده و معتقد است «هویت شخصی چون در جریان اجتماعی شدن ساخته می شود، خود نوعی هویت اجتماعی است. او بر آن است که هویت شخصی را باید خلق کرد و تقریباً پیوسته آن را با توجه به تجربه های گاه متناقض زندگی روزمره و گرایش های تقطیع کننده نهادهای امروزی مورد تنظیم و تجربه قرار داد. در مدل نظری گیدنز از هویت اجتماعی سه عامل اعتماد بنیادین، ویژگی های فردی و جامعه پذیری نقش اساسی دارند. اعتماد بنیادین، خود از طریق عادی شدن تماس ها، توانایی عقلایی کردن امور و تفسیر موفقیت آمیز فرد از کنش خود بر تعداد کنش های موفق از ویژگی های فردی می شود. بنابراین جامعه پذیری مدرن باعث کثرت محیط اجتماعی از یک سو و تنوع مراجع از سوی دیگر می شود و این دو نیز باعث ایفای نقش های گوناگون می شود. این عوامل به صورت هم عرض بر میزان انگیزه برای کنش بعدی فرد مؤثر است و در نتیجه هویت اجتماعی فرد را تحت تأثیر قرار می دهد (گیدنز، ۱۳۸۱).

اگرچه در باب هویت معمولاً نظریه های هویت را برای هر دو جنس به طور مشترک به کار می برند، اتفاق نظر چشمگیری در مشابهت فرایند و زمان تحول هویت در هر دو جنس به چشم نمی خورد. بسیاری از رده بندی ها و گرو بندی های نهادی بر اساس جنسیت صورت می گیرد. جنسیت فرصت ها و تجربه های زندگی را تحت تأثیر قرار می دهد. هویت اجتماعی بنانهاده شده بر خویشتنی، متغیر و دارای درجه ای از تأملی بودن است و الگویی برای فهم همه هویت های بعدی به شمار می رود. بی شک جنسیت در نحوه تشکیل خود نقشی تعیین کننده دارد؛ زیرا به تجربه فرد سامان می بخشد و آن را در خویشتن ادغام می کند (جنکینز، ۱۳۸۱).

چارچوب نظری این تحقیق برگرفته از نظریه جامعه شناس معاصر، آنتونی گیدنز است. در این پژوهش ارتباط جنسیت، تحصیلات و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با هویت جوانان (شخصی، گروهی، خانوادگی، مذهبی، ملی و قومی) بررسی، و تبیینی جامعه شناختی از هویت و هویت اجتماعی جوانان ارائه شده است. هویت از لحاظ شمول به سطوح بین المللی، منطقه ای، ملی، گروهی و فردی طبقه بندی می شود.



### فرضیه‌های تحقیق

- بین جنسیت افراد و هویت (گروهی، ملی و قومی و فردی) آن‌ها ارتباط وجود دارد.
  - بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد و هویت (گروهی، ملی، قومی و فردی) آن‌ها ارتباط وجود دارد.
  - بین میزان تحصیلات افراد و هویت (گروهی، ملی، قومی و فردی) آن‌ها ارتباط وجود دارد.
- متغیرهای مستقل تحقیق جنسیت، تحصیلات و پایگاه اقتصادی- اجتماعی، و متغیرهای وابسته تحقیق هویت‌های ملی، قومی، گروهی و فردی است که تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی هستند.

### روش‌شناسی تحقیق

روش این پژوهش پیمایشی (توصیفی- تحلیلی)، ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه، و واحد تحلیل فرد است. جامعه آماری تحقیق نیز شامل تمام دانش‌آموزان (دختر و پسر) دوره دبیرستان شهر ایلام در سال تحصیلی ۱۳۸۸ با تعداد ۲۶۴۱ نفر است که از طریق فرمول کوکران ۲۱۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، از نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. داده‌های پرسش‌نامه در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شده است. در سطح توصیفی از شاخص‌های فراوانی، درصد فراوانی و درصد تراکمی و نیز شاخص‌های تمایل به مرکز از جمله میانگین و سرانجام شاخص‌های پراکندگی مانند انحراف معیار و دامنه تغییرات استفاده شده است. در سطح استنباطی نیز برای آزمون روابط میان متغیرها از آزمون T و برای سنجش فرضیه‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است. برای تعیین اعتبار و روایی تحقیق، اعتبار صوری در نظر گرفته شده است. برای سنجش پایایی ابزار تحقیق هم (پرسش‌نامه) روش آلفای کرونباخ و ماتریس همبستگی بین گویه‌ها به کار رفته است.

### جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ به تفکیک هویت‌ها

ردیف	طیف	مقیاس	ضریب آلفا
۱	هویت قومی	ترتیبی	۰/۷۷
۲	هویت فردی	ترتیبی	۰/۷۳
۳	هویت گروهی	ترتیبی	۰/۷۱
۴	هویت ملی	ترتیبی	۰/۷۰

#### یافته‌های تحقیق

هویت اجتماعی متغیر وابسته تحقیق است و سن، جنس، وضعیت تحصیلی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، وسایل ارتباط جمعی، تعلق به خانواده، همسالان و مدرسه متغیرهای مستقل تحقیق را تشکیل می‌دهند. هویت اجتماعی به ویژگی‌ها و اندیشه‌هایی اشاره می‌کند که فرد آن‌ها را از راه اشتراک اجتماعی و عضویت در گروه‌ها و مقولات اجتماعی به دست می‌آورد. این گروه‌ها و مقوله‌ها شامل نژاد، مذهب، قومیت، ملیت، جنسیت و غیره می‌شود (جنکینز، ۱۳۸۱) و مهم‌ترین شاخصه‌های آن عبارت‌اند از: علاقه به کشور و فرهنگ خود، افتخار به ایرانی بودن، کمک به مردم، پایبندی به زبان و ادبیات و موسیقی سنتی کشور خود.

بیشترین پاسخ‌گویان یعنی ۸۶/۱ درصد در سنین ۱۵-۱۷ سال، کمترین تعداد پاسخ‌گویان یعنی ۶/۵ درصد در سنین ۱۳-۱۴ سال و ۲۸ درصد نیز در سنین ۱۸-۱۹ سال بوده‌اند. بر حسب قومیت، ۶۰ درصد پاسخ‌گویان کرد، ۲۸/۸ درصد لر، ۸/۸ درصد عرب و ۲/۳ درصد از اقوام دیگر بوده‌اند. پدر ۴۶ درصد پاسخ‌گویان بیسواد و ابتدایی، ۲۹/۸ درصد متوسطه و دیپلم و ۲۵/۶ درصد فوق‌دیپلم، لیسانس و بالاتر بوده‌اند؛ بنابراین بالاترین میزان تحصیلات پدر پاسخ‌گویان به بیسواد و ابتدایی و کمترین آن به تحصیلات عالی اختصاص دارد. همچنین در بررسی میزان تحصیلات مادر پاسخ‌گویان، ۶۵/۱ درصد بیسواد و ابتدایی، ۲۳/۸ درصد متوسطه و دیپلم و ۱۱/۲ درصد فوق‌دیپلم و لیسانس و بالاتر بوده‌اند؛ بنابراین بیشترین کم‌سوادی و بیسوادی در مادر پاسخ‌گویان دیده می‌شود. در بررسی شغل پدر پاسخ‌گویان نیز ۴۷/۶ درصد کشاورز و کارگر، ۴۲/۳ درصد شغل

بررسی جامعه‌شناختی هویت در جوانان \_\_\_\_\_ معصومه باقری و همکار

آزاد، ۷/۹ درصد کارمند و ۵/۱ درصد بیکار بوده‌اند. درباره اشتغال مادر پاسخ‌گویان ۸۴/۲ درصد خانه‌دار و ۱۵/۸ درصد شاغل بوده‌اند.

جدول ۲ گویه‌های مربوط به هویت‌های مختلف

گوینه	سنخ‌های هویتی
در انتخاب کردن به نظر خودم اهمیت می‌دهم. احساس می‌کنم می‌توانم انتظارات دیگران را برآورده کنم. دوستانم به نظرم اهمیت می‌دهند. اگر کسی به اعتقادتم توهین کند، زود ناراحت می‌شوم. احساساتم زود جریحه‌دار می‌شود.	هویت فردی
من به زبان مادری خودم افتخار می‌کنم. هر جوانی بهتر است با هم‌زبان خود ازدواج کند. کرد، لر و عرب بودن برایم فرقی نمی‌کند، مهم این است که همه دهلرانی هستیم.	هویت قومی
در مشکلات بیشتر از دوستانم درخواست کمک می‌کنم. با دوستان بیشتر از هر کس دیگر به آدم خوش می‌گذرد. بیشتر اوقات دوستان برای آدم مشکل ایجاد می‌کنند. کار گروهی را به کار فردی ترجیح می‌دهم. اگر دوستانم برنامه‌ای داشته باشند، با آنها همراه می‌شوم.	هویت گروهی
خلیج فارس همیشه متعلق به ایران است و تغییر نام آن را نمی‌پذیرم. زبان فارسی شیرین‌ترین زبان دنیا است. جشن نوروز بسیار زیبا و ارزشمند است. ایرانی بودن برای من مایه افتخار است. فردوسی، سعدی و حافظ مایه افتخار ما ایرانیان هستند. وقتی جوانان ایرانی در عرصه‌های مختلف برنده می‌شوند، خوشحال می‌شوم. هیچ‌جای دنیا برای من مثل ایران نمی‌شود. در صورت امکان برای همیشه به یک کشور خارجی مهاجرت می‌کنم.	هویت ملی

جدول شماره سه آزمون معناداری تفاوت میانگین نمره هویت ملی را بر حسب جنس نشان می‌دهد. بر اساس این جدول، میانگین نمره دختران ۱/۶۲ بیش از میانگین نمره پسران است. این نتایج با توجه به میزان T به دست آمده در سطح ۹۹ درصد معنادار است؛ از این رو تمایل دختران به هویت ملی بیشتر از پسران است. بر همین اساس بنا به دیدگاه مازاس و سندکلین

(۲۰۰۳)، مفهوم هویت به طور هم‌زمان میان افراد و اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌کند: از یک سو شباهت و از سوی دیگر تفاوت که در تحلیل‌های استنباطی به‌دست‌آمده نیز صادق است. بر اساس جدول معناداری تفاوت میانگین نمره هویت گروهی بر حسب جنسیت، میانگین نمره دختران  $0/1-$  کمتر از میانگین نمره پسران است. این نتیجه با توجه به میزان T به‌دست‌آمده در سطح ۹۹ درصد معنادار نیست؛ از این‌رو میزان گرایش دختران و پسران به هویت گروهی، تفاوت معناداری با هم ندارد. بر اساس آزمون معناداری تفاوت میانگین نمره هویت قومی بر حسب جنسیت، میانگین نمره دختران  $0/49-$  کمتر از میانگین نمره پسران است. این نتیجه با توجه به میزان T به‌دست‌آمده در سطح ۹۹ درصد معنادار نیست؛ از این‌رو بین دختران و پسران در میزان گرایش به هویت قومی تفاوت زیادی دیده نمی‌شود. آزمون معناداری تفاوت میانگین نمره هویت فردی بر حسب جنسیت نیز نشان می‌دهد میانگین نمره دختران  $2/56$  بیش از میانگین نمره پسران است. این نتایج با توجه به میزان T به‌دست‌آمده در سطح ۹۹ درصد معنادار است؛ از این‌رو گرایش دختران به هویت فردی بیشتر از پسران است. بر همین اساس منادی (۱۳۸۴) در پژوهش خود گفته است فرزندان از نظر شخصیت اجتماعی و هویت فرهنگی یکسان تربیت نمی‌شوند. به نظر او، نگرش‌ها و تصورات و رفتار خانواده بر رفتار اجتماعی و هویت فرهنگی و اجتماعی فرزندان بیشترین تأثیر را دارد.

جدول ۳ آزمون T هویت ملی، گروهی، قومی و فردی بر حسب جنسیت

هویت	جنسیت	میانگین	درجه آزادی	میزان T	سطح معناداری
ملی	زن	۳۳/۲۸	۲۱۳	۲/۷۸	۰/۰۰۶
	مرد	۳۱/۶۶			
گروهی	زن	۱۸/۹۷	۲۱۳	۱/۱۱۸	۰/۲۶۳
	مرد	۱۹/۰۷			
قومی	زن	۱۲/۹۶	۲۱۳	-۱/۱۴۲	۰/۲۵۵
	مرد	۱۳/۴۵			
فردی	زن	۲۲/۸۳	۲۱۳	۴/۰۳۴	۰/۰۰۰
	مرد	۲۰/۲۷			

با توجه به سطح سنجش متغیرها، برای آزمون رابطه بین هویت‌ها با پایگاه اقتصادی-اجتماعی، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول شماره چهار نشان می‌دهد گونه‌های مختلف هویت با پایگاه اقتصادی-اجتماعی همبستگی دارد. بر اساس این، میزان همبستگی آماری بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و هویت قومی جوانان حدود ۰/۱۹۴- است که همبستگی منفی بین دو متغیر را نشان می‌دهد و همبستگی این دو متغیر از لحاظ آماری معنادار است. بنابراین، با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی، گرایش به هویت قومی کاهش می‌یابد. بین گونه‌های دیگر هویتی از جمله هویت فردی و هویت ملی با پایگاه اقتصادی-اجتماعی همبستگی مثبت و ضعیف وجود دارد؛ اما این همبستگی با توجه به سطح معناداری مشاهده‌شده، معنادار نیست؛ یعنی هرچه پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالاتر برود، هویت فردی و ملی کاهش می‌یابد. همچنین بین هویت گروهی با پایگاه اقتصادی-اجتماعی همبستگی منفی و ضعیف وجود دارد و این همبستگی با توجه به سطح معناداری مشاهده‌شده، معنادار نیست.

جدول ۴ آزمون ضریب همبستگی بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی با منابع هویتی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معناداری
هویت فردی	۰/۰۰۲	۰/۹۷۹
هویت قومی	-۰/۱۹۴	۰/۰۰۴
هویت گروهی	-۰/۱۰۴	۰/۱۲۹
هویت ملی	۰/۰۲۳	۰/۷۳۷

جدول شماره پنج آزمون ضریب همبستگی بین میزان تحصیلات پاسخ‌گویان را با منابع مختلف هویتی نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین وضعیت تحصیلی و هویت فردی ۰/۲۵۵ است و نشان می‌دهد بین این دو متغیر همبستگی مثبت و ضعیف وجود دارد و این همبستگی با توجه به سطح معناداری مشاهده‌شده، معنادار است؛ یعنی هرچه وضعیت تحصیلی فرد بهبود یابد، هویت فردی پررنگ‌تر می‌شود. همچنین بین وضعیت تحصیلی و هویت قومی

همبستگی منفی و ضعیف به چشم می‌خورد و این همبستگی با توجه به سطح معناداری مشاهده شده، معنادار نیست. یافته‌های تجربی گویای این است که همبستگی بین وضعیت تحصیلی و هویت گروهی مثبت و در حد ضعیف است و با توجه به سطح معناداری مشاهده شده، معنادار نیست. همچنین همبستگی بین وضعیت تحصیلی و هویت ملی ۰/۱۲۸ است که همبستگی مثبت و ضعیف را بین دو متغیر نشان می‌دهد و با توجه به سطح معناداری مشاهده شده، معنادار نیست.

جدول ۵ آزمون ضریب همبستگی بین وضعیت تحصیلی و هویت

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معناداری
هویت فردی	۰/۲۵۵	۰/۰۰۰
هویت قومی	-۰/۰۳۸	۰/۵۸۳
هویت گروهی	۰/۰۴۲	۰/۵۴۴
هویت ملی	۰/۱۲۸	۰/۰۶۱

در جدول شماره شش، چنان‌که در معادله رگرسیون استاندارد شده هویت اجتماعی دیده می‌شود، ضریب Beta ۰/۲۵ و بالاترین میزان بوده و در اینجا مثبت است. داده‌های جدول نشان می‌دهد متغیر هویت گروهی در تبیین هویت اجتماعی بیشترین تأثیر را دارد و پس از آن، هویت فردی با ضریب Beta معادل ۰/۱۲۶، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی جوانان است.

جدول ۶ آماره‌های مربوط به متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون هویت اجتماعی

نام متغیرها	B	Beta	T	معناداری
هویت ملی	۰/۰۳۰	۰/۲۵	۳۲۷	۰/۷۴۴
هویت قومی	۰/۱۱۳	۰/۴۸	۶۸۳	۰/۴۹۵
هویت گروهی	۰/۴۲۵	۰/۲۵۸	۳/۶۱۹	۰/۰۰۰
هویت فردی	۰/۱۵۲	۰/۱۲۶	۱/۴۶۷	۰/۱۴۱

### معادله رگرسیونی پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی

برای ساختن معادله رگرسیونی پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی، متغیرهایی که در سطح فاصله‌ای بوده و با متغیر وابسته رابطه داشته‌اند به‌عنوان متغیر مستقل، و متغیر هویت اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته وارد معادله شدند.

جدول ۷ تحلیل مدل رگرسیونی و آزمون F

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع‌مجدورات	میانگین‌مجدورات	کمیت F	معناداری
اثر رگرسیونی	۶	۹۴۷/۶۳۲	۱۵۷/۹۳۹	۹/۹۶۷	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۰۸	۳۲۹۵/۹۰۲	۱۵/۸۴۶		

$$R = ۰/473 \quad R^2 = ۰/۲۲۳$$

یافته‌های جدول گویای آن است که معادله پیش‌بینی شکل‌گیری هویت اجتماعی می‌تواند ۲۲/۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی کند و این مطلب را  $R^2$  به ما نشان می‌دهد. مقدار  $R$  همبستگی بین مقادیری که به‌وسیله معادله پیش‌بینی می‌شوند و مقادیر واقعی را نشان می‌دهد؛ در این صورت ضریب همبستگی چندگانه میزان هویت اجتماعی با چهار متغیر (هویت قومی، گروهی، ملی و فردی) معادل ۴۷ درصد است. با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده، مقادیر بالاتر از ۹۵ درصد از لحاظ آماری معنادارند؛ به این معنا که نسبتی از واریانس هویت اجتماعی که به وسیله این متغیرها تبیین شده، ۲۲ درصد است.

### نتیجه‌گیری

مهم‌ترین متغیر در شکل‌گیری هویت اجتماعی جوانان، هویت گروهی و پس از آن هویت فردی است. ضریب بتا یا سهم تأثیر این متغیرها در تبیین متغیر وابسته به‌ترتیب ۰/۲۵۸ و ۰/۱۲۶ بوده است؛ بدین ترتیب هرچه جوانان بیشتر به موقعیت و تحصیلات بالاتر دست یابند، بر فرایند هویت‌یابی فردی و گروهی آنان تأثیر می‌گذارد و در نهایت بر هویت اجتماعی آنان تأثیر مثبت و مستقیم دارد. همچنین دختران نسبت به پسران به هویت ملی گرایش بیشتری

نشان می‌دهند. متغیر هویت فردی نیز تحت تأثیر جنسیت است و میانگین این دو متغیر در بین دختران بیش از پسران است. همچنین میانگین متغیرهای هویت قومی و گروهی با متغیر تأثیرگذار جنسیت حاکی از آن است که هویت گروهی و قومی در پسران بیشتر از دختران است. یافته‌های این پژوهش در مورد پایین بودن میزان هویت قومی در زنان با نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در بین شهروندان خرم‌آباد و جوانان تبریزی و لرستانی (قانع‌راد و دیگران، ۱۳۸۶؛ احمدلو، ۱۳۸۱؛ فکوهی، ۱۳۸۱) همخوانی دارد؛ به این صورت که در هر چهار پژوهش پسران و مردان هویت قومی بالایی را اظهار کرده‌اند.

بر اساس نتایج و یافته‌ها، بین هویت فردی و هویت ملی با پایگاه اقتصادی-اجتماعی همبستگی مثبت و ضعیف وجود دارد. میزان همبستگی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و هویت قومی جوانان ۰/۱۹- و معنادار است؛ به این ترتیب که با بالا رفتن پایگاه اقتصادی-اجتماعی، گرایش به هویت قومی کاهش می‌یابد. اما همبستگی بین هویت گروهی با پایگاه اقتصادی-اجتماعی ۰/۱۰۴- است که این همبستگی منفی و ضعیف بوده و معنادار نیست. همچنین همبستگی بین تحصیلات و هویت قومی ۰/۰۳۸- و منفی و ضعیف بوده است. ضریب همبستگی بین تحصیلات و هویت فردی ۰/۲۵۵ و مثبت و معنادار بوده است؛ به این معنا که هرچه وضعیت تحصیلی فرد بهبود یابد، هویت شخصی پررنگ‌تر می‌شود. همچنین همبستگی بین هویت گروهی و هویت ملی با تحصیلات مثبت و ضعیف بوده است و معنادار نیست. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات داخلی (ابراهیمی و بهنویی گدنه، ۱۳۸۷؛ احمدیان، ۱۳۸۵؛ برزویی، ۱۳۸۶؛ راهنما و عبدالملکی، ۱۳۸۷) که به بررسی روابط بین متغیرهای جنسیت، سطح تحصیلات و سن و پایگاه اقتصادی اجتماعی با وضعیت هویت‌یابی جوانان پرداخته بودند، سازگاری دارد و همسو با آن‌هاست. اغلب دختران بیش از پسران به هویت‌های جمعی گرایش دارند. شاید دلیل آن، بهره‌مندی کمتر دختران از استقلال فردی و همچنین روحیه محافظه‌کارانه دختران باشد. همچنین نتایج تجربی تحقیق نشان داد گرایش پسران به هویت گروهی و قومی بیشتر از دختران است؛ شاید علت این پدیده ناشی از شرایط فرهنگی جامعه برای حضور بیشتر مردان در عرصه‌های تصمیم‌گیری باشد. بنابراین، پیشنهاد



می‌شود مناسبات میان والدین و فرزندان از نظر عاطفی و روحی و کلامی گسترش یابد و اعتماد نسل جوان جلب شود تا سرانجام به تحکیم هویت خانوادگی آنان بینجامد. متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی تنها با هویت قومی رابطه معنادار دارد و در میان دیگر منابع هویتی، بیشترین همبستگی را با هویت‌های فردی دارد تا هویت‌های جمعی؛ یعنی هرچه پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد بالاتر باشد، نقش هویت‌های جمعی کم‌رنگ‌تر و نقش هویت شخصی پررنگ‌تر می‌شود. با سنجش متغیر تحصیلات نیز روشن شد تحصیلات به‌عنوان نمادی از تلاش فردی با هویت فردی رابطه مثبت و معناداری دارد؛ یعنی با بالا رفتن میزان تحصیلات جوانان، هویت شخصی آنان تقویت می‌شود و از هویت‌های دیگری که جنبه گروهی دارند، کاسته می‌شود. در همین باره نتایج به‌دست آمده از رگرسیون به‌وضوح بر تأثیر متغیرهای هویت گروهی، که بیشترین سهم را در تبیین هویت اجتماعی دارند، تأکید می‌کند. با بهره‌گیری از این دستاوردها پیشنهاد می‌شود با تصمیم‌گیری‌های متناسب با مسائل جوانان، آنان را در جهت مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و پیشرفت جامعه سوق دهیم. بنابراین، باید با تأمل در این نتایج و تحقیقاتی از این دست، سعی کنیم هویت اجتماعی را تقویت، و هویت گروهی و فردی جوانان را با هویت اجتماعی همسو کنیم.

### منابع

- ابراهیمی، قربانعلی و عباس بهنویی گدنه. (۱۳۸۷). «بررسی جامعه‌شناختی گونه‌های هویتی در بین جوانان». *مطالعات ملی*. ش ۱. صص ۱۲۷-۱۵۰.
- احمدلو، حبیب. (۱۳۸۱). «بررسی رابطه میزان هویت ملی و قومی در بین جوانان تبریز». *مطالعات ملی*. س ۴. ش ۱۳.
- احمدیان، ر. (۱۳۸۵). «طراحی مدل ساختار هویتی‌یابی در جوانان با تأکید بر مؤلفه‌های شناختی». *اندیشه‌های نوین تربیتی*. ش ۵۶.
- اشرف، احمد. (۱۳۸۳). *بحران هویت ملی و قومی در ایران*. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- بارت، مارتین. (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویت ملی در کودکی و نوجوانی». ترجمه محمود شهابی. *رشد*.

**آموزش علوم اجتماعی. ش ۲. صص ۱۲-۲۰.**

- برزویی، م. (۱۳۸۶). «شناخت هویت دانش‌آموزان بر اساس جنسیت و رشته تحصیلی آنان در دانش‌آموزان مدارس مقطع متوسطه شهر سمنان». *اندیشه‌های نوین تربیتی*. ش ۵۰.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- حسین‌زاده علی‌حسین، فرهنگ ارشاد و امین نیازی. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز». *جامعه‌شناسی کاربردی*. س ۲۰. ش ۳. انتشارات دانشگاه اصفهان.
- راهنما، الف و عبدالملکی. (۱۳۸۷). «درآمدی بر مبانی نظری هویت بررسی نقش دانشگاه و جنسیت در هویت‌یابی». *ماهنامه مهندسی فرهنگی، نشریه تخصصی شورای عالی انقلاب فرهنگی*. س ۳. ش ۲۱-۲۲.
- رفعت‌جاه، مریم. (۱۳۸۳). «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در بازتعریف هویت اجتماعی زنان». *فصلنامه پژوهش زنان*.
- رید، ایولین. (۱۳۸۰). *آزادی زنان، مسائل، تحلیل‌ها و دیدگاه‌ها*. ترجمه افشنگ مقصودی. تهران: گل‌آذین.
- سروش، مریم. (۱۳۸۳). *بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر هویت مذهبی جوانان شهر شیراز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- صدیق سروسستانی، رحمت‌الله و صلاح‌الدین قادری. (۱۳۸۸). *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*. دوره ۲. ش ۸.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی لرستان)». *جامعه‌شناسی ایران*. دوره ۴. ش ۴.
- قانع‌راد، محمدامین، سیدیعقوب موسوی و اکرم حمیدیان. (۱۳۸۶). «جنسیت و هویت قومی (نمونه شهر خرم‌آباد)». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*. س ۱۵. ش ۵۸-۵۹.
- کاظمی‌پور، عبدالمحمد. (۱۳۸۷). *نسل ایکس: بررسی جامعه‌شناختی نسل جوان ایرانی*. تهران: نشر نی.
- گل‌محمدی، احمد. (۱۳۸۰). «جهانی‌شدن و بحران هویت». *مطالعات ملی*. ش ۱۰.

- بررسی جامعه‌شناختی هویت در جوانان \_\_\_\_\_ معصومه باقری و همکار
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۱). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان. ج ۲. تهران: نشر نی.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان. ج ۱. تهران: نشر نی
- ملکی، امیر و علیرضا عباسپور. (۱۳۸۸). «بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مؤلفه‌های آن مطالعه موردی: جوانان ۱۶ تا ۲۹ سال شهرستان رودسر استان گیلان». *فصلنامه دانش انتظامی*. س ۱۰. ش ۲.
- معیدفر، سعید و عبدالوهاب شهلی‌بر. (۱۳۸۶). «جهانی‌شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌ای بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*. س ۱۵. ش ۵۶-۵۷.
- منادی، مرتضی. (۱۳۸۴). «تأثیر شیوه‌های فرزندپروری والدین بر شخصیت اجتماعی و فرهنگی جوانان». *فصلنامه خانواده و پژوهش*. س ۲. ش ۲.
- نقیب‌زاده، احمد. (۱۳۸۳). *هویت ملی و عوامل بحران آن در ایران*. گردآورنده علی اکبر علیخانی. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

- Bolby, N. (2001). *Encountering an American Self: Study Abroad and National Identity*. Northern Illinois University.
- Carmen, G. H. (1998). *Ethnic Identity and Adolescence*. Sandiego State University. P. 201.
- Cherni, J. (2001). "Social-Local Identity". Ed. T. Oriorden. *Globalism, Localism and Indentity*. London: Earthsean.
- Cross, S. E. & L. Medson. (1997). "Models of the Self-Construal and Gender". *Psychological Bulletin*. Vol. 122 (1). PP. 5-37.
- Helman, C. G. (2000). *Culture Health and Illness*. Oxford Butter Worth-Heinemann.
- Keillor, B. D. (1999). "A Five Country Study of National Identity". *International Marketing Review* (16). PP. 65-82.
- Krieger, N. (1996). *Inequality, Diversity and Health: (Thoughts on Race / Ethnicity and Gender)* Jamwa. Vol. 51, No.4 .
- Kupper, A. & J. Kupper. (1989). *The Social Sciences Encyclopeida*. London: Routledge & Keganpaul.

- Lawer, S. (2008). *Identity: Sociological Perspectives*. Cambridge: Polity Press.
- Woodward, K. (2004). Questioning Identity, Gender, Class, Ethnicity. London: Routledge. 35 (11). PP. 171-76.
- Yuval, N. (1997). *Gender, Ethnicity, Race and Class*. London: Sage Publicahtion.