

مطالعه تأثیر زمینه‌های فرهنگی بر هویت ملی نوجوانان شهرهای بانه و قروه

* مجید موحد

** اسفندیار غفاری‌نسب

*** رزگار صالحی

E-mail: mmovahed@rose.shiasu.ac.ir

E-mail: ghafari.na@gmail.com

E-mail: rsalehi986@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۴/۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۸/۲۱

چکیده

مطالعه حاضر رابطه عوامل فرهنگی با هویت ملی نوجوانان در شهرهای بانه و قروه را بررسی می‌کند. در این مطالعه برای تبیین هویت ملی نوجوانان از نظریه‌هایی با رویکرد اجتماعی و فرهنگی استفاده شده و در جمع‌آوری داده‌ها از تکنیک پیمایش بهره گرفته شده است. این پیمایش بر روی ۵۹۸ نفر از نوجوانان شهرهای بانه و قروه با شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی انجام شده است. تجزیه و تحلیل دومتغیره، نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین شرکت در کلاس زبان، میزان دین‌داری، استفاده از رسانه‌ها و جنسیت با هویت ملی وجود دارد. در تحلیل چندمتغیره به ترتیب میزان دین‌داری، شهر (بانه)، میزان استفاده از رسانه‌ها، شرکت در کلاس زبان رابطه معناداری با متغیر وابسته دارند و در مجموع ۲۳/۵ درصد از واریانس آن را تبیین می‌کنند و سایر متغیرها خارج از معادله رگرسیون قرار گرفتند.

کلید واژه‌ها: هویت ملی، فرهنگ، نوجوانان، دین‌داری، قروه، بانه.

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، نویسنده مسئول

** استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

*** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

مقدمه

مسئله هویت ایرانی و چند و چون آن در دهه پایانی قرن بیستم و سال‌های آغازین قرن بیست و یکم به یکی از بحث‌های عمده حوزه مطالعاتی، سیاسی و فرهنگی ایران تبدیل شده است. به همراه آن، بحث‌های دیگری همچون ملیت، قومیت، دین و رابطه میان آنها در کنار تحقیق درباره هویت ایرانی به موضوعات هم‌پیوند آن تبدیل شده است. در گذشته بحث پیرامون مسئله هویت و ملیت و به دنبال آن هویت ملی در ایران، از گستره چندانی برخوردار نبوده است. ظهور رهیافت‌های نظری به‌ویژه پست‌مدرنیسم و دیدگاه‌های نوین انتقادی پیرامون دگرگونی‌های برآمده از فرایند جهانی‌شدن از جمله عوامل مهم رویکرد دوباره به بحث هویت، ناسیونالیسم و ملیت بوده است (احمدی، ۱۳۸۳: ۱۱-۹).

یکی از دیدگاه‌ها نظریه نمادگرایی می‌باشد که به تعریف ملت می‌پردازد. این رویکرد تکوین ملت را قدیمی‌تر از دوران مدرن می‌داند. اگرچه در دوران مدرن گسست‌هایی در هویت‌های جمعی - فرهنگی صورت گرفت و ملت‌ها از جنبه‌های مختلف نهادی، ایدئولوژیک، سازماندهی و اداری تغییر شکل پیدا کردند، اما نمی‌توان گفت که ملت‌ها زاییده دوران مدرن هستند. در واقع ملت‌های جدید حاصل بازسازی هویت‌های سرزمین قدیمی‌ترند. این بازسازی مداوم از طریق اسطوره‌ها، نمادها و خاطرات جمعی مردم صورت گرفته است؛ از این‌رو، شناخت ماهیت هویت‌های قدیمی یا ملی بدون در نظر گرفتن میراث نمادین آن جوامع ممکن نخواهد بود. با توجه به این موضوع میزان اهمیت زبان و فرهنگ را در تداوم ملت‌ها می‌توان درک کرد. مزیت دیگر این رویکرد این است که بهتر می‌تواند توضیح دهد که چرا حس ملت‌خواهی در میان مردمان ملل مختلف همچنان باقی مانده است (علمداری، ۱۳۸۳: ۱۱).

هویت از دو جهت اهمیت بسزایی دارد: نخست اینکه بیانگر تصویر فرد یا جمع از خویشتن و نحوه رابطه با دیگران است؛ دیگر اینکه هویت‌ها به اقتضای شرایط اجتماعی خاصی شکل می‌گیرند و جنبه اجتماعی قوی دارند. در مورد هویت ملی قضیه حتی شکل خاص‌تری پیدا می‌کند. مفهوم هویت ملی در درجه نخست با ایده یگانه بودن ملت و احساس تعلق به یک جامعه تاریخی پیوند می‌خورد. هویت‌های ملی بر اساس مرزبندی‌های جغرافیایی و تشکیل جامعه سیاسی شکل می‌گیرند. نفس وجود احساس هویت ملی به شخص اجازه می‌دهد مکانی جغرافیایی در جهان پیرامون برای خود داشته و به لحاظ تاریخی خود را به یک هویت جمعی سرزمینی مربوط کند (علمداری، ۱۳۸۳: ۳۶).

مسئله هویت در تعامل با دیگران و در سطح جامعه و با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، شکل می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۲۷۹). واقعیت این است که هویت محصول ارتباط و تعامل و کنش متقابل با دیگری است؛ یعنی وجود دیگری ضروری است تا من ساخته و درک شود. «خود» از طریق فهم و ارتباط با دیگری و در فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. مفهوم «خود» شامل دو عنصر ترکیبی شده هویت فردی و هویت جمعی است. هویت فردی شامل آن جنبه‌هایی از تعریف «خود» ماست که ما را به عنوان یک وجود مستقل از دیگران، اشخاص منحصر به فرد می‌کند که از تجربیات شخصی بی‌مانند (ما) از ارزش‌ها، گرایش‌ها و احساسات ما ریشه می‌گیرد. در مقابل هویت جمعی از عضویت‌های مشترک در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود. خانواده نخستین گروهی است که فرد با تولد در آن خود را متعلق و متناسب به آن می‌داند و نخستین عامل جامعه‌پذیری است که به پرورش عاطفه و تعلق خاطر فرد می‌پردازد و در آن فرد نسبت به سایر اعضا، وابستگی عاطفی پیدا می‌کند و بر اساس آن خود را می‌شناسد و هویت می‌یابد (چلبی، ۱۳۸۰: ۳۸). در هر حال، هویت از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی است. بدون چهارچوبی برای تعیین هویت اجتماعی، افراد همانند یکدیگر خواهند بود و هیچ‌کدام از آنها نمی‌تواند به صورتی معنادار و پایدار با دیگران ارتباط و پیوند یابد (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۵).

مفهوم هویت ملی به مثابه پدیده‌ای سیاسی و اجتماعی زاده عصر جدید است و از اواخر قرن نوزدهم میلادی فراگیر شد. اما به عنوان مفهومی علمی از ساخته‌های علوم اجتماعی است که از نیمه دوم قرن بیست میلادی مطرح شده است. از بعد جامعه‌شناختی، هویت ملی عبارت است از احساس تعلق و تعهد اعضای یک جامعه به رموز و نمادهای فرهنگی شامل هنجارها، ارزش‌ها، زبان، دین، ادبیات و تاریخ و در نتیجه موجب تمایز آن از دیگر جوامع می‌شود؛ بنابراین، هویت ملی مفهومی دوجبهی است که همزمان بر تمایز، تشابه، افتراق و اشتراک دلالت دارد (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۱۶-۷). بنا بر تعبیر کاستلز (۱۳۸۵: ۲۵-۳۰) مفهوم هویت ملی مفهومی اساسی است که به منظور ایجاد نوعی وفاق اجتماعی برای مقاومت در برابر جریان‌های متضاد جهانی شدن شکل می‌گیرد. امروزه پیدایش انقلاب‌های تکنولوژیکی، ایجاد جامعه شبکه‌ای، جهان‌شمول شدن فعالیت‌های اقتصادی و شبکه‌ای شدن سازمان‌ها همگی موجب دگرگونی در نهادهای اجتماعی و فرهنگ‌ها می‌شود. از سوی دیگر خیزش تظاهرات نیرومند هویت‌های جمعی، فرایند جهان‌شمول شدن و جهان‌وطنی شدن را به مبارزه

طلییده‌اند. هویت، سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است و در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد، هویت عبارت است از فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود.

هویت در جامعه به شدت متغیر امروز مسئله‌ای اساسی است. به واسطه رسانه‌های چندگانه ارتباطات، ارزش‌ها، معانی و جوامع انسانی همسان شده است (گیدنز، ۱۳۸: ۵۶). عام شدن الگوهای خاص و خاص شدن الگوهای عام یکی از ویژگی‌های دنیای مدرن و جهانی شدن است (رابرتسون، ۱۳۸۰: ۵). ویژگی‌های هویت در دوران مدرن عبارتند از: باز بودن هویت مدرن، متمایز بودن آن یا تفکیک‌شدگی، بازتابی بودن آن و سرانجام فردیت یافته بودن آن (برگر و دیگران، ۱۳۸۱: ۳۶). در دوران معاصر فرد مدرن حتی در شرایط بزرگسالی، به طور مشخص فردی ناتمام است و مستعد تغییر، و از این حیث با جریان دائمی هویت‌سازی مجدد روبه‌روست. هویت ملی از انواع هویت‌های اجتماعی مدرن است که به واسطه شرایط جهانی شدن بُعد تازه‌ای به خود گرفته و از لاک محلی و منطقه‌ای بودن بیرون آمده است.

هویت ملی دارای مؤلفه‌های مختلفی است. هویت ملی با ایده احساس تعلق به یک ملت و سرزمین و جامعه معین پیوند دارد و یکی از مؤلفه‌های آن میراث نمادین است. هم‌چنین دین به عنوان یکی از عوامل شکل دهنده هویت مطرح است. هویت ملی در تعامل با دیگران در سطح جامعه و یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن شکل می‌گیرد. هویت فرایند معناسازی است که بر اساس مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی و منابع معنایی استوار است.

تحقیق حاضر با هدف کلی بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر هویت ملی در میان پاسخگویان دو شهر بانه و قروه در استان کردستان انجام شده است.

پیشینه پژوهش

فکوهی و آموسی (۱۳۸۸: ۴۹) در تحقیقی به نام «هویت ملی و هویت قومی در کردستان ایران» با استفاده از مصاحبه‌های اکتشافی و ساختارمند، به مطالعه انسان‌شناسانه هویت‌های اجتماعی در کردستان ایران در بین جوانان پیرانشهر پرداخته‌اند. محققین پرسش‌های خود را در دو سطح تحولات بین‌المللی و ملی، و نگرش‌ها و بینش‌ها مطرح می‌کنند. در مرحله اکتشافی با ۷۰ نفر (۱۵ تا ۳۵ ساله) مصاحبه انجام شده که به

طور عمده فعالیت اقتصادی آنها به نحوی در ارتباط با مرز و امور آن است. نتایج نشانگر آن است که در حوزه مؤلفه‌های فرهنگی هویت ایرانی، کردها چندان بیگانگی با آن نشان نمی‌دهند. «هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه» عنوان پژوهش اکبری و عزیزی (۱۳۸۷: ۲۷۷) است که با روش پیمایشی، بر روی یک نمونه ۴۰۰ نفری دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز، با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شده است. نتایج نشان داد مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر هویت ملی عبارتند از: احساس تعلق به جامعه، نوع رویکرد به غرب، مشروعیت نظام سیاسی و فردگرایی. بررسی مدل اندازه‌گیری هویت ملی نشان داد مهم‌ترین ابعاد سازنده هویت ملی دانش‌آموزان به ترتیب بعد جغرافیایی، بعد فرهنگی و بعد تاریخی است. در تحقیقی به نام «رابطه هویت ملی و قومی در بین جوانان کرد»، شریف‌پور و همکاران (۱۳۸۷: ۹۷) به توصیف کیستی و چیستی یا چگونگی احساس تعلق و تعهد جوانان کرد نسبت به هویت قومی و رابطه آن با احساس هویت ملی می‌پردازند. این تحقیق بر روی کل دانشجویان دانشگاه پیام نور شهرستان سقز با نمونه آماری ۳۴۷ نفر و با روش پیمایشی و با استفاده از ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه انجام شده است. با توجه به یافته‌های تحقیق بین تعامل اجتماعی و احساس نابرابری، بین پایه تحصیلی و احساس نابرابری، رابطه مستقیم و معنی‌داری دیده می‌شود. هم‌چنین احساس نابرابری با هویت ملی رابطه معکوس نشان می‌دهد. عبدالهی (۱۳۸۳: ۱) در تحقیقی به نام «فاصله قومی و عوامل مؤثر بر آن در ایران» با اتخاذ رویکردی جامعه‌شناختی به بررسی میزان فاصله اجتماعی ساکنان (نمونه ۳۹۹ نفری) شهر بانه از اقوام ایرانی و عوامل مؤثر بر آن می‌پردازد. در اجرای تحقیق از روش پیمایشی و برای گردآوری داده‌ها نیز از پرسشنامه استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد پاسخگویان کمترین فاصله اجتماعی را با فارس‌ها دارند.

استیونسون و مالدون^۱ (۲۰۱۰: ۵۸۳) تحقیقی با عنوان «زمینه اجتماعی و سیاسی پذیرش هویت در میان جوانان» انجام داده‌اند. آنها معتقدند تحقیقات در زمینه هویت به بساختن فعال و راهبردی مقوله‌ها و مرزهای ملی توجه کرده اما تعارض‌ها را در این زمینه کمتر مد نظر قرار داده‌اند. رودریگز^۲ و همکاران (۲۰۱۰: ۳۲۴) در مقاله‌ای در مورد رابطه میان هویت‌های ملی، قومی و فردی با استفاده از روش ترکیبی به بررسی معانی و

1. Stevenson & Muldoon

2. Rodriguze & et al

گرایش عاطفی به هویت امریکایی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از شباهت‌ها و تفاوت‌ها در بین گروه‌های قومی است. بر این اساس، گروه‌های قومی نسبت به سفیدپوست‌ها کمتر احساس امریکایی بودن می‌کنند و معتقدند صرف‌نظر از حقوق شهروندی، آنها را امریکایی اصیل تلقی نمی‌کنند. افراد مورد تحقیق معتقد بودند امریکایی بودن مستلزم این است که یک فرد ارتباط خودش را با خویشان و گروه‌های قومی کنار بگذارد؛ از این رو، بررسی رابطه میان هویت‌های ملی، قومی و شخصی به ما کمک می‌کند نحوه درک جهان اجتماعی توسط بزرگسالان را بهتر بفهمیم و اینکه چگونه از عهده انتخاب‌های دشوار در مورد هویت‌شان برمی‌آیند. استنزل و سلیگمن^۱ (۲۰۰۹: ۹۵۹) به بررسی افراد دارای هویت ملی دوگانه کانادایی و آسیایی می‌پردازند؛ اینکه هرکدام از هویت‌های کانادایی و آسیایی چه ارتباطی با نظام‌های ارزشی مرتبط با هرکدام از اینها دارد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد هنگامی که از افراد به عنوان یک کانادایی سؤال می‌شود، ارزش‌هایی مانند خودجهت‌یابی، لذت‌گرایی و انگیزش مهم‌تر شناخته می‌شود و هنگامی که از افراد آسیایی مصاحبه به عمل می‌آید، آنها گرایش بیشتر به سمت ارزش‌هایی مبتنی بر هم‌رنگی و سنت‌گرایی از خود نشان می‌دهند. نوسیک^۲ (۲۰۰۴: ۳۴۳) تحقیقی با عنوان «اخبار ما و اخبار آنها: نقش هویت ملی در پوشش خبری خبرهای خارجی» انجام داده است. فرض نظری وی این است که وقتی یک خبر خارجی به عنوان «مال ما» تعریف می‌شود، اعمال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران تابع وفاداری ملی می‌شود؛ و وقتی چیزی به عنوان «مال آن‌ها» در نظر گرفته شود، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای به حوزه خود باز می‌گردد. این تحقیق بر سر این موضوع بحث می‌کند که بین ارزش‌های اخبار حرفه‌ای و هویت ملی روزنامه‌نگار و سردبیر مجله رابطه معکوس وجود دارد. روسکیانو^۳ (۲۰۰۳: ۳۲۴) در مطالعه خود با عنوان «ساخت هویت ملی؛ مطالعه ۲۳ کشور»، به این موضوع پرداخته که تئوری ساخت هویت ملی از مذاکره بین آگاهی ملی ملت و تصویر بین‌المللی و واقعی در نظر دنیا، سرچشمه گرفته است. این مقاله داده‌های نظرسنجی استفاده از تئوری در ۲۳ کشور از نظرسنجی اجتماعی بین‌المللی را بررسی می‌کند. این تحقیق شامل چهار مرحله است. مرحله اول تحلیل عاملی آگاهی، غرور ملی و تصویر بین‌المللی درک شده، و مرحله دوم شامل شاخص‌هاست که از طریق آن نحوه تعریف رابطه پاسخگویان با کشورشان سنجیده

1. Stelzel, & Seligman

2. Hillel Nossek

3. Frank Louis Rusciano

می‌شود. مرحله سوم شامل شاخص‌های تحمل تنوع و مهاجرت است و در مرحله آخر، مطالعه با تحلیل تغییرات ۲۳ کشور در نظرسنجی و بررسی اینکه آیا فرهنگ مذهبی بر ساخت هویت ملی تأثیر می‌گذارد یا خیر، به پایان می‌رسد.

مبانی نظری پژوهش

برک بر نظام‌های اجتماعی شناختی، فرایندهای بقا و محتوای هویت تأکید دارد. به نظر وی هویت مجموعه‌ای از معانی است که درک‌ها، احساسات و انتظاراتی را بازنمایی می‌کند که برای خود به عنوان دارنده یک موقعیت اجتماعی به کار برده می‌شود. در نظریه وی خود تصدیقی درون یک گروه فقط عملکرد خود شخص نیست بلکه نتیجه فعالیت شخص در ارتباط با دیگران است: بدین صورت است که رفتار دیگران می‌تواند ما را درباره اینکه چه کسی و چه چیزی هستیم، آگاه کند. بدین ترتیب در رابطه بین دو شخص، هویت هرکدام در ارتباط با فعالیت‌های دیگری تصدیق می‌شود. استرایکر^۱ از دیگر نظریه‌پردازان هویت در زمینه جامعه‌شناختی است که بر ساختار اجتماعی و برجستگی هویت تأکید دارد و معتقد است هویت بخشی از خود است، و بین فرد و ساختار اجتماعی پیوند برقرار می‌کند. هویت‌ها به شکل سلسله‌مراتبی سازمان می‌یابند، و هویت‌های بالاتر در سلسله‌مراتب، به احتمال زیاد بیشتر ظاهر خواهند شد تا آنهایی که در جایی پایین‌تر هستند. جایگاه هر هویت بستگی به موقعیت آن در ساختار اجتماعی دارد. آزادی انتخاب افراد در مورد یک هویت بیشتر بستگی به وجود فشار ساختاری دارد. استرایکر ایده تعهد^۲ را به عنوان ابزاری برای مفهوم‌پردازی پیوند بین ساختار اجتماعی و خود معرفی می‌کند. تعهد مشخص‌کننده میزان وابستگی یک رابطه خاص بین شخص با نوع هویت ویژه است (ترنر، ۱۹۹۹: ۳۸۲-۳۷۵).

پیش از طرح نظریات مرتبط با هویت ملی باید به چند پرسش پاسخ گفت: اینکه ملت و ملی‌گرایی چیست؟ ملت را می‌توان بر اساس رابطه متقابل بین دولت و ملت تعریف کرد که معیار آن نیز می‌تواند مانند دین و زبان، و یا اینکه مانند خودآگاهی و وحدت ذهنی باشد و یا ترکیبی از این دو باشد. بر این اساس ملی‌گرایی می‌تواند ایده (سخنرانی‌ها و نوشته‌های نخبه‌های ملی)، احساسات (توسعه زبان و چگونگی به کار بردن این احساسات به وسیله نخبگان و سیاست‌مداران) و کنش (کنش سیاسی مانند تضاد) باشد (اوزکیرملی^۳، ۲۰۰۰: ۵۸-۵۷).

1. Sheldon Stryker

2. Commitment

3. Ozkirimli

کلاس معتقد است که ملی‌گرایی هم ایده است و هم شکلی از رفتار. بر اساس گفته‌های کدوری^۱ ملی‌گرایی یک آموزه است. اسمیت نیز معتقد است ملی‌گرایی یک جنبش ایدئولوژیکی است. گلنر ملی‌گرایی را یک اصل سیاسی می‌داند و کالهون^۲ آن را یک صورت‌بندی استدلالی. باتوجه به این تعریفات می‌توانیم پرسش دوم را طرح کنیم که خاستگاه ملت و ملی‌گرایی چیست و تا چه اندازه می‌توان گفت پدیده‌هایی مدرن هستند؟ یعنی آیا محصول مدرنیزاسیون، صنعتی‌شدن، شهری‌شدن و سکولاریسم هستند؟ (اوزکریمی، ۲۰۰۰: ۶۰). در این مورد سه نوع رویکرد وجود دارد: نخست کسانی که معتقدند ملی‌گرایی از قبل وجود داشته؛ دوم کسانی که معتقدند محصول مدرنیته است؛ و سوم کسانی که به رویکرد میانه اعتقاد دارند (اوزکریمی، ۲۰۰۰: ۶۲-۶۰). اوزکریمی مروری تطبیقی از چهار رویکرد ارائه می‌دهد: (۱) ازلی‌انگاری (ملیت‌بخش طبیعی از انسان است)؛ (۲) مدرنیسم (ملت‌ها ساخت‌های مدرن مرتبط با فرایندهایی مانند سرمایه‌داری، صنعتی‌شدن، دولت بوروکراتیک و غیره هستند)؛ (۳) نمادگرایی قومی (تأکید بر سنت‌ها، اسطوره‌شناسی و سمبل‌های پایدار)؛ و (۴) رویکردهای جدید (توجه به فمینیسم، پست‌مدرنیسم و پسا‌مستعمراتی). بعد از این طبقه‌بندی سعی دارد تا با تأکید بر شکل و محتوای بحث به ارائه دیدگاهی انتقادی بپردازد. با توجه به محتوای بحث، او نظریه‌های پیشین را به دلیل تقلیل‌گرایی، اروپا محوری و نبود عنصر جنسیت مورد انتقاد قرار می‌دهد و بر نیاز به توجه به صورت‌بندی هویت و بازتولید آن تأکید می‌کند (پوزو^۳، ۲۰۰۰: ۱۹۳-۱۹۱).

بر اساس آرای ریفر^۴ (۲۰۰۳: ۲۲۵) دین به عنوان یک عامل برجسته فرهنگی می‌تواند به درجات مختلف جنبش‌های ملی را تحت تأثیر قرار دهد. سه نوع ملی‌گرایی وجود دارد: سکولار / ضد دینی، مذهبی - ابزار و مذهبی.

بنا بر تعبیر آنتونی گیدنز، هویت با آنکه پدیده‌ای اجتماعی است در نهایت مربوط به احساس تعلق فرد بوده و توسط او اظهار می‌شود؛ بنابراین ضرورت و اهمیت استفاده از دیدگاه‌های سطح خرد در مطالعه حاضر کاملاً روشن می‌شود. در این تحقیق سعی می‌شود تا بر اساس نظریات آنتونی گیدنز درباره هویت برپایه عوامل فرهنگی - روان‌شناختی به تبیین هویت ملی بپردازیم. گیدنز با تأکید بر کاهش نفوذ سنت و توسعه مدرنیته، امکان تحقق هویت‌های چندگانه و آزادی فرد در انتخاب آگاهانه را مطرح

1. Kedourie
2. Cahloun

3. Luis M. Pozo
4. Barbara-Ann J. Rieffer

می‌کند. وی معتقد است انتخاب شیوه زندگی با وجود عوامل یکسان‌ساز و استانداردکننده و به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروزین بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد. او در تعریف هویت شخصی می‌نویسد: «هویت شخصی برای ما شکل‌دهنده مسیری است که باید آن را طی مدتی که طول عمر نامیده می‌شود از لابه‌لای قرارگاه‌های نمادین تجدد بپیماییم؛ هرکدام از ما دارای زندگی‌نامه‌ای هستیم که در واقع بازتاب اطلاعات اجتماعی و روان‌شناختی موجود درباره شیوه‌های ممکن زندگی است (گیدنز، ۱۳۸۰: ۳۲-۲۸).

نظریه گیدنز (۱۳۸۲: ۱۶) در مورد هویت را باید در پرتو آرای او پیرامون تجدد و اثرات آن بر زندگی اجتماعی و خود افراد بررسی کرد. از این منظر، تجدد نوعی نظم پس از جامعه سنتی است و یکی از ویژگی‌های متمایز تجدد، تأثیرات جهانی از یک سو و گرایش‌های درونی از سوی دیگر است.

به نظر گیدنز، در چهارچوب جوامع جدید، خود دگرگونی‌یافته را باید از طریق کاوش‌های شخصی دریابیم و آن را بخشی از فرایند تماس متقابل بین تغییرات شخصی و اجتماعی بسازیم و استوار نگاه داریم، اما در تشریح و توصیف هویت شخصی علاوه بر بررسی زمینه‌های اجتماعی باید به ساختار روان‌شناختی فرد نیز توجه کرد که این ساختار روان‌شناختی باید بر اساس مدل قشربندی باشد (گیدنز، ۱۳۸۰: ۵۷). به نظر گیدنز شرط اساسی تدارک هویت شخصی استقرار اعتماد بنیادین است. هویت شخصی را نمی‌توان برحسب ماندگاری‌اش در زمان مورد توجه قرار داد؛ بلکه هویت برخلاف خود به عنوان پدیده‌ای عام نیازمند آگاهی بازتابی است. هویت در واقع همان چیزی است که فرد به آن آگاهی دارد. به عبارت دیگر، هویت شخصی چیزی نیست که در نتیجه تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد بلکه چیزی است که فرد باید آن را به طور مداوم و روزمره ایجاد کند (گیدنز، ۱۳۸۰: ۸۶).

تداوم آداب و رسوم روزمره منوط به آن است که اضطراب فردی تا چه اندازه با تمهیدات اجتماعی مهار شده باشد. مراعات، به این دلیل است که افراد ناآشنا که در کوچه و خیابان همدیگر را می‌بینند و با هم کنش متقابل دارند، به همدیگر اعتماد متقابل داشته باشند و این اعتماد تقویت شود، زیرا کنش متقابل در مجامع عمومی بر اساس همین اعتماد متقابل است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۷۴). نیروی اساسی اغلب کنش‌ها (در جامعه جدید) مجموعه ناآگاهانه‌ای برای کسب احساس اعتماد در کنش متقابل با دیگران است. به نظر وی یکی از نیروهای پراکنده و موتور حرکتی کنش، نیاز به

رسیدن به امنیت هستی‌شناختی است. به نظر گیدنز این نظام باید در زمان استمرار پیدا کند و عوامل استمرار آن طریق عادی شدن تماس‌ها، تفسیر موفقیت‌آمیز از کنش‌ها برحسب ذخیره معرفی افراد و توانایی عقلایی کردن امور است؛ به این معنی که فرد اعمال خود را نزد دیگران موجه جلوه دهد (ترنر، ۱۹۹۸: ۴۹۷-۴۹۶). به اعتقاد گیدنز افراد دارای یک هسته اولیه هستند که از سه عامل اعتماد بنیادین، ویژگی‌های فردی و جامعه‌پذیری تشکیل شده است (گیدنز، ۱۳۸۰: ۷۴).

چهارچوب نظری تحقیق

با توجه به اینکه هویت ملی پدیده‌ای است که تحت تأثیر عوامل متعددی است، باید چهارچوب نظری‌ای را به کار گرفت که بتواند این ابعاد مختلف را تبیین کند؛ از این رو، ما به ارائه یک چهارچوب نظری می‌پردازیم که ترکیبی از نظریه‌های مختلف باشد تا بتواند ابعاد مختلف هویت ملی را تبیین کند. ما از نظریه گلنر استفاده می‌کنیم زیرا او معتقد است جوامع برای اینکه از خطر ازهم‌گسیختگی در امان بمانند نیازمند توسعه فرهنگ و زبانی مشترک هستند که این امر مستلزم وجود نظام آموزشی عمومی همگن‌ساز و متمرکز، زبان و فرهنگ واحد است. او عامل اصلی وحدت را فرهنگ می‌داند و فرهنگ نقش مهمی در تعریف هویت ملی دارد. در این پژوهش، از دیدگاه ریفر به سبب اینکه به نقش دین در هویت ملی اشاره می‌کند و از نظریه گیدنز به این دلیل که بر نقش و اهمیت مدرنیته در اهمیت یافتن هویت ملی تأکید دارد، توجه می‌کنیم؛ همچنین از نظریه برک به دلیل اینکه بر نظام‌های اجتماعی شناختی، فرایندهای بقا و محتوای هویت تأکید دارد. به نظر وی هویت مجموعه‌ای از معانی است که درک‌ها، احساسات و انتظارات را بازنمایی می‌کند که برای خود به عنوان دارنده یک موقعیت اجتماعی به کار برده می‌شود. به نظر وی، خود نتیجه فعالیت شخص در ارتباط با دیگران است.

در نهایت برای شناخت ابعاد هویت ملی و سنجش آن از نظریه تاجفل استفاده شده است. تاجفل، سه بُعد مهم را برای هویت اجتماعی قابل تصور می‌داند: (۱) آگاهی: این بعد از هویت اجتماعی به معنی اشتراک در عقاید و ویژگی‌های مشترک است تا خود را در ما باز شناسیم؛ (۲) عاطفه: دومین بعد هویت اجتماعی، علقه، عاطفه و جذب به درون‌گروه است که آن را اساس هویت نیز دانسته‌اند. منظور از وجه ارزشی و اهمیت احساسی هویت در تعریف تاجفل نیز همین علاقه و جذب به درون‌گروه است که با نوعی احساس تعهد (رابطه‌ای) همراه است؛ (۳) آمادگی برای عمل: این بعد هویت

اجتماعی، آمادگی برای عمل در یک زمینه رقابتی بین گروهی است. شریف و پس از آن تاجفل تأکید دارند که هویت جمعی، در بستری از درگیری‌های بین گروهی قرار گرفته است. به این معنا که هویت‌یابی با یک درون‌گروه تا حدودی توسط موقعیت بین گروهی مشخص می‌شود (دوران، ۱۳۸۳).

فرضیه‌های پژوهش

برای دستیابی به اهداف پژوهش و با توجه به چهارچوب نظری موجود، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

- بین میزان هویت ملی نوجوانان شهرهای بانه و قروه تفاوت معنادار وجود دارد.
- بین میزان هویت ملی نوجوانان برحسب جنسیت تفاوت معنادار وجود دارد.
- بین میزان دین‌داری پاسخگویان در ابعاد چهارگانه (شامل اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی) و هویت ملی در دو شهر بانه و قروه رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان استفاده پاسخگویان از انواع رسانه‌ها و هویت ملی آنها در دو شهر بانه و قروه رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان آشنایی پاسخگویان به زبان انگلیسی و هویت ملی در دو شهر بانه و قروه رابطه معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

رویکرد مورد استفاده در این تحقیق، کمی و روش مورد استفاده نیز روش پیمایشی بوده و از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه نوجوانان ۱۸-۱۴ ساله ساکن در شهرهای بانه و قروه بوده‌اند. با توجه به حجم جامعه آماری و بر اساس جدول لین (۱۹۷۶) و خطای ۴ درصد، حجم نمونه، ۵۹۸ نفر برآورد شده که به تناسب تعداد نوجوانان هر شهر، به ترتیب تعداد ۳۴۰ و ۲۵۸ نفر از نوجوانان ساکن شهرهای بانه و قروه به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی بوده است. در این پژوهش، متغیر وابسته میزان هویت ملی است که برای سنجش آن از سنجح هویت ملی که توسط دوران (۱۳۸۱) تهیه شده، استفاده کرده‌ایم. او هویت ملی را مانند هر بُعد دیگر هویت اجتماعی، احساس تعلق خاطر و تعهد اخلاقی نسبت به درون‌گروه به همراه درک زمینه رقابت بین گروهی می‌داند. بنا بر این تعریف، هویت ملی دارای سه

بعد مشترکات ملی، جذب به درون گروه وطن و تعهد به گروه قلمداد می‌شود. منظور از مشترکات ملی؛ تعلق به اجتماع به معنی اشتراک در عقاید و ویژگی‌های مشترک است تا خود را در ما بازشناسیم. هویت‌یابی با «ما» است که امکان می‌دهد هویت خاص روانی و جمعی خود را تا اندازه‌ای دریابیم. این مجموعه بر روی هم، علاوه بر تاریخ و خاطرات مشترک، همفکری و هم‌بختی را به اجتماع اعطا می‌کند که لازمه هر نظم اجتماعی برای حفظ «ما» است (چلبی، ۱۳۸۰: ۲۱).

منظور از بُعد جذب به درون گروه در این تحقیق، ارزش و اهمیت احساسی هویت است؛ نوعی احساس تعلق و متعاقب آن احساس تعهد و وظیفه به دیگران و وفاداری به ارزش‌ها، اهداف، انتظارات و ظرفیت‌های آنان. اما منشأ تعهد نوعی علاقه و وابستگی عاطفی و دلبستگی عاطفی است. همدلی یا احساس تعلق مشترک، خمیرمایه اصلی «ما» و فقدان حداقلی آن به معنی اضمحلال «ما» به «من»‌ها محسوب می‌شود. بعد تعهد به گروه عبارت است از میزانی که اعضای گروه احساس می‌کنند با گروه پیوندهایی قوی دارند و حاضر هستند برای آن یا به خاطر آن از خود مایه بگذارند. تعهد اجتماعی با علقه اجتماعی، هنجار اجتماعی در معنای دورکیمی آن را پدید می‌آورد که بر روی هم، آمادگی برای عمل به نفع درون گروه را تشکیل می‌دهند (دوران، ۱۳۸۷: ۷۱، ۹۳، ۹۵).

دوران برای هرکدام از این ابعاد شاخص‌هایی معین کرده است. این پرسشنامه شامل هفده گویه است که از این تعداد شش گویه نخست برای بعد مشترکات درون‌گروهی، پنج گویه برای بعد جذب به درون گروه و شش گویه آخر برای درک رقابت بین کشورها در نظر گرفته شده است. ضریب آلفای کرونباخ کسب‌شده در پژوهش حاضر، برای متغیر هویت ملی ۰/۸۷ است. به منظور سنجش میزان دین‌داری به عنوان یکی از متغیرهای مستقل تحقیق، از پرسشنامه دین‌داری گلاک و استارک (۱۹۶۵) که ابعاد مختلف دین‌داری (شامل بعد اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی) را مورد سنجش قرار می‌دهد، استفاده شده که پایایی و روایی آن در مطالعات متعددی تأیید شده است.

گلاک و استارک (۱۹۶۵: ۲۱-۲۰) معتقدند در همه ادیان ضمن تفاوت‌هایی که در جزئیات آنها وجود دارد عرصه‌های مشترکی وجود دارد که دین‌داری در آن متجلی می‌شود و شامل ابعاد چهارگانه دین‌داری است که عبارتند از: ابعاد اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی. بعد اعتقادی (باورهایی که انتظار می‌رود مومنان به آنها اعتقاد داشته باشند) که توسط ۱۰ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده می‌شود، شامل اعتقادات خاص به‌جامانده از پیروان یک دین است که شخص دین‌دار باید آنها را بپذیرد. بعد

عاطفی به درک و آگاهی مستقیم از واقعیت غایبی و عواطف و احساسات دینی برمی‌گردد. متغیر بعد عاطفی دین‌داری توسط شش گویه سنجیده می‌شود. بعد مناسبی شامل یک‌سری اعمال دینی خاص است که پیروان یک دین انجام می‌دهند که توسط ۹ گویه سنجیده می‌شود. بعد پیامدی به تأثیر باورها، تجارب و اعمال دینی بر روی پیروان یک آیین اشاره دارد و رابطه فرد با دیگران را نیز متأثر می‌سازد. این بعد با ۷ گویه سنجیده شده است.

هم‌چنین به منظور سنجش رسانه‌ها، میزان استفادهٔ پاسخگویان از انواع مختلف رسانه‌ها شامل تلویزیون (شبکه استانی و شبکه سراسری)، رادیو (داخلی، خارجی)، روزنامه و مجله‌ها، ماهواره، اینترنت و... پرسیده شده و در نهایت در تجزیه و تحلیل، رسانه‌ها در دو گروه رسانه‌های جمعی (شامل رادیو و تلویزیون، روزنامه‌ها و مجله‌ها و...) و رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید (شامل ماهواره، اینترنت و...) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. برای سنجش پایایی ابزار سنجش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. اعتبار ابزار سنجش، اعتبار صوری بوده و روایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده است.

یافته‌های پژوهش

این مطالعه بر روی یک نمونه ۵۹۸ نفری (دختر=۲۲۶ نفر و پسر=۳۷۲ نفر) در شهرهای بانه و قروه در کردستان ایران انجام شده است. میانگین سنی پاسخگویان ۱۶/۳ سال بوده که در دبیرستان مشغول به تحصیل بوده‌اند و میانگین سواد پدر پاسخگویان ۷ کلاس بوده است. بیشتر آنان در مشاغل آزاد مشغول به کار بودند و میانگین سواد مادر آنان ۴ کلاس و اکثریت خانه‌دار بوده‌اند. همچنین بیش از ۵۱ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط جامعه و حدود ۳۵ درصد از آنان خود را از طبقه پایین جامعه می‌دانستند. در جدول شماره ۱، علاوه بر نمایش ضریب آلفای کرونباخ، چگونگی توزیع متغیرهای مستقل و وابسته بر اساس شاخص‌های ترکیبی^۱

۱. برای ساختن شاخص‌های ترکیبی از فرمول زیر استفاده شده است:

انحراف معیار \pm میانگین نمرات = حد متوسط

انحراف معیار + بالاتر از میانگین = حد بالا

انحراف معیار - پایین‌تر از میانگین = حد پایین

آمده است. بر اساس ارقام جدول مذکور، ۱۳ درصد پاسخگویان دارای هویت ملی بالا، ۷۰/۲ درصد هویت ملی متوسط و ۱۶/۷ درصد هویت ملی پایین دارند. در میان ابعاد مختلف دین‌داری، ۸۵ درصد نوجوانان در بعد اعتقادی، ۸۲/۶ درصد در بعد تجربی، ۶۶/۹ درصد در بعد مناسکی و ۶۷/۹ درصد در بعد پیامدی دارای میزان متوسط و بالاتر از آن هستند و در مجموع حدود ۸۵/۱ درصد آنها دارای میزان دین‌داری متوسط و بالا هستند. همچنین یافته‌های موجود در جدول نشانگر آن است که ضریب آلفای کرونباخ تمام متغیرهای موجود در جدول در حد قابل قبولی از لحاظ آماری قرار دارند.

جدول شماره ۱: نتیجه آزمون پایایی متغیرهای وابسته و مستقل و چگونگی توزیع درصدی آنها

مقیاس	ضریب آلفای کرونباخ	توزیع درصد نمره کل		
		پایین	متوسط	بالا
بعد اعتقادی	۰/۸۲	۱۵/۱	۸۴/۹	۰
بعد تجربی	۰/۷۴۵	۱۷/۴	۸۲/۶	۰
بعد مناسکی	۰/۷۵۶	۲۰/۱	۶۶/۹	۱۳
بعد پیامدی	۰/۷۲۳	۱۷/۱	۶۷/۹	۱۵/۱
دین‌داری (کل)	۰/۸۷۵	۱۶/۱	۷۰/۶	۱۳/۴
هویت ملی (کل)	۰/۸۷	۱۶/۷	۷۰/۲	۱۳
میزان استفاده از رسانه‌ها	-	۱۴/۹	۶۹/۲	۱۵/۹

برای پاسخگویی به این پرسش که آیا میانگین نمره‌های هویت ملی در این دو شهر با هم متفاوت است یا نه، از آزمون تفاوت میانگین‌ها یا T مستقل استفاده شده است. همان‌گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، میانگین هویت ملی نوجوانان در شهر قروه نسبت به شهر بانه، بیشتر است. مقدار t و سطح معنی‌داری، وجود تفاوت میانگین میزان هویت ملی نوجوانان در این دو شهر را تأیید می‌کند که مؤید فرضیه پژوهش است.

جدول شماره ۲: آزمون مقایسه تفاوت میانگین هویت ملی پاسخگویان برحسب شهر محل سکونت

متغیر وابسته	شهر	فراوانی	میانگین	خطای استاندارد	T	سطح معناداری
هویت ملی	بانه	۲۵۸	۵۲/۵	۱۰/۵	۲/۸	۰/۰۰۴
	قروه	۳۴۰	۵۵	۱۱/۱		

جدول شماره ۳، نتایج آزمون مقایسه تفاوت میانگین میزان هویت ملی نوجوانان دختر و پسر را به تفکیک شهر نشان می‌دهد. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود آماره‌های موجود، حاکی از فقدان تفاوت معنی‌دار بین میانگین میزان هویت ملی نوجوانان دختر و پسر، در شهر قروه است. اما در شهر بانه این تفاوت معنادار است و نتایج بیانگر آن است که زنان از هویت ملی ضعیف‌تری نسبت به مردان برخوردارند.

جدول شماره ۳: آزمون مقایسه تفاوت میانگین هویت ملی پاسخگویان بر حسب جنسیت به تفکیک شهر

متغیر وابسته	شهر	جنس	فراوانی	میانگین	خطای استاندارد	T	سطح معناداری
هویت ملی	بانه	مرد	۱۶۶	۵۳/۶	۹/۹	۲/۳۳	۰/۰۲۰
		زن	۹۲	۵۰/۵	۱۱/۳		
	قروه	مرد	۲۰۶	۵۵/۶۲۱	۱۰/۳	۰/۰۶۹	۰/۰۹۴۵
		زن	۱۳۴	۵۵	۱۲/۱۵		

جدول شماره ۴، نتایج آزمون رابطه بین میزان دین‌داری و ابعاد مختلف آن با میزان هویت ملی نوجوانان را به تفکیک شهر نشان می‌دهد. برای بررسی رابطه بین متغیرهای مذکور از رگرسیون تک‌متغیره استفاده شده است. بعد اعتقادی دین‌داری نخستین متغیری است که مورد آزمون قرار می‌گیرد. این بُعد از دین‌داری با میزان هویت ملی در بانه ۰/۲۲۷ و در قروه ۰/۳۸۶ همبستگی دارد. مقدار مثبت بتا در هر دو آزمون، نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین این متغیرهاست. همچنین ارقام موجود در جدول، حاکی از وجود رابطه معنی‌دار آماری میان این متغیرهاست. هم‌چنین نتایج حاصل از بررسی رابطه بعد تجربی دین‌داری با میزان هویت ملی در شهر بانه و قروه نشان‌دهنده معنادار بودن رابطه بین این متغیرها در هر دو شهر است. جهت این رابطه نیز مثبت است، یعنی با بالا رفتن میزان بعد تجربی دین‌داری، به میزان هویت ملی افراد افزوده می‌شود.

مقدار F و سطح معنی‌داری حاصل از آزمون رابطه بعد مناسکی با میزان هویت ملی حاکی از آن است که رابطه مذکور نیز در سطح ۹۹ درصد اطمینان در هر دو شهر معنی‌دار است. مقدار منفی بتا در هر دو شهر، نشان می‌دهد هرچه پایبندی نوجوانان به مناسک دینی قوی‌تر باشد، میزان هویت ملی آنها کمتر است.

آخرین بعد دین‌داری که مورد آزمون قرار می‌گیرد، بعد پیامدی است. نتایج جدول

شماره ۴ نشان می‌دهد با توجه به مقدار منفی بتا می‌توان گفت هرچه بعد پیامدی دین‌داری قوی‌تر باشد، میزان هویت ملی کمتر می‌شود. مقدار F و سطح معنی‌داری نشان می‌دهد که این بعد از دین‌داری با متغیر وابسته در هر دو شهر در سطح اطمینان ۹۹ درصد، رابطه معنی‌دار دارد.

میزان کل دین‌داری پاسخگویان متغیر دیگری است که مورد بررسی قرار گرفته است. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود مقدار R^2 نشان می‌دهد متغیر میزان دین‌داری توانسته به ترتیب در شهرهای بانه و قروه ۱۱ و ۲۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند. با توجه به منفی بودن ضریب بتا، رابطه میان دو متغیر معکوس است. مقدار F و سطح معنی‌داری در هر دو شهر نشان‌دهنده آن است که رابطه بین میزان دین‌داری با متغیر وابسته در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. بنابراین با توجه به نتایج کسب‌شده در جدول شماره ۴، می‌توان گفت بین میزان دین‌داری و ابعاد مختلف آن با هویت ملی رابطه معنادار وجود دارد. مقایسه میزان قدرت تبیین‌کنندگی دین‌داری و ابعاد آن برای هویت ملی در دو شهر بانه و قروه نشان می‌دهد که این متغیر در شهر قروه میزان تبیین‌کنندگی بالاتری برای متغیر وابسته دارد.

جدول شماره ۴: آزمون رابطه بین میزان دین‌داری و ابعاد آن با میزان هویت ملی پاسخگویان به

تفکیک شهر

متغیرهای مستقل	شهر	R	R ²	Adj. R ²	S.D	B	Beta	F	معناداری
بعداعتمادی دین‌داری	بانه	۰/۲۲۷	۰/۰۵۱	۰/۰۴۸	۰/۱۷۸	۰/۱۷۸	۰/۲۲۷	۱۳/۹	۰/۰۰۰
	قروه	۰/۳۸۶	۰/۱۴۹	۰/۱۴۷	۰/۱۱۵	۰/۸۸۳	۰/۳۸۶	۵۹/۲	۰/۰۰۰
بعد تجربی دین‌داری	بانه	۰/۱۵۵	۰/۰۲۴	۰/۰۲۰	۰/۲۴۱	۰/۶۰۶	۰/۱۵۵	۶/۳۳	۰/۰۱۲
	قروه	۰/۴۳۳	۰/۱۸۷	۰/۱۸۵	۰/۱۴۷	۱/۲۹۵	۰/۴۳۳	۷۷/۸۸	۰/۰۰۰
بعدمناسکی دین‌داری	بانه	۰/۳۳۵	۰/۱۱۲	۰/۱۰۸	۰/۱۰۸	-۰/۶۱۲	-۰/۳۳۵	۳۲/۲۷	۰/۰۰۰
	قروه	۰/۴۷۸	۰/۲۲۹	۰/۲۲۷	۰/۰۸۵	-۰/۸۵۲	-۰/۴۷۸	۱۰۰/۳۱۴	۰/۰۰۰
بعدپیامدی دین‌داری	بانه	۰/۲۹	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۱۱۹	-۰/۵۹۶	-۰/۲۹	۲۳/۵۹	۰/۰۰۰
	قروه	۰/۴۹	۰/۲۴۱	۰/۲۳۹	۰/۰۸۹	-۰/۹۲۵	-۰/۴۹۱	۸۵/۷۰	۰/۰۰۰
دین‌داری کل	بانه	۰/۳۴۵	۰/۱۱۹	۰/۱۱۵	۰/۰۴۴	-۰/۲۶۰	-۰/۳۴۵	۳۴/۵۳۷	۰/۰۰۰
	قروه	۰/۵۳۳	۰/۲۸۴	۰/۲۸۲	۰/۰۳۰	-۰/۳۴۹	-۰/۵۳۳	۱۳۳/۹۳۲	۰/۰۰۰

جدول شماره ۵، نتایج آزمون رابطه بین میزان استفاده از انواع رسانه‌ها با میزان هویت ملی نوجوانان را به تفکیک شهر نشان می‌دهد. نتایج بررسی در مورد مجموع رسانه‌ها نیز نشان‌دهنده وجود رابطه معنادار بین میزان استفاده از مجموع رسانه‌ها و میزان هویت ملی نوجوانان در هر دو شهر بانه و قروه است. رسانه‌ها در مجموع تنها ۲ درصد تغییرات متغیر وابسته را در شهر قروه تبیین می‌کند.

جدول شماره ۵: رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌ها و انواع آن با میزان هویت ملی پاسخگویان به تفکیک شهر

سطح معناداری	F	Beta	B	انحراف معیار	Adj.R2	R2	R	رسانه‌های ارتباط جمعی	
۰/۲۱	۱/۵۴	۰/۰۷	۰/۱۴	۱۰/۴۷	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۷	بانه	
۰/۰۰۶	۷/۶۶	۰/۱۴	۰/۲۲	۱۰/۹۵	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۱۴	قروه	

جدول شماره ۶ آزمون رابطه بین هویت ملی برحسب شهر محل سکونت را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج حاصله، مقدار R^2 نشان می‌دهد متغیر میزان هویت ملی توانسته به ترتیب در شهرهای بانه و قروه هر دو یک درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند. با توجه به منفی بودن ضریب بتا، رابطه میان دو متغیر معکوس است. مقدار F و سطح معنی‌داری نشانگر آن است که رابطه بین هویت ملی با متغیر وابسته تنها در قروه معنادار است.

جدول شماره ۶: آزمون رابطه بین هویت قومی و هویت ملی پاسخگویان برحسب شهر

سطح معناداری	F	Beta	B	انحراف معیار	Adj.R2	R2	R	هویت قومی	
۰/۰۶۲	۳/۵۰	۰/۱۱	۰/۱۶	۱۰/۴۸	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۱۱	بانه	
۰/۰۲۹	۴/۷۹	-۰/۱۱	-۰/۱۷	۱۰/۹۹	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۱۱	قروه	

جدول شماره ۷، آزمون رابطه شرکت در کلاس آموزش زبان انگلیسی پاسخگویان با گرایش به هویت ملی برحسب شهر محل سکونت را نشان می‌دهد. تفاوت مشاهده‌شده بین دو میانگین بر اساس آزمون T بیانگر این است که تفاوت معنی‌داری بین شرکت در کلاس زبان برای پاسخگویان شهر بانه، از نظر هویت ملی وجود دارد و تقریباً میانگین نمرات هویت ملی افرادی که در کلاس زبان شرکت کرده‌اند کمتر از کسانی است که به کلاس زبان انگلیسی نمی‌روند؛ لذا فرضیه فوق تأیید می‌شود.



جدول شماره ۷: آزمون رابطه شرکت در کلاس آموزش زبان انگلیسی برای
پاسخگویان، با گرایش به هویت ملی برحسب شهر محل سکونت

معنی داری	t	خطای استاندارد	انحراف معیار	میانگین	فراوانی	شرکت در کلاس زبان
۰/۰۰۰	-۴/۲۶	۱/۲۷	۱۱/۰۸	۴۸/۳۳	۷۶	بلی
		۰/۷۲	۹/۷۴	۵۴/۲۴	۱۸۲	خیر
۰/۹۸	۰/۰۲	۱/۰۵	۱۱/۳۸	۵۵/۱	۱۱۶	بلی
		۰/۷۳	۱۰/۹۱	۵۵/۰۶	۲۲۴	خیر

برای بررسی این مسئله که از بین زمینه‌های فرهنگی مورد بررسی در این پژوهش کدام یک پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای میزان هویت ملی هستند، از روش رگرسیون چندمتغیره گام‌به‌گام استفاده شده است. جدول شماره ۸، نشان‌دهنده تحلیل گام‌به‌گام برای پیش‌بینی متغیر وابسته است. از میان متغیرهایی که وارد این معادله شدند، چهار متغیر باقی ماندند که به ترتیب عبارتند از: میزان دین‌داری، نوع شهر (بانه)، میزان استفاده از رسانه‌ها، میزان آشنایی با زبان انگلیسی. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، این چهار متغیر توانسته‌اند در مجموع ۲۳/۵ درصد متغیرات وابسته را تبیین کنند؛ به عبارت دیگر، ۲۳/۵ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط عوامل فرهنگی ذکر شده، قابل تبیین است. از میان این متغیرها، میزان دین‌داری بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی را برای متغیر هویت ملی دارد زیرا به تنهایی توانسته ۱۶/۵ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کند؛ بنابراین میزان دین‌داری می‌تواند نقش مهمی در ارتباط با تقویت هویت ملی در میان نوجوانان ایفا کند.

جدول شماره ۸: تحلیل چندمتغیره گام‌به‌گام برای پیش‌بینی متغیر وابسته هویت ملی

گام	متغیر وارد شده	R	R ²	R ² Ad	خطای استاندارد	B	Beta	مقدار t	سطح معناداری
اول	میزان دین‌داری	۰/۴۱	۰/۱۶۵	۰/۱۶۴	۰/۰۳	۰/۳۸	۰/۴۶	۱۲/۳۲	۰/۰۰
دوم	شهر (بانه)	۰/۴۷	۰/۲۲۴	۰/۲۲۱	۰/۸۲	-۵/۶۱	-۰/۲۵	-۶/۸۲	۰/۰۰
سوم	رسانه‌ها	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۲۲۶	۰/۰۶	۰/۱۲۲	۰/۰۸	۲/۰۹	۰/۰۳
چهارم	میزان آشنایی با زبان انگلیسی	۰/۴۹	۰/۲۳۵	۰/۲۳۰	۰/۸۴	۱/۷۵	۰/۰۷	۲/۰۸	۰/۰۳

R = ۰/۴۸ R² = ۰/۲۳ Adj R² = ۰/۲۳ F = ۴۵/۴۹ Sig = ۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف بررسی رابطه بین زمینه‌های فرهنگی مؤثر بر هویت ملی نوجوانان دو شهر بانه و قروه انجام گرفت. در این پژوهش از بین عوامل فرهنگی، متغیرهای جنسیت، میزان استفاده از انواع رسانه‌ها، میزان آشنایی با زبان انگلیسی و میزان دین‌داری در ابعاد مختلف آن مورد بررسی قرار گرفت. مقایسه هویت ملی در دو شهر نشان می‌دهد میانگین هویت ملی در شهر قروه بیشتر از شهر بانه است.

نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان هویت ملی در میان دو جنس نشان می‌دهد بین زنان و مردان از لحاظ این شاخص، تفاوتی وجود ندارد. یکی دیگر از متغیرهای فرهنگی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، میزان دین‌داری نوجوانان است. این متغیر به همراه ابعاد چهارگانه آن (اعتقادی، تجربی، مناسکی و پیامدی) در هر دو شهر رابطه معناداری با متغیر وابسته دارد. نتیجه تحقیق حاضر با پژوهش حمیدی (۱۳۸۴) و ریفر (۲۰۰۳) که بیان می‌کنند بین میزان دین‌داری و هویت ملی رابطه وجود دارد، همخوانی دارد.

در بررسی رابطه زبان به عنوان شاخص هویت ملی میزان آشنایی با زبان انگلیسی (میانگین نمره زبان و شرکت در کلاس‌های زبان) و هویت ملی، تفاوت مشاهده شده بین دو میانگین بیانگر این بود که تفاوت معنی‌داری بین میزان آشنایی با زبان انگلیسی پاسخگویان از نظر میانگین هویت ملی، وجود دارد. به این دلیل که جهت رابطه منفی و معکوس است و با توجه به تفاوت میانگین مشاهده شده، به این معنی است که پاسخگویانی که در کلاس‌های آموزش زبان شرکت نمی‌کنند هویت ملی بالاتری دارند این شاید یکی از دلایل این باشد که افرادی این چنین به خاطر اینکه به گونه‌ای فرهنگ پذیر شده‌اند که آگاهی کمتری نسبت به هویت ملی و ایرانی و تاریخ ایران دارند، گرایش کمتری به هویت ملی از خود نشان می‌دهند که این امر نیازمند انجام برنامه‌های فرهنگی و اشاعه بیشتر میزان آگاهی نسبت به تاریخ ایران است.

در مورد رسانه‌ها نیز نتایج حاکی از آن است که از بین رسانه‌های جمعی و رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، تنها رسانه‌های جمعی با هویت ملی نوجوانان در کل دارای رابطه است. تفاوت مشاهده شده بین دو میانگین بیانگر این بود که تفاوت معنی‌داری بین استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و میانگین هویت ملی، وجود دارد. تفاوت میانگین مشاهده شده به این معنی است که هرچه استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی پاسخگویان بالاتر باشد، میزان هویت ملی آنان نیز بالاتر است.

نتیجه تحقیق حاضر با یافته‌های پژوهش رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷) و نوسیک (۲۰۰۴) مبنی بر اینکه بین استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و هویت ملی رابطه وجود دارد، همخوانی دارد. در جوامع دینی، یکی از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت، دین است. تقویت هویت و همبستگی مستلزم انجام فعالیت در ابعاد مختلفی است که از جمله ابعاد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را دربرمی‌گیرد. در نهایت نتایج تحلیل چندمتغیره نیز بر قدرت تبیین‌کنندگی بیشتر دین‌داری در هویت ملی نوجوانان تأکید دارد.

با توجه به اینکه این مقاله بیشتر معطوف به بعد فرهنگی است؛ از این‌رو، پیشنهادها بیشتر در زمینه فرهنگی ارائه می‌شود:

۱. در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی باید راهکارهایی در پیش گرفته شود که هرچه بیشتر عام‌گرا باشند؛ به گونه‌ای که همه اقوام را دربرگیرد، از جمله اینکه بر هویت ایرانی تأکید بیشتری صورت گیرد، زیرا در این صورت می‌توان تنوعات بیشتری را زیر چتر واحدی گرد آورد.

۲. در آموزش و پرورش، دروس به گونه‌ای تنظیم شود که بر هویت ایرانی تأکید شود و به گونه‌ای آموزش داده شود که همه دانش‌آموزان ایرانی احساس کنند که پیکره واحدی هستند و بر مشترکات تأکید شود تا همدلی‌های لازم صورت گیرد.

۳. در دانشگاه‌ها دروس عمومی و برنامه فرهنگی به گونه‌ای باشد که سبب تقویت هویت ملی و همبستگی ملی و ایجاد همدلی و احساس ایرانی بودن و داشتن هویت ملی واحد شود.

۴. نقش صدا و سیما و مطبوعات در این زمینه باید به گونه‌ای باشد که گرایش اقوام مختلف به سمت هویت ملی و همبستگی ملی را ترغیب نماید.

۵. در نهایت اینکه نقش برنامه‌ریزی فرهنگی در ابعاد مختلف بسیار مهم است و باید در مسیر تقویت هویت ملی و تأکید بر هویت واحد ایرانی حرکت کند.

منابع

- احمدی، حمید (۱۳۸۱)؛ «جهانی‌شدن: هویت قومی یا هویت ملی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال سوم، شماره ۱۱: صص ۳۶-۱۳.
- ————— (۱۳۸۳)؛ «پیشگفتار»، *ایران، هویت، ملیت، قومیت*، تهران: مؤسسه تحقیقات و علوم انسانی.
- اکبری، حسین و جلیل عزیزی (۱۳۸۷)؛ «هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه»، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، شماره ۲۷، سال هفتم، صص ۲۹۹-۲۷۷.
- برک، لورای (۱۳۸۶)؛ *روان‌شناسی رشد*، مترجم: یحیی سید محمدی، جلد دوم، تهران: نشر ارسباران.
- برگر، پیتر و برگر بریجیت و کلتر هانسفرید (۱۳۸۱)؛ *ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی*، مترجم: محمد ساوجی، تهران: نشر نی.
- تاریخی، مصطفی (۱۳۶۷)؛ *مقدمه‌ای بر مسائل سیاسی کردستان*، تهران: دفتر مطالعات استراتژیک.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۰)؛ *جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نشر نی.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- ————— (۱۳۸۷)؛ *هویت اجتماعی: رویکردها و نظریه‌ها*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، صص ۱۱۳-۸۳.
- ————— (۱۳۸۳)؛ «هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک»، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، سال دوازدهم، شماره ۴۴، صص ۱۲۸-۸۹.
- رابرتسون، رونالد (۱۳۸۰)؛ *جهانی‌شدن، تئوری‌های اجتماعی و فرهنگی جهانی*، مترجم: کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴)؛ *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، مترجم: محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- سندجی، شکرالله (۱۳۶۶)؛ (فخرالکتاب)، *تحفه ناصری در تاریخ جغرافیای کردستان به انضمام پنج مقاله درباره قبایل کرد*، با مقابله و تصحیح حواشی و تعلیقات از حشمت‌الله طیبی، تهران: امیرکبیر.
- شریف‌پور، حامد، داور شیخاوندی و محمدحسن مقدس جعفری (۱۳۸۷)؛ «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کُرد (مطالعه موردی دانشگاه پیام نور سقز)»، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال نهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۳)، صص ۹۷-۱۲۶.
- عبدالهی، محمد (۱۳۸۳)؛ «فاصله قومی و عوامل مؤثر بر آن در ایران»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۴، صص ۳۷-۱.
- فکوهی، ناصر و مجنون آموسی (۱۳۸۸)؛ «هویت ملی و هویت قومی در کردستان ایران»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره دوم، صص ۷۵-۴۹.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)؛ *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، جلد دوم: *قدرت هویت*، علی‌پایا، حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱)؛ «جهانی‌شدن و بحران هویت»، *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۱۰، صص ۲۸-۱.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)؛ *پیامدهای مدرنیته*، مترجم: محسن ثلاثی، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.
- ————— (۱۳۸۲)؛ *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر مدرنیته*، مترجم: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

- مردوخ کردستانی، محمد (۱۳۵۱): *تاریخ کرد و کردستان*، سنندج: نشر غریقی.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۳): «هویت، تاریخ و روایت در ایران»، *ایران: هویت، ملیت، قومیت*، به اهتمام حمید احمدی، تهران: مؤسسه تحقیقات و علوم انسانی، صص ۵۳-۲۵.
- میرمحمدی، داوود (۱۳۸۳): *گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران*، مؤسسه مطالعات ملی، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
- David Ohad, Bar-Tal, Daniel (2009); *A Socio-psychological Conception of Collective Identity: The Case of National Identity as an Example*, *Pers Soc Psychol Rev* 13, P 354.
- Glock C.Y and Stark (1965); *The Dimensions of Religiosity: Religion and Society in Tension*, hicago: Rand McNally.
- Nossek Hillel (2004); "Our news and Their news: The role of national identity in the coverage of foreign news", *Journalism* 5, P 343.
- Ozkirimli Umut. (2000); *Theories of Nationalism: A Critical Introduction*, Macmillan, Houndmills, Basingstoke, 2000, PP xi + 253.
- Pozo, Luis M. (2000); *Review book: Theories of Nationalism: A Critical Introduction by Ozkirimli Umut*, *Capital & Class* 2002, No. 26, P 191.
- Rieffer, Barbara-Ann J. (2003); "Religion and Nationalism: Understanding the Consequences of a Relationship", *Ethnicities* 2003 3, P 215.
- Rodriguze, L.et al (2010); "American Identity Revisited: The Relation Between National", *Ethnic and Personal Identity in a Multiethnic Sample of Emerging Adults Journal of Adolescent Research*, Vol. 25, No. 2, PP 324-349.
- Rusciano, Frank Louis (2003); "the Construction of National Identity--A 23-Nation Study", *Political Research Quarterly*, 56, P 361.
- Stelzel, Monika and Seligman, Clive (2009); "Multiplicity Across Cultures: Multiple National Identities and Multiple Value System", *Organization Studies*, Vol. 30, PP959-973.
- Stevenson, Clifford and Muldoon, Orla T. (2010); "Socio-political Context and Accounts of National Identity in Sdolescence", *British Journal of Social Psychology*, PP 583-599.
- Turner, Jonathan (1999); *The Structure of Sociological Theory*, Wadsworth, PP 330-496.