

عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با هویت ملی نوجوانان شهر اهواز (مطالعه موردی: دانش‌آموزان شهر اهواز)

* مجید موحد

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

** فرزانه کاووسی

E-mail: f343k@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۳/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۸/۱۶

چکیده

پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با هویت ملی چیست؟ بدین منظور ۶۰۰ نفر از دانش‌آموزان (دختر/ پسر) دبیرستانی شهر اهواز به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند. مبانی نظری این پژوهش نیز مبتنی بر آراء مانوئل کاستلز است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش بیانگر معنادار بودن رابطه میان متغیرهای مستقل تحصیلات والدین، بومی بودن، منطقه محل سکونت، زبان تکلم در منزل، میزان دینداری و میزان اطلاعات تاریخی پاسخگویان با هویت ملی آنان می‌باشد. از میان رسانه‌های جمعی نیز، تلویزیون سراسری، رادیو داخلی، رادیوهای عرب زبان خارجی و سایت‌های غیرفارسی رابطه معناداری با هویت ملی نشان داده‌اند. نتایج تحلیل چند متغیره نیز نشان می‌دهد که از میان متغیرهای مستقل، ۶ متغیر وارد رگرسیون شدند که در مجموع ۳۷/۷ درصد از تغییرات واریانس متغیر هویت ملی را تبیین می‌کنند. متغیرهای مستقل دینداری و تلویزیون سراسری و رادیو داخلی، سه متغیری بودند که به ترتیب در سه مرحله اول وارد معادله شدند و در این میان متغیر دینداری بالاترین رابطه مثبت را با هویت ملی پاسخگویان داشت.

کلیدواژه‌ها: هویت، هویت ملی، هویت قومی، رسانه‌ها، دینداری، اهواز،

ایران.

* دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، نویسنده مسئول

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان دانشگاه شیراز

مقدمه

مسئله هویت مسئله‌ای است که ذهن بشر را همواره به خود معطوف داشته است. انسان‌ها همواره به دنبال شناخت خود بوده و با تلاش برای پاسخگویی به پرسش «من کیستم؟» به جستجوی ماهیت و کیستی خود پرداخته‌اند. این تلاش نه تنها به مرور زمان رنگ کهنگی به خود نگرفته، بلکه از مهم‌ترین دغدغه‌های انسان معاصر نیز محسوب می‌شود. از این رو مطالعه چالش‌های پاسخگویی به این سؤال همواره مورد توجه پژوهشگران حوزه‌های مختلف علوم انسانی بوده است. واژه هویت که به عنوانی مختلف و در دو قالب فردی و اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته، در حقیقت مبتنی بر این سؤال می‌باشد.

عالمان علوم اجتماعی، هویت را در دو سطح فردی و اجتماعی مطالعه کرده‌اند. هویت فردی، به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها گفته می‌شود که فرد با منتسب نمودن آنان به خود، خود را از دیگران متمایز کرده و به وسیله آن یک حس تداوم و استقلال شخصی پیدا می‌کند (احمدی، ۱۳۸۶: ۸۶). هویت جمعی دربرگیرنده آن بخش از زندگی اجتماعی است که فرد با ضمیر «ما»، خود را متعلق به آن می‌داند و در برابر آن متعهد می‌باشد (مثل ما ایرانیان، ما شرقی‌ها و...). در حیات اجتماعی، افراد معمولاً نقش‌های اجتماعی متنوعی را ایفا، و در «ما»های متعددی مشارکت می‌کنند. انسان‌ها به تعداد نقش‌ها و عضویت در «ما»های مختلف حائز هویت جمعی متفاوت هستند (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱: ۳۸؛ رزازی‌فر، ۱۳۷۹: ۱۰۲). هویت جمعی به مجموعه ویژگی‌های بنیادی گروه اطلاق می‌شود که اعضای گروه را همانند ساخته و سبب تمایز آنان از سایرین می‌شود. بنابراین عناصر تشکیل‌دهنده فرهنگ یک جامعه مانند اعتقادات و ارزش‌ها، نهادهای اجتماعی، نژاد، آداب و سنن، تاریخ و زبان یک جامعه در گذر زمان ترکیب خاصی را ایجاد می‌کنند که هویت و روح کلی جوامع است. این هویت مشترک که افرادی را با ویژگی‌های خاص تربیت می‌کند همان هویت ملی است که از مهم‌ترین کارکردهای آن، ایجاد پیوستگی و همانندی است. وقتی این هویت در بین مردم شکل گرفت و اشخاص تحت آن تربیت شدند، حفظ یکپارچگی کشور، ایجاد وحدت، آرمان‌های مشترک و ایجاد انگیزه در مقابله با خطرها و ایثار و جانفشانی در این راه میسر می‌شود (الطایی، ۱۳۷۸: ۱۳۹؛ امینیان، ۱۳۸۶: ۳).

ایران به‌عنوان کشوری که از نظر تاریخ و تمدن پیشینه غنی دارد و به مفهوم ملت در آن از قدمت طولانی برخوردار است. بحث وحدت ایرانیان در عین تنوع قومی آنان از

دیرباز مطرح بوده است، با نگاهی به تاریخ ایران و مرور متون ادبی و تاریخی می‌توان به این نکته پی برد که ایرانی صرف‌نظر از قومیت و زبان خود، به ایرانی بودن خود افتخار ورزیده و نسبت به آب و خاک و دیگر هم‌وطنان خود احساس تعلق دارد. اما علی‌رغم این ملیت یکپارچه، قدمت تاریخی و استمرار ارضی ایران؛ مسئله هویت ملی و حفظ انسجام ملت در نقاط مرزی همواره به‌عنوان یکی از مسائل مهم و درخور توجه محسوب می‌شود. بنابراین، پرسش اصلی این پژوهش این است که عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با هویت ملی در بین نوجوانان شهر اهواز چیست؟

با توجه به موارد فوق‌الذکر در پاسخ به سؤال مذکور، اهداف این پژوهش به شرح زیر مطرح می‌شوند:

- سنجش میزان هویت ملی پاسخگویان؛
- مطالعه ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی پاسخگویان؛
- مطالعه رابطه میان ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی پاسخگویان با هویت ملی آنان.

پیشینه پژوهش

تقوی نسب (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای تحت عنوان *بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و ملی در میان اعراب شهر اهواز* به بررسی این موضوع در بین ۳۸۴ نفر از اعراب ۱۸-۶۵ سال ساکن شهر اهواز می‌پردازد. نتایج حاکی از این است که بین متغیرهای سن، شغل، درآمد خانواده، میزان مالکیت خانواده، احساس محرومیت نسبی در ابعاد اقتصادی، منطقه مسکونی، میزان اعتماد به قوم، پابندی به هنجارهای قوم، تحصیلات، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، رضایت از نظام سیاسی، مشارکت در امور سیاسی و هویت قومی رابطه معناداری وجود دارد و بین هویت قومی و هویت ملی رابطه معنادار و منفی وجود دارد.

اکوانی (۱۳۸۷) در پژوهشی تحت عنوان *گرایش به هویت ملی و قومی در عرب‌های خوزستان* به مطالعه در بین کلیه عرب‌های بالای ۱۸ سال و دست کم دیپلم هفت شهر این استان می‌پردازد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد عرب‌ها نه تنها گرایش زیادی به هویت ایرانی و اسلامی دارند، بلکه به هویت قومی خود نیز علاقه دارند و علاقه به هویت قومی آنان باعث کاهش گرایش به هویت ملی نمی‌شود. ضمن آنکه منشأ برخی ناهمگرایی‌ها را باید در بررسی شاخص‌های عینی، هم‌چون مشکلات اقتصادی و اجتماعی جست‌نم که در مؤلفه‌های ذهنی و تمایزگرایانه.

سینیرلا^۱ (۱۹۹۷) در پژوهشی تحت عنوان *به سوی یک هویت اروپایی؟ تقابل میان هویت اجتماعی ملی و اروپایی در میان دانشجویان بریتانیا و ایتالیا* به مطالعه نمونه‌ای شامل ۱۰۷ دانشجوی بریتانیایی و ۱۳۷ دانشجوی ایتالیایی پرداخته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در بین دانشجویان بریتانیایی هویت ملی نسبت به هویت اروپایی ارزش بیشتری داشته و همبستگی این دو هویت با یکدیگر منفی می‌باشد و این دانشجویان هویت اروپایی را تهدیدی برای هویت ملی کشور خود محسوب می‌کنند. حال آنکه در بین پاسخگویان ایتالیایی اولویت هویت اروپایی بر هویت ملی مشاهده می‌شود. میزان هویت اروپایی پاسخگویان ایتالیایی نسبت به هویت اروپایی پاسخگویان بریتانیایی، به طور واضحی بالاتر بوده و با هویت ایتالیایی آنان همبستگی مثبت دارد.

ریزابل و همکاران^۲ (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای با عنوان *هویت یابی ملی و نگرش‌ها نسبت به درون‌گروه‌ها و برون‌گروه‌های ملی در میان کودکانی که در کشور باسک زندگی می‌کنند*، به مطالعه نمونه‌ای شامل ۲۴۶ کودک می‌پردازد. این کودکان به سه گروه تقسیم می‌شوند: کودکانی که در خانه، تنها به زبان باسک با والدین خود صحبت می‌کنند، کودکانی که تنها به زبان اسپانیایی با والدین خود صحبت می‌کنند و در نهایت کودکانی که در خانه به هر دو زبان تکلم می‌کنند. نتایج حاکی از این است که هویت‌یابی ملی در بین این سه گروه زبانی متفاوت می‌باشد. بنابراین این سه گروه نسبت به درون‌گروه ملی خود و برخی از برون‌گروه‌ها، ارزش‌گذاری و احساس متفاوتی نشان می‌دهند. تمایز مؤثر و مثبتی که گروه‌های ملی باسک و اسپانیایی از خود نشان می‌دهند با میزان هویت‌یابی آنان بر اساس گروه‌های باسک و اسپانیایی هم‌بستگی دارد. اما نگرش آنان نسبت به درون‌گروه خود با سن ارتباط معناداری نشان نمی‌دهد.

هیوم^۳ (۲۰۰۸) در پژوهشی تحت عنوان *هویت‌های قومی و ملی آفریقایی‌ها در ایالات متحده* به مطالعه دانشجویان آفریقایی مشغول به تحصیل در دو شهر واشنگتن^۴ و یوجین^۵ می‌پردازد. مهم‌ترین متغیرهای زمینه‌ای مورد مطالعه، میزان امکان برقراری ارتباط میان تازه‌واردها با افراد هم - قومیت و هم - ملیت آنها و دسترسی به منابع مادی و غیر مادی فرهنگی می‌باشد. نتایج حاصل از ۳۶ مورد مصاحبه عمیق نشان می‌دهد که در واشنگتن که دارای مهاجرین، پناهندگان و دانشجویان آفریقایی زیاد است و برای

1. Cinnirella, Macro

3. Hume, Susan E.

4. Washington, D.C

2. Reiza'bal, LuiXa. Valencia, Jose & Barrett, Martin

5. Eugene, Oregon

آفریقایی‌ها دسترسی به هم‌قومی‌ها آسان می‌باشد، بعضی از دانشجویان هویت هم‌ملیت‌های خود را می‌یابند. درحالی‌که در شهر یوجین که دارای آفریقایی‌های بسیار معدود است، بسیاری از دانشجویان، هویت ملی قوی از خودشان نشان می‌دهند و در غیاب هم‌ملیت‌هایشان، آنها هویت همه - قومی آفریقایی^۱ می‌یابند.

مروری بر رویکردهای نظری

هویت یکی از واژه‌های پرکاربرد در ادبیات روزمره و دارای معانی متعدد و بحث‌برانگیز در حوزه‌های مختلف علوم انسانی محسوب می‌شود، وجود مفاهیم مترادف و یا نزدیک متعدد برای هویت (مانند من فاعلی^۲، من مفعولی^۳، ما^۴، خود^۵، درک از خود^۶، تصور از خود^۷، بازنمایی خود^۸ و غیره) نیز خود شاهدی بر اهمیت و پرکاربرد بودن این مفهوم است (دوران، ۱۳۸۶: ۴۹).

از دید کارکردگرایان، هویت عبارت است از آنچه که باعث تشخیص افراد و گروه‌ها از یکدیگر می‌شود. به این معنی که افراد به وسیله برخی مشخصات ثابت خود را معرفی کرده و آنرا وجه تمایز خود از دیگران می‌دانند. پیروان نظریه «برچسب‌زنی» فهم خاصی از دیالکتیک درونی - برونی میان خودانگاره و تصویر عمومی بیان می‌دارند و تعامل میان تعریف خود (درونی) و تعریف شدن توسط دیگران (برونی) را به‌عنوان یک فرایند درونی کردن توصیف می‌کنند. به بیان دیگر برچسب زدن بر فرد، او را به درک جدیدی از خود می‌رساند که فرد، با درونی کردن این شناخت برونی به هویت تازه‌ای دست خواهد یافت (زاهد، ۲۰۰۴: ۶؛ جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۲۸).

در دیدگاه کنش متقابل یا تعامل نمادین به‌عنوان یکی از دیدگاه‌های مسلط در روانشناسی اجتماعی، هویت مفهومی است که نشان می‌دهد ما از دید دیگران که هستیم؟! هویت به عنوان عاملی سیال و مبتنی بر درک افراد از خودشان و دیگران است. پیروان این مکتب به رابطه میان هویت فردی و هویت اجتماعی توجه ویژه‌ای داشته و بر این باورند که همه افراد در ابتدای زندگی از هویتی تجربی برخوردارند که می‌تواند تغییر یابد و در فرایند جامعه‌پذیری و طی کنش متقابل اجتماعی به هویت‌های تازه‌ای تبدیل شود. از نظر آنها هویت ثابت نیست بلکه می‌تواند در طی زمان و در فضا تغییر یافته، گسترش

1. Pan ethnic African identity
2. I
3. Me

4. We
5. Self
6. Self-perception

7. Self-image
8. Self-representation

یابد و به طور مستمر نو به نو گردد. ویژگی مشترک تعامل‌گرایان نمادین، اهمیتی است که برای محیط اجتماعی در شکل‌گیری خود قائل‌اند (زاهد، ۲۰۰۴: ۶؛ دوران، ۱۳۸۶: ۵۵). بنا بر آراء نظریه‌پردازان مکتب انتقادی، نظام‌های اجتماعی از قدرت‌های متفاوت و گاهی متناقض تشکیل شده‌اند. آنها هویت را به‌عنوان آگاهی‌هایی که افراد از خودشان دارند و گاهی باعث دگرگونی‌های اساسی در زندگی اجتماعی می‌شود، تعریف می‌کنند. براساس این دیدگاه تنازعات اجتماعی اصلی بین طبقات حاکم و تحت سلطه برقرار است. طبقه حاکم از سلطه خود برای القاء فهم نادرست از هویت‌های مربوط به طبقه استفاده می‌کند، اما هنگامی که طبقه تحت سلطه نسبت به این هویت خود آگاهی می‌یابد ممکن است دست به مبارزه علیه نظام موجود زده و به ساختن نظامی جدید مبادرت ورزد (ایمان و کیزقان، ۱۳۸۲: ۸۸؛ زاهد، ۲۰۰۴: ۷).

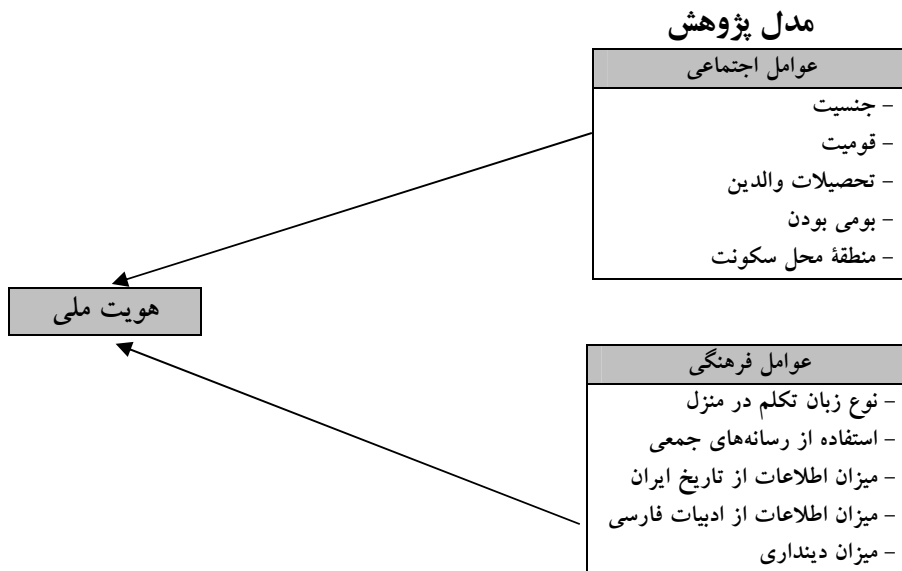
چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری این پژوهش، برگرفته از آرای اندیشمند معاصر مانوئل کاستلز^۱ است. کاستلز هویت را روند ساخته شدن معنا بر پایه یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به‌هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، می‌داند. برای هر فرد خاص یا هر کنشگر جمعی ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد. هویت از کلمات، احساسات و حالات ساخته نشده است بلکه مانند هر چیز دیگر در دنیا، از مواد اولیه و به وسیله تاریخ و تجربه ساخته شده است. ما می‌توانیم درباره درک، دگرگونی، آرایش مجدد تجربه صحبت کنیم، اما آنچه اهمیت دارد این است که هویتی را که ریشه در تاریخ نداشته باشد، نمی‌توان هویت دانست بلکه موهومات صرف است. برای ساختن هویت‌ها از مواد و مصالحی مثل تاریخ، جغرافیا، زیست‌شناسی، نهادهای تولید و بازتولید، خاطره جمعی، دستگاه‌های قدرت و وحی و الهامات دینی استفاده می‌شود. افراد، گروه‌های اجتماعی و جوامع، تمامی این مواد خام را می‌پروراند و معنای آنها را مطابق با الزامات اجتماعی و پروژه‌های فرهنگی مبتنی بر ساخت اجتماعی و چارچوب زمانی - مکانی آنها، از نو تنظیم می‌کنند. بنابراین باید هویت را از آنچه جامعه‌شناسان به‌طور سنتی نقش و مجموعه نقش‌ها نامیده‌اند، متمایز ساخت (کاستلز، ۲۰۰۱: ۱۱۵؛ ۱۳۸۲: ۲۳). ملت‌ها از دید کاستلز جماعت‌هایی فرهنگی هستند که با تاریخ و برنامه‌های سیاسی

1. Castells, Manuel

مشترک در ذهن مردم و خاطره جمعی آنها بر ساخته می شوند و این که به چه میزان باید تاریخ مشترک برای جمع وجود داشته باشد تا آن جمع تبدیل به یک ملت شود بسته به زمینه ها و دوره های مختلف تغییر می کند. هم چنین اجزاء و عناصری هم که زمینه ساز شکل گیری چنین جماعت هایی هستند نیز متغیر می باشند. او ویژگی های تقویت کننده هویت ملی در این دوره تاریخی را نیز متفاوت می داند، هر چند در تمامی این موارد، پیش فرض اشتراک تاریخی وجود دارد (کاستلز، ۱۳۸۲: ۷۱). البته وی عواملی چون قومیت، مذهب، زبان، آب و خاک را فی نفسه برای ساختن ملت ها کافی نمی داند و بر داشتن تجربه مشترک، به عنوان عامل مهم و کافی در ساختن ملت ها، تأکید ویژه ای دارد. بنابراین با توجه به اینکه تجربه مشترک عامل ایجاد کننده هویت است، می توان با ایجاد سازوکارهایی باعث بالا رفتن زمینه این قبیل تجربیات گردید. از جمله این سازوکارها می توان به آموزش و پرورش مشترک، رسانه و سیاست خارجی و دفاعی مشترک اشاره کرد (کاستلز، ۲۰۰۱: ۱۲۳؛ ۱۳۸۲: ۴۵).

کاستلز از زبان به عنوان دستگاهی از علائم، بازنمود تبلور تاریخی منظومه ای فرهنگی نام می برد که اشتراک و همسانی نمادین را مقدور می سازد. فرضیه او این است که زبان و به خصوص یک زبان کاملاً پرورش یافته، یکی از ویژگی های بنیادین خودشناسی و استقرار مرزهای نامرئی ملی است که کمتر از سرحدات ارضی، دلبخواهی است و کمتر از قومیت انحصاری (کاستلز، ۱۳۸۲: ۸۷).



در این پژوهش جهت سنجش هویت ملی از سنجه هویت ملی که توسط دوران (۱۳۸۱) ساخته شده و در پژوهش وی با عنوان بررسی تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی ارائه شده است، استفاده کرده‌ایم. در اینجا منظور از هویت ملی، احساس تعلق خاطر و تعهد اخلاقی نسبت به درون گروه به همراه درک زمینه رقابت بین گروهی می‌باشد که بنابر این تعریف، دارای سه بعد مشترکات ملی، جذب به درون وطن و درک زمینه رقابت بین کشورها قلمداد می‌شود. سنجه هویت ملی در قالب جدول به صورت طیف لیکرت (با ۵ گزینه برای هر گویه) ارائه شده و شامل ۱۶ گویه است. همچنین در این پژوهش، برای سنجش میزان دینداری افراد از مدل چندبعدی گلاک^۱ و استارک^۲ (۱۹۶۵: ۲۰) استفاده شده است. گلاک و استارک بر این نظرند که در همه ادیان ضمن تفاوت‌هایی که در جزئیات آنها وجود دارد عرصه‌های مشترکی وجود دارد که دینداری در آن متجلی می‌شود. این عرصه‌ها شامل ابعاد چهارگانه دینداری است و عبارتند از: ابعاد اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی. دینداری به طور کلی با ۳۲ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده می‌شود. همچنین برای سنجش میزان اطلاعات پاسخگویان از تاریخ ایران و ادبیات فارسی، نمره حاصل از ۱۰ پرسش از مطالب ذکر شده در کتاب‌های تاریخ و ادبیات فارسی دوران پیش از دبیرستان به صورت مجزا احتساب گردید. با توجه به نظریه پژوهش، فرضیه‌های زیر جهت آزمون در این پژوهش ارائه می‌شود:

- به نظر می‌رسد بین جنسیت پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین قومیت پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین میزان تحصیلات والدین پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین بومی بودن پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین منطقه محل سکونت پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین نوع زبان تکلم در منزل پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛

1. Glock, C.

2. Stark

- به نظر می‌رسد بین میزان اطلاعات از تاریخ ایران و ادبیات فارسی پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین میزان دینداری پاسخگویان و هویت ملی آنها رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

جامعه آماری پژوهش را کلیه دانش‌آموزان شاغل به تحصیل مقطع نظری دبیرستان‌های شهر اهواز تشکیل می‌دهند. جامعه آماری با توجه به جدول لین^۱ (۱۹۷۶: ۴۴۶)، در سطح معناداری ۹۵ درصد و خطای ۴ درصد ۶۰۰ نفر (۳۰۰ نفر دختر و ۳۰۰ نفر پسر) برآورد شد و نمونه مورد نظر به روش طبقه‌بندی شده سهمیه‌ای انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. اعتبار^۲ ابزار سنجش، اعتبار صوری بوده و روایی^۳ آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده است. ضریب آلفای کرونباخ کسب شده برای متغیرهای مورد مطالعه در جدول شماره ۱ آمده است.

یافته‌ها

همان‌طور که گفته شد این مطالعه در بین ۶۰۰ نفر از دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهر اهواز صورت پذیرفته است که شامل ۳۰۰ نفر دختر و ۳۰۰ نفر پسر می‌باشند. از میان این دانش‌آموزان ۵۰/۲ درصد غیرعرب و مابقی شامل ۴۹/۸ درصد از کل نمونه دارای قومیت عرب می‌باشند. میانگین سن این دانش‌آموزان که در گروه سنی ۱۹-۱۵ سال قرار دارند، ۱۶/۹۶ سال می‌باشد. دانش‌آموزان رشته‌های علوم انسانی، ریاضی و علوم تجربی به ترتیب ۳۸ درصد، ۲۰/۳ درصد و ۴۱/۷ درصد از کل را تشکیل می‌دهند که از میان آنها ۳۹/۷ درصد را دانش‌آموزان پایه دوم، ۳۸/۲ درصد را دانش‌آموزان پایه سوم و ۲۲/۲ درصد را دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی تشکیل می‌دهند. میانگین تحصیلات پدر در بین این دانش‌آموزان ۹/۷۸ سال و میانگین تحصیلات مادر ۷/۳۱ سال می‌باشد. ۱۴/۵ درصد از کل پاسخگویان اصالتاً غیر خوزستانی و ۸۵/۵ درصد از کل پاسخگویان اصالتاً خوزستانی هستند. از کل پاسخگویان ۶۹/۸ درصد در مرکز استان، ۲۴/۲ درصد در شهرستان و ۶ درصد در روستا متولد شده‌اند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد ۳۳/۳

1. Lin

2. Validity

3. Reliability

درصد از کل پاسخگویان در مناطق با اکثریت عرب، ۳۲/۵ درصد از کل پاسخگویان در مناطق با اکثریت غیرعرب و ۳۴/۲ درصد از آنها در مناطق مختلط زندگی می‌کنند. ۵۹/۸ درصد از کل پاسخگویان در منزل به زبان فارسی، ۲۹/۷ درصد از آنها در منزل به زبان عربی و ۱۰/۵ درصد در منزل به هر دو زبان فارسی و عربی صحبت می‌کنند.

توزیع درصدی میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌های جمعی در جدول شماره ۱ آمده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۱۷/۳ درصد پاسخگویان در حد پایین، ۶۵/۳ درصد از آنها در حد متوسط، ۱۷/۳ درصد از آنها در حد بالا از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. هم‌چنین با توجه به جدول، میزان دینداری ۱۷ درصد از پاسخگویان در حد پایین و ۷۲ درصد آنها در حد متوسط و ۱۱ درصد مابقی در حد بالا می‌باشد. هویت ملی ۱۳/۷ درصد از پاسخگویان در حد پایین و ۷۳/۳ درصد آنها در حد متوسط و ۱۳ درصد مابقی در حد بالا می‌باشد. با توجه به توزیع فراوانی و درصد نمره پاسخگویان به سؤالات تاریخ در جدول، نمره ۱۹/۸ درصد از پاسخگویان در حد پایین، ۶۶/۵ درصد آنها در حد متوسط و ۱۳/۷ درصد مابقی در حد بالا می‌باشد. هم‌چنین نمره ۱۳ درصد از پاسخگویان به سؤالات ادبیات فارسی در حد پایین، ۶۴/۸ درصد آنها در حد متوسط و ۲۲/۲ درصد مابقی در حد بالا می‌باشد.

جدول شماره ۱: توزیع درصدی میزان دینداری، هویت ملی، استفاده از رسانه‌ها و اطلاعات

تاریخی و ادبیات پاسخگویان

متغیر	حد پایین	حد متوسط	حد بالا	تعداد گویه‌ها	آلفا کرونباخ
دینداری	٪۱۷	٪۷۲	٪۱۱	۳۲	۸۶/۸
هویت ملی	٪۱۳/۷	٪۷۳/۳	٪۱۳	۱۶	۸۰
استفاده از رسانه‌ها	٪۱۷/۳	٪۶۵/۳	٪۱۷/۳	۱۵	۷۱/۴
اطلاعات تاریخی	٪۱۹/۸	٪۶۶/۵	٪۱۳/۷	۱۰	---
اطلاعات ادبیات	٪۱۳	٪۶۴/۸	٪۲۲/۲	۱۰	---

آزمون رابطه میان جنسیت پاسخگویان و هویت ملی آنها در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. چنان‌چه مشاهده می‌شود تفاوت میانگین نمره هویت ملی پاسخگویان دختر و پسر بسیار جزئی و اندک می‌باشد. با توجه به مقدار t به دست آمده در هویت ملی و سطح معناداری می‌توان گفت که تفاوت میانگین‌ها تأیید نمی‌شود. بنابراین فرض وجود رابطه معنادار میان جنسیت و هویت ملی در بین پاسخگویان رد می‌شود.

جدول شماره ۲: آزمون رابطه بین جنسیت پاسخگویان با هویت ملی

سطح معناداری	t	df	آزمون Leven's		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	هویت ملی	
			F	sig				دختر	پسر
۰/۰۰۶	۰/۰۹۵۱-	۵۹۷	۱/۳۱۹	۰/۰۰۶	۸/۸۶۵	۶۰/۹۵	۳۰۰	دختر	
					۹/۵۶۶	۶۱/۰۹	۳۰۰	پسر	

جدول شماره ۳ نشان دهنده آزمون تفاوت میانگین هویت ملی پاسخگویان بر حسب قومیت آنان می باشد. نتایج موجود در جدول نشانگر عدم وجود تفاوت معنی دار میان میانگین نمره هویت ملی پاسخگویان غیر عرب و عرب می باشد که این یافته بر اساس مقادیر t و سطح معناداری به دست آمده، به لحاظ آماری فرض وجود رابطه معنی دار میان قومیت و هویت ملی در بین پاسخگویان را مورد تأیید قرار نمی دهد.

جدول شماره ۳: آزمون رابطه بین قومیت پاسخگویان با هویت ملی و ابعاد آن

سطح معناداری	t	df	آزمون Leven's		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	هویت ملی	
			F	sig				غیر عرب	عرب
۰/۰۹۱	۰/۰۹۹۵-	۵۹۷	۳/۶۵۷	۰/۰۰۶	۹/۶۳۶	۶۰/۳۹	۳۰۱	غیر عرب	
					۸/۸۴۰	۶۱/۶۶	۲۹۹	عرب	

جدول شماره ۴ آزمون وجود رابطه میان بومی بودن پاسخگویان و هویت ملی آنان به تصویر می کشد. همان گونه که در جدول مشاهده می شود میانگین نمره پاسخگویانی که اصالتاً خوزستانی هستند، از مقیاس سنجش هویت ملی برابر با ۵۷/۸۳ و برای پاسخگویانی که اصالتاً غیرخوزستانی هستند ۶۱/۵۶ می باشد. با توجه به جدول و مقدار t به دست آمده در سطح ۹۹ درصد اطمینان این تفاوت معنادار بوده و حاکی از این است که میانگین نمرات کسب شده از مقیاس سنجش هویت ملی در بین پاسخگویانی که اصالتاً خوزستانی هستند پایین تر می باشد. لذا با توجه به تأیید فرض تفاوت میانگین ها، فرضیه ما مبنی بر وجود رابطه معنادار میان بومی بودن پاسخگویان و هویت ملی در بین آنان مورد تأیید قرار می گیرد.

جدول شماره ۴: آزمون رابطه بین بومی بودن پاسخگویان با هویت ملی و ابعاد آن

سطح معناداری	t	df	آزمون Leven's		انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	هویت ملی	
			F	Sig				خوزستانی	غیرخوزستانی
۰/۰۰۴	۲/۹۵۷-	۵۸	۷/۶۳۸	۰/۰۰۹	۱۱/۲۱۴	۵۷/۸۳	۸۷	خوزستانی	۳۰
					۸/۷۲۹	۶۱/۵۶	۵۱۳	غیرخوزستانی	

برای بررسی فرضیه مبتنی بر وجود رابطه معنادار میان منطقه محل سکونت پاسخگویان و هویت ملی آنان، از تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. با توجه به یافته‌های موجود در جدول شماره ۵، بیشترین میانگین هویت ملی متعلق به پاسخگویان ساکنین مناطق با اکثریت عرب می‌باشد و کمترین میانگین مربوط به آن دسته از پاسخگویان است که در مناطق مختلط ساکن می‌باشند. با توجه به مقادیر جدول، مقدار F و سطح معناداری $P < ۰/۰۱$ نشان می‌دهد که تفاوت میانگین‌ها در بین پاسخگویان معنادار بوده و فرضیه ما مبنی بر وجود رابطه معنادار میان متغیر مستقل محل سکونت و هویت ملی تأیید می‌شود.

جدول شماره ۵: آزمون رابطه بین منطقه محل سکونت پاسخگویان با هویت ملی و ابعاد آن

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	مجموع مجزورات	انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	هویت ملی	منطقه محل سکونت
۰/۰۰۴	۵/۵۸۲	۴۶۶/۷۱۴	۹۳۳/۹۲۶	۷/۹۹۱	۶۲/۷۶	۲۰۰	اکثریت عرب‌نشین	
				۱۰/۰۵۸	۶۰/۴۴	۱۹۵	اکثریت غیر عرب‌نشین	
				۹/۲۸۸	۵۹/۸۸	۲۰۵	مختلط	
				۹/۲۱۵	۶۱/۰۲	۶۰۰	مجموع	

آزمون فرضیه مبنی بر وجود رابطه معنادار میان زبان تکلم پاسخگویان در منزل و هویت ملی آنان را در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد بیشترین میانگین هویت ملی مربوط به پاسخگویانی است که در منزل به هر دو زبان فارسی و عربی (مختلط) صحبت می‌کنند و کمترین میانگین متعلق به گروهی است که زبان تکلم آنان در منزل فارسی است و این تفاوت میانگین‌های هویت ملی در بین پاسخگویان با توجه به مقدار

F و سطح معنی داری $P < 0/05$ به لحاظ آماری بوده و مؤید فرضیه وجود رابطه معنادار میان متغیر مستقل زبان تکلم در منزل و هویت ملی می باشد.

جدول شماره ۶: آزمون رابطه بین زبان تکلم پاسخگویان در منزل با هویت ملی

سطح معناداری	F	میانگین مجدورات	مجموع مجدورات	استاندارد انحراف	میانگین	فراوانی	هویت ملی	زبان تکلم در منزل
0/026	۳/۶۶۶	۳۱۰/۲۲۵	۶۲۰/۴۵۱	۹/۷۴۷	۶۰/۲۳	۳۵۹	فارسی (غیر عربی)	
				۸/۱۰۳	۶۱/۸۹	۱۷۸	عربی	
				۸/۶۲۱	۶۳/۰۶	۶۳	مختلط عربی و فارسی	
				۹/۲۱۵	۶۱/۰۲	۶۰۰	مجموع	

برای بررسی رابطه میان میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌ها و هویت ملی آنان از رگرسیون چندمتغیره به روش Enter استفاده شده است. در این روش هویت ملی به عنوان متغیر وابسته انتخاب و تمامی رسانه‌ها شامل تلویزیون عربی استانی، تلویزیون سراسری، شبکه‌های فارسی زبان برون مرزی ماهواره، شبکه‌های عربی ماهواره، سایر شبکه‌های ماهواره‌ای، رادیو داخلی، رادیوهای عربی، رادیوهای فارسی برون مرزی، سایت‌های فارسی، سایت‌های غیر فارسی، چت فارسی، چت عربی، فیلم و لوح فشرده، مجلات و روزنامه‌ها، کتاب و رمان؛ به عنوان متغیرهای مستقل وارد رگرسیون شدند که نتایج حاصله در جدول شماره ۹ به تصویر کشیده شده است. همان گونه که مشاهده می شود متغیرهای مستقل، دارای رابطه معنادار با هویت ملی به وسیله مقادیر t و سطح معناداری قابل تمییز هستند. آنها شامل ۴ رسانه تلویزیون سراسری، رادیو داخلی، رادیوهای عربی و سایت‌های غیر فارسی می باشند که همگی در سطح اطمینان ۹۹ درصد با متغیر وابسته رابطه معنادار دارند. با توجه به میزان Beta نیز می توان گفت که دو متغیر اول دارای رابطه مثبت و مستقیم با هویت ملی می باشند؛ بدین معنا که افزایش استفاده پاسخگویان از این دو رسانه با افزایش هویت ملی در آنان همراه می باشد و رابطه میان استفاده پاسخگویان از دو متغیر دوم (رادیوهای عربی و سایت‌های غیر فارسی) با هویت ملی منفی می باشد و یا به عبارتی با افزایش استفاده از این دو وسیله ارتباطی، هویت ملی در میان پاسخگویان کاهش می یابد. میزان B نشان می دهد که با هر

واحد افزایش در متغیرهای تلویزیون سراسری و رادیوی داخلی به ترتیب ۱/۶۸۲ و ۱/۰۵۱ واحد به متغیر وابسته افزوده می‌شود و با همین مقدار افزایش در متغیرهای رادیوهای عربی و سایت‌های غیر فارسی میزان متغیر وابسته ۰/۹۶۱ و ۱/۰۹۰ واحد پایین می‌آید. میزان همبستگی رسانه‌های جمعی با متغیر وابسته هویت ملی ۴۶/۹ درصد می‌باشد و ضریب تعیین R^2 نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی در مجموع ۲۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته هویت ملی را تبیین می‌کند و این رابطه معنادار و مؤید فرضیه پژوهش است.

جدول شماره ۷: آزمون رابطه بین میزان استفاده پاسخگویان از رسانه‌های جمعی با هویت ملی

متغیر مستقل	B	Beta	مقدار t	Sig
تلویزیون عربی استانی	۰/۳۳۷	۰/۰۶۷	۱/۳۶۴	۰/۱۷۳
تلویزیون سراسری	۱/۶۸۲	۰/۲۴۶	۵/۹۶۶	۰/۰۰۰
شبکه‌های فارسی زبان برون‌مرزی ماهواره	-۰/۲۹۳	-۰/۰۵۷	-۱/۳۸۹	۰/۱۶۶
شبکه‌های عربی ماهواره	۰/۱۸۳	۰/۰۳۹	۰/۷۹۰	۰/۴۳۰
سایر شبکه‌های ماهواره‌ای	-۰/۳۴۶	-۰/۰۶۹	-۱/۶۶۵	۰/۰۹۶
رادیو داخلی	۱/۰۵۱	۰/۲۰۷	۴/۷۶۶	۰/۰۰۰
رادیوهای عربی	-۰/۹۶۱	-۰/۱۵۷	-۳/۱۸۷	۰/۰۰۲
رادیوهای فارسی برون‌مرزی	۰/۲۴۶	۰/۰۴۶	۱/۰۱۳	۰/۳۱۱
سایت‌های فارسی	۰/۴۲۲	۰/۰۸۷	۱/۷۳۴	۰/۰۸۳
سایت‌های غیر فارسی	-۱/۰۹۰	-۰/۲۰۴	-۴/۲۶۳	۰/۰۰۰
چت فارسی	-۰/۳۶۰	-۰/۰۶۸	-۱/۴۱۷	۰/۱۵۷
فیلم و لوح فشرده	۰/۰۹۶	۰/۰۱۷	۰/۴۰۸	۰/۶۸۳
مجلات و روزنامه‌ها	-۰/۱۲۷	-۰/۰۲۱	-۰/۴۷۳	۰/۶۳۶
کتاب و رمان	۰/۳۱۳	۰/۰۶۰	۱/۴۱۶	۰/۱۵۷

$R=۰/۴۶۹$ $R^2=۰/۲۲$ $Adj.R^2=۰/۲۰$ $F=۱۰/۹۶۹$ $Sig=۰/۰۰۰$

به منظور بررسی و آزمون فرضیه وجود رابطه معنادار میان میزان تحصیلات پدر پاسخگویان و هویت ملی آنان، از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۸ آمده است. در مورد هویت ملی، ضریب B پیش‌بینی می‌کند که با

هر واحد افزایش در میزان تحصیلات پدر پاسخگویان، نمرهٔ مقیاس سنجش هویت ملی در بین آنان ۰/۲۰۲ واحد کاهش پیدا می‌کند. مقدار همبستگی پیرسون (R) برابر ۱۰/۵ می‌باشد که این مقدار تنها ۱/۱ درصد از واریانس هویت ملی را در نمونه تبیین می‌کند. از طرف دیگر ضریب بتا منفی بوده و نشان دهندهٔ رابطهٔ معکوس بین دو متغیر است. به عبارت دیگر با بالا رفتن میزان تحصیلات پدر، نمرهٔ هویت ملی در بین پاسخگویان پایین می‌آید. متغیر بعدی در جدول، میزان تحصیلات مادر پاسخگویان است. با توجه به جدول، بر اساس ضریب B می‌توان پیش‌بینی کرد که با هر واحد افزایش در میزان تحصیلات مادر پاسخگویان، نمرهٔ پاسخگویان از مقیاس سنجش هویت ملی ۰/۲۵۸ واحد کاهش پیدا می‌کند. مقدار همبستگی (R) برابر ۱۴/۲ درصد است. با توجه به منفی بودن ضریب Beta رابطهٔ معکوس بین دو متغیر برقرار بوده است یعنی با بالا رفتن میزان تحصیلات مادر، نمرهٔ هویت ملی در بین پاسخگویان پایین می‌آید. مقدار R^2 نیز بیانگر آن است که میزان تحصیلات مادر پاسخگویان ۲ درصد از واریانس نمرهٔ هویت ملی را در نمونه تبیین می‌کند.

میزان دینداری پاسخگویان متغیر دیگری است که در جدول رابطهٔ آن با هویت ملی آنان به آزمون کشیده شده است. یافته‌های موجود در جدول بیانگر ۳۵ درصد همبستگی میان دو متغیر است که این مقدار نشان‌دهندهٔ رابطهٔ به نسبت قوی میان متغیر میزان دینداری و هویت ملی پاسخگویان می‌باشد و مقدار R^2 نیز بیانگر آن است که میزان دینداری، ۲۸/۱ درصد از واریانس نمرهٔ هویت ملی را در نمونه تبیین می‌کند. از طرف دیگر ضریب Beta مثبت بوده و نشان دهندهٔ رابطهٔ مستقیم بین میزان دینداری با هویت ملی می‌باشد. به عبارت دیگر با بالا رفتن نمرهٔ پاسخگویان در میزان دینداری، نمرهٔ آنها از هویت ملی افزایش پیدا می‌کند. میزان اطلاعات پاسخگویان از تاریخ ایران و ادبیات فارسی دو متغیر دیگری است که رابطهٔ آنان با متغیر وابسته با آزمون رگرسیون خطی ساده مورد بررسی قرار گرفته است که در این میان متغیر میزان اطلاعات پاسخگویان از تاریخ ایران با ۱۱ درصد همبستگی توانسته ۱/۲ درصد از واریانس نمرهٔ هویت ملی را در نمونه تبیین کند. در مجموع مقادیر F و سطح معناداری موجود در جدول نشانگر آن است که تمام متغیرهای مستقل موجود در جدول، به جز میزان اطلاعات پاسخگویان از ادبیات فارسی، به لحاظ آماری دارای رابطهٔ معناداری با متغیر هویت ملی می‌باشند و فرضیه‌های ارائه شده در پژوهش تأیید می‌شوند.

جدول شماره ۸: آزمون رگرسیون تک متغیره رابطه میان میزان تحصیلات والدین، میزان دینداری، اطلاعات تاریخی و اطلاعات زبان فارسی پاسخگویان با هویت ملی آنان

متغیر مستقل	R	R ²	Adj.R ²	خطای استاندارد	B	Beta	t	F	سطح معناداری
میزان تحصیلات پدر	۰/۱۰۵	۱۱/۰/۰	۰/۰۰۹	۰/۰۷۸	-۰/۲۰۲	-۰/۱۰۵	۲/۵۹۲	۶/۷۸۱	۰/۰۱۰
میزان تحصیلات مادر	۰/۱۴۲	۲۰/۰/۰	۰/۰۱۹	۰/۰۷۴	-۰/۲۵۵	-۰/۱۴۲	۳/۵۰۶	۱۲/۲۹۵	۰/۰۰۰
میزان دینداری	۰/۳۵۰	۲۸/۰/۰	۰/۰۷۸	۰/۰۲۲	۰/۳۲۹	۰/۵۳۰	۱۵/۲۷۷	۲۳۳/۴۲۶	۰/۰۰۰
اطلاعات تاریخی	۰/۱۱۰	۱۲/۰/۰	۰/۰۱۱	۰/۰۸۴	۰/۴۹۱	۰/۱۱۰	۰/۷۱۳	۷/۳۵۹	۰/۰۰۷
اطلاعات زبان فارسی	۰/۰۱۲	۰/۰/۰	۰/۰۰۲	۰/۱۷۴	-۰/۰۵۱	-۰/۰۱۲	۰/۲۹۴	۰/۰۸۶	۰/۷۶۹

جدول شماره ۹ تحلیل چندمتغیره گام به گام برای پیش‌بینی متغیر وابسته هویت ملی را نشان می‌دهد. در این جدول می‌توان مشاهده کرد که از میان متغیرهای مستقل که طی ۶ مرحله وارد معادله شده‌اند تنها ۶ متغیر باقی مانده‌اند که به ترتیب شامل دینداری، تلویزیون سراسری، رادیو داخلی، رادیوهای عربی، اصالت خوزستانی و سایت‌های غیرفارسی می‌باشند. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود این ۶ متغیر توانسته‌اند در مجموع ۳۷/۷ درصد متغیر وابسته هویت ملی را تبیین کنند. مقادیر بتا، در جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که به‌جز متغیرهای وارد شده در گام‌های چهارم (رادیوهای عربی) و ششم (سایت‌های غیر فارسی) که با متغیر وابسته هویت ملی رابطه منفی و معکوس دارند، سایر متغیرهای مستقل وارد شده در رگرسیون دارای رابطه مثبت و مستقیم با متغیر وابسته مذکور می‌باشند. مقادیر t و سطح معناداری به‌دست آمده در این پژوهش نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای مستقل وارد شده در این رگرسیون در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار می‌باشند. هم‌چنین با توجه به جدول، متغیر مستقل دینداری بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی را در بین متغیرهای مستقل داراست زیرا به تنهایی توانسته است بیش از ۲۸ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین کند.

جدول شماره ۹: متغیرهایی که در معادله رگرسیون به روش گام به گام وارد شده‌اند (هویت ملی)

مرحله	متغیر مستقل	B	Beta	مقدار t	Sig t	Adj.R ²	R ²	R
۱	دینداری	۰/۲۷۴	۰/۴۴۰	۱۲/۷۱۴	۰/۰۰۰	۰/۲۸۰	۰/۲۸۱	۰/۵۳۰
۲	تلویزیون سراسری	۰/۹۲۲	۰/۱۳۵	۳/۷۲۲	۰/۰۰۰	۰/۳۲۶	۰/۳۲۸	۰/۵۷۳
۳	رادیو داخلی	۰/۷۵۲	۰/۱۴۸	۳/۹۴۸	۰/۰۰۰	۰/۳۴۴	۰/۳۴۷	۰/۵۸۹
۴	رادیوهای عربی	-۱/۰۴۷	-۰/۱۷۱	-۴/۲۲۱	۰/۰۰۰	۰/۳۵۳	۰/۳۵۷	۰/۵۹۸
۵	اصالت خوزستانی	۳/۰۶۷	۰/۱۱۷	۳/۵۴۰	۰/۰۰۰	۰/۳۶۴	۰/۳۶۹	۰/۶۰۸
۶	سایت‌های غیرفارسی	-۰/۸۴۱	-۰/۱۵۸	-۳/۷۶۲	۰/۰۰۰	۰/۳۷۱	۰/۳۷۷	۰/۶۱۴

 $R=۰/۶۱۴$ $R^2=۰/۳۷۷$ $Adj.R^2=۰/۳۶۸$ $F=۵۲/۱$ $Sig=۰/۰۰۰$

نتیجه‌گیری

هویت فرد واجد لایه‌ها و سطوح مختلفی است که با توجه به شرایط اجتماعی و فردی او برجستگی پیدا می‌کنند، اما این سطوح لزوماً با یکدیگر در تضاد و تعارض نمی‌باشند بلکه می‌توانند به‌عنوان وجوه مختلف یک فرد مطرح گردند. برای مثال یک فرد در ابتدا خود را عضو یک خانواده دانسته و پس از آن به‌عنوان یک شهروند جامعه خود به حساب می‌آورد. این دو هویت یعنی هویت خانوادگی و شهروندی فرد نباید به‌عنوان دو سطح متضاد و متقابل تلقی شوند بلکه هر دو سطح، در ساختن هویت فرد نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند؛ هرچند برای یک فرد ممکن است که سطح خانواده برجستگی و اهمیت خاصی داشته باشد و برای دیگری شهروند یک جامعه بودن بیشتر مهم باشد. هویت ملی و هویت قومی هم دو سطح مهم هویتی می‌باشند که در بیشتر مواقع متعارض و متضاد با یکدیگر تلقی می‌شوند. البته استفاده از تفاوت‌های قومی یکی از زمینه‌های مناسب برای تحریکات قومی است و قومیت در شرایطی که با تحریک نخبگان، احساس محرومیت نسبی و دخالت بیگانگان، سیاسی شود، می‌تواند اتحاد و همبستگی ملت و هویت ملی را با مخاطره روبرو سازد. بنابراین ما باید میان تفاوت‌های قومی در یک جامعه، نظیر تفاوت در زبان، مذهب، یا فرهنگ؛ با بسیج قومی تمایز قائل

شویم. تفاوت‌های قومی پایگاه بالقوه بسیج قومی است، اما نفس وجود تفاوت‌های قومی تضمین کننده بسیج قومی نیست (احمدی، ۱۳۷۸: ۱۵۴).

در این پژوهش آن‌چنان که ذکر شد میانگین هویت ملی در بین پاسخگویان عرب‌زبان بیش از پاسخگویان غیرعرب‌زبان می‌باشد ولی در کل رابطه معناداری بین قومیت و هویت ملی دیده نمی‌شود. اگرچه محل تولد رابطه معناداری با هویت ملی نشان نمی‌دهد، رابطه محل سکونت افراد با هویت ملی معنادار است. همان‌گونه که مشاهده شد کمترین میانگین هویت ملی مربوط به ساکنین مناطق مختلط است. به نظر می‌رسد در این مناطق تفاوت‌های قومی پررنگ‌تر شده و هویت ملی را تحت تأثیر قرار داده است. کدل^۱ در نظریه «انطباق برتری خود» می‌گوید که فرد هرچه بیشتر با استانداردهای گروه سازگاری داشته باشد، بیشتر خودش را متمایز از اعضای قلمداد می‌کند زیرا معتقد است وی بهتر از دیگران با استانداردهای گروه هماهنگ است (دوران، ۱۳۸۶: ۸۱). هم‌چنین یافته‌های این پژوهش حاکی از این است که پاسخگویانی که دارای اصالت خوزستانی می‌باشند نسبت به غیر خوزستانی‌ها میانگین هویت ملی بالاتری کسب کرده‌اند.

بین جنسیت و هویت ملی نیز رابطه معناداری مشاهده نشده است. این در حالی است که دوران (۱۳۸۱)، رزازی‌فر (۱۳۷۶: ۱۴۰) و محسنی (۱۳۷۹: ۵۲۴) در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده‌اند که زنان در مقایسه با مردان از هویت ملی قوی‌تری برخوردارند. شارع‌پور و خوش‌فر (۱۳۸۰: ۱۳۹) در تأیید یافته‌های ما، رابطه معناداری بین این دو متغیر پیدا نکرده‌اند. تحصیلات والدین با هویت ملی رابطه معکوس دارند. اگرچه در کشور ما وضعیت اقتصادی و اجتماعی به نوعی مبتنی بر تحصیلات است و این مسئله می‌تواند بر هویت ملی تأثیرگذار باشد، اما این موضوع می‌تواند در نتیجه آشنایی والدین با دنیای مدرن و فاصله گرفتن از سنت‌ها و تأثیر آن بر جامعه‌پذیری فرزندان صورت پذیرد. هرکدام از متغیرهای مستقل دینداری و اطلاعات تاریخی پاسخگویان نیز دارای رابطه معنادار مستقیم با متغیر هویت ملی می‌باشند درحالی‌که اطلاعات پاسخگویان در زمینه ادبیات فارسی با هویت ملی رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد.

با توجه به نتایج به دست آمده درمی‌یابیم که در میان متغیرهای مستقل، دینداری بالاترین قدرت تبیین‌کنندگی را دارد. شاید بتوان گفت دین در جامعه، موجبات افزایش

1. Codol

2. Phenomenon of superior conformity of the self

اشتراکات مردم را فراهم ساخته و به تقویت باور آنها مبتنی بر شناخت خود به عنوان عضوی از گروه ملی منجر می‌شود. کشور ایران یک کشور اسلامی است و دین اسلام با تاریخ و فرهنگ این مردم عجین شده و مفهوم هویت ملی با دینداری ارتباط تنگاتنگی پیدا کرده است و دین اسلام به عنوان یکی از عناصر هویت ملی به حساب می‌آید. هم‌چنین نتایج نشان می‌دهد، در کنار دینداری، رسانه‌ها نیز نسبت به سایر متغیرهای مستقل در خصوص هویت و ابعاد آن از قدرت تبیین‌کنندگی بالایی برخوردارند. از میان آنها تلویزیون سراسری و رادیو داخلی، که دو رسانه فراگیر دولتی می‌باشند، با تقویت انگاره‌های ذهنی درباره کشور، تأکید بر مشترکات ملی و ایجاد حس غرور نسبت به ملیت ایرانی، شکل‌گیری جامعه‌تصور را در سطح ملی تسریع و تسهیل می‌کنند و در نتیجه نقش انکارناپذیری در شکل‌گیری و تقویت هویت ملی دارند؛ درحالی‌که گوش دادن به رادیوهای عربی، اولاً به خاطر تقویت عدم تشابه زبانی میان اعراب با سایر مردم ایران و ثانیاً با ایجاد حس همدلی و همبستگی میان اعراب موجب تضعیف هویت ملی در بین اعراب هم‌وطن می‌شود. سایت‌های غیرفارسی نیز عموماً از حیث محتوایی موجب تضعیف مشترکات ملی و از بین رفتن حس مثبت افراد نسبت به ملیت خود می‌شود.

منابع

- احمدی، حمید (۱۳۷۸)؛ *قومیت و قوم‌گرایی در ایران*، تهران: نی.
- احمدی، سیروس (۱۳۸۶)؛ «بررسی آثار نتایج تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۲۰۰۶ بر هویت ملی شهروندان (مطالعه موردی شهر یاسوج)». *فصلنامه المپیک*، س ۱۵، ش ۱، صص ۸۵-۹۵.
- اکوانی، سیدحمده (۱۳۸۷)؛ «گرایش به هویت ملی و قومی عرب‌های خوزستان». *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۹، ش ۳۶، صص ۹۹-۱۲۶.
- الطائی، علی (۱۳۷۸)؛ *بحران هویت قومی در ایران*. تهران: شادگان.
- امینیان، بهادر (۱۳۸۶)؛ «تأثیر هویت ملی در پیوند نسلی» *جوانان و مناسبات نسلی*، س ۱، ش ۱، صص ۶۹-۸۴.
- ایمان، محمدتقی و طاهره کیزقان (۱۳۸۲)؛ «بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی زنان (مطالعه موردی زنان شهر شیراز)» *فصلنامه علمی - پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء (س)*، س ۱۲ و ۱۳، ش ۴۴ و ۴۵، صص ۷۹-۱۰۶.

- تقوی‌نسب، مجتبی (۱۳۸۶)؛ *بررسی عوامل داخلی مؤثر بر هویت قومی و هویت ملی در میان اعراب شهرستان اهواز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)؛ *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: شیرازه.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)؛ *تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- ----- (۱۳۸۳)؛ «هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک» *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، س ۱۲، ش ۴۴، صص ۸۹-۱۲۸.
- ----- (۱۳۸۶)؛ *هویت اجتماعی و فضای سایبرنتیک*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- رزازی‌فر، افسر (۱۳۷۹)؛ «الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران (با تأکید بر رابطه میان هویت ملی و ابعاد آن)» *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۲، ش ۵، صص ۱۰۱-۱۳۱.
- شاعرپور، محمود و غلامرضا خوش‌فر (۱۳۸۱)؛ «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان (مطالعه موردی شهر تهران)»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۲۰، صص ۱۳۳-۱۴۷.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۲)؛ *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت هویت)*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- نواح، عبدالرضا و سیدمجتبی تقوی‌نسب (۱۳۸۶)؛ «تأثیر احساس محرومیت نسبی بر هویت قومی و هویت ملی: مطالعه موردی اعراب استان خوزستان» *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هشتم، ش ۲، صص ۱۴۲-۱۶۳.
- Abrams, D. and M. A. Hogg (1988); "Comments on the motivational status of self-esteem in the social identity and inter-group discrimination", *European Journal of Social Psychology*, No. 42, PP 152-176.
- Castells, Manuel (2001); "Growing Identity Organically", In Muller, J. Cloete. N. & Badat, S. *Challenges of Globalization*, Cape Town: Longman.
- Cinnirella, Macro (1997); "Toward a European Identity? Interactions between the National and European Social Identities Manifested by University Students in Britain and Italy", *British Journal of Psychology*, No. 36, PP 19-31.
- Glock C. Y and Stark (1965); *The Dimensions of Religiosity: Religion and Society in Tension*, Chicago: Rand McNally.
- Hume, Susan E. (2008); "Ethnic and National Identities of Africans in The United States", *Geographical Review*, No. 98, PP 496-511.
- Lin, Non (1976); *Foundation of Social Research*, New York: McGraw Whill.
- Reiza'bal, Lui Xa; Jose Valencia and Martyn Barrett (2004); "National Identifications and Attitudes to National Ingroups and Outgroups amongst Children Living in the Basque Country", *Infant and Child Development*, No. 13, PP 1-20.
- Zahed, Saeid (2004); "Iranian National Identity in the context of Globalization: Dialogue or Resistance?", [Online available in:]. <http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/csgr/research/workingpapers/2005/wp16205.pdf> >[2 january 2009].