

## بررسی نگرش جوانان یزدی نسبت به مؤلفه‌های هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن\*

اعظم مقیمی<sup>۱</sup>

مجید امینی<sup>۲</sup>

### چکیده:

هویت ملی فراگیرترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی است. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی، در تأثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است. در این پژوهش تلاش شده است نگرش جوانان یزدی نسبت به مؤلفه‌های هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن مورد بررسی قرار گیرد. به این منظور، پیمایشی با حجم نمونه ۳۷۸ نفر از جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی مطبق در مناطق سه‌گانه شهر یزد انجام گرفت.

برخی از مهمترین نتایج تحقیق عبارت‌اند از:

- نگرش اکثریت جوانان یزدی در خصوص هویت ملی به سمت متوسط گرایش دارد.
- بر اساس آزمون همبستگی پیرسون، متغیرهای دینداری، رضایت از زندگی، بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی و خارجی با متغیر هویت ملی رابطه معنی‌داری دارند.
- بر اساس تحلیل رگرسیون، متغیرهای تحقیق، ۲۲/۴ درصد از تغییرات هویت ملی را تبیین می‌کنند.

کلید واژه: هویت ملی، جوانان، بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی و خارجی، دینداری، رضایت از زندگی

\* تاریخ وصول: ۹۰/۹/۲۹ تاریخ پذیرش: ۹۱/۴/۲۰

۱- عضو هیأت علمی جهاد دانشگاهی استان یزد [azammoghimi@gmail.com](mailto:azammoghimi@gmail.com)

۲- کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی از دانشگاه علامه طباطبائی، [majidamini@gmail.com](mailto:majidamini@gmail.com)

## ۱- طرح مسأله

گذر از وضعیت توسعه‌نیافتگی از مهمترین اهداف و چشم‌اندازهای کشور محسوب می‌شود. در تلاش برای گذر از این وضعیت و در اثنای جریان اخذ و تبادل اطلاعات و در فرآیند مدرن شدن، خواه ناخواه، کشور ما در معرض ورود لایه‌های مختلف فرهنگ مادی و معنوی کشورهای پیشرفته نیز قرار می‌گیرد و در این میان آنچه در معرض تغییر و تحولات جدی است، فرهنگ و هویت ملی و بومی است. از طرف دیگر در طراحی برنامه‌های توسعه آنچه اهمیت دارد، توجه به هویت ملی است. هیچ الگوی توسعه وارداتی را نمی‌توان به کار برد، مگر آن که با ویژگی‌های محلی، منطقه‌ای و ملی هماهنگی داشته باشد و اساساً نمی‌توان هیچ الگویی را تحمیل کرد. توسعه واقعی بدون توجه به ابعاد فرهنگی و احترام به هویت فرهنگی ملت‌ها تحقق نخواهد یافت. بنابراین توجه و اهتمام ویژه به موضوع هویت ملی و عناصر آن از اهمیت شایان توجهی برخوردار است.

همچنین باید توجه داشته باشیم که جوانان به علت تمایلات و ذائقه پذیرش سریع‌تر پدیده‌های جدید، مدام در معرض هجوم امواج فرهنگی هستند و پیامد آن در احساسات و رفتارهای آنها نمود می‌یابد و آنان را از شناخت فرهنگ خودی باز داشته و زمینه گرایش جوانان را به فرهنگ بیگانه مهیا می‌سازد و مسأله‌آمیزی موضوع از همین جا ناشی می‌شود.

این وجه مسأله‌آمیز را می‌توان در گرایش ولو اندک برخی جوانان به مکاتب و مظاهر فرهنگ غربی مشاهده کرد تا جایی که یکی از اصلی‌ترین نگرانی‌های مسؤولان دلسوز کشور و همچنین بسیاری از خانواده‌ها همین موضوع است که ملاحظه می‌کنند جوانان و فرزندانشان شدیداً در معرض مخاطرات ناشی از رواج و رسوخ عناصر انحرافی فرهنگ غرب قرار دارند. به نظر می‌رسد که کم‌وبیش این دل‌نگرانی‌ها در سراسر کشور حتی در شهری مذهبی مانند یزد که به دارالعباده شهرت یافته نیز مطرح می‌باشد. به نظر می‌رسد که سست شدن عناصر فرهنگ و هویت ملی در بین جوانان تا اندازه‌ای می‌تواند به توجیه دلایل رواج و رسوخ و دوام و گسترش مسائلی و بزهکاری و انحطاط جوانان کمک نماید و در صورتی که دولت و مسؤولین در ارتقاء هویت ملی جوانان تلاش نمایند، دامنه ناهنجاری‌های اجتماعی نیز تا حدودی تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

فارغ از عوامل مطرح شده در ضرورت بررسی هویت ملی، باید در نظر داشته باشیم که هویت ملی یکی از مباحثی است که به لحاظ تاریخی و جامعه‌شناختی نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است. اهمیت تاریخی آن به این جهت است که اولاً این پدیده در فرآیند زمان در جامعه شکل گرفته و از رویدادها و تغییر و تحولات تاریخی تأثیر پذیرفته است. ثانیاً هر هویتی که امروزه در جامعه و میان گروه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود، برگرفته از جریان‌های تاریخی ادوار مختلف است. از نظر جامعه‌شناختی هویت ملی به این لحاظ اهمیت دارد که یکی از عوامل مهم انسجام اجتماعی و وفاق

ملی در هر جامعه تلقی می‌شود. هر اندازه یک ملت از هویت محکم‌تر و منسجم‌تری برخوردار باشد، به همان اندازه در تحکیم پایه‌های همبستگی و وفاق اجتماعی موفق‌تر خواهد بود (زاهد، ۱۳۸۴).  
با توجه به مسائل و ضرورت‌های مطرح‌شده در بررسی هویت ملی، پژوهشی جامعه‌شناختی در خصوص نگرش جوانان یزدی نسبت به عناصر و مؤلفه‌های هویت ملی در شهر یزد صورت گرفته است. از جمله مهمترین اهداف این پژوهش دستیابی به شناخت علمی از وضعیت نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مؤلفه‌های آن و سنجش عوامل اجتماعی مؤثر بر آن می‌باشد.

## ۲- چارچوب مفهومی هویت ملی

هویت به معنی «چه کسی بودن»، از نیاز طبیعی انسان به شناخته‌شدن و معرفی‌شدن به چیزی یا جایی نشأت می‌گیرد. این احساس نیاز به تعلق، نیازی ذاتی و اساسی است که در هر فرد وجود دارد. مهمترین کارکرد هویت ایجاد پیوستگی و همانندی است. در شکل‌دهی، ساماندهی و سازماندهی هویت هر فرد، دو عنصر دخالت دارد که عبارتند از تعریف ما از خود و تعریف ما از دیگران. نکته قابل توجه آن است که هویت در هر سطحی در مقابل «غیر» مطرح می‌شود. ویژگی مهم دیگر هویت، چند لایه‌ای بودن آن است. برخورداری از هویتی منسجم سبب می‌شود تا فرد موضع واحدی را نسبت به وقایع و حوادث اطراف خود، با در دست داشتن معیارهای واحد در پیش بگیرد.

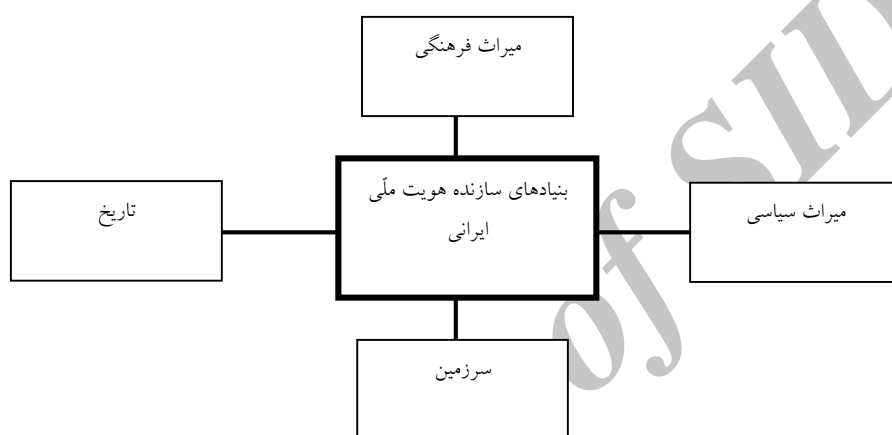
اما مهمترین نوع از انواع هویت اجتماعی، هویت ملی است زیرا نقشی تعیین‌کننده در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. به عبارت دیگر هویت ملی فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی - جدای از گرایش‌های ایدئولوژیک - می‌باشد. اهمیت مفهوم هویت ملی نسبت به سایر انواع هویت جمعی، در تأثیر بسیار آن بر حوزه‌های متفاوت زندگی در هر نظام اجتماعی است (احمدی، ۱۳۸۴).

در مورد هویت ملی تعاریف‌های مختلفی وجود دارد. هویت ملی یکی از چهار نوع هویت است که از قرن نوزدهم به جای مانده است و در کنار سه نوع دیگر: هویت دینی، طبقه‌ای و نژادی مشاهده می‌شود. برخی از تعاریف هویت ملی بر عناصر یکپارچه‌کننده واحد سیاسی مستقل تأکید دارند و آن را مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت به عوامل و عناصر و الگوهای هویت بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور به عنوان یک واحد سیاسی تعریف می‌کنند (حاجیان، ۱۳۷۹).

هویت ملی از منظر جامعه‌شناسی به مثابه نوعی احساس تعهد و تعلق عاطفی نسبت به مجموعه‌ای از مشترکات ملی جامعه است که موجب وحدت و انسجام می‌شود و دارای ابعاد مختلف خرده فرهنگ ملی، دینی، جامعه‌ای و انسانی است و ویژگی اصلی آن قابلیت انعطاف اجزاء آن و بومی بودن ابعاد تشکیل دهنده آن می‌باشد (رزازی فر، ۱۳۷۹).

### ۳- بنیادهای هویت ملی

گفتمان هویت ملی ایرانی از مجموعه عناصر و عواملی شکل گرفته است که در طول قرن‌های گذشته، یعنی پیش و پس از اسلام به مهمترین نشانه‌های ایران و تعریف ایرانی بودن یعنی شناخت ایرانیان از خود، متمایز کردن خود از دیگران و در نتیجه شناساندن ایران و ایرانی به جهان خارج تبدیل شده‌اند. این عناصر سازنده هویت ملی که امروزه فرضیه‌های محوری و بنیادین تعریف ایران و ایرانی و گفتمان هویت ملی را می‌سازند، در فرآیند تاریخی شکل گرفته، رو به تکامل گذاشته، به عنوان سنگ بنا و ستون‌های محکم بنای ایران قوام یافته و صلابت خود را به عنوان مهمترین نشانه‌های ایرانی بودن در فرآیند بحران‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی و فرهنگی گذشته به آزمون گذاشته‌اند. عناصر سازنده هویت ملی را می‌توان در نمودار زیر خلاصه کرد:



الگوی عناصر سازنده هویت ملی ایرانی (احمدی، ۱۳۸۸)

### ۴- ابعاد هویت ملی

با توجه به مباحث مطرح شده، می‌توان شاخص‌های مربوط به ابعاد مختلف هویت ملی را مورد بحث قرار داد.

#### ۴-۱- بعد تاریخی هویت ملی

بعد تاریخی هویت ملی عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دلبستگی به آن و احساس هویت تاریخی و «هم‌تاریخ‌پنداری» پیونددهنده نسل‌های مختلف به یکدیگر

که مانع جداشدن یک نسل از تاریخش می‌شود. هویت تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دلبستگی بدان دانست. این تعریف در برگزیده شاخص‌های زیر است:

- ۱- دانش تاریخی، به معنای آگاهی از مهمترین حوادث و شخصیت‌های تاریخی
- ۲- تعلق خاطر تاریخی، به معنای وجود احساسات و عواطف مثبت و منفی نسبت به حوادث، وقایع و شخصیت‌های مثبت و منفی که نتیجه آن برخورد مثبت و افتخارآمیز با آن یا موفق دانستن فعالیت‌ها و اقدامات شخصیت‌های مؤثر و مثبت در تاریخ کشور و احساس غرور یا ناراحتی و سرافکنندگی و تحقیر شدن است (معمار، ۱۳۷۸، ۳۰۲).

#### ۲-۴- بعد جغرافیایی هویت ملی

هویت ملی در درجه نخست زائیده محیط جغرافیایی هر ملت است. محیط جغرافیایی تبلور فیزیکی، عینی، ملموس و مشهود هویت ملی به حساب می‌آید. تعریف هویت در این بعد عبارت است از نگرش مثبت به آب و خاک به این جهت که «ما» ساکن یک کشور و یک سرزمین معین هستیم و از جایگاه مشخصی در نظام هستی برخورداریم. دلبستگی و تعلق خاطر به سرزمین مادری که با مرزهای معین مشخص می‌شود، شاخص‌های متعددی دارد که از آن جمله‌اند:

- ۱- آمادگی برای دفاع از سرزمین در زمان بروز خطر؛ ۲- مرجع دانستن زندگی در کشور خود بر سایر نقاط جهان یا عدم تمایل به مهاجرت و پذیرفتن سرزمین مشخص به عنوان کشور (گنجی، ۱۳۷۸).

#### ۳-۴- بعد سیاسی هویت ملی

هویت ملی در بعد سیاسی در صورتی شکل می‌گیرد که افرادی که از لحاظ فیزیکی و قانونی عضو یک نظام سیاسی هستند، از لحاظ روانی هم خود را اعضای آن نظام سیاسی بدانند. بنابراین عشق و علاقه قلبی به نظام سیاسی و مبانی ارزشی و مشروع آن، عامل عمده‌ای در تقویت همبستگی و پیوند ملی خواهد بود و معنای همبستگی ملی را می‌توان «افزایش میزان قابلیت و توانایی حکومت برای اعمال نفوذ خویش در قلمرو کشور» دانست (ریگینز، ۱۳۵۳، ۲۸۶-۲۷۰). از جمله شاخص‌های بعد سیاسی هویت ملی می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- ۱- علاقه به ملت؛ ۲- پذیرش مشروعیت و کارآمدی حکومت؛ ۳- تمایل به انجام فعالیت سیاسی.

#### ۴-۴- بعد دینی هویت ملی

برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک، پایبندی و وفاداری به آن و اعتقاد و تمایل به مناسک و آیین‌های مذهبی فراگیر، در فرآیند شکل‌دهی به هویت ملی بسیار مؤثر است. دین در بسیاری از مواقع، با

تأکید بر بعد عینی و خارجی در مفهوم جامعه‌شناختی آن، با سایر مضامین ملی از جمله دولت، تاریخ و میراث فرهنگی در آمیخته است. شاخص‌های مهم این بعد را می‌توان در موارد ذیل یاد کرد:

۱- پایبندی به جوهر دین و ارزش‌های بنیادین دینی و فراگیر بودن این ارزش‌ها ۲- دلبستگی جمعی و عمومی به شعائر، مناسک و نهادهای دینی.

#### ۴-۵- بعد فرهنگی هویت ملی (میراث فرهنگی)

شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزای هویت ملی دانست که سبب توافق فرهنگی می‌شود (عسگری خانقاه، ۷۹-۱۳۷۸). در تعریفی گسترده کلیه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را در برمی‌گیرد که به نحوی خودآگاه یا ناخودآگاه ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد (ورجاوند، ۱۳۷۸، ۶۶). شاخص‌های مهم این بعد عبارت‌اند:

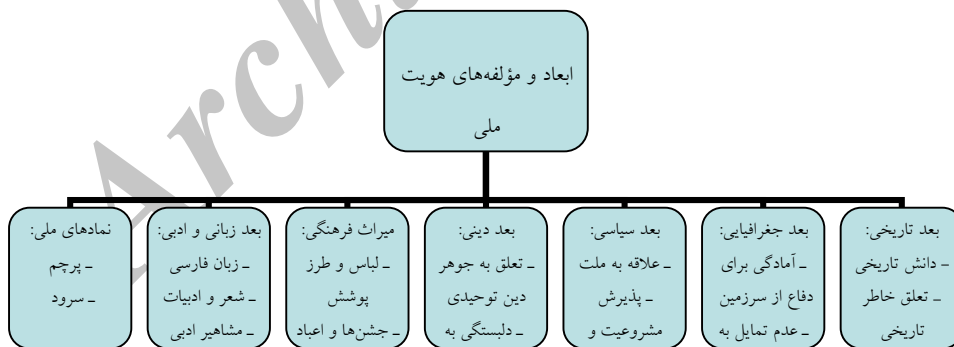
۱- جشن‌ها و اعیاد و فرهنگ عامه؛ ۲- لباس و طرز پوشش؛ ۳- موسیقی ملی؛ ۴- اماکن تاریخی ۵- هنرهای ملی و بومی.

#### ۴-۶- بعد زبانی و ادبی هویت ملی

از آنجا که زبان از عناصر فرهنگی مهم هر جامعه به حساب می‌آید، در صورتی که این عنصر از میان برود یا به نوعی تغییر یا استحاله یابد، مسلماً هویت فرهنگی و هویت ملی آن جامعه نیز استحاله می‌یابد. ارکان عمده این بعد را می‌توان چنین برشمرد:

۱- زبان فارسی؛ ۲- شعر و ادبیات؛ ۳- مشاهیر ادبی

در نمودار شماتیک زیر می‌توان ابعاد و شاخص‌های بررسی‌شده در پژوهش را به طور خلاصه ملاحظه کرد:



(اقتباس از: حاجیانی، ۱۳۷۹)

### ۵- روش‌شناسی

مطالعه حاضر یک تحقیق پیمایشی<sup>۱</sup> و از نوع مقطعی است و جامعه آماری آن شامل کلیه جوانان (۱۸ تا ۳۰ ساله) ساکن شهر یزد بوده که تعداد آن برابر با ۱۵۴۷۵۹ است. واحد تحلیل این تحقیق فرد (جوان) می‌باشد. جهت تعیین حجم نمونه در این تحقیق از فرمول کوکران استفاده شده است. بر اساس محاسبه از طریق این فرمول، حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵٪، ۳۷۸ نفر برآورد گردید. به لحاظ شیوه نمونه‌گیری در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی طبق استفاده شده است. در این روش، جمعیت مورد نظر به گروه‌هایی چند تقسیم می‌شود (مانند سن، جنس و ...)، سپس یک نمونه تصادفی ساده از هر گروه احتساب می‌شود و در نهایت نمونه‌های جزئی که بدینسان به دست می‌آیند، با یکدیگر آمیخته و نمونه کلی را می‌سازند (ساروخانی، ۱۳۸۰، ۱۱۱).

به منظور گردآوری اطلاعات، در این تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است که با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های هویت ملی تهیه شده است. در این تحقیق جهت سنجش اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوایی<sup>۲</sup> و در سنجش پایایی از روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که میزان آلفا برای مقیاس هویت ملی  $\text{Alpha} = 0/8745$ ، برای مقیاس رضایت از زندگی  $\text{Alpha} = 0/8344$  و برای مقیاس دینداری  $\text{Alpha} = 0/8517$  می‌باشد. در ضمن کلیه مراحل پردازش اطلاعات در این پژوهش از طریق بسته نرم افزاری (SPSS) به انجام رسیده است.

### ۶- فرضیات تحقیق

با توجه به یافته‌های تحقیقات پیشین، عوامل مؤثر (جمعیت‌شناختی و اجتماعی) بر هویت ملی در قالب فرضیات زیر مطرح شده است:

- بین جنسیت و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین متغیر وضعیت تأهل و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین متغیر وضعیت تحصیلات و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

1-Survey

2-content Validity

- بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های خارجی و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین متغیر میزان دینداری و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- بین میزان رضایت از زندگی و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

#### ۷- یافته‌های تحقیق

##### ۱-۷- توزیع و وضعیت نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی

جدول شماره (۱) نشان دهنده توزیع نگرش جوانان یزدی در خصوص هویت ملی است. بالاترین نمره کسب شده توسط جوانان یزدی در خصوص مقیاس هویت ملی عدد ۱۶۰، پایین‌ترین نمره کسب شده عدد ۴۷ و میانگین نمرات هویت ملی در بین جوانان یزدی ۱۱۵/۳۶ می‌باشد. بر اساس نتایج بدست آمده در جدول، جهت نگرش اکثریت جوانان یزدی در خصوص هویت ملی به سمت متوسط گرایش داشته است، ۴۱/۳ درصد دارای نگرش مثبت و ۵ درصد جهت‌گیری منفی نسبت به هویت ملی داشته‌اند.

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی مربوط به نگرش جوانان یزدی در خصوص هویت ملی

فراوانی تجمعی	درصد	تعداد	جهت نگرش	نگرش کلی نسبت به هویت ملی
۵	۵	۱۹	منفی	
۵۸/۷	۵۳/۷	۲۰۳	متوسط	
۱۰۰	۴۱/۳	۱۵۶	مثبت	
-	۱۰۰	۳۷۸	جمع کل	

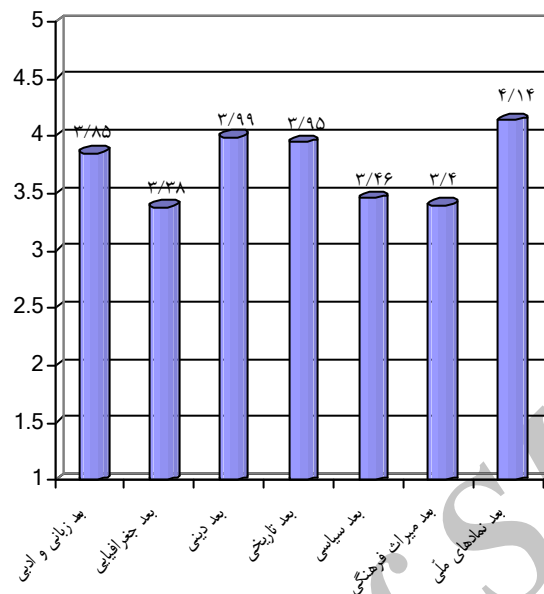
##### ۲-۷- مقایسه کیفیت ابعاد هویت ملی در بین جوانان یزدی

بررسی میانگین نمرات تراز شده هر بعد از ابعاد چند گانه هویت ملی در بین جوانان یزدی نشان می‌دهد که شاخص‌های مربوط به بعد نماد ملی دارای بالاترین میانگین و بعد میراث فرهنگی کمترین میانگین را در بین ابعاد هویت ملی بدست آورده است.<sup>۱</sup>

۱. با توجه به اینکه تعداد شاخص‌های مربوط به هر کدام از ابعاد هویت ملی برابر نبوده است، از تراز نمرات میانگین هر بعد جهت مقایسه استفاده شده است.



نمودار مقایسه میانگین نمره‌های تراز شده ابعاد چندگانه هویت ملی در بین جوانان یزدی



۳-۷- بررسی روابط متغیرهای پیش‌بین و ملاک

۳-۷-۱- سنجش رابطه بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنسیت، تأهل، وضعیت تحصیلات) و

هویت ملی

بر اساس نتایج جدول شماره (۳)، آزمون تی مستقل استفاده شده در جهت سنجش رابطه بین جنسیت و هویت ملی نشان داده است که سطح معنی‌داری (۰/۰۰۳) کمتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه مقایسه میانگین نگرش جوانان یزدی در خصوص هویت در بین دو جنس تفاوت معنی‌داری را نشان می‌دهد و این مطلب نشان دهنده وجود رابطه معنی‌داری بین این دو متغیر است.

برای برابری میانگین‌ها آزمون		برای برابری Levene آزمون واریانس‌ها		F	فرض برابری واریانس‌ها	نگرش نسبت به هویت ملی
سطح معنی‌داری (دو دامنه)	درجه آزادی	t	سطح معنی‌داری			
۰/۰۰۲	۲۹۸	۳/۱۳۶	۰/۰۲۱	۵/۴۲۶	فرض برابری واریانس‌ها	
۰/۰۰۳	۲۱۹/۲۲۸	۳/۰۰۳			فرض عدم برابری واریانس‌ها	

در جدول شماره (۴)، آزمون تحلیل واریانس بین دو متغیر وضعیت تأهل و نگرش جوانان نسبت به هویت ملی گزارش شده است. نتایج نشان دهنده آن است که سطح معنی‌داری (۰/۳۶۴) بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه فرض وجود تفاوت بین دو متغیر رد می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان مطرح کرد که بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

جدول شماره (۴). آزمون تحلیل واریانس بین دو متغیر وضعیت تأهل و نگرش جوانان نسبت به هویت ملی

سطح معنی‌داری	F	میانگین مجذور	درجه آزادی	جمع مجذورات	
۰/۳۶۴	۱/۰۱۳	۰/۲۵۶	۲	۰/۵۱۲	بین گروه‌ها
		۰/۲۵۳	۲۹۶	۷۴/۸۰۱	درون گروه‌ها
			۲۹۸	۷۵/۳۱۴	کل

در جدول شماره (۵) نتایج مربوط به آزمون تحلیل واریانس بین دو متغیر وضعیت تحصیلات و نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی گزارش شده است. همان‌گونه که در جدول ملاحظه می‌شود، سطح معنی‌داری (۰/۸۷۲) بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه فرض وجود تفاوت بین دو متغیر رد می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان نتیجه گرفت که بین این دو متغیر رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

جدول شماره (۵). آزمون تحلیل واریانس بین دو متغیر وضعیت تحصیلات و نگرش جوانان نسبت به هویت ملی

سطح معنی‌داری	F	میانگین مجذور	درجه آزادی	جمع مجذورات	
۰/۸۷۲	۰/۴۱۱	۰/۱۰۱	۶	۰/۶۰۶	بین گروه‌ها
		۰/۲۴۶	۲۸۶	۷۰/۲۴۸	درون گروه‌ها
			۲۹۲	۷۰/۸۵۴	کل

به منظور سنجش روابط بین متغیرهای رضایت از زندگی، میزان بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی و خارجی و میزان دینداری با هویت ملی جوانان یزدی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره (۶) آمده است.

بر اساس داده‌های این جدول، سطح معنی‌داری آزمون رابطه با متغیر میزان رضایت از زندگی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه فرض وجود رابطه بین این دو متغیر تأیید می‌شود. همچنین ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۳۴ به دست آمده و نشان دهنده آن است که رابطه مستقیم و نسبتاً قوی بین دو متغیر وجود دارد.

جدول شماره (۶). آزمون همبستگی بین متغیرهای میزان رضایت از زندگی، میزان دینداری، میزان بهره‌مندی از رسانه‌های

داخلی و خارجی و نگرش جوانان نسبت به هویت ملی

میزان بهره‌مندی از رسانه‌های خارجی		میزان بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی		میزان دینداری		میزان رضایت از زندگی		نگرش نسبت به هویت ملی	همبستگی پیرسون
ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری		
-۰/۳۰۳	۰/۰۰۰	۰/۲۳۸	۰/۰۰۰	۰/۵۶۶	۰/۰۰۰	۰/۴۳۴	۰/۰۰۰		

همچنین در جدول فوق انجام آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر میزان دینداری و هویت ملی نشان داده است که سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه رابطه معنی‌داری بین دو متغیر میزان دینداری و هویت ملی وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی ۰/۵۶۶ به دست آمده که نشان‌دهنده رابطه مستقیم و نسبتاً قوی بین دو متغیر است.

سنجش رابطه بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی (تلویزیون و رادیوی جمهوری اسلامی و روزنامه‌های داخلی) و خارجی (شبکه‌های ماهواره‌ای) با هویت ملی با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون نشان داده است که بین میزان بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی و خارجی و هویت ملی جوانان یزدی رابطه معنی‌داری وجود دارد. قابل توجه است که جهت رابطه بین نگرش نسبت به هویت ملی و بهره‌مندی از رسانه‌های داخلی مثبت بوده است در حالی که جهت رابطه بین نگرش نسبت به هویت ملی و بهره‌مندی از رسانه‌های خارجی به صورت معکوس می‌باشد. به عبارت دیگر جوانانی که از رسانه‌های داخلی استفاده کرده‌اند دارای نگرش مثبت‌تری نسبت به هویت ملی بوده‌اند و جوانانی که از رسانه‌های خارجی بهره‌مندی بیشتری داشته‌اند نگرش آنها نسبت به هویت ملی منفی‌تر بوده است.

#### ۸- تحلیل رگرسیونی روابط میان متغیرها

به منظور تبیین هویت ملی جوانان یزدی، متغیرهایی را که همبستگی معنی‌دار با آن داشتند، شامل دینداری، استفاده از رسانه‌های داخلی، خارجی و رضایت از زندگی، در محاسبه رگرسیون مداخله دادیم. نتایج محاسبات رگرسیون نشان می‌دهد که متغیرهای وارد شده در تحلیل ۲۲/۴ درصد از تغییرات متغیر ملاک را تبیین می‌کنند. همان‌طور که از داده‌های جدول بر می‌آید سطح معنی‌داری آزمون‌ها هم در مورد کل مدل و هم در مورد تک‌تک متغیرهای دخیل کمتر از ۰/۰۵ بوده و این حاکی از درجه‌ی اطمینان بالای آزمون‌های انجام شده است.

از میان متغیرهای وارد شده در تحلیل متغیر دینداری با ضریب رگرسیونی ۲۲/۴ بیشترین قدرت تبیین را داشته و پس از آن به ترتیب متغیرهای استفاده از رسانه‌های خارجی، رضایت از زندگی و استفاده از رسانه‌های داخلی قرار می‌گیرند. لازم به ذکر است که متغیر استفاده از رسانه‌های خارجی دارای اثر معکوس بر هویت ملی می‌باشد که این با توجه به شواهد و نیز محتوای برنامه‌های این رسانه‌ها با انتظارات و تحقیقات قبلی همخوانی دارد.

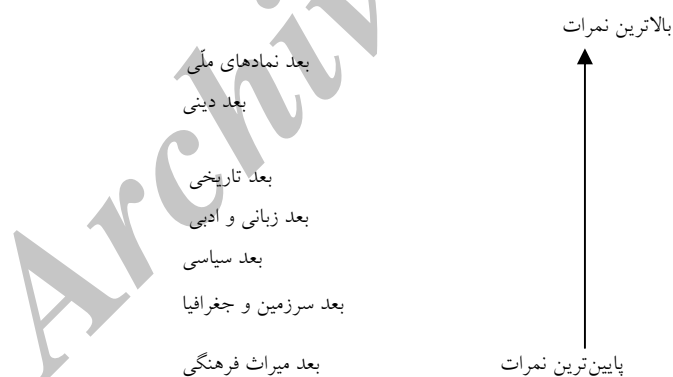
جدول شماره ۷ (۷). آماره‌ها و ضرایب تحلیل رگرسیون خطی چندمتغیره در تبیین هویت ملی جوانان یزدی

متغیرهای مدل	ضریب بتا (S)	T	سطح معنی‌داری
رضایت از زندگی	۰/۱۶۶	۱۶/۰۰۸	۰/۰۰۱
دینداری	۰/۲۲۴	۳/۲۲۰	۰/۰۰۰
استفاده از رسانه‌های خارجی	-۰/۲۱۱	۳/۸۹۰	۰/۰۰۰
استفاده از رسانه‌های داخلی	۰/۱۳۱	-۴/۲۶۸	۰/۰۱۱
$Sig = 0.000$	$F = 26.16$	$R^2 = 0.233$	$R = .0482$

$$R^2 = 0.233$$

#### ۹- بحث و نتیجه‌گیری

بررسی نگرش جوانان شهر یزد در خصوص هویت ملی نشان داده است که نگرش اکثریت جوانان یزدی به سمت متوسط رو به بالا گرایش دارد و در میان ابعاد چندگانه هویت ملی وضعیت نمرات به شرح زیر می‌باشد:



همان‌گونه که نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول (۸) نشان می‌دهد از میان متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق دینداری بالاترین ضریب تأثیر را در تبیین هویت ملی داشته است و ۲۲/۴ درصد از تغییرات آن را توضیح می‌دهد. با توجه به این که پژوهش حاضر در یک شهر مذهبی انجام شده است که روزگاری سنت، نهادهای اجتماعی و مذهبی از مهمترین عوامل هویت ساز آن محسوب می‌شد، هر چند امروزه نیز مانند سایر شهرهای دیگر روند رو به رشد شهرنشینی و فرآیند مدرن شدن را پشت سر می‌گذارد، اما یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد که مؤلفه دینداری همچنان در این شهر نقشی مهم و بی‌بدیل در ارتباط با نگرش جوانان نسبت به هویت ملی ایفا می‌کند. به نظر می‌رسد این وضعیت ناشی از آن است که دینداری در جوامع دینی یکی از مهمترین منابع شکل‌گیری انسجام اجتماعی و هویت جمعی است<sup>۱</sup> بنابراین قابل انتظار است که دینداری جوانان در ایجاد تعلق، دلبستگی و پیوند هرچه بیشتر آنان به جامعه تأثیرگذار باشد. این موضوع به‌ویژه در خصوص شهری مانند دارالعباده یزد با پیشینه غنی مذهبی و سنتی کاملاً مصداق داشته و در تقویت هویت ملی جوانان اثرگذار است.

همچنین نتایج این تحقیق نشان داده است که بین میزان بهره‌مندی از انواع رسانه‌های داخلی و خارجی و نگرش جوانان نسبت به هویت ملی رابطه معنی‌داری وجود دارد. در نتایج حاصل از رگرسیون مشاهده شد که متغیر رسانه‌های خارجی با ضریب تأثیر منفی ۲۱/۱ درصد دارای قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری نسبت به رسانه‌های داخلی با ضریب تأثیر ۱۳/۱ بوده است که این موضوع به نظر می‌رسد با نگرانی‌ها و مباحث مطرح در زمینه تأثیرات منفی رسانه‌های خارجی همخوانی دارد.

سرانجام این که عامل رضایت از زندگی با ضریب رگرسیونی ۱۶/۶ درصد، از دیگر متغیرهایی است که واریانس متغیر ملاک را تبیین می‌کند. در توضیح نقش رضایت از زندگی، و نیز سایر متغیرهایی که طبق تحلیل رگرسیون در تبیین نگرش جوانان یزدی نسبت به هویت ملی نقش دارند، شاید مناسب باشد که به ماهیت هویت و نیز کیفیت آن در عصر جدید توجه شود؛ هویت هر ملت پدیده سیال، چند وجهی و حاصل فرآیند مستمر تاریخی است که تحت تأثیر شرایط محیطی، همواره در حال تغییر است و پدیده‌ای ثابت و تغییرناپذیر نیست. در دنیای مدرن امروزی، گسترش ارتباطات و اطلاعات و فرآیند جهانی‌شدن روند تغییرات را دو چندان ساخته است. استفاده گسترده از انواع رسانه‌های دیداری و شنیداری از مهمترین منابع هویت ساز در جوامع بشری محسوب می‌شود و این رسانه‌ها در شکل‌دهی هویت جوانان نقش مهمی دارند. از سوی دیگر در عصر جدید رضایت از زندگی مفهومی است که بیش از گذشته اهمیت یافته و همان‌گونه که نتایج بررسی حاضر نشان می‌دهد این متغیر تأثیری مثبت، حتی بیش از رسانه‌های داخلی، بر نگرش جوانان نسبت به هویت ملی دارد.

۱. ک: مقاله امیل دورکیم «خودکشی و به هم پیوستگی اجتماعی» (به نقل از کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۳، ۱۹۸)

## فهرست منابع

۱. احمدی، حمید، ۱۳۸۴، هویت ملی ایران در گستره تاریخ، مجموعه مقالات درآمدی بر فرهنگ و هویت ایرانی، مؤسسه مطالعات ملی به کوشش مریم صنیع اجلال، تهران.
۱. احمدی، حمید، ۱۳۸۸، بنیادهای هویت ملی ایرانی: چارچوب نظری هویت ملی شهروندمحور، پژوهشکده‌ی مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، چاپ اول.
۲. حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۷۹، تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵، پاییز ۷۹.
۳. رزازی‌فر، افسر، ۱۳۷۹، الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵، سال دوم، پاییز ۷۹.
۴. ریگینز، هوار، ۱۳۵۳، همبستگی ملی، در: مایرون وینر، نوسازی جامعه، رحمت‌اله مقدم مراغه‌ای، کتاب‌های جیبی، تهران.
۵. زاهد، سعید، ۱۳۸۴، هویت ملی ایرانیان، راهبرد یاس، سال اول، شماره چهارم.
۶. ساروخانی، باقر، ۱۳۸۰، روش تحقیق در علوم اجتماعی، جلد دوم (بینش‌ها و فنون)، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران.
۷. عسگری خانقاه، اصغر، ۱۳۷۹، اعیاد، سنت‌ها و وفاق ملی در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره ۲ و ۳.
۸. کوزر، لوئیس و روزنبرگ، برنارد، ۱۳۸۳، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی، تهران، چاپ سوم.
۹. گنجی، محمدحسن، ۱۳۷۸، جغرافیای ایران، گاهواره هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، سال نخست، شماره ۱.
۱۰. معمار، رحمت‌اله، ۱۳۷۸، سنجش گرایش به هویت تاریخی، اداره کل مطالعات مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای سازمان صدا و سیما، تهران.