

هویت ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه اصفهان

منصور حقیقتیان*؛ استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

احمد غضنفری؛ استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه امام حسین (ع)

پروانه تکه‌اکبرآبادی؛ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

چکیده

هدف از مطالعه حاضر بررسی نقش برخی عوامل جامعه‌پذیری بر هویت ملی نوجوانان شهر اصفهان می‌باشد که به شیوه پیمایشی انجام شده است. اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه از یک نمونه ۴۲۷ نفری از بین دانش‌آموزان نوجوان (۲۳۷ دختر و ۱۹۰ پسر) ۱۴ تا ۱۷ ساله شهر اصفهان که به صورت تصادفی خوشه‌ای از سطح دبیرستانهای نواحی ۵ گانه شهر اصفهان انتخاب شده‌اند، جمع‌آوری گردیده است. در این بررسی با الهام از آرای هنری تاجفل، هویت ملی در سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که هویت ملی دانش‌آموزان در حد متوسط (۹۴٪ از حداکثر ۱۴۰) بوده و همچنین در مرتبه اول بعد عاطفی ($R^2 = 0/705$)، سپس بعد شناختی ($R^2 = 0/202$) و در آخر بعد رفتاری ($R^2 = 0/093$) تبیین‌کننده ابعاد هویت ملی می‌باشند. از بین متغیرهای مستقل، ملی‌گرایی دوستان ($R^2 = 0/225$)، ملی‌گرایی خانواده ($R^2 = 0/124$) و عامل تلویزیون ($R^2 = 0/018$) بر هویت ملی تاثیر داشته و از بین برنامه‌های گوناگون تلویزیون، برنامه‌های کم‌مدی ($R^2 = 0/014$) اثر گذار بوده‌اند. از بین رسانه‌های گروهی مؤثر بر هویت ملی فقط ماهواره ($R^2 = 0/019$) و ویدئو ($R^2 = 0/015$) تاثیر معنی‌دار داشته و از بین شیوه‌های گذران اوقات فراغت، مطالعه کتاب، تفریح و گردش پیش‌بینی‌کننده هویت ملی بوده‌اند. بین هویت ملی دانش‌آموزان و رشته تحصیلی و پایه تحصیلی آنها رابطه معنی‌دار وجود داشت ولی بین محتوای کتاب‌های درسی و یا برنامه‌های آموزشی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی خانواده و هویت ملی دانش‌آموزان رابطه معنی‌دار وجود نداشت.

واژه‌های کلیدی: هویت ملی، ملی‌گرایی خانواده، نظام آموزشی، ملی‌گرایی دوستان.

مقدمه

من کیستم؟ این پرسش ابتدایی‌ترین و بنیادی‌ترین نیاز معنوی انسان را در خود نهفته دارد. برای مشارکت کردن در جامعه بعنوان اعضای موثر، ما باید کیستی خود را مشخص کنیم به این معنی که همانطور که ما باید معنایی و تفسیری از افراد، اشیا و حوادث جهان اطرافمان داشته باشیم، باید از خودمان نیز معنا و تفسیری داشته باشیم. (وندرزندن، ۱۹۸۷: ۱۴۱)

تلاش برای پاسخ به سوال "من کیستم" در عرصه فردی به خودشناسی (هویت فردی) و در عرصه جامعه به هویت اجتماعی می‌رسد. هویت اجتماعی "شناسه آن حوزه و قلمرویی از حیات اجتماعی است که فرد با ضمیر "ما" خود را متعلق، منتسب و مدیون بدان می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند (عبداللهی، ۱۳۷۴: ۶۳). پدیده‌هایی مانند دین مشترک، زبان مشترک، سلسله‌خاطرات سیاسی و تاریخی مشترک، سرزمین سیاسی مشترک، آداب و سنن و ادبیات و هنرهای مشترک و... مجموعه‌ای از همه این مفاهیم شناسنامه‌ای ملی پدیدار می‌کنند که هویت ملی یک گروه انسانی یا یک ملت را واقعیت می‌بخشد.

در جهان امروزی عوامل مختلفی مانند جهانی شدن، بر مبنای صنعتی شدن، توسعه تکنولوژی، گسترش اقتصاد سرمایه‌داری، توسعه ارتباطات و تولید و گسترش فراورده‌های فرهنگی متنوع، نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم جوامع مختلف را تحت تاثیر قرار داده،

بلکه چهارچوبهای نمادین آنها را نیز دگرگون ساخته، و باورها، ارزش‌ها، سنتها، قواعد و رسوم اخلاق مذهبی - ملی را پیوسته مورد سوال و تردید و تضعیف قرار می‌دهد (فکوهی، ۱۳۸۱؛ گل محمدی، ۱۳۸۱). شهر اصفهان بعنوان یکی از کلان‌شهرهای صنعتی - فرهنگی ایران، در چند دهه گذشته پذیرای تعداد زیادی مهاجر از استانهای مختلف کشور بوده و به تازگی نیز با رواج یافتن استفاده از رسانه‌های گوناگون، آن یکدستی جمعیتی و فرهنگی پیشین خود را از دست داده است. با توجه به اینکه نوجوانان در مرحله‌ای از چرخه زندگی قرار دارند که هنوز شخصیت آنها در حال شکل‌گیری است و هم‌چنین در معرض بیشترین میزان استفاده از کالاهای فرهنگی گوناگون قرار دارند، و از طرف دیگر، بجز چند مورد، اکثر مطالعاتی که در زمینه هویت ملی صورت گرفته، بر متغیرهای کلان، مانند روابط قومی یا نوع جامعه (ایلی، روستایی، شهری) تاکید شده و متغیرهای مربوط به گروه‌های مرجع چندان مورد نظر قرار نگرفته‌اند، بنابراین مطالعه نقش این گروه‌ها بر فرآیند هویت‌یابی نوجوانان از اهمیت ویژه برخوردار می‌باشد. تحقیق حاضر تلاش کرده نقش عواملی از قبیل ملی‌گرایی دوستان، ملی‌گرایی خانواده، محتوای کتاب‌های درسی و یا برنامه‌های مدارس، رسانه‌های گروهی و پایگاه اقتصادی اجتماعی را بر هویت ملی نوجوانان شهر اصفهان بررسی نماید، هم‌چنین سهم هر یک از ابعاد هویت ملی را نیز مشخص نماید.

مبانی نظری تحقیق

امروزه مسأله هویت، انواع آن (فردی، جمعی، ملی، جنسیتی، مذهبی)، چگونگی شکل‌گیری آن، ثابت بودن یا تغییر پذیر بودن آن و مسایلی از این گونه، در سطح جهان و در ایران، در کانون توجه اندیشمندان علوم اجتماعی قرار گرفته و نظریه‌های متفاوت و گاهی متناقض در این باره ارائه شده است. در مورد شکل‌گیری آن برخی بر عوامل سطح کلان تکیه کرده، متغیرهای محیطی، فرهنگی، میزان توسعه یافتگی، روابط بین اقوام و جوامع را مطرح می‌کنند، برخی دیگر عوامل سطوح خردتر مانند عضویت گروهی، محل سکونت، احساس محرومیت را نیز در نظر گرفته‌اند (عبداللهی و حسین بر، ۱۳۸۱؛ عالمی، ۱۳۸۴). از نظر ماهوی، هر چند برخی هویت را ثابت و تغییر ناپذیر می‌دانند (به نقل از عالمی، ۱۳۸۴: ۱۱۱) دیدگاه‌های معاصر هویت را امری اجتماعی دانسته که محصول تعاملات افراد با یکدیگر می‌باشد و بنابراین سیال، متغیر و چندگانه می‌باشد (جنکینز، ۲۰۰۴: ۵). در این دیدگاه، هویت نتیجه و برآیند دو ویژگی شباهت خود با دیگران و تمایز یا تفاوت خود از دیگران می‌باشد، یعنی افراد به طور همزمان، نیاز به درک اشتراکات خود با دیگران و هم چنین آنچه آنها را از دیگران متمایز می‌کند، دارند، بنابراین همه هویت‌های انسانی، ناشی از اجتماع می‌باشند (جنکینز، ۲۰۰۴: ۴). بر اساس نظریه‌های جامعه‌پذیری و از جمله نظریه کنش متقابل نمادی، که چارچوب نظری این تحقیق می‌باشد، انسانها باورها، دیدگاه‌ها و گرایش‌های اساسی خود درباره

مسایلی اجتماعی را از خانواده و دوستان گرفته، سپس وارد جامعه می‌شوند و در معرض جامعه‌پذیری مجدد قرار می‌گیرند که موجب تقویت برخی و باز تعریف شدن برخی دیگر از آن باورها و گرایش‌ها می‌شود (وندرزندن، ۱۹۸۷: ۱۷۲-۱۰۶؛ اسملسر، ۱۹۹۱: ۷۴-۵۴). یکی از اندیشمندانی که در زمینه هویت نظریه پردازی کرده، هنری تاجفل (۱۹۷۲، ۱۹۷۸) می‌باشد که شکل‌گیری هویت اجتماعی را در چارچوب تعلقات گروهی (درون گروه - برون گروه) بررسی کرده است. او معتقد است که انسانها دارای یک نیاز درونی به تعلق داشتن به گروه‌ها و تقسیم افراد به "ما" و "آنها" دارند و به این وسیله می‌توانند جهان بزرگ و پیچیده را تا حدودی برای خودشان، ساده‌تر و قابل فهم‌تر کنند. نوآوری تاجفل در این است که هویت را در سه بعد در نظر می‌گیرد:

۱- آگاهی (بعد شناختی): باید میزانی از آگاهی و یا درک نسبت به مشترکات وجود داشته باشد مانند خاطرات مشترک، میراث فرهنگی مشترک، ...

۲- احساسی (بعد عاطفی): علاقه و جذب به "درون گروه" است که با نوعی احساس تعهد همراه است، نوعی احساس وظیفه نسبت به دیگران و وفاداری به ارزش‌ها و اهداف و انتظارات و... ظرفیت‌های آن و منشا این تعهد، علاقه، وابستگی و دلبستگی عاطفی است.

۳- آمادگی برای عمل (بعد رفتاری) منظور از این بعد، آمادگی برای عمل در یک زمینه رقابتی (اگر نه خصمانه) بین گروهی است.

هرچند برخی تحقیقات حاکی از آن است که همیشه بین ابعاد هویت هماهنگی و تقارن کامل وجود ندارد، ولی

۷۷-۷۳) از این جهت، متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده‌ها نیز، بعنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد.

ادبیات تحقیق

در یک نظرسنجی از مردم تهران درباره احساس افتخارات ملی در سال ۱۳۸۱ مشخص گردید که ارزش‌هایی از قبیل تقید به دین اسلام، فرهنگ و سنن ایرانی، هوش و استعداد ایرانیان، پیشینه علمی و حکومت مستقل، بیشتر از همه موجب افتخار ایرانیان بوده‌اند و نیز میانگین نمرات زنان در خصوص داشتن احساس افتخارات ملی بیش از مردان بوده و با بالا رفتن سن افراد بر میانگین نمرات افزوده می‌شد (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۱).

آخوندی (۱۳۷۷) در تحقیقی درباره عوامل اجتماعی موثر بر هویت ملی - مذهبی جوانان در مشهد در سال ۱۳۷۷ به نتایج زیر رسید:

۱- شرکت هر چه بیشتر جوانان و هم چنین خانواده‌های آنان، در مراسم ملی و مذهبی موجب تقویت هویت ملی آنان می‌گردد.

۲- تماشای هر چه بیشتر برنامه‌های ایرانی از طریق تلویزیون موجب تقویت هویت ملی جوانان می‌گردد.

۳- تماشای هر چه بیشتر برنامه‌های خارجی از طریق تلویزیون موجب تضعیف هویت ملی جوانان می‌گردد.

۴- خانواده و دوستان از عوامل تاثیر گذار بر هویت ملی جوانان می‌باشند.

ربانی (۱۳۸۱) در بررسی میزان اعتقاد به هویت ملی در بین دانش‌آموزان سال سوم دبیرستانهای استان تهران در

این ابعاد معمولاً بر یکدیگر تاثیر متقابل دارند (وندرزندن ۱۹۸۷: ۴۶۶). چنانچه قبلاً مطرح شد، بر اساس دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی علوم اجتماعی، هویت امری اجتماعی است که از تعامل فرد با افراد و گروه‌های اجتماعی بدست می‌آید. از بین منابع جامعه‌پذیری، علاوه بر خانواده و دوستان، باید از محیط‌های آموزشی و و سایل ارتباط جمعی که نهادهای همگن کننده و یکپارچه سازی ارزش‌ها و هنجارها هستند، یاد کرد (اسملسر، ۱۹۹۱: ۳۳، ۲۶۶) تلویزیون به خاطر اینکه دنیای بسیار وسیعی را در معرض قضاوت افراد قرار می‌دهد، همچنین تنوع برنامه دارد، و بطور همزمان، حس‌های متعدد افراد را درگیر می‌کند، می‌تواند از نظر فراهم آوردن اطلاعات و ایجاد یک احساس «ما»ی وسیعتر از «ما»های محلی و قومی، بسیار تاثیرگذار باشد و شواهد حاکی از آن است که امروزه نوجوانان اوقات بسیاری را صرف تماشای برنامه‌های گوناگون تلویزیون می‌کنند. (خدابخشی، ۱۳۸۰: ۷۹) بنابراین در تحقیق حاضر، بر اساس مبانی نظریه‌های جامعه‌پذیری و تحقیقات تجربی، ملی‌گرایی خانواده، ملی‌گرایی دوستان، میزان تاکید برنامه‌های تلویزیونی بر اشتراکات و میراث فرهنگی و ملی و میزان توجه و تاکید که محتوای کتاب‌های درسی و یا برنامه‌های مدارس بر ابعاد هویت ملی دارند، بعنوان متغیرهای تاثیرگذار در نظر گرفته شده‌اند. برخی مطالعات نشان داده‌اند که افراد متعلق به طبقات اقتصادی - اجتماعی پایین‌تر، از نظر اولویت‌های ارزشی، نحوه تربیت فرزندان، گرایش‌های سیاسی و نوع نگرش به کار و زندگی با افراد طبقات بالاتر متفاوت می‌باشند (کوهن، ۱۹۷۷؛ کالینز، ۱۹۷۵: ۳۸ و

هر چه اقدامات و پیوستگی آنان با نهادهای مدنی به ویژه انجمن‌های علمی و فرهنگی بیشتر باشد، هویت ملی آنان نیز قوی‌تر خواهد بود.

فکوهی (۱۳۸۱) در مطالعه الگوهای شکل‌گیری هویت دانش‌آموزان سال آخر دبیرستان و دانشجویان بومی شهرهای خرم‌آباد و بروجرد در ابعاد پنداشت و رفتار، دریافت که متغیرهای زبان، تعلقات تاریخی سیاسی، مشارکت سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و مطبوعات، و خانواده تاثیر بسزایی در هویت‌سازی جوانان دارند.

سازمان ملی جوانان در بررسی وضعیت و نگرش و مسایل جوانان ایران» در سال ۱۳۸۱ در مورد هویت ملی به نتایج زیر دست یافت:

۱- در بین درصد بسیار بالایی (۸۳ درصد) از جوانان، هویت دینی و ملی با یکدیگر گره خورده است (ص ۱۷۹)

۲- احساس هویت ملی و ایرانی بودن در جوانان، در مقایسه با سایر جنبه‌های هویت آنان (مانند هویت شغلی، هویت جنسی و...) از نیرومندی بسیار بالایی برخوردار است، مثلاً ۸۹ درصد معتقدند که بزرگان فرهنگ و ادب ایران پشتوانه‌های ارزشمند فرهنگ ملی ما هستند، با این حال باید ذکر کرد که حدود ۲۵ درصد از جوانان نیز به شعر و ادب فارسی علاقه چندانی ندارند (ص ۱۰)

توسلی و قاسمی (۱۳۸۱) با بکارگیری یک رویکرد سیستمی ملهم از رویکرد کارکردگرایانه تالکوت پارسونز، تاثیر روابط و مناسبات اجتماعی بین اقوام را بر هویت‌های جمعی منطقه‌ای و ملی مورد سنجش قرار

هویت ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه اصفهان

سال ۷۹-۱۳۷۸ دریافت که میزان گرایش دانش‌آموزان به هویت ملی خویش، اگرچه در حد مطلوب و مورد انتظار نیست، ولی نگران‌کننده هم نیست. هم‌چنین اینک گرایش به هویت ملی در طبقات متوسط جامعه بیشتر از میزان آن در طبقات مرفه و بالای جامعه است ولی جنسیت در میزان اعتقاد به هویت ملی تاثیر چندانی نداشت.

طالبی (۱۳۸۱) در تحقیقی درباره تحول هویت ملی دانش‌آموزان دختر در دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسط در شهر شیراز دریافت که بین دوره تحصیلی و هویت ملی رابطه معنی‌دار وجود نداشت. هم‌چنین اینک نظام آموزشی تاثیر چندانی بر شکل‌دهی به هویت ملی نداشت.

عبداللهی و حسین‌بر (۱۳۸۱، ص ۱۱۸) در «گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی ایران» چهار گروه از متغیرها را در نظر گرفتند. گروه «جامعه‌پذیری» شامل گروه‌های مرجع، همسالان و خانواده بود. گروه «موقعیت اجتماعی» جنسیت، محل سکونت، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و عضویت گروهی را در بر گرفت. گروه «نیازها» شامل احساس تبعیض، احساس محرومیت، و رضایت از کشور می‌باشد در نهایت گروه «آگاهی» از رسانه‌های گروهی و تعداد ترمهای تحصیلی گذرانده شده، تشکیل می‌شد. نتایج تحقیق حاکی از این بود که هر چه دانشجویان بلوچ از خانواده و دوستان خود بیشتر تاثیرپذیر باشند و هر چه احساس محرومیت قومی و تبعیض در بین آنها قوی‌تر باشد، هویت ملی آنها بعنوان عام‌ترین هویت جمعی ضعیف‌تر خواهد بود و برعکس

۷) ابعاد هویت ملی (شناختی، عاطفی، رفتاری) به یک اندازه بر هویت ملی تاثیر دارند.

جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق ۱۲۴۳۹۴ نفر دانش آموزان دختر (۵۷ درصد) و پسر (۴۳ درصد) مقطع متوسطه شهر اصفهان هستند که در سال تحصیلی ۸۴-۸۳ به تحصیل اشتغال داشتند و از بین آنها ۴۲۷ نفر، (۲۳۷ دختر و ۱۹۰ پسر) که در پایه‌های اول، دوم و سوم دبیرستان در نواحی ۵ گانه شهر اصفهان مشغول به تحصیل بودند با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای متناسب با حجم انتخاب شدند. به این صورت که پس از دریافت آمار کل دانش آموزان سه سال مقطع متوسطه از سازمان آموزش و پرورش و مشخص نمودن تعداد دانش آموزان نواحی پنج گانه و نیز دریافت لیست واحدهای آموزشی مقطع متوسطه از نواحی ۵ گانه، از هر ناحیه ۲ دبیرستان پسرانه و ۲ دبیرستان دخترانه (از ناحیه ۳ که دارای بیشترین تعداد دانش آموز بوده، سه دبیرستان دخترانه و ۳ دبیرستان پسرانه) انتخاب شد و بعد در هر واحد آموزشی پرسشنامه بصورت تصادفی در اختیار دانش آموزان کلاس‌ها از هر ۳ پایه آموزشی قرار داده شد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران با $P=0/30$ (که از مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر بدست آمد) و $d=1/05$ ۳۲۲ نفر بدست آمد که به دلیل گسترده بودن جامعه آماری، ۴۳۰ پرسشنامه (۳۰ پرسشنامه در مرحله مقدماتی و ۴۰۰ پرسشنامه در مرحله اصلی تحقیق) توزیع گردید که ۴۲۷ پرسشنامه جهت تجزیه و تحلیل آماده گردید.

دارند. یافته اساسی مطالعه این بود که با افزایش مناسبات بین گروهی (بین ایلی) در حوزه‌های چهارگانه روابط معیشتی، روابط سیاسی، روابط اجتماعی یا عاطفی، و روابط فکری - فرهنگی، امکان دستیابی به هویت جمعی میانی (منطقه ای) و ملی فراهم می‌شود به عبارت دیگر هر قدر مناسبات اجتماعی در سطح بین گروهی افزایش یابد، امکان دستیابی به انسجام اجتماعی کلان تر (قومی و اجتماعی) بیشتر می‌شود (ص ۲۳).

چنانچه از مطالعات ذکر شده بر می‌آید، متغیرهای تاثیر گذار بر هویت متعدد بوده و نتایج بدست آمده گاهی متناقض می‌باشند، و محک زدن مجدد برخی از آنها، می‌تواند ما را در رسیدن به نتیجه قطعی تر کمک کند.

فرضیات تحقیق

- ۱) بین گرایش ملی گرایانه خانواده و میزان هویت ملی نوجوانان رابطه وجود دارد.
- ۲) بین گرایش ملی گرایانه دوستان نوجوان پاسخگویان با میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۳) بین رسانه (ماهواره، ویدئو، روزنامه، کتاب و کامپیوتر) و میزان هویت ملی نوجوانان رابطه وجود دارد.
- ۴) بین عامل تلویزیون و میزان هویت ملی نوجوانان رابطه وجود دارد.
- ۵) بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده پاسخگویان و میزان هویت ملی آنان رابطه وجود دارد.
- ۶) بین گذران اوقات فراغت نوجوانان و هویت ملی آنها رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه بود که حاوی ۳۸ سوال بود. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه ۰/۸۲ بود. برای اندازه‌گیری متغیرها، از سوالات پنج‌گزینه‌ای (۱ تا ۵) استفاده شد. برای سنجش حیطه شناختی هویت ملی (۱۰ سوال مانند اینکه "چند تن از شخصیت‌های تاریخی - ملی را نام ببرید" یا اینکه "کدام یک از آداب و رسوم ملی را می‌شناسید") بکار برده شد که آلفای آن برابر ۰/۶۰ بود. جهت اندازه‌گیری بعد عاطفی (۱۲ سوال مانند "تا چه حد به مسافرت به شهرها و مناطق مختلف ایران و آشنایی با اقوام مختلف آن علاقه دارید؟" یا اینکه "مراسم و اعیاد مورد علاقه تان (اعم از ملی یا مذهبی) را به ترتیب اولویت نام ببرید") بکار برده شد که دارای ضریب آلفای ۰/۸۱ بود. برای سنجش بعد رفتاری هویت ملی، (۶ سوال، مانند "در صورت تماشای فیلم و سریال، از بین فیلم‌های اجتماعی، جنگی، پلیسی، کمدی و یا تاریخی کدام را) مربوط به ایران؛ مربوط به کشورهای اسلامی؛ مربوط به کشورهای غربی؛ مربوط به همه کشورها [به ترتیب اولویت] ترجیح می‌دهید؟" یا "برای نام‌گذاری فرزندانان در آینده چه اسمی انتخاب خواهید کرد؟") مورد استفاده قرار گرفت که دارای آلفای ۰/۶۲ بود. برای تعیین پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده، سطح تحصیلات والدین، نوع شغل والدین، و وضعیت اقتصادی خانواده که شامل درآمد، محل سکونت و نوع مسکن بود، با یکدیگر تلفیق شده‌اند. برای سنجش تاثیر خانواده از

سوالاتی مانند «به چه میزان خانواده شما به ایران‌گردی علاقه دارد؟» و یا «خانواده شما به چه میزان نسبت به اجرای آداب و رسوم ملی تقید دارد؟» استفاده گردید. با سوالاتی مانند «تا چه حد رسانه‌های جمعی بخصوص تلویزیون، در زمینه تقویت احساس هویت ملی در نوجوانان موثر می‌باشد؟» و یا «آشنایی با تاریخ کشورمان را از چه طریقی به دست آورده‌اید (کتاب، فیلم، تلویزیون،...)» یا "از کدامیک از وسایل ارتباط جمعی زیر استفاده می‌کنید (به ترتیب اولویت)، تلویزیون، ویدئو، ماهواره، اینترنت، کتاب، روزنامه، و مجله" تاثیر عامل رسانه‌ها اندازه‌گیری گردید. برای سنجش ملی‌گرایی دوستان، سوالاتی مانند "دوستان شما تا چه اندازه به اجرای رسوم ایرانی تقید دارند" یا "اگر تا به حال بازدیدی از موزه داشته‌اید، این بازدید چگونه صورت گرفته است؟ به تنهایی، به همراه دوستان، به همراه خانواده، از طریق مدرسه" بکار گرفته شدند.

برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، آزمون کی دو، و رگرسیون مورد استفاده قرار گرفتند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین نمره هویت ملی دانش‌آموزان، ۹۴ از حداکثر ۱۴۰ بود، یعنی در حد متوسط به بالا قرار دارد و حدود ۶۷ درصد پاسخگویان در این طبقه قرار داشتند (۱۵/۶ درصد دارای هویت ملی پایین و ۱۷/۲ درصد دارای هویت بالا بودند). جدول شماره (۱)، تاثیر پذیری هویت ملی را از هر یک از ابعاد گوناگون آن نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱- خلاصه نتایج رگرسیون پیش بینی هویت ملی بر اساس ابعاد آن

مدل	R	R2	R2 تغییر	F تغییر	df1	df2	سطح معناداری
۱- عاطفی	۰/۸۴۰	۰/۷۰۵	۰/۷۰۵	۹۹۸/۰۶	۱	۴۱۸	۰/۰۰۰
۲- عاطفی و شناختی	۰/۹۵۲	۰/۹۰۷	۰/۲۰۲	۸۹۹/۹۷	۱	۴۱۷	۰/۰۰۰
۳- عاطفی، شناختی و رفتاری	۱	۱	۰/۰۹۳	۸/۷۶	۱	۴۱۶	۰/۰۰۰

می‌کنند و در مرتبه سوم بعد رفتاری ۹/۳ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نمایند. جدول شماره (۲)، تاثیر متغیرهای مستقل را بر هویت ملی نشان می‌دهد.

یافته‌های جدول شماره (۱) نشان می‌دهند که در مرتبه اول بعد عاطفی ۷۰/۵ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نمایند و در مرتبه دوم بعد شناختی ۲۰/۲ درصد و بر روی هم ۹۰/۷ درصد واریانس هویت ملی را تبیین

جدول شماره ۲- خلاصه نتایج رگرسیون پیش بینی هویت ملی بر اساس متغیرهای دوستان، تلویزیون، خانواده

مدل	R	R2	R2 تغییر	F تغییر	df 1	df2	سطح معناداری
۱- دوستان	۰/۴۷۴	۰/۲۲۵	۰/۲۲۵	۱۲۱/۲۱۴	۱	۴۱۸	۰/۰۰۰
۲- تقید خانواده به اجرای رسوم ملی	۰/۵۴۰	۰/۲۹۲	۰/۰۶۷	۳۹/۵۴۹	۱	۴۱۷	۰/۰۰۰
۳- ملی‌گرایی خانواده	۰/۵۷۴	۰/۳۳۰	۰/۰۳۸	۲۳/۴۴۸	۱	۴۱۶	۰/۰۰۰
۴- تلویزیون	۰/۵۹۰	۰/۳۴۸	۰/۰۱۸	۱۱/۵۰۴	۱	۴۱۵	۰/۰۰۰
۵- آشنایی خانواده با شخصیت‌های تاریخی - ملی	۰/۶۰۶	۰/۳۶۷	۰/۰۱۹	۱۲/۴۶۲	۱	۴۱۴	۰/۰۰۰

عامل تلویزیون، ۱/۸ درصد و در مرتبه پنجم آشنایی خانواده با شخصیت‌های تاریخی - ملی (مانند فردوسی) ۱/۹ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نمایند. جدول شماره (۳) اثرگذاری رسانه‌های گوناگون را بر هویت ملی نشان می‌دهد.

یافته‌های جدول شماره (۲) نشان می‌دهند که در مرتبه اول عامل دوستان ۲۲/۵ درصد، در مرتبه دوم و سوم و متغیرهای تقید خانواده به اجرای آداب و رسوم ملی و ملی‌گرایی خانواده به ترتیب ۶/۷ درصد و ۳/۸ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نمایند و در مرتبه چهارم

جدول شماره ۳- خلاصه نتایج رگرسیون پیش بینی هویت ملی بر اساس رسانه‌های گروهی

مدل	R	R2	R2 تغییر	F تغییر	df1	df2	سطح معناداری
۱- ماهواره	۰/۱۳۹	۰/۰۱۹	۰/۰۱۹	۶/۱۷۲	۱	۳۱۴	۰/۰۰۰
۲- ویدئو	۰/۱۸۶	۰/۰۳۵	۰/۰۱۵	۵/۰۱۲	۱	۳۱۳	۰/۰۰۰

می‌نمایند که روی هم رفته ۳/۵ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نمایند و سایر رسانه‌ها پیش‌بینی کننده معنادار هویت ملی نمی‌باشند. جدول شماره (۴) تاثیر پذیری هویت ملی از برنامه‌های کم‌دی را نشان می‌دهد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که از بین رسانه‌های تلویزیون، رادیو، ماهواره، ویدئو، روزنامه، کتاب و کامپیوتر فقط ماهواره در مرتبه اول ۱/۹ درصد و در مرتبه دوم ویدئو ۱/۵ درصد واریانس هویت ملی را تبیین

جدول شماره ۴- خلاصه نتایج رگرسیون پیش‌بینی هویت ملی بر اساس محتوای فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیون

مدل	R	R2	F تغییر	df1	df2	سطح معناداری
۱- کم‌دی	۰/۱۱۶	۰/۰۱۴	۴/۵۵۰	۱	۳۳۱	۰/۰۰۰

پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده و هویت ملی دانش‌آموزان رابطه معنی‌دار یافت نشد، یعنی $\chi^2=3/22$ با درجه آزادی ۴، دارای سطح معناداری ۰/۵۲ بود که در علوم اجتماعی پذیرفته نیست.

یافته‌های تحقیق هم چنین نشان می‌دهند که از فیلم‌ها و سریال‌های اجتماعی، جنگی، پلیسی، کم‌دی و تاریخی فقط فیلم‌ها و سریال‌های کم‌دی ایرانی پیش‌بینی کننده معنادار هویت ملی می‌باشند.

یکی از یافته‌های جنبی این تحقیق این بود که از بین گزینه‌های نحوه گذران اوقات فراغت دانش‌آموزان، یعنی مطالعه کتاب، تماشای فیلم، تفریح و گردش، استفاده از کامپیوتر و سایر موارد، فقط مطالعه کتاب ($R^2=0/035$) و تفریح و گردش ($R^2=0/015$) بر هویت ملی تاثیر داشتند. یکی دیگر از یافته‌های جالب توجه این پژوهش، تاثیر هر چند ضعیف ولی معنادار رشته تحصیلی ($R^2=0/018$) و پایه تحصیلی ($R^2=0/015$) بر هویت ملی بود، به این معنی که میانگین نمره هویت ملی دانش‌آموزان رشته علوم انسانی ۹۴/۵، علوم فنی و تجربی، ۹۳/۵ و علوم ریاضی ۹۱/۸ بود. در مورد پایه تحصیلی، میانگین نمره هویت ملی دانش‌آموزان پایه اول، ۹۵/۴، پایه دوم، ۹۴/۲ و پایه سوم، ۹۲/۵ بود. بین

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نتایج پژوهش نشان داد بعد عاطفی هویت ملی نوجوانان بسیار قوی‌تر از بعد شناختی و بعد شناختی نیز قوی‌تر از بعد رفتاری می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان داد که بعد عاطفی به تنهایی ۷۰/۵ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نماید در حالی که بعد شناختی ۲۰/۲ درصد و بعد رفتاری ۹/۳ درصد واریانس هویت ملی را تبیین می‌نماید. ضعف جنبه شناختی و رفتاری هویت ملی بدان معناست که نهادها و سازمان‌های اجتماعی از جمله آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور چنان که باید و شاید نتوانسته‌اند آگاهی و شناخت لازم را از طریق

استفاده از کامپیوتر و سایر موارد. این مسأله نیز تاثیر گذار بودن خانواده‌ها و همچنین موسسات آموزشی را نشان می‌دهد که می‌توانند از طریق ترغیب دانش آموزان به مطالعه و ترتیب دادن سفرهای علمی به مکان‌های تاریخی - ملی، بر هویت ملی دانش آموزان موثر واقع شوند. در ارتباط با تاثیر نه چندان زیاد تماشای فیلم و کامپیوتر، باید تحقیقات بیشتری صورت گیرد تا مشخص شود که آیا نوجوانان برنامه‌های این رسانه را تصنعی می‌پندارد و یا اینکه بی‌طرفی کارگردانان و تهیه‌کنندگان بر ایشان محرز نیست. نتایج تحقیق نشان داد که رشته تحصیلی و پایه تحصیلی نیز تاثیر معنی داری بر شکل‌گیری هویت ملی دارند. تاثیر رشته تحصیلی با هویت ملی در تحقیق علیزاده اقدم و دیگران (۱۳۸۶) نیز دیده شد که نویسندگان رابطه‌ای احتمالی بین محتوای متون مورد مطالعه و درسهای تدوین شده در این رشته‌ها را با هویت ملی فرض کرده‌اند (ص ۸۲). با توجه به اینکه هویت ملی در رشته‌های علوم انسانی بالاتر و در علوم تجربی و ریاضی پایین تر است و همچنین با عنایت به اینکه هویت ملی در پایه اول بالاتر و در پایه سوم، پایینتر است، شاید، و این پیشنهاد باید بیشتر مورد تحقیق قرار گیرد، این مسأله به میزان سختی متون درسی و میزان زمانی که باید صرف مطالعه کنند، باشد، یعنی دانش آموزان رشته‌های ریاضی و پایه‌های بالاتر، وقت کمتری برای مسافرت، دیدن فیلم، و... داشته باشند و محتوای مطالب درسی‌شان ارتباط کمتری با مسایل اجتماعی - تاریخی داشته باشد.

در پایان، هر چند در تفسیر یافته‌های تحقیقات پیمایشی باید محتاط بود، چونکه بیشتر پاسخگویان از

برنامه‌های درسی، محتوای کتاب‌های درسی و فعالیتهای فرهنگی در دانش آموزان ایجاد کنند که این امر عوارض نامطلوبی را به همراه دارد زیرا اگر مسأله مهمی مانند هویت ملی با شناخت و آگاهی همراه نباشد، نمی‌تواند در رفتار نیز به نحو مناسبی تجلی یابد و در نتیجه این امر بیشتر جنبه احساسی خواهد داشت که البته نمی‌تواند چندان پایدار بماند. یافته‌ها نشان داد که عامل ملی‌گرایی دوستان بیشتر از ملی‌گرایی خانواده بر هویت ملی نوجوانان تاثیر دارد، که این مسأله می‌تواند خانواده‌ها را نسبت به دوستان فرزندان خود و گرایش‌های آنها، حساس نماید. اگر خانواده‌ها بتوانند با دوستان فرزندان خود و والدین آنها، رابطه ایجاد کنند (مفهوم "فروستگی" از جیمز کلمن، ۱۹۹۰: ۴۸۶)، شاید بتوانند بر جهت‌گیریهای فرزندان خود تاثیر بیشتری داشته باشند.

نتایج تحقیق همچنین نشان داد که از بین رسانه‌های گروهی، ماهواره و ویدئو تاثیر معناداری بر هویت ملی دارند و از بین برنامه‌های تلویزیون نیز برنامه‌هایی که محتوای کم‌دی دارند بیشترین تاثیر را بر شکل‌گیری هویت ملی نوجوانان داشته‌اند. بنابراین تلویزیون به عنوان یک رسانه همه‌گیر و ملی می‌تواند از طریق برنامه‌های خود نقش موثری در شکل‌گیری، تقویت یا تضعیف هویت ملی بازی کند و به نظر می‌رسد با توجه به استقبال دانش آموزان از ویدئو و ماهواره، رسانه ملی نیاز به جلب اعتماد نوجوانان و همچنین تنوع بخشی به برنامه‌ها را داشته باشد.

یافته دیگر تحقیق نشان داد که مطالعه کتاب و تفریح و گردش تاثیر بیشتری بر هویت ملی دارند تا تماشای فیلم،

۵- سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۱). "نظرسنجی از مردم تهران درباره احساس

افتخارات ملی

۶- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۱). وضعیت و نگرش

و مسایل جوانان ایران، تهران: انتشارات روناس

۷- طالبی، سکینه. (۱۳۸۱). «تحول هویت ملی دانش

آموزان در دوره‌های تحصیلی ابتدایی به راهنمایی و

متوسطه در شیراز» فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۶۳

۸- عاملی، مسعود. (۱۳۸۴). "آینده هویت‌های فرهنگی

جمعی با استفاده از روش شبیه‌سازی کامپیوتری"،

مجله علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی

دانشگاه فردوسی مشهد، دوره دوم، شماره ۲، ص

۱۶۲-۱۰۹

۹- عبدالهی، محمد. (۱۳۷۴). "هویت جمعی: دنیامیسم و

مکانیسم تحول آن در ایران" نامه انجمن جامعه

شناسی ایران، دفتر اول، ص ۸۰-۶۳

۱۰- عبدالهی، محمد؛ حسین بر، محمد عثمان. (۱۳۸۱). «

گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران»

مجله جامعه شناسی ایران، دوره چهارم، شماره ۴،

ص ۱۲۶-۱۰۱

۱۱- عزیزاده اقدم، محمد باقر؛ ولایتی، سمیه؛ و اختیاری،

مینا. (۱۳۸۶). "تطبیق هویت ملی و دینی دانش

آموزان و عوامل تاثیر گذار بر آن» مطالعه موردی

دانش آموزان ناحیه ۴ تبریز» مجله پژوهشی علوم

انسانی، دانشگاه اصفهان، جلد ۲۳، شماره ۲، ص

۸۴-۶۷

۱۲- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویتی و

الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی

انتخاب گزینه‌های بسیار زیاد و یا بسیار کم خودداری

کرده، گزینه‌های میانی را انتخاب می‌کنند (روزنتال و

رازناو، ۱۹۸۴: ۱۴۳)، ولی در حد متوسط بودن هویت

ملی نوجوانان باید مسؤولان و برنامه ریزان کشور را نسبت

به این مسأله حساس سازد. هر چند تاکید بر هویت ملی به

معنای ناچیز شمردن و بی اهمیت دانستن هویت‌های

کوچکتر نیست، ولی هویت ملی بعنوان یک سرمایه

اجتماعی فراگیر، از بسیاری از جنبه‌ها می‌تواند در توسعه و

پیشرفت کشور موثر باشد و پایین بودن آن، بخصوص از

نظر شناختی و رفتاری، می‌تواند تبعات جدی داشته باشد.

منابع

۱- آخوندی، محمدباقر. (۱۳۷۷). "بررسی هویت ملی-

مذهبی جوانان مشهدی و تاثیر روابط اجتماعی بر آن

"مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه

مشهد

۲- توسلی، غلامعباس و قاسمی، یارمحمد. (۱۳۸۱). "

مناسبات قومی و رابطه آن با تحول هویت جمعی)

نمونه مطالع: ایلام"، مجله جامعه شناسی ابران، دوره

چهارم، شماره ۴، ص ۲۵-۳

۳- خدابخشی، شهرزاد. (۱۳۸۰). «بررسی نحوه گذران

اوقات فراغت دانش آموزان دختر و پسر مقطع

دبیرستان شهر اصفهان در سال تحصیلی ۷۹-۷۸»

دانشگاه آزاد اسلامی - واحد دهقان - پایان نامه

کارشناسی ارشد جامعه شناسی

۴- ربانی، جعفر. (۱۳۸۱). هویت ملی، تهران، سازمان

انجمن اولیا و مربیان جمهوری اسلامی ایران

“

- لرستان) «مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهارم، شماره ۴، ص ۱۶۱-۱۲۷
- ۱۳- کلمن، جیمز. (۱۹۹۰). بنیادهای نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، ۱۳۷۷
- ۱۴- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱) جهانی شدن، فرهنگ، هویت، تهران، نشر نی

- 15- Collins, Randall. (1975). Conflict Sociology: Toward an Explanatory Science. New York: Academic press, Inc.
- 16- Jenkins, Richard.(2004). Social Identity, 2nd edition London and New York: Routledge
- 17- kohn, Melvin L.(1977). Class and Conformity: A study in Values.. Chicago: University of Chicago press
- 18- Rosenthal Robert and Rosnow, Ralph.(1984). Essentials of Behavioral Research: methods and Data Analysis. New york: MacGraw Hill
- 19- Smelser, Neil J. (1991). Sociology. 4th edition. New jersey: prentice –Hall, Inc
- 20- Tajfel, Henry. (1972). The context of social psychology: a critical Assessment. London: Academic press
- 21- Tajfel, Henry. (1978).Differentiation Between social Groups. London: Academic press
- 22- Vander zanden, James w.(1987) Social Psychology. 4th edition. New York: Random House, Inc