

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال دوم، شماره پنجم، زمستان ۱۳۸۸

ص ص ۱۵۵ - ۱۳۹

بررسی ارتباط بین هویت ملی و استفاده از رسانه‌ها در بین دانشجویان

مجید ظروفی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۸/۸

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی و تبیین هویت ملی بر اساس میزان استفاده از رسانه‌ها در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر انجام گرفته است. وجود هویت به‌منزله روح و جهت حرکت اجزای سازنده جامعه محسوب می‌شود. نتیجه‌های به‌دست آمده از برخی تحقیق‌ها، حاکی از بروز آسیب‌ها و چالش‌های جدی در هویت ملی در یک صد سال اخیر است. همچنین امروزه رابطه استفاده از رسانه‌ها و هویت ملی مورد توجه محقق‌ها و اندیشمندان است. روش تحقیق از نوع پیمایش و همبستگی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. ضریب آلفای محاسبه شده برای پرسشنامه ۰/۸۲ بود. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۰ است. تعداد ۵۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. تجزیه و تحلیل اطلاعات با به‌کارگیری آمارهای توصیفی شامل جداول فراوانی، میانگین، واریانس و برای آزمون فرضیه‌ها، t پیرسون، آزمون تفاوت میانگین و تحلیل واریانس انجام شده است. نتایج به دست آمده گویای آن است که بین میزان استفاده از رسانه‌ها و میزان هویت ملی رابطه آماری معنی‌داری وجود دارد. استفاده از تلویزیون با افزایش هویت ملی و استفاده از موبایل و اینترنت، با کاهش میزان هویت ملی همراه است. میزان هویت ملی براساس محل سکونت و نیز رشته تحصیلی، تفاوت‌های معنی‌داری نشان نمی‌دهد و در بین دانشجویان دختر و پسر نیز تا حدودی یکسان است. اما میزان هویت ملی در بین ترم‌های پائین‌تر و در ترم‌های میانی بیش‌تر است.

واژگان کلیدی: هویت ملی، استفاده از رسانه‌ها، اینترنت، رشته تحصیلی، جهانی شدن.

Email: majid.zorofi@yahoo.com

۱- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر. گروه علوم اجتماعی. شبستر-ایران.

مقدمه

جامع‌ترین هویت جمعی نزد مردم، هویت ملی نامیده می‌شود و نوعی احساس پای‌بندی، دلبستگی و تعهد به اجتماع ملی (عام) است و جزئی از هویت فرد می‌باشد. یکی از مفاهیم اساسی در علوم اجتماعی که مورد علاقه بسیاری از دانشمندان علوم انسانی است، مفهوم هویت است. فرایند هویت‌یابی در تمام سطوح آن، مخصوصاً در سطح هویت ملی براساس منابع هویت‌یابی انجام می‌شود. که در هر جامعه‌ای در اختیار اعضا قرار می‌گیرد. این منابع برحسب شرایط مختلف جامعه تغییر می‌کنند. از جمله شرایط و ابزار هویت‌ساز، می‌توان به فضا، زمان، مکان و فرهنگ اشاره نمود که وضعیت این مولفه‌ها و واسطه بین آن‌ها در جوامع سنتی و مدرن متفاوت است (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۲۴). محققانی چون گیدنز^۱، هال^۲ و جنکینز^۳ این مولفه‌ها را در فرآیند هویت‌یابی در جوامع مدرن مورد مطالعه قرار داده‌اند. می‌توان گفت هویت‌یابی از مهم‌ترین مسائل جوانان و نیز دانشجویان است. این‌که چگونه دانشجویان در پشت سر گذاشتن این مراحل شکل‌گیری هویت موفق شوند یا نه در سلامت روانی و سازگاری اجتماعی آنان در آینده، نقش مهمی خواهد داشت.

با رشد جوامع و افزایش جمعیت، صنعتی‌شدن یک امر اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌آید و با صنعتی‌شدن جوامع، مشاغل و نقش‌های متعددی پدیدار می‌شود. در این میان ارائه یک تعریف از خود برای جوان که در مقابل انبوهی از مسائل قرار دارد، کار آسانی نیست. نوجوان و جوان باید از بین انبوه این تعاریف و نقش‌ها دست به انتخاب بزند و این انتخاب به عوامل متعددی مربوط می‌شود. همواره بین فرد و اجتماع نوعی تعامل وجود دارد. یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های اجتماعی که فرد بدان تعلق دارد، ملت است. از این‌رو هویت ملی احساس و ادراک عضویت فرد به گروه ملی است. به بیان دیگر، نوعی احساس تعهد و تعلق نسبت به مجموعه‌ای از مشترکات ملی جامعه است که موجب وحدت و انسجام می‌شود (حاجی خیا، ۱۳۸۲: ۱۶۸). گرچه این واژه‌ها اندکی بار معنایی متفاوت دارند، اما در اصل معطوف به متحول شدن رابطه میان مکان با فرهنگ و هویت هستند. همان تحولی که پیامد مستقیم فرایند جهانی‌شدن است (Tomlinson, 1999: 106).

هرچند برای بررسی‌های علمی در موضوع هویت مسائل پژوهشی زیادی وجود دارد. رابطه دوسویه یک جوان در معرض علم با دنیای پیرامون خود و مخصوصاً با دنیایی که پیوند دیرینه با آن داشته و در آن زندگی می‌کند و خود بخشی از آن کل یک پارچه محسوب می‌شود، باید به گونه‌ای باشد که تصویر آن دنیای اصلی و مهم در وجود دانشجو یک تصویر مثبت و پای‌بندی آور و خوشایند باشد. به عبارت دیگر هویت فردی بخشی از کل هویت بزرگ ملی باشد نه چیزی غیر از آن و یا جایگزین شده با سایر

1- Giddens

2- Hall

3- Jenkins

عناصر بیگانه. از سوی دیگر انسان عصر امروزی در معرض پدیده‌های نوین و پیچیده فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار دارد و اگر جامعه نتواند در بازتولید فرهنگی در عرصه جهانی موفق باشد، به آسانی تحت تأثیر حمله‌های فرهنگی دچار خودباختگی و بی‌هویتی خواهد شد. امروزه فرآیند جهانی شدن با پاره کردن پیوندهای سنتی بین فضا و فرهنگ و سرزمین معیشتی جامعه ابتدایی و نفوذپذیر کردن و فروریختن مرزهای مختلف زندگی اجتماعی، نیاز انسان به تداوم، ثبات و همانندی با اجتماع برتر را به شدت متزلزل و حتی نابود کرده است. تحت تأثیر این دگرگونی‌های بنیادی، امکان هویت‌یابی سنتی نیز کاهش یافته و نوعی تزلزل هویت پدیدار می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۰: ۴۸۱۹).

نتایج حاصل از تحقیق‌های بسیاری، حاکی از بروز آسیب‌ها و چالش‌های جدی در هویت ملی جامعه ایرانی در یک‌صد سال اخیر است. چندان که برخی آن را بحران هویت نامیده‌اند (نقیب زاده، ۱۳۸۳: ۳۴). هم‌چنین با در نظر گرفتن تنوع فرهنگی و قومی در طی قرون گذشته و در هم آمیزی روز افزون این گوناگونی‌ها در دهه‌های اخیر بحث کثرت و وحدت به شکل یک پارادوکس بالقوه می‌تواند وجود داشته باشد. به همین دلیل و به خاطر پرهیز و در امان بودن از آشفتگی و نابسامانی اجتماعی نیاز به تحکیم وحدت ملی در سایه استفاده از عنصر هویت هستیم که می‌توان با تحکیم هویت یک‌پارچه و نه چندگونه به این مهم دست یافت. این مقاله درصدد بررسی ساختار هویت ملی دانشجویان ایرانی (دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر) است؟ هویت ملی آنان تحت تأثیر چه عواملی است و تفاوت‌های آن در بین گروه‌های اجتماعی مربوط به محیط دانشگاه از جمله رشته تحصیلی چگونه است؟ آیا ابعاد هویت ملی در بین دختران و پسران متفاوت است؟ و هویت ملی چه ارتباطی با کاربرد رسانه‌ها دارد؟ فرضیه‌های این تحقیق نیز به قرار زیر هستند:

- ۱- بین میزان هویت ملی و میزان استفاده از رسانه‌ها رابطه وجود دارد.
- ۲- میانگین هویت ملی در بین رشته‌های مختلف دانشگاهی متفاوت است.
- ۳- بین میزان هویت ملی و سن دانشجویان رابطه وجود دارد.
- ۴- میانگین هویت ملی در بین دانشجویان دختر و پسر متفاوت است.
- ۵- میانگین هویت ملی در بین مناطق محل سکونت دانشجویان متفاوت است.
- ۶- بین میزان هویت ملی و ترم تحصیلی دانشجویان رابطه وجود دارد.

پیشینه تحقیق

امروزه هویت ملی یکی از بزرگ‌ترین ارکان ایجاد زمینه‌های لازم برای مشارکت‌های همگانی در جهت موفقیت‌های جمعی است. هر کنشگر در صورتی که پای‌بند به تعهدات اجتماعی و موقعیتی خویش باشد، به آسانی خواهد توانست به مسئولیت‌های خود عمل کند. در غیراین صورت، یا فعالیت او از محتوا و عمق کافی برخوردار نبوده و صرفاً برای رفع تکلیف انجام می‌گیرد و یا به طرز آشکاری با اهداف و

هنجارهای اجتماعی مغایرت داشته و منجر به بی‌نظمی و چندگونگی می‌گردد. بدین ترتیب آشکار می‌شود که هویت ملی را بخشی مهم از فرهنگ جامعه می‌دانند (Woodward, 2000: 22). در همین راستا می‌توان به عنصر سلامت روانی نیز اشاره نمود. برای فردی که مقید به سرزمین و فرهنگ خود است و این عناصر به اندازه کافی در وجود او رخنه کرده‌اند، هرنشانه‌ای از جامعه لذت‌بخش و شادی‌آفرین و در نتیجه موجب افزایش سلامت روانی بوده و کنش و واکنش‌های اجتماعی او نیز در سطح فردی و میانی سازنده است. اهمیت موارد فوق ما را بر آن می‌دارد که به مطالعه هویت دینی در بین دانشجویان بپردازیم که نسبت به بسیاری از اقشار اجتماعی در معرض شرایط علمی قرار دارند که ماهیت جهانی داشته و از تعلقات ملی فاصله دارد. شناخت‌های بیش‌تر در این زمینه ضمن این که به‌عنوان یک عنصرشناختی دارای ارزش بسیار زیادی است، از دیدگاه کاربردی هم می‌تواند با اعمال تغییراتی به بهبود هویت ملی در سطح جمعی منجر شود.

به موازات تغییر و تحول جوامع، هویت‌های کوچک و خاص گرایانه با تعلقات قوی و ایدئولوژیک انسان‌ها به هویت‌های بزرگ و عام‌گرایانه تغییر شکل می‌دهند (حاجی خیاط، ۱۳۸۳: ۱۳۴) روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام ایران توسط دکترعلی یوسفی در دانشگاه تربیت مدرس انجام شده و گزارش آن در فصلنامه شماره ۸ مطالعات ملی سال ۱۳۸۰ نوشته شده است. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که علاقه و وفاداری اقوام به اجتماع ملی در ایران بسیار بالاست. در بین عناصر هویت ملی، کم‌ترین تردید و اختلاف نظر مربوط به سرزمین و بیش‌ترین اختلاف نظر مربوط به دولت است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۳۱). در همین راستا، سالازار برای پیدایی احساسات ملی وجود دولت ملت را نیز ضروری می‌داند (Salazar, 1998: 116).

جورج زیمل با در نظر گرفتن و مبنا قرار دادن فاصله اجتماعی به حفظ هویت جمعی در جوامع بزرگ اشاره کرده و همین امر را موجب عدم پذیرش فرد در جامعه صنعتی می‌داند (عبداللهی، ۱۳۷۲: ۱۲۵). از نظر دانشمندان مکتب کنش متقابل نمادی نیز عنصر «خود» مفهوم محوری هویت است. مثلاً جمیز معتقد است که «آن‌جا که من بتوانم بگویم، این «من» واقعی من است، آن‌جا هویت است» (افروغ، ۱۳۸۱: ۱۴). هابرماس معتقد است که ساختارهای تفاهمی موجب وفاداری توده‌ها و انگیزه‌های تعمیم‌یافته جمعیت می‌باشد و هرگونه دستکاری در نقطه نظرهای جهانی، تحمیل و تغییر اجتماعی و فشار و تحمیل در جهت پذیرش انگیزه‌های تشویقی یا تنبیهی همگی درجهت تحریف ساخت‌های ارتباطی و ساختارهای تعیین هویت خود که وفاداری توده‌ها و انگیزه‌های تعمیم‌یافته جهانی بر آن‌ها مبتنی است، می‌گردد (رزازی فر، ۱۳۷۹: ۱۰۷).

استرایکر^۱ و سرپ^۲ به تعهد کنش متقابلی که از طریق ارتباط با شبکه‌های مختلف روابط مشخص می‌شود، اشاره می‌کنند و می‌گویند: «افراد که شبکه‌های کنش متقابل را شکل می‌دهند از طریق چنین ساختارهایی اجتماعی یا تأثیر روی تعهدات مستقیمی بر هویت موثر می‌گردند» (Wiggins, 1994: 19). ایجاد زمینه‌های مشارکت عمومی از جانب دولت، موجب اتصال افراد به گروه‌های اجتماعی است. هم‌چنین با افزایش همکاری بین قومی، هویت ملی تقویت می‌شود (یوسفی، ۱۳۸۰: ۴۲-۱۳). استرایکر معتقد است که اگر چه شخصیت هر فرد به وسیله تعامل شکل می‌گیرد ولی ساخت‌های اجتماعی، تعامل را شکل می‌دهند (Borgatta, 1994: 490-502).

وجود هویت به منزله روح و جهت حرکت اجزای سازنده جامعه محسوب می‌شود. چنان‌که یک شخصیت علمی با هویت علمی از عناصری از قبیل هوش، تعهد و آگاهی و علم هماهنگ معنی پیدا می‌کند، بنابراین در یک مجموعه بزرگ نیز عناصر متعددی دخالت دارند اما در این میان هویت از جایگاه خاصی برخوردار است (چلیبی، ۱۳۷۵: ۲۷). از دیدگاهی دیگر، هویت ملی عنصری بسیار کوچک و مبهم در میان خیل هویت‌های دیگر است (Guibernau and et all, 2000: 125).

در همین چهارچوب می‌توان به نظریه‌هایی اشاره نمود که بر تأثیر رسانه‌ها بر هویت تأکید دارند. «رسانه‌ها باید با مردم رابطه دوسویه داشته باشند زیرا رابطه یک‌سویه و آمرانه با مردم، به فرایند هویت‌یابی آسیب خواهد رساند» (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۲۴۶). اینک با پیدایی اجتماع‌های مجازی براساس خدمات‌های مبتنی بر اینترنت، دودلی‌ها به‌طور فوق‌العاده‌ای فزونی گرفته است (Jankowski, 2002: 34).

احمدلو در سال ۱۳۷۵ مطالعه‌ای را تحت عنوان بررسی رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز انجام داده و به این نتیجه رسیده است که میانگین هویت ملی در بین جوانان تبریز برابر ۸۲٪ است. قوی‌ترین گرایش‌ها به وابستگی ملی و ضعیف‌ترین گرایش‌ها مربوط به زبان ملی بود (احمدلو، ۱۳۷۵: ۱۱۲-۱۰۹). بر اساس نتایج تحقیق عباسپور، در حدود ۴۷ درصد نمونه آماری دارای مصرف رسانه‌های خارجی می‌باشند. یعنی از اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند. میانگین هویت ملی این دسته به‌طور معنی‌داری کم‌تر از جوانانی است که اصلاً از اینترنت و ماهواره استفاده نمی‌کنند (عباسپور، ۱۳۷۸: ۱۷۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی، پژوهشی است از پژوهشکده مطالعه‌های راهبردی که ضمن بررسی رفتاری کاربران تهرانی، به برخی سؤال‌ها در خصوص نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر فضای زندگی و هویتی کاربران اشاره دارد. متغیر مدت استفاده کاربران از اینترنت به میزان ۰/۳۲ بر هویت ملی آن‌ها تأثیر دارد و این مطلب گویای این امر است که به ازای هر واحد کاهش در مدت استفاده کاربران از اینترنت ۰/۳۲ به میزان هویت ملی آن‌ها افزوده می‌شود. متغیر میزان استفاده کاربران از اینترنت به میزان ۰/۲۸ بر هویت ملی آن‌ها تأثیر دارد. متغیر «واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌های اینترنت از

1- Stricker

2- Serp

سوی کاربران» به میزان ۰/۳۰ بر هویت ملی آن‌ها تاثیر دارد (عباسی و دیگری، ۱۳۸۹: ۱۱۱-۹۳). گسترش فرایندهای جهانی شدن در قالب فناوری اطلاعات و ارتباطات (ماهواره و اینترنت)، زمینه‌ساز تقویت هویت فراملی دانشجویان است (حافظ نیا، ۱۳۸۵: ۷۱).

تحقیقی از دیدگاه کنش متقابل نمادین با عنوان «بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تاکید بر تاثیر خانواده» توسط خدیجه‌سفیری و همکار با روش پیمایش و بهره‌گیری از تکنیک پرسشنامه هویت ملی و دینی، ۳۹۰ نفر از جوانان ۲۵ - ۱۸ ساله شهر تهران بررسی شده که نتایج آن به شرح زیر است: عملکرد والدین در زمینه آموزش جوانان در دو بعد ملی و دینی با هویت ملی و دینی جوانان، رابطه مستقیم و مثبت دارد. میان منطقه محل سکونت و هویت ملی و دینی جوانان رابطه‌ای منفی و معکوس وجود دارد. بین تحصیلات و هویت دینی و ملی رابطه منفی و معکوس وجود دارد (سفیری و دیگری، ۱۳۸۸: ۱۵).

«بررسی و تعیین نوع هویت فردی، ملی و مذهبی در نوجوانان»، عنوان پژوهشی است که جعفر دارابی در دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی در سال ۸۳ به انجام رسانده است. بر اساس نتایج این تحقیق، دختران در مقایسه با پسران از هویت سالم‌تری برخوردار هستند. این نتیجه از ابعاد گوناگونی قابل بحث و بررسی است. پسران در هویت آشفته، هویت از پیش تعیین شده و هویت تأخیری از نمره‌های بالاتری نسبت به دختران برخوردار بودند. در هویت ملی و مذهبی که بالابودن آن نمایانگر هم‌آهنگی با ارزش‌ها و آرمان‌های ملی است، دختران به صورت معنی‌داری بالاتر از پسران بوده‌اند (دارابی، ۱۳۸۳: ۱۰۹-۱۰۸). دکتر گدازگر در جلد دوم مقالات همایش بازشناسی اندیشه‌های دکتر شریعتی، به مفهوم ادعاهائی درباره برتری هویت ملی ایران مبتنی بر ایده‌های فرهنگ سنتی، بعد از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ را حداقل در سه شکل طبقه‌بندی کرده است. ۱- نوعی از ایدئولوژی ضدغرب ضدامپریالیسم و ضدصهیونیسم ۲- نوعی از ایدئولوژی که بر روی برتری تمایز ناسیونالیسم ایرانی تأکید دارد ۳- تأکید بر لزوم تفکیک زن و مرد برای اعمال ارزش‌های اخلاقی (گدازگر، ۱۳۸۰: ۴۴-۳۸).

مجتهدزاده در مقاله هویت ملی در عصر جهانی شدن، به بیان نظرهای دانشمندان غربی در مورد جهانی شدن و به چالش فرا خواندن جهان سوم و طرح هویت این نوع کشورها، پاسخ همه سؤال‌ها را به سؤال جهانی شدن موکول می‌کند (مجتهدزاده، ۱۳۷۷: ۱۳۴-۱۲۴).

روش پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی و تبیین هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر انجام گرفته است. روش تحقیق در این بررسی، توصیفی و از نوع پیمایش همبستگی است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته که شامل ۳۵ گویه پنج گزینه‌ای برای اندازه‌گیری «هویت ملی» است، استفاده شده است. در این بررسی ابعاد زیر برای سنجش هویت ملی مورد استفاده قرار گرفته‌اند: فرهنگ و

تمدن: شامل ۵ گویه، زبان: شامل ۷ گویه، سرزمین: شامل ۷ گویه، تاریخ: شامل ۱ گویه، دین و نمادهای دینی: شامل ۳ گویه، هنر و معماری: شامل ۳ گویه، احساسات ملی: شامل ۴ گویه، مراسم ملی: شامل ۱ گویه، نظام ارزشی: شامل ۲ گویه و پرچم: شامل ۲ گویه.

سپس هر یک از ابعاد، در قالب طیف لیکرت و به صورت جمله اظهاری به پاسخگویان ارائه شده است. پاسخگویان با انتخاب یکی از گزینه‌های کاملاً موافقم، موافقم تا حدودی، مخالفم و کاملاً موافقم، میزان موافقت خود را با هر یک از ابعاد هویت ملی اعلام کرده‌اند. بر اساس جهت معنایی (مثبت یا منفی)، گویه‌ها نمره‌گذاری شده‌اند. مجموع نمره‌های هر پاسخگو در کلیه گویه‌ها، به صورت عددی حاصل جمع نمره گویه‌ها به دست آمده، نشان‌دهنده شدت وجود هویت ملی است. ضریب آلفا کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه هویت ملی که برابر $0/82$ بود حاکی از اطمینان از پایایی آن است. سؤال‌های دیگری در مورد سایر متغیرهای تحقیق شامل: جنسیت، سن، رشته تحصیلی، میزان استفاده از رسانه‌ها (شامل متوسط میزان ساعت استفاده از تلویزیون، موبایل و اینترنت)، ترم تحصیلی و محل زندگی نیز در پرسشنامه گنجانیده شده است.

جامعه آماری این بررسی شامل کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در سال تحصیلی ۱۳۹۱-۱۳۹۰ است. با در نظر گرفتن تعداد دانشجویان بر اساس رشته تحصیلی و جنسیت و در چهارچوب روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تعدادی از دانشجویان به عنوان گروه نمونه انتخاب شده‌اند. بر مبنای فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۸۳ نفر برآورد شد. با توجه به این که حجم نمونه بر اساس مقایسه در زیرگروه‌های (بر مبنای جنس و رشته تحصیلی) هر شاخه نباید کم‌تر از ۳۰ نفر باشد، به همین دلیل حدود ۲۰ درصد حجم تعیین شده بر آن افزوده شد. در نهایت حجم نمونه به تعداد ۵۰۰ نفر تعیین شد. با در نظر گرفتن این که بر اساس اهداف طرح، مقایسه وضعیت هویت در بین متغیر جنسیت مد نظر بود، بنابراین، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. پس از تعیین حجم نمونه، با توجه به توزیع نسبی دانشجویان بر اساس جنس و رشته تحصیلی، درصد پاسخگویان گروه نمونه در هر رده تعیین و سپس در درون هر طبقه (رشته تحصیلی) با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی - منظم، پاسخگویان از بین همه رشته‌های تحصیلی انتخاب شده‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات آمارهای توصیفی از قبیل جداول فراوانی و آماره‌های مرتبط با آن‌ها مانند میانگین، مُد برای متغیرهای اسمی، واریانس و دامنه تغییرات برای متغیرهای فاصله‌ای استفاده شده است. روابط مربوط به متغیرهای فاصله‌ای، به صورت جداگانه با استفاده از آزمون t پیرسون مورد آزمون قرار گرفته‌اند. ارتباط متغیر میزان هویت ملی با متغیرهای اسمی دو حالت نظیر جنس، محل سکونت (شهر و روستا) با آزمون تفاوت میانگین‌ها بررسی شده است. روابط متغیرهایی مانند رشته تحصیلی (اسمی چندحالتی) نیز با کمک گرفتن از آزمون تحلیل واریانس صورت گرفته است.

یافته‌ها

از مجموع ۵۰۰ نفر دانشجوی نمونه آماری مورد بررسی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر، تعداد ۳۱۷ نفر یعنی ۶۳/۴ درصد مرد و ۱۸۳ (۳۶/۶ درصد) زن هستند. هم‌چنین میانگین سنی دانشجویان اعم از زن و مرد در بین ۵۰۰ نفر نمونه آماری، برابر ۲۲/۶۰ سال می‌باشد. نزدیک به ۱۶/۶ درصد (۸۳ نفر) نیز متعلق به ترم هشتم هستند. بعد از این گروه، دانشجویان ترم‌های دوم و چهارم دارای بیش‌ترین تعداد در بین پاسخگویان هستند. تنها تعداد ۸ نفر در حال گذراندن ترم ۹ بودند. این گروه در مجموع ۴ درصد پاسخگویان را تشکیل می‌دهند.

رشته‌های مربوط به گروه فنی و مهندسی نسبت به سایر رشته‌های تحصیلی تعداد بیش‌تری از پاسخگویان (۲۴۸ نفر شامل تقریباً ۵۰٪) را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به این نتایج، نیمی از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر از رشته‌های تحصیلی فنی و مهندسی هستند. دامنه تغییرات نظری این متغیر بین ۳۵ تا ۱۷۵ است. اما دامنه تغییرات واقعی اندکی متفاوت است. حداقل نمره به دست آمده برابر ۸۶ و حداکثر نمره برابر ۱۶۵ است. جدول شماره ۱ توزیع فراوانی میزان هویت ملی را نشان می‌دهد. دیده می‌شود که بیش‌ترین فراوانی مربوطه به طبقه (۱۴۷۱۲۰) است. تعداد ۲۰۸ نفر که شامل بیش از ۴۱ درصد پاسخگویان می‌شوند، در این طبقه قرار دارند. میانه و مد توزیع نیز در این طبقه قرار دارند. کم‌ترین فراوانی در طبقه (۶۳۳۵) دیده می‌شود که شامل صفر نفر است. تنها ۷/۶ درصد پاسخگویان در طبقه «پائین» (۹۱۶۴) هویت قرار می‌گیرند. ۲۷/۴ دانشجویان دارای هویت ملی در حد «خیلی بالا» و ۴۱/۶ درصد در حد «بالا» هستند. هویت ملی ۲۳/۴ درصد نیز در حد متوسط است.

جدول شماره (۱): توزیع فراوانی هویت ملی دانشجویان

میزان هویت ملی	سطوح هویت	تعداد	درصد
۶۳۳۵	خیلی پائین	۰	۰
۹۱۶۴	پائین	۳۸	۷/۶
۱۱۹۹۲	متوسط	۱۱۷	۲۳/۴
۱۴۷۱۲۰	بالا	۲۰۸	۴۱/۶
۱۴۸۱۷۵	خیلی بالا	۱۳۷	۲۷/۴
جمع		۵۰۰	۱۰۰

مهم‌ترین شاخص‌های آماری محاسبه شده عبارتند از: میانگین (۱۳۰/۳۶۴)، مد (۱۳۶) میانه (۱۳۴/۱۲) و انحراف معیار (۱۸/۱). توجه شود که میانگین ۱۳۰/۳۶۴ در دامنه از حداقل ۳۵ تا حداکثر ۱۷۵ به میزان قابل توجهی از میانگین نظری (۱۰۵) بیش‌تر است. این میزان که بر اساس آزمون تک

متغیره تفاوت میانگین، با اطمینان بیش از ۹۹/۹۹ درصد معنی‌دار است، حاکی از بالا بودن میزان هویت ملی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شبستر است.

تعداد ۴۰۸ نفر از پاسخگویان در مناطق شهری و بقیه که شامل ۹۲ نفر می‌شوند، در مناطق روستایی سکونت دارند. توجه شود که نسبت دانشجویان شهری به مراتب بیش‌تر از دانشجویان مناطق روستایی است.

تعداد ۱۲ نفر از دانشجویان از رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند. ۲۸/۴ درصد آنان در طی شبانه روز بین ۱ الی ۲ ساعت از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. همچنین ۴۴/۸ درصد پاسخگویان به طور متوسط بین ۳ الی ۴ ساعت از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. میانگین برابر ۳/۵ ساعت در روز است. تقریباً نیمی از پاسخگویان به میزان یک تا دو ساعت از تلویزیون استفاده می‌کنند. میزان استفاده بین ۳ الی ۴ ساعت نیز شامل تعداد ۲۱۷ نفر می‌شود. ۲۲ نفر نیز تا مرز ۶ ساعت از تلویزیون استفاده می‌کنند، میانگین استفاده از تلویزیون برابر ۲/۴۳ ساعت است. تعداد ۱۳۵ نفر از اینترنت استفاده نمی‌کنند. ۳۲/۴ درصد به طور متوسط کم‌تر از یک ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند. ۱۰۳ نفر نیز یک ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند، میزان‌های استفاده بیش از یک ساعت مربوط به ۱۰۰ نفر است. میانگین استفاده از اینترنت برابر ۱/۰۹ ساعت است. ۴۲/۲ درصد در شبانه‌روز ربع ساعت از موبایل استفاده می‌کنند. استفاده روزانه نیم ساعت از موبایل از سوی ۲۳۶ نفر ابراز شده است. ۲۲ نفر روزانه در حدود یک ساعت از موبایل استفاده می‌کنند، که شامل ۴/۴ درصد دانشجویان می‌شود. استفاده بیش از یک ساعت مربوط به ۲۸ نفر است. میانگین استفاده از موبایل برابر ۳۷/۵ دقیقه است.

فرضیه اصلی این تحقیق به وجود رابطه آماری معنی‌دار بین میزان استفاده از رسانه‌ها و میزان هویت ملی تأکید دارد. با در نظر گرفتن این که هم متغیر میزان استفاده از رسانه‌ها و هم هویت ملی، در مقیاس فاصله‌ای اندازه‌گیری شده‌اند، از آزمون t پی‌رسون استفاده شده است. ابتدا برای انجام آزمون ضریب همبستگی از آزمون نرمال بودن متغیرها استفاده شده است. آزمون کولوموگروف-سمیرونف که با استفاده از برنامه spss به عمل آمده نشان می‌دهد که هر دو متغیر دارای توزیع نرمال هستند (Z برای هویت ملی برابر ۱/۱۲ با خطای ۰/۲۳۱۰ و برای میزان استفاده از رسانه‌ها برابر ۱/۴۱ با خطای ۰/۰۹).

میزان همبستگی به دست آمده در حد نسبتاً ضعیف، اما معنی‌دار است ($r=0/35$). جهت همبستگی نیز منفی و غیر هم‌سو است. بنابراین فرضیه مربوط به «ارتباط بین میزان استفاده از رسانه‌ها و میزان هویت ملی» در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر، تأیید می‌شود. دانشجویانی که به میزان زیادی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند، میزان هویت ملی آنان کم‌تر از بقیه دانشجویان است. رابطه بین میزان ساعات استفاده از تلویزیون با هویت ملی برابر ۰/۲۳ است. رابطه مذکور که برخلاف رابطه حاصل از مقیاس کلی استفاده از رسانه‌ها، دارای علامت مثبت است، نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از برنامه‌های تلویزیون، هویت ملی در نزد دانشجویان نیز تقویت شده و

افزایش می‌یابد. رابطه بین میزان ساعات استفاده از اینترنت با هویت ملی برابر $0/57$ است. رابطه مذکور که برخلاف رابطه استفاده از تلویزیون و هم‌سو با رابطه استفاده از (شاخص) رسانه‌ها، دارای علامت منفی است، نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از برنامه‌های تلویزیون، هویت ملی در نزد دانشجویان تضعیف شده و کاهش می‌یابد.

آزمون فرضیه دوم این تحقیق نشان داد که بین رشته تحصیلی و هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر ارتباط معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به نتیجه به‌دست آمده از آزمون آنالیز واریانس ($f = 2/45$)، میانگین هویت ملی تفاوت معنی‌داری در بین رشته‌های تحصیلی دانشجویان ندارد. این رابطه با اطمینان بیش از ۹۵ درصد قابل تعمیم به جامعه آماری است. کم‌ترین میزان هویت ملی مربوط به دانشجویان رشته‌های مکانیک، برق و معماری و گرافیک و بیش‌ترین میزان هویت ملی مربوط به رشته‌های برق، عمران و ادبیات فارسی است. توجه شود که با وجود تفاوت‌هایی در میزان هویت ملی در بین دانشجویان رشته‌های مختلف، جهت و هم‌سوایی خاصی از نظر ساختار هویت در بین رشته‌های تحصیلی به چشم نمی‌خورد.

فرضیه سوم این تحقیق نشان داد که بین سن و هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر رابطه وجود دارد. با توجه به ($t = 0/29$) می‌توان نتیجه گرفت که به میزان افزایش سن دانشجویان، میزان هویت ملی در بین آنان نیز بیش‌تر می‌شود. بنا براین ارتباط هم‌سو و معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد

آزمون تفاوت میانگین که به منظور مقایسه هویت ملی در بین دانشجویان دختر و پسر (فرضیه چهارم) به عمل آمد، نشان داد که بین جنسیت و هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر رابطه معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به نتیجه آزمون تفاوت میانگین ($t = 1/71$)، تأثیر جنسیت بر هویت ملی از نظر آماری معنادار نبود. هم‌چنین بین محل سکونت دانشجویان و هویت ملی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. با توجه به نتیجه آزمون تفاوت میانگین ($t = 0/9$) می‌توان گفت که بین محل سکونت دانشجویان و میزان هویت ملی آنان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. بنابراین فرضیه (پنجم) اصلی رد می‌شود.

نتیجه به‌دست آمده از آزمون فرضیه ششم نشان داد که بین ترم تحصیلی و هویت ملی دانشجویان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بالاترین میزان هویت ملی مربوط به ترم‌های ۴ و هشتم و سپس، ۶ و ۷ و کم‌ترین میزان هویت ملی مربوط به ترم‌های ۱ و ۳ است. توجه شود که حضور و سابقه کم‌تر دانشجو در دانشگاه موجب پائین بودن هویت ملی است. اما حضور متوسط از نظر زمانی و ترم موجب افزایش و بهبود هویت ملی است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصله از فرضیه اول این تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده دانشجویان از رسانه‌ها و هویت ملی آن‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد. هدف از طرح این فرضیه این بود که آیا بین استفاده دانشجویان از رسانه‌ها و هویت ملی در بین آن‌ها رابطه وجود دارد یا خیر؟ بنابراین دانشجویانی از رسانه‌ها استفاده بیشتری می‌کنند، هویت ملی آنان تضعیف می‌شود. با توجه میزان رابطه ($r = 0/35$) می‌توان نتیجه گرفت که رابطه منفی و معنی‌داری بین هویت ملی دانشجویان و استفاده آن‌ها از رسانه‌ها وجود دارد و فرضیه مورد نظر تأیید می‌شود. همچنین در پی تحقیق‌هایی که شهابی، پرچی، ملکی و عباسپور، حمید مولانا، آقازاده و جانان‌چک در این مورد انجام داده‌اند نشان داده شده که بررسی فوق با این تحقیق‌ها هم‌خوانی داشته و آن‌ها را تأیید می‌کند. رابطه بین رسانه و هویت ملی جزو الزامات نظری است. دانشجویی که از رسانه‌ها در سطح وسیع‌تری استفاده می‌کند، علقه‌های ملی و وطنی او تحت تأثیر میزان استفاده از محتوای رسانه‌ها خواهد بود. اگر رسانه‌ها همگام با جریان‌های جهانی شدن به حرکت در آیند، هویت ملی مخاطبان را تضعیف خواهند نمود. در این میان نقش استفاده از اینترنت به‌طور آشکاری قابل توجه است. دانشجویان به‌میزانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، هویت ملی آنان تضعیف می‌شود. اما رابطه مثبت و هم‌سوی استفاده از تلویزیون و هویت ملی نشانگر آن است که محتوای برنامه‌های تلویزیون در جهت تحکیم هویت ملی جوانان ایرانی است.

کتاب «تأثیر اینترنت بر هویت ملی» در پی شناخت رابطه بین استفاده از اینترنت و هویت ملی کاربران، در کنار شناخت وضعیت هویت ملی کاربران و همچنین شناخت عوامل تأثیرگذار بر هویت ملی کاربران، است. برخی یافته‌های این پژوهش در مدل رگرسیونی و با متغیرهایی چون «میزان استفاده، واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌ها، مشارکت و فعال بودن، انگیزه و هدف کاربران» بدین شرح است. متغیر مدت استفاده کاربران از اینترنت به میزان $0/32$ بر هویت ملی آن‌ها تأثیر دارد و این مطلب گویای آن است که به ازای هر واحد کاهش در مدت استفاده کاربران از اینترنت $0/32$ به میزان هویت ملی آن‌ها افزوده می‌شود (عباسی و دیگری، ۱۳۸۹: ۱۱۱-۹۳).

در این بررسی، میزان هویت ملی در بین رشته‌های تحصیلی تفاوت معنی‌داری نشان نداد. این یافته با یافته‌های (دوران، ۱۳۸۶: ۳۹) که تفاوت‌های آشکاری را بین میزان هویت ملی رشته‌های مختلف تحصیلی به‌دست آورده، مغایر می‌باشد. بر مبنای کار تحقیقی «دوران»، دانشجویان رشته‌های علوم انسانی نسبت به دانشجویان رشته‌های فنی از هویت ملی بالاتری برخوردارند. همچنین حقیقتیان، غضنفری و اکبرآبادی نیز نتیجه‌های مشابهی را در مورد تفاوت میزان هویت ملی با تکیه بر بالا بودن نمرات هویت ملی رشته‌های علوم انسانی در بین دانش‌آموزان به‌دست آورده‌اند (حقیقتیان و دیگری، ۱۳۹۰: ۷۹).

رابطه بین سن و هویت ملی که در این تحقیق به‌دست آمده است، ضمن این که با نتایج برخی از

تحقیق‌ها از جمله تحقیق آقای «قیصری» مغایر است، به‌طور آشکاری در مجموعه نظریه‌های مرتبط از جمله نظریه بلومر و تحقیق آقای شهابی قرار داشته و با آنان هم‌سو است. این گروه از مطالعه‌ها نیز بر تفاوت‌های میزان هویت ملی در بین سنین مختلف تأکید دارند.

یکسان بودن میزان هویت ملی در بین دانشجویان دختر و پسر با یافته‌های گزارش تحقیقی رضایی، عابدینی و منصوری (۱۳۹۰) مبنی بر نبود تفاوت هویت ملی بین زنان و مردان و همچنین هم‌سانی هویتی دوجنس هماهنگ است. همچنین با پژوهش جهانگیری مبنی بر عدم وجود تفاوت جنسیتی در هویت ملی دانشجویان شیراز (جهانگیری، ۱۳۹۰: ۵۹)، هم‌آهنگ است.

فرضیه پنجم این تحقیق نشان داد که بین محل سکونت دانشجویان و هویت ملی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. یعنی در اصل در بین همه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر تفاوت معنی‌داری بین هویت ملی دو گروه دانشجویان شهری و روستایی وجود ندارد این نتیجه، با نتایج تحقیق خانم سفیری (۱۳۸۶) که بیانگر وجود تفاوت‌های هویت ملی براساس محل سکونت بوده، مغایرت، اما با تحقیق دکترلهسایی‌زاده در مورد نبود تفاوت هویت ملی بر مبنای منطقه سکونت در بین اعراب ایران، مطابقت دارد. با وجود اتلاق واژه‌هایی نظیر شهر و روستا که به ظاهر ممکن است تفاوت‌های ماهوی را از نظر برخی ویژگی‌ها به ذهن متبادر سازد، امروزه گسترش آگاهی‌های عمومی مخصوصاً در محیط‌های علمی، بر تفاوت‌های شهر و روستا چیره شده و از این نقطه نظر، دانشجویان دو گروه را در یک زمره قرار داده است.

در جدول شماره (۲) رابطه هویت ملی با هریک از متغیرهای مستقل که از طریق آزمون فرضیه‌ها حاصل شده، نوشته شده است. توجه شود که فقط ارتباط سبه عامل جنسیت، محل سکونت و رشته تحصیلی معنی‌دار بوده و سایر فرضیه‌ها تأیید شده‌اند.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که هویت ملی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر در حد بالاتر از میانگین نظری است و در این زمینه وضعیت مطلوبی حاکم است و جای آن دارد که بتوان با روش‌های مناسبی ضمن حفظ وضع موجود، بر هویت ملی دانشجویان افزود.

جدول شماره (۲): خلاصه‌ای از روابط بین هویت ملی و سایر متغیرها

متغیرها	رابطه	نتیجه
جنس	رابطه وجود ندارد.	پسران مساوی دختران
رشته تحصیلی	رابطه وجود ندارد.	—
سن	رابطه وجود دارد.	$r=0/29$
ترم تحصیلی	رابطه وجود دارد	ترمهای هشتم و چهارم بیش‌تر از ترمهای اول، سوم و پنجم
استفاده از رسانه‌ها	رابطه وجود دارد.	$r=0/35$ تلویزیون تأثیر مثبت، اینترنت و موبایل تأثیر منفی
محل سکونت	رابطه وجود ندارد.	—

در این رابطه می‌توان گفت که دانشجویان بیش‌تر به احساسات ملی توجه می‌کنند و هم‌چنین آنان ارزش‌ها و عناصر دینی را خیلی با اهمیت تلقی می‌کنند. آنان علاقه زیادی به پرچم و سایر نمادهای ملی دارند و در مقابل به جهان وطنی نیز اهمیت بیش‌تری می‌دهند. با وجود این، عشق و علاقه به سرزمین در وجود آن‌ها بسیار زیاد است. عناصر تاریخی و فرهنگی را دوست داشته و آن‌ها را نیز خیلی مفید می‌دانند. زمانی که دیگران بخواهند در سطح ملی از آنان سبقت بگیرند، تا حدودی زیادی ناراحت می‌شوند. هویت بالای ملی در نزد آنان صرفاً برای منافع شخصی نیست. از کاربرد پرچم در لباس و نمادهای منزل خیلی خوششان نمی‌آید ولی دشواری حفظ کشور را به هر قیمتی به جان می‌خرند.

ضریب تغییرات محاسبه شده برای متعیر هویت ملی برابر $0/138$ می‌باشد. این میزان نشان‌دهنده پراکندگی نسبتاً کم‌تر هویت ملی در بین دانشجویان است. به عبارت دیگر تفاوت‌های بسیار زیادی در هویت ملی از نظر شدت و حدت به چشم نمی‌خورد. 93 درصد نمره‌های مشاهده شده در دامنه 90 تا 125 تجمع یافته‌اند. در صورتی که دامنه تغییرات نظری بین 35 الی 175 است. بنابراین هویت ملی دانشجویان نسبتاً مشابه و نزدیک به هم است. به نظر می‌رسد که اساساً یک نوع هم‌گونی و مشابهت در این زمینه در بین دانشجویان حاکم است. با وجود این نمی‌توان گفت که همگی یا اکثریت دارای هویت ملی یکسان هستند. چرا که میزان‌های هویت در دامنه‌ای از حداقل 65 تا حداکثر 165 پراکنده شده‌اند ولی این پراکندگی خیلی شدید نیست. آزمون نرمال بودن نیز گویای مشابهت توزیع آماری این متعیر با توزیع نرمال نظری است. همین توزیع نرمال نیز با در نظر گرفتن جامعه آماری دانشجویی شایسته تأمل بیش‌تری است. پس اگر توزیع این صفت در بین دانشجویان دارای توزیع نرمال باشد بنابراین می‌توان گفت که دانشگاه و دانشجویان که در ارتباط مستقیم با دگرگونی‌های هویت ملی هستند، بیش از سایر بخش‌های جامعه باید انتظار هم‌گرائی داشت و اساساً دانشجویان دارای توان بالفعل لازم در این زمینه هستند. شاید لازم باشد دانشگاه به منظور بهبود بخشیدن و ارتقای هویت ملی، که لازمه هم‌گرایی هر چه بیش‌تر ملی است، برنامه‌ریزی‌های علمی و آموزشی وسیع‌تر و موثرتری برای دانشجویان به عمل آورد.

در همین رابطه می‌توان به نقش متعیر ترم نیز اشاره نمود. دانشجویان ترم اول هنوز نگرش‌های لازم را کسب نکرده‌اند، بنابراین هویت ملی آنان در حد قابل قبولی نیست. بر عکس این وضعیت، در ترم‌های بالا نیز به دلیل حضور بیش از حد در دانشگاه که به نوعی با عدم موفقیت نیز همراه هست، نگرش‌های آنان نسبت به درس و سایر عناصر آموزشی به سمت منفی می‌گراید. این امر در ترم‌های میانی که به نوعی با انگیزه‌های فعالانه دانشجویان نیز قابل تبیین است، وضعیت دیگری به خود می‌گیرد و بنابراین شاهد میزان‌های بالاتری از هویت ملی هستیم. این امر از زاویه‌های دیگری هم قابل بررسی است. ممکن است در اصل هیچ نوع روند خاصی در ارتباط با ترم تحصیلی وجود نداشته باشد. در این صورت کنترل عوامل متعدد مرتبط و موثر، گره‌گشای زوایای پنهان خواهد بود. یقیناً انگیزه‌های دانشجویان،

اندیشه‌ها و گرایش‌های استادان، تأثیر عمومی جو دانشگاه بر افکار و اندیشه‌ها و عوامل دیگری در پشت سرترم تحصیلی نهفته‌اند که این موضوع لازمه مطالعه و بررسی‌های علمی جداگانه‌ای است. نبود تفاوت‌های معنی‌دار بین هویت ملی در بین دانشجویان رشته‌های مختلف نشان‌دهنده اهمیت، ارزش و توجه هم‌سان دانشجویان رشته‌های مختلف نسبت به این امر ملی است. هم‌چنین می‌توان شیوه‌های تدریس، محتوای مطالب و حتی انگیزه‌های دانشجویان در این زمینه را موثر دانست. با در نظر گرفتن این که برخی از رشته‌های علوم فنی دارای بالاترین نمره در هویت ملی هستند، بنابراین به نظر می‌رسد که آشنائی دانشجویان این رشته با شیوه‌ها، عناصر و سبک‌های هویت در این میان بی تأثیر نباشد (البته بحث تبیین یقیناً بر عهده تحقیق‌های آینده خواهد بود). براساس اطلاعات به‌دست آمده، می‌توان نتیجه گرفت دانشجویان رشته‌های مختلف در زمینه هویت ملی از مشابهت بسیار زیادی برخوردارند. مهم‌ترین تفاوت‌ها براساس ساختار رشته تحصیلی دانشجویان را می‌توان بر مبنای میانگین مشاهده شده هر رشته و میانگین کل، مشاهده نمود.

پیشنهادها و راهکارها

با در نظر گرفتن نتیجه‌های به‌دست آمده، بهتر است تا به منظور نیل به هویت ملی مطلوب‌تر در بین دانشجویان، میزان استفاده آنان از رسانه‌ها مورد توجه و به لحاظ علمی مورد کنترل قرار گیرد. استفاده و کمک گرفتن از راهنمایی‌های متخصص‌های روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و متخصص‌های اصلاح رفتار از راه‌های مطمئن حصول به این امر می‌باشد.

۱. توجه به اهمیت افزایش مهارت‌های شناختی و آشنائی مربوط به عناصر هویت ملی دانشجویان و به موازات آن تغییرنگرش‌های منفی آنان از طریق برپایی کارگاه‌ها، نمایشگاه‌ها و نیز جلب توجه همگانی دانشجویان به اهمیت و نقش ایران در عرصه جهانی.

۲. می‌توان از روش‌های مختلفی نظیر آموزش عناصر هویت ملی مثل سرزمین، احساسات ملی و آشنائی با تاریخ و فرهنگ و مقایسه آن با سایر ملت‌ها و جامعه‌ها را برای دانشجویان در نظر گرفت. این امر به خصوص از نظر موقعیت شخصی دانشجویان در مسیر زندگی در آینده نیز حائز اهمیت است.

۳. از آنجائی که در تبیین هر پدیده انسانی عوامل متعددی دخالت دارند، لذا پژوهشگران می‌توانند متغیرهای دیگری را نیز (برای رسیدن به یافته‌های جدید و تبیین‌هایی بهتر و بیش‌تر و عمیق‌تر) مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. ویژگی‌های شخصیتی، هوش و مخصوصاً ابعاد و جنبه‌های دیگری از جمله نگرش‌های دانشجویان را می‌توان به‌عنوان متغیرهای پیشنهادی برشمرد.

۴. براساس نتایج به‌دست آمده هویت ملی دانشجویان ترم اول در مقایسه با ترم‌های بعدی بسیار پائین است. لذا به‌منظور برطرف نمودن این مشکل و ارتقای این عناصر اصل ملی در نزد دانشجویان

در ترم اول نیز می‌توان از روش‌های مختلفی نظیر آموزش عناصر هویت ملی مثل سرزمین، احساسات ملی و آشنایی با تاریخ و فرهنگ و مقایسه آن با سایر ملت‌ها و جوامع را برای دانشجویان در نظر گرفت. این امر به خصوص از نظر موقعیت شخصی دانشجویان در مسیر زندگی در آینده نیز حائز اهمیت است.

تشکر و قدردانی

این مقاله از طرح تحقیقاتی مصوب معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر (شماره ۵۱۹۵۲۸۹۰۸۲۴۰۰۷) استخراج شده که لازم می‌دانیم از حمایت‌های معنوی و مادی آن معاونت محترم تشکر کنیم. هم‌چنین از همکار گرامی این پژوهش، آقای مهدی شاه‌نظری که از نظرها و همکاری‌های ارزنده ایشان استفاده نموده‌ام، سپاسگزاری نمایم.

منابع

- احمدلو، ح و همکار. (۱۳۸۱). رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز. فصلنامه مطالعات ملی، سال چهارم. شماره ۱۳.
- افروغ، ع. (۱۳۸۱). هویت شناسی مذهبی و باورهای دینی ایرانیان. مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ. جلد چهارم، تهران: انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- جهانگیری، ج. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هویت ملی (نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شیراز). مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال هفتم، شماره دوم، دانشگاه فردوسی مشهد، چلی، م. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم. تهران: نشر نی.
- حاجی خیاط، ع. (۱۳۸۳). بررسی وضعیت هویت ملی کارکنان بخش اجرائی دولت در استان آذربایجان شرقی. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان آذربایجان شرقی.
- حاجی خیاط، علیرضا. (۱۳۸۲). تبیین ابعاد هویت. مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد. ویژه نامه هویت، جلد چهارم، شماره اول.
- حافظ نیا، م و همکار. (۱۳۸۵). تأثیر جهانی شدن بر هویت ملی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران). فصلنامه ژئوپلیتیک، شماره ۶، تهران.
- حقیقتیان، م و همکاران. (۱۳۹۰). هویت ملی و برخی عوامل موثر بر آن در بین دانش آموزان مقطع متوسطه اصفهان. جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و دوم. شماره ۴۱.

دارابی، ج. (۱۳۸۳). بررسی و تعیین نوع هویت فردی، ملی و مذهبی در نوجوانان. معاونت پژوهشی دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، تهران.

دوران، ب. (۱۳۸۶). هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک. پرتال علمی انسانی.

رزازی‌فر، ا. (۱۳۷۹). الگوی جامعه‌شناختی هویت ملی در تهران با تأکید بر رابطه میان هویت ملی و ابعاد آن. فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۵.

رضائی، ا. و همکاران. (۱۳۹۰). جایگاه برنامه‌های درسی دانشگاهی در تقویت هویت ملی دانشجویان. فصلنامه مطالعات ملی. سال دوازدهم، شماره ۴۵.

سفیری، خ. و همکار. (۱۳۸۸). بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تاثیر خانواده. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه الزهراء. نشریه شماره ۲.

عباسپور، ع. (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به هویت ملی و مولفه‌های آن (مطالعه موردی: جوانان ۱۶ تا ۲۹ ساله شهرستان رودسر استان گیلان). فصلنامه دانش انتظامی، شماره مسلسل ۳۸.

عبداللهی، م. (۱۳۷۲). جامعه‌شناسی بحران هویت، فصلنامه پژوهش. تهران: شماره ۲ و ۳ سال اول.

عباسی، م. و همکار. (۱۳۸۹). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی

گدازگر، ح. (۱۳۸۰). مطالعه تطبیقی هویت ملی از دیدگاه دکتر شریعتی و جمهوری اسلامی ایران. مجموعه مقالات کنگره ملی بازناسی دکتر شریعتی. جلد دوم.

گل‌محمدی، ا. (۱۳۸۰). جهانی شدن و بحران هویت، فصلنامه مطالعات ملی. سال سوم شماره ۱۰.

مجتهدزاده، پ. (۱۳۷۷). هویت ایرانی در آستانه سده بیست و یکم. ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، سال دوازدهم، شماره ۱۲۹ و ۱۳۰.

منتظر قائم، م. (۱۳۷۹). رسانه‌های جمعی و هویت، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۴.

نقیب‌زاده، ا. (۱۳۸۳). هویت ملی و عوامل بحران آن در ایران. گردآوری: علی‌اکبر علی‌خانی. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی، چاپ اول.

یوسفی، ع. (۱۳۸۰). روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران. فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۸، سال دوم، تهران.

Borgatta, E, F & Borgatta, M. (1992). **Encyclopedia of sociology**. Mac millan.

Guibernau, M and Goldblatt. D. (2000). **Identity and Nation**. In Kath Woodward (Ed). **Questioning Identity: Gender, Class, Nation**. London: Rutledge in association With the Open University.

jankowski, N. W. (2002). **Creating Community with Media: (History, Theories and Scientific Investigations)**. In Leah A. Lievrouw & Sonia Livingstone (Eds.) **Handbook of New Media (Social Shaping and Consequences of ICTs)**. London: Sage Publications.

Salazar, J. M.(1998) **Social Identity and National Identity**. In Stephen Worchel;

Tomlinson, J.(1999). **Globalization and Culture**. Cambridge: polity.

Wiggins. J & James vander berety.(1994). **Social psychology**. London. Sage publication.

Woodward, K.(2000). **Questioning identity: Gender, Class, and nation**. London: Rutledge in association with the Open University.

Archive of SID