

بررسی تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر هویت ملی: نمونه مورد مطالعه: شهروندان شهر کرمان

حمید نساج^۱

راضیه مهربابی کوشکی^۲

محمودرضا رهبرقازی^۳

مهدیه پوررنجبر^۴

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۶/۰۳

تاریخ پذیرش: ۹۴/۲/۱۶

چکیده

هویت ملی فراگیرترین و مهم‌ترین سطح هویت در تمام نظام‌های اجتماعی است که بر کلیه حوزه‌های فرهنگ، اجتماع و سیاست تأثیرگذار است. پژوهش حاضر با علم به اهمیت هویت ملی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه نظم و انسجام اجتماعی، به بررسی معرف‌های هویت ملی پرداخته است. در این راستا، تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر نگرش شهروندان به هویت ملی مورد مطالعه قرار گرفته است. تحقیق حاضر از نوع پیمایشی و اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته جمع‌آوری شده است. جامعه آماری جوانان ۱۶ تا ۴۰ سال شهر کرمان هستند که از این تعداد ۲۷۰ نفر به‌عنوان نمونه، انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میزان ارزش‌های جمع‌گرایی، پدرسالاری، فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان در حد نسبتاً بالایی قرار دارد. از سوی دیگر، هویت ملی شهروندان نیز بالاتر از حد متوسط است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر متغیرهای جمع‌گرایی و فاصله قدرت بر میزان هویت ملی شهروندان معنی‌دار است و ضریب و جهت تأثیر این دو متغیر بر هویت ملی مثبت است. به‌عبارت دیگر، افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرایانه هستند، نسبت به کسانی که ویژگی‌های فردگرایانه دارند، از میزان هویت ملی بیشتری برخوردارند و احتمال بیشتری وجود دارد که در طبقات بالاتر هویت ملی قرار بگیرند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی با میزان فاصله قدرت زیاد هستند، نسبت به کسانی که ویژگی‌های فرهنگی با میزان فاصله قدرت کم دارند، از میزان هویت ملی بیشتری برخوردارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای ریسک‌پذیری و پدرسالاری تأثیری بر میزان هویت ملی شهروندان ندارد.

کلیدواژه: جمع‌گرایی / فردگرایی، پدرسالاری / زن‌سالاری، توزیع قدرت / فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان / ریسک‌پذیری، هویت ملی

بیان مسئله

هویت به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های کلیدی علوم انسانی و اجتماعی، در دهه‌های اخیر مورد توجه صاحب‌نظران و دانشمندان قرار گرفته است. فرهنگ انگلیسی آکسفورد^۱ هویت را به معنی شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص آورده است (فرهنگ آکسفورد: ۲۰۰۱: ۳۹۳). همچنین استوارت هال^۲ با رویکردی هگلی، هویت را روندی سیال می‌داند که عاملی برای شناخته شدن محسوب می‌شود (هال، ۱۹۹۱: ۳۶). ویلیام جیمز^۳ (به نقل از محسنی، ۱۳۷۵) هویت را مفهومی می‌داند که فرد از خود به عنوان یک شخص دارد و این مفهوم ناشی از تجربه تداوم و تمایز است. یعنی، خود در طی زمان یکسان باقی می‌ماند و در عین حال از دیگران متمایز است. به نظر گیدنز هویت عبارت است از خود آن‌طوری که شخص از خودش تعریف می‌کند. انسان از طریق کنش متقابل با دیگران است که هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی، پیوسته آن را تغییر می‌دهد؛ هویت امر پایداری نیست، بلکه یک پدیده پویا و سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (گیدنز، ۱۳۸۵: ۸۱). جنکینز^۴ معتقد است که هویت دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است: این با آن مشابه است. معنای دوم آن به معنای تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، مفهوم هویت به طور هم‌زمان میان افراد یا اشیا دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر تفاوت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۴).

بنابراین به نظر می‌رسد که دو دیدگاه مهم در خصوص تعریف هویت وجود دارد. روان‌شناسان اجتماعی-فرهنگی و جامعه‌شناسان می‌خواهند بر این واقعیت تأکید کنند که احساس هویت به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آنها کم‌وبیش می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. در این راستا، از دیدگاه مید تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند بازتاب نگرشی است که



1. Oxford
2. Stewart Hall
3. William James
4. Jenkins

دیگران از او دارند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۳). اما بیشتر روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند. البته اکثر این دسته از نظریه‌پردازان، هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند، بلکه از این دیدگاه، هویت عبارت است از «احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی» (همان: ۲۲۲).

در این میان، یکی از مهم‌ترین انواع هویت، هویت ملی است؛ زیرا نقشی تعیین‌کننده در حوزه‌های فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیرترین و درعین حال مشروع‌ترین سطح هویت در همه نظام‌های اجتماعی، جدا از گرایش‌های عقیدتی است (صنیع اجلال، ۱۳۸۴: ۱۰۴). در واقع هویت ملی اصلی‌ترین سنتز و حلقه ارتباطی بین هویت‌های خاص محلی و هویت‌های عام فراملی است (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۷).

آشوری استدلال می‌کند که هویت ملی نوعی آگاهی جمعی است؛ یعنی آگاهی از تعلق به ملت که آن را «آگاهی ملی» می‌خوانند. آگاهی ملی، اغلب پدیدآورنده حس وفاداری، شور، و دلبستگی افراد به عناصر تشکیل‌دهنده ملت (نژاد، زبان، سنت‌ها و عادت‌ها، ارزش‌های اجتماعی، اخلاقی، و به‌طورکلی فرهنگ) است و گاه موجب بزرگداشت مبالغه‌آمیز از آنها و اعتقاد به برتری این مظاهر بر مظاهر ملی دیگر ملت‌ها می‌شود (آشوری، ۱۳۸۹: ۳۱۹). همچنین باوند (۱۳۷۷) معتقد است که هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌هایی درباره خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است. به‌طورکلی، می‌توان گفت که هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی و در میان مرزهای تعریف‌شده سیاسی است (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷).

بسیاری از محققان به وجود رابطه بین فرهنگ و هویت ملی اشاره کرده‌اند. در این راستا، برای مثال معینی علمداری معتقد است که سازوکار اصلی که هویت ملی براساس آن شکل می‌گیرد شامل ارزش‌ها، طرزتلقی‌ها و شناسایی‌های فرد از جهان است. این سازوکارها زمانی عمل می‌کنند که عوامل هویت‌ساز مانند یک سیستم در کنار هم قرار گرفته باشند، به نحوی که عناصر مختلفشان با همدیگر در تقابل نباشند و هیچ‌کدام با





یکدیگر تعارضی پیدا نکنند. وی استدلال می‌کند که جهان‌بینی، دین و فرهنگ از عمده‌ترین عوامل هویت‌ساز در سطح ملی به‌شمار می‌روند (میرمحمدی، ۱۳۸۳: ۴۹-۵۰). به‌عبارت دیگر، به اعتقاد معینی علمداری هویت ملی در خدمت بازسازی و تسلط یک فرهنگ خاص عمل می‌کند. از این نظر می‌توانیم اذعان داشته باشیم که هویت در خدمت فرهنگ قرار دارد. یعنی هویت در عرصه فرهنگ و چارچوب‌های گفتمانی قدرت، آشکار می‌شود. پس این رابطه نمی‌تواند یک رابطه یک‌سویه باشد بلکه خود فرهنگ هم می‌تواند در شکل دادن به هویت‌ها نقش متقابلی داشته باشد (همان: ۵۵-۵۶).

دوورژه^۱ (۱۹۵۴) تعریف ملت به‌عنوان «مجموعه فرهنگی» را کلی‌ترین و صحیح‌ترین تعریف می‌داند؛ زیرا فرهنگ ملی دارای اصالت برجسته‌ای است و هویت‌های ملی مهم‌ترین و مشخص‌ترین مجموعه‌های فرهنگی هستند. هانتینگتون^۲ (۲۰۰۴) معتقد است که ارزش‌های فرهنگی به‌طور مشخص بر فرایندهایی نظیر هویت تاریخی، ملی، تمدنی و خانوادگی اثرگذارند. زیرا ارتباط ارزش‌های فرهنگی با هویت‌های مذکور از طریق ایجاد بینش و تحول شناختی، امری امکان‌پذیر است. همچنین گل‌محمدی (۱۳۸۱) در کتاب «جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت» استدلال می‌کند که در جوامع سنتی انسان‌هایی که در دنیای شکل‌یافته با فرهنگی معین قرار می‌گرفتند، خودبه‌خود و منفعلانه وارث هویت و نظام معنایی آماده و ازپیش‌موجود می‌شوند. این توانایی چشمگیر فرهنگ در عرصه هویت‌سازی و معنابخشی، در درجه نخست از پیوند تنگاتنگ فرهنگ با مکان و سرزمین ناشی می‌شود.

بنابراین به نظر می‌رسد که هویت و مخصوصاً هویت ملی رابطه نزدیک و تنگاتنگی با مقوله فرهنگ دارد. چه اینکه فرهنگ مجموعه‌ای است از ارزش‌ها، سنت‌ها، آداب و رسوم، میراث و تاریخ مشترک که در طول زمان از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. فرهنگ دیدگاه و نگرش انسان را به خود جامعه و طبیعت، شکل و جهت می‌بخشد. انسان از طریق فرهنگ با جهان بیرون رابطه پیدا می‌کند و از درون آدمی به جهان طبیعت و جامعه گشوده می‌شود. در حقیقت، هویت در پرتو فرهنگ «معنا» پیدا می‌کند و بدون درک درست ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، رفتار انسان از معنا تهی خواهد

1. Duverger
2. Huntington

بود. فرهنگ پدیده‌های اجتماعی و سیاسی را فهم‌پذیر می‌کند و آدمی را از سقوط به ورطهٔ پوچی و سردرگمی باز می‌دارد. به عبارت دیگر، شناخت جهان بر مبنای انگاره‌های ذهنی و الگوهای فرهنگی امکان‌پذیر است.

در این راستا، به نظر می‌رسد که پژوهش‌های کمی در زمینهٔ رابطهٔ هویت ملی و ارزش‌های فرهنگی صورت گرفته است و در صورت انجام نیز هویت ملی را در ارتباط با مسائلی همچون احساس محرومیت، آموزش شهروندی، هویت قومی، و موضوعاتی این چنین بررسی کرده‌اند. از طرف دیگر، عوامل فرهنگی نقش مهمی در فرایند جامعه‌پذیری دارند؛ فرایندی که از طریق آن بسیاری از ارزش‌ها و هنجارها به فرد القا می‌شود. به عبارت دیگر، فرهنگ را باید مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت دانست. افراد و گروه‌ها همواره با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند؛ زیرا این اجزا و عناصر توانایی چشمگیری در تأمین نیاز انسان‌ها به متمایز بودن و ادغام شدن در جمع دارند. لذا در این پژوهش سعی می‌شود تا از سویی به بررسی وضعیت هویت ملی و نگرش‌های فرهنگی جوانان شهر کرمان پرداخته شود و از سوی دیگر بررسی تأثیر نگرش‌های فرهنگی بر هویت ملی جوانان به عنوان یک گروه اجتماعی مهم مورد تحلیل قرار گیرد.



مبانی نظری

به نظر می‌رسد یکی از نظریاتی که به تأثیر پدیده‌های فرهنگی بر هویت افراد اشاره می‌کند، روان‌شناسی فرهنگی است. روان‌شناسی فرهنگی، کوششی میان‌رشته‌ای بین روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی است. روان‌شناسی فرهنگی به این واقعیت می‌پردازد که فرهنگ فرد، سنت‌ها، زبان و جهان‌بینی او، چگونه در نمادهای ذهنی، هویتی و فرایندهای شناختی او تأثیر دارند. در حالی که روان‌شناسی اجتماعی بر روی عملکرد شخص در داخل گروه‌های محلی تأکید دارد، روان‌شناسی فرهنگی بر روی عملکردهای فرهنگی تأکید می‌کند. به عبارت دیگر، روان‌شناسی فرهنگی رویکردی منحصربه‌فرد و جدید در درون روان‌شناسی است که افراد را به عنوان کنشگرانی اجتماعی در نظر می‌گیرد (مید، ۱۹۳۴: ۷۸). این رهیافت سعی می‌کند تا بنیان‌های روان‌شناختی و اجتماعی را به شکلی تجربی در هم ادغام کند (ماسکوویچی^۱، ۱۹۸۸: ۲۱۱). از چشم‌انداز

روان‌شناسی فرهنگی، از یک سو افراد عناصری زیست‌شناختی هستند و به همین دلیل آنها دارای رفتارهایی زیست‌شناختی و فراگشتی هستند. از سوی دیگر، انسان‌ها به‌ناگزیر موجوداتی اجتماعی و فرهنگی نیز هستند. به عبارت دیگر، انسان‌ها به دلیل تأثیر شیوه‌های خاص فرهنگی تفکر، احساس و رفتارهای منحصر به فردی دارند (نیسبت و کوهن، ۱۹۹۶).

روان‌شناسی فرهنگی با مبانی ذات‌گرایانه به فرایند فعال تغییر شکل هستی‌های بیولوژیک به هستی‌های اجتماعی می‌پردازد. بدین ترتیب در فرایند فعالیت‌های فرهنگی، «دیگری» به عنوان بخشی از دینامیک فرد عمل می‌کند و رفتارهای او را وساطت و تنظیم می‌کند. به عبارت دیگر، بسترها و فرایندهای اجتماعی رفتارهای انسانی را مقید می‌سازند و به نظام معانی که باعث سازمان‌دهی نظام‌های رفتاری می‌شود، شکل می‌بخشد (هالول^۱، ۱۹۵۵).

به نظر می‌رسد که در فرایند تغییر شکل فرهنگی و اجتماعی دو امر مهم وجود دارد: اولاً افراد موجوداتی منفک از بسترهای اجتماعی نیستند و ثانیاً فضاها و اجتماعی بیرون از موجودات انسانی قرار ندارند. به عبارت دیگر، بسترهای اجتماعی محصول فعالیت‌های انسانی به‌شمار می‌رود. بنابراین همان‌طور که برونر^۲ نیز استدلال می‌کند، روان‌شناسی را نمی‌توان صرفاً بر اساس سطح تحلیل فردی تبیین کرد (برونر، ۱۹۹۰). بدین ترتیب رهیافت روان‌شناسی فرهنگی با در هم آمیختن ذهن و بسترهای فرهنگی استدلال می‌کند که ماهیت روان‌شناختی موجودات انسانی می‌تواند در طول زمان و مکان تغییر کند (شودر^۳، ۱۹۹۳).

بنابراین روان‌شناسان فرهنگی معتقدند که منابع هویتی نمی‌تواند صرفاً در درون مغز و یا جسم قرار گیرد. در این راستا، ون‌دیت^۴ معتقد است که هیچ تفکر، قضاوت، ارزیابی و هویتی به لحاظ روش‌شناختی نمی‌تواند از پایگاه‌ها و بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی خود مجزا باشد (گرامان^۵، ۱۹۸۶). همچنین لوریا^۶ (۱۹۸۱) استدلال می‌کند که



1. Hallowell
2. Bruner
3. Shweder
4. Vendit
5. Ghraman
6. Luria

دانشمندان به منظور توضیح و تبیین اشکال پیچیده هویت انسانی باید به فراسوی ارگانیکسم انسانی حرکت کنند. محققان باید سعی کنند تا بنیان‌های آگاهی و هویت را نه در فرایندهای ذهن انسان و نه در اعماق روح، بلکه در شرایط بیرونی از قبیل اشکال اجتماعی و تاریخی زندگی جست‌وجو کنند.

البته در درون رویکرد روان‌شناسی فرهنگی رهیافت‌های مختلفی وجود دارد که یکی از مهم‌ترین آنها رهیافت بُعدی^۱ است. هافستد^۲ (۱۹۹۰) عوامل نوسان در هویت‌ها و ادراک‌های افراد را از طریق منابعی از قبیل بسترهای اجتماعی-فرهنگی تبیین می‌کند. طرفداران رهیافت بُعدی استدلال می‌کنند که برای افزایش قدرت تبیین‌گری متغیر فرهنگ، آن را باید به‌عنوان یک ساختار پیچیده و چندبُعدی در نظر گرفت که می‌تواند از طریق برخی ابعاد خاص دیگر مورد ارزیابی قرار گیرد. هرچند تفاوت‌های فرهنگی می‌توانند باعث فهم بهتر ارزش‌ها، اعتقادات و جهت‌گیری‌های بنیادین در بسترهای اجتماعی خاصی شوند، اما خود تفاوت‌های فرهنگی می‌توانند از طریق توصیف فرهنگ‌ها بر اساس مجموعه‌ای از ابعاد و الگوهای فرهنگی بهتر مورد ارزیابی قرار گیرند (تریانندیس^۳، ۱۹۸۹). تریانندیس این ابعاد و الگوها را علائم فرهنگی می‌نامد؛ متغیرهایی که می‌توانند به‌عنوان پارامترهای نظریات روان‌شناسانه استفاده شوند. این علائم فرهنگی از ترکیب رویکردها، اعتقادات، هنجارها، نقش‌ها و ارزش‌های مشترک توسط اعضا در فضای فرهنگی معین به وجود می‌آیند و می‌توانند تحت مجموعه‌ای از مضامین مرکزی سازمان‌دهی شوند (تریانندیس، ۱۹۹۶). بنابراین تأثیر فرهنگ بر روی هویت از طریق خلق الگوهای خاص فرهنگی تعریف می‌شود.

از نظر هافستد (۱۹۸۰) فرهنگ در فعالیت‌های بشر نقش بسیار وسیعی را ایفا می‌کند و بر زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی زندگی انسان تأثیرگذار است. از نظر وی فرهنگ همانند «چسبی» است که اعضای سازمان یا مردم یک کشور را به یکدیگر پیوند می‌دهد و به آنها هویت می‌بخشد. به‌دلیل اثر فرهنگ بر هویت‌ها و فعالیت‌های اجتماعی، کسب شناخت از ماهیت فرهنگ و نحوه تأثیرگذاری آن بر فعالیت‌ها بسیار ضروری است. از دیدگاه هافستد (همان)، بُعدهای ارزشی مطرح در

1. Dimensional Approach
2. Hofstede
3. Triandis



یک فرهنگ (الگوهای خاص فرهنگی)، درونی ترین بخش یک فرهنگ به شمار می‌روند که فرهنگ‌ها بر پایه آنها از یکدیگر متمایز می‌شوند. از دیدگاه هافستد این بعدها‌ی ارزشی شامل چهار مورد زیر هستند:

۱. **فاصله قدرت:** فاصله قدرت حدی است که افراد، مؤسسات و سازمان‌های کم‌قدرت می‌پذیرند که قدرت به‌طور نابرابر توزیع شود. در کشورهایی که افراد آن به‌طور کورکورانه از دستورات مافوق‌های خود پیروی می‌کنند، فاصله قدرت زیاد است. در بعضی از جوامع که فاصله قدرت زیاد است، حتی در سطوح عالی سازمان نیز اطاعت محض از مافوق‌ها دیده می‌شود. کشورهای مکزیک، کره شمالی و هند از جمله کشورهایی هستند که فاصله قدرت در آنها زیاد است. اما در کشورهایی که فاصله قدرت کم است، سازمان‌ها و ساختارهای اجتماعی-سیاسی غیرمتمرکز و دارای ساختار مسطح‌تری هستند و نیروهای انسانی دارای شرایط احراز شغلی بالایی هستند.

۲. **اجتناب از عدم اطمینان:** حدی است که افراد احساس می‌کنند که در موقعیت‌های مبهم مورد تهدید قرار می‌گیرند. در کشورهایی که افراد آن عدم اطمینان را دوست ندارند، نیاز به امنیت در آنها بالاست و به تخصص‌ها و دانش اعتقاد زیادی دارند. کشورهای آلمان، ژاپن و اسپانیا این گونه هستند. در فرهنگ‌هایی که کمتر از عدم اطمینان اجتناب می‌کنند، افراد تمایل به ریسک‌پذیری دارند؛ همانند دانمارک و بریتانیا. در چنین فرهنگی افراد سازمان برای کارهایی که انجام می‌دهند پاسخگو هستند و تشویق می‌شوند تا خلاقیت بیشتری از خود نشان دهند.

۳. **فردگرایی:** فردگرایی عبارت است از تمایل افراد به مراقبت از منافع صرفاً خود و خانواده‌شان. هافستد این تفاوت فرهنگی را روی یک پیوستار اندازه‌گیری می‌کند که در یک طرف طیف فردگرایی و در طرف دیگر جمع‌گرایی قرار دارد. جمع‌گرایی عبارت است از تمایل افراد به وابستگی به گروه‌ها یا اجتماعات و مراقبت از یکدیگر به‌ازای تعهدی که افراد نسبت به یکدیگر احساس می‌کنند. هافستد دریافت که کشورهای ثروتمند فردگرایی بیشتری دارند و در کشورهای فقیرتر فرهنگ جمع‌گرایی بیشتر است.

۴. **مردسالاری:** هافستد مردسالاری را این‌گونه تعریف کرده است: موقعیتی که ارزش‌های غالب در جامعه عبارت‌اند از: پول، موفقیت و چیزهای مادی. هافستد این بعد



را روی یک پیوستار اندازه‌گیری می‌کند که در یک سوی آن مردسالاری و در سوی دیگر زن‌سالاری قرار دارد. به عقیده هافستد زن‌سالاری عبارت است از موقعیتی که ارزش‌های غالب در جامعه عبارت‌اند از: به فکر دیگران بودن و کیفیت زندگی. به عبارت دیگر، مردگرایی به معنای گرایش افراد جامعه به برتری طلبی، قهرمان‌پروری و دلاوری است. در مقابل، زن‌گرایی به معنای گرایش افراد جامعه به برقراری ارتباط، تواضع و فروتنی، مراقبت از ضعیف‌ترها و بهبود کیفیت زندگی است (هافستد، ۱۹۸۰: ۳۲).

در خصوص بررسی رابطه فردگرایی/جمع‌گرایی با هویت ملی که هر دو از عناصر فرهنگی هستند، می‌توان به مطالعات ناواچوکا و همکاران^۱ (۱۹۹۳) اشاره کرد که با استفاده از نظریات هافستد در جهت استنباط گزاره‌های خاص فرهنگی مرتبط با مسائل هویت ملی تلاش کردند. همچنین رابرتسون و فادیل^۲ (۱۹۹۹) به اکتشاف برخی از جنبه‌های ارتباط ابعاد فرهنگی و فردگرایی/جمع‌گرایی پرداختند و استدلال کردند که فردگرایی/جمع‌گرایی رابطه نسبتاً قوی‌ای با هویت قومی و ملی و تعهد افراد به آن دارد؛ به گونه‌ای که تلاش برای کسب هویت قومی و ملی امری جمع‌گرایانه است، در حالی که تلاش فردگرایانه به همبستگی‌های قومی و ملی توجهی ندارد. همچنین ایگلی^۳ (۱۹۸۷) استدلال می‌کند که تفاوت‌های جنسیتی با تقسیم کار بین زنان و مردان آغاز می‌شود. ایگلی گمان می‌کند که تفاوت‌های زیستی بین مردان و زنان در ایجاد نقش‌های کاری متفاوت در محیط‌های اجتماعی و اقتصادی تأثیر دارد. تفاوت در تقسیم کار به تفاوت در انتظارات از نقش جنسیتی منجر می‌شود. به عبارت دیگر، تقسیم متفاوت کار بین زنان و مردان سبب شکل‌گیری باورها و مهارت‌های متفاوت بین آن دو می‌شود. در نهایت، انتظارات نقش جنسیتی و مهارت‌ها و باورهای جنسیتی سبب ایجاد تفاوت‌های جنسیتی در رفتارهای اجتماعی نظیر انواع مختلف هویت می‌شود. هوق و تری^۴ (۲۰۰۰) نیز معتقدند که هویت ملی رابطه تنگاتنگی با میزان اجتناب از عدم اطمینان در جوامع دارد. آنها استدلال می‌کنند که ارزش فرهنگی اجتناب از عدم اطمینان می‌تواند تأثیر نسبتاً قوی‌ای بر روی هویت ملی از طریق هنجارهای اجتماعی



1. Nwachukwu et. al.
2. Robertson and Fadil
3. Eagly
4. Hogg and Terry



داشته باشد. افرادی که از عدم اطمینان بالا اجتناب می‌کنند، به دلیل فرار از موقعیت‌های پرخطر، احتمالاً تعهد بیشتری در قبال هنجارهای ملی خواهند داشت. بنابراین زمانی که فرد نمی‌تواند موقعیت‌های مبهم را تحمل کند، احتمالاً به سمت منابع مستحکم هنجارهای ملی حرکت خواهد کرد؛ امری که می‌تواند باعث تقویت هویت ملی در بین این افراد شود. فاصله قدرت نیز گاه در میان مؤلفه‌های سازنده هویت ملی قرار می‌گیرد. در خصوص هویت ایرانیان احمدی معتقد است که یکی از عمده‌ترین عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی ایرانی که در میراث تاریخی و ادبی بازتاب یافته، تداوم دولت ایرانی است؛ نظامی سیاسی که از فرمانده و حاکم عادل و قدرتمند و فرمانبران و رعایای بهره‌مند از موهبت دولتی آرمانی تشکیل شده است. لذا همواره در تاریخ و ذهنیت ایرانیان فاصله‌ای پذیرفته شده میان قدرت و مردم وجود دارد و در صورتی که بر محور عدالت تداوم یابد، محترم شمرده و پاسداری می‌شود (احمدی، ۱۳۸۲: ۳۱-۳۳).

علاوه بر آنچه گفته شد، در کل پیوند میان ارزش‌های فرهنگی و هویت ملی امری است که در بطن تعاریف موجود خودنمایی می‌کند. به‌طور کلی، در میان انواع هویت، از هویت ملی با عنوان هویت محوری^۱ یاد می‌کنند و آن را در صدر انواع هویت جمعی قرار می‌دهند. پیوند این پدیده سیاسی و اجتماعی با همبستگی ملی و حفظ یا ازهم‌گسیختگی مرزهای سرزمینی، آن را یکی از مهم‌ترین موضوعات پژوهشی کرده است (احمدی، ۱۳۷۷؛ همو، ۱۳۸۳: ۱۶۹) در مقام تعریف، به احساس تعلق، افتخار، تعهد، وفاداری و یا تکلیف فرد با ضمیر «ما» به عناصر و نمادهایی نظیر تاریخ، سرزمین، دین، مفاخر فرهنگی، دولت، زبان و ادبیات ملی هویت ملی گفته می‌شود. همان‌گونه که هویت، هم‌زمان دو نسبت احتمالی شباهت و تفاوت را میان افراد یا گروه‌ها برقرار می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵) هویت ملی نیز معرف احساس همسانی، تشابه، تعلق و وفاداری افراد به گروه‌های ملی یا واحدهای جمعی نظیر ملیت (خودمان) و درعین حال بیانگر تفاوت، ناهمسانی و تمایز با سایر واحدهای جمعی (دیگران) است. برخی مواقع این احساس موجب بزرگداشت مبالغه‌آمیز عناصر تشکیل‌دهنده ملت یعنی نژاد، زبان، سنت‌ها و عادت‌ها، ارزش‌های اجتماعی، اخلاقی، و به‌طور کلی فرهنگ بر مظاهر ملی دیگر ملت‌ها می‌شود (آشوری، ۱۳۷۳: ۱۳۹).

هویت علاوه بر بعد احساسی، واجد بعد شناختی نیز هست. هرمیداس باوند معتقد است که هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت، به پرسش‌هایی درباره خود، گذشته، کیفیت، زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است (باوند، ۱۳۷۷: ۲). به بیان دیگر، هویت ملی شامل آگاهی فرد از شباهت و همسانی خود با سایر اعضای گروه ملی (خودمان) به عنوان یک زبان مشترک و بر مبنای فرهنگ عمومی^۱ مشتمل بر علائم، نمادها، آداب و رسوم و سنت‌های ملی و نیز آگاهی فرد از تمایز و تفاوت خود با سایر گروه‌های ملی (دیگران) است (شهرام‌نیا و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۲۵).

به طور خلاصه می‌توان گفت که هویت ملی احساس و آگاهی^۲ نسبت به فرهنگ و باورهایی است که در طول زمان و بر اساس تجارب تاریخی و محلی در باور و رفتار سیاسی و اجتماعی بروز و ظهور می‌یابد. اساساً زمانی می‌توان از حضور پررنگ هویت ملی در زندگی افراد سخن گفت که به عنوان زبانی مشترک و بر مبنای یک فرهنگ عمومی یعنی نظامی از ایده‌ها، نشانه‌ها، معاشرت و رویه‌های رفتاری مشترک، در میان اعضای یک گروه ملی پذیرفته شده باشد (بارت، ۱۳۸۱: ۱۴؛ هابزباوم^۳، ۱۹۹۲: ۱۰ و گلنر^۴، ۱۹۸۳). البته این آگاهی و شناخت هرگز ثابت و ایستا نیست و روزبه‌روز و در طول حیات انسان در حال شدن و تحول دائمی است. در واقع هر آنچه به سؤالات «کیستم» یا «کیستیم» ملی الصاق می‌شود، در معرض بازتولید، بازبینی و بازتعریف قرار می‌گیرد (کرایپ^۵، ۱۹۹۸، تونس، ۱۳۸۱). لذا جامعه‌شناسان، پژوهشگران علوم سیاسی و اصحاب فرهنگ همواره آن را مورد رصد و مطالعه قرار می‌دهند و عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن را کاوش و شناسایی می‌کنند.

فرضیات پژوهش

۱. فاصله قدرت/توزیع قدرت بر هویت ملی شهروندان تأثیر دارد.
۲. اجتناب از عدم اطمینان/ریسک‌پذیری بر هویت ملی شهروندان تأثیر دارد.

1. Common culture
2. Consciousness
3. Hobsbawm
4. Gellner
5. Craib



۳. فردگرایی-جمع‌گرایی بر هویت ملی شهروندان تأثیر دارد.
۴. مردسالاری/زن‌سالاری بر هویت ملی شهروندان تأثیر دارد.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

پژوهش حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی پیمایشی و از نظر هدف، یک بررسی کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شهروندان شهر کرمان در سال ۱۳۹۳ است. حداقل حجم نمونه در روش لجستیک ترتیبی ۱۰۰ نفر تخمین زده شده بود، اما موضوع مسلم این است که هرچه تعداد متغیرهای مستقل بیشتر باشد، حجم نمونه نیز باید افزایش یابد. با در نظر داشتن این موضوع و با توجه به اینکه در این پژوهش از ۲۵ متغیر مستقل استفاده شده بود، از حجم نمونه ۲۷۰ نفری برای بررسی فرضیات پژوهش استفاده شد.

جدول ۱. ویژگی‌های توصیفی نمونه پژوهش

متغیر	درصد فراوانی	متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
جنس	مرد	سن	۳۰/۷	۷/۴۹
	زن	درآمد ماهیانه به تومان	۱۳۳۹۶۰۳	۱۶۳۸۳۳
تحصیلات	پایین			
	متوسط			
	بالا			



جدول ۱ ویژگی‌های توصیفی نمونه پژوهش را نشان می‌دهد. تعداد ۱۵۰ نفر از شرکت‌کنندگان مرد و ۱۱۲ نفر زن بودند. همچنین ۱۲۴ نفر از شرکت‌کنندگان سطح تحصیلات پایین، ۹۸ نفر سطح تحصیلات متوسط و ۳۵ نفر سطح تحصیلات بالا داشتند. میانگین و انحراف استاندارد سن افراد شرکت‌کننده به ترتیب ۳۰ سال و ۷/۴ به دست آمد. همچنین میانگین درآمد برای کل نمونه ۱۳۳۹۶۰۳ تومان به دست آمد.

ابزار پژوهش

در این پژوهش با توجه به اهمیت موضوع و حساسیت آن از دو پرسش‌نامه ارزش‌های فرهنگی هافستد و پرسش‌نامه محقق ساخته هویت ملی استفاده شد.

پرسش‌نامه ارزش‌های فرهنگی هافستد: این پرسش‌نامه مشتمل بر ۲۵ سؤال است که چهار بُعد مردسالاری (زن‌سالاری)، جمع‌گرایی (فردگرایی)، ریسک‌پذیری (اجتناب از عدم اطمینان) و توزیع قدرت (تمرکز قدرت) را مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دهد. سؤال‌های این مقیاس، چهار بُعد فرهنگی هافستد را در یک مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از نمره ۱ «برای گزینه کاملاً مخالف» تا نمره ۵ «برای گزینه کاملاً موافق») ارزیابی می‌کند. مقیاس مزبور مشتمل بر پنج نمره است که هر نمره به یکی از چهار بُعد فرهنگی هافستد اشاره دارد؛ چنان‌که نمره بالا در این چهار بُعد (توزیع قدرت، درجه پذیرش ابهام، مردسالاری- زن‌سالاری و فردگرایی- جمع‌گرایی) به ترتیب مؤید گرایش به توزیع قدرت بالا (ساختار سلسله‌مراتبی)، ابهام‌پذیری پایین، جمع‌گرایی و مردانگی و نمره پایین نشانه گرایش به توزیع یکسان قدرت، ابهام‌پذیری بالا، فردگرایی و زن‌سالاری است.

پرسش‌نامه محقق ساخته هویت ملی: ابزار دیگر مورد استفاده در این پژوهش پرسش‌نامه محقق ساخته هویت ملی بود. در این راستا، برای سنجش هویت ملی از پرسش‌نامه‌ای با طیف لیکرت استفاده شد. این پرسش‌نامه با بهره‌گیری از مقیاس لیکرت توسط محقق ساخته شد که دارای سی سؤال است. برای تعیین روایی و اعتبار ابزار تحقیق، ابتدا پرسش‌های متعددی توسط چند تن متشکل از استادان علوم سیاسی و علوم اجتماعی طرح و پس از بررسی، تعداد سی سؤال انتخاب شد.

یافته‌های پژوهش

به‌منظور ارائه تصویر روشن‌تری از وضعیت متغیرهایی که در این پژوهش بررسی شدند، در جدول زیر، برخی یافته‌های توصیفی از قبیل میانگین و انحراف استاندارد ابعاد نگرش‌های فرهنگی و هویت ملی گزارش شده است.

جدول ۲. آماری توصیفی پژوهش

متغیر	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
مردسالاری	۲۶۲	۱/۰۰	۵/۰۰	۴/۰۵	۰/۷۰
فردگرایی	۲۶۱	۱/۰۰	۵/۰۰	۴/۰۲	۰/۷۳
ریسک‌پذیری	۲۶۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۴	۰/۷۰
فاصله قدرت	۲۵۵	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۳۷	۰/۸۲
هویت ملی	۲۵۳	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۶۵	۰/۵۸



برای ارزیابی و سنجش متغیر مردسالاری/ زنسالاری از نه گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج‌گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین مردسالاری/ زنسالاری محاسبه شد. نمره ۳ به بالا بیانگر گرایش به مردسالاری و نمره ۳ به پایین، بیانگر گرایش به زنسالاری است. با توجه به جدول فوق می‌توان چنین عنوان کرد که گرایش شهروندان به مردسالاری بیشتر است (میانگین = $4/05$). به عبارت دیگر، گرایش افراد جامعه به برتری طلبی، قهرمان‌پروری و دلآوری بیشتر و گرایش آنها به برقراری ارتباط، تواضع و فروتنی، مراقبت از ضعیف‌ترها و بهبود کیفیت زندگی کمتر است.

برای ارزیابی و سنجش متغیر فردگرایی/ جمع‌گرایی از پنج گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج‌گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین فردگرایی/ جمع‌گرایی محاسبه شد. نمره ۳ به بالا بیانگر گرایش به جمع‌گرایی و نمره ۳ به پایین، بیانگر گرایش به فردگرایی است. با توجه به جدول فوق می‌توان چنین عنوان کرد که گرایش شهروندان به جمع‌گرایی بیشتر است (میانگین = $4/02$). بنابراین در نمونه مورد بررسی وفاداری از هر چیزی مهم‌تر است و بر سایر قواعد و قوانین اجتماعی مستولی است، جامعه روابط قوی را ترویج می‌کند تا هرکسی در برابر اعضای گروهش مسئولیت‌پذیر باشد. در این گونه جوامع سرپیچی به خجالت و از دست رفتن وجهه و آبرو منجر می‌شود.

برای ارزیابی و سنجش متغیر اجتناب از عدم اطمینان از پنج گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج‌گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین اجتناب از عدم اطمینان محاسبه شد. نمره ۳ به بالا بیانگر گرایش به اجتناب از عدم اطمینان و نمره ۳ به پایین، بیانگر گرایش به فرهنگ ریسک‌پذیری است. با توجه به جدول فوق می‌توان چنین عنوان کرد که گرایش شهروندان به اجتناب از عدم اطمینان بیشتر است (میانگین = $3/94$). بنابراین به نظر می‌رسد افراد در نمونه آماری مجموعه سنت‌ها و قوانین محکمی برای باورها و



رفتارهای خود دارند و در برابر ایده‌ها و رفتارهای غیرمعمول ناشکیبا هستند. در این فرهنگ‌ها نیازی احساسی و عاطفی به قوانین و قواعد وجود دارد. مردم اجباری درونی دارند که مشغول باشند و سخت کار کنند. در چنین فرهنگ‌های در برابر نوآوری و ابداع مقاومت می‌شود و در انگیزش شخصی، امنیت مسئله مهمی تلقی می‌شود.

برای ارزیابی و سنجش متغیر فاصله قدرت از شش گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج‌گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین فاصله قدرت محاسبه شد. نمره ۳ به بالا بیانگر گرایش به فاصله قدرت و نمره ۳ به پایین، بیانگر گرایش به توزیع قدرت است. با توجه به جدول فوق می‌توان نشان داد که نمونه آماری تقریباً در میانه و متمایل به فاصله قدرت قرار دارد (میانگین = ۳/۳۷). بنابراین مردم در نمونه آماری سلسله‌مراتب را که در آن هرکس جای مشخصی دارد، می‌پذیرند. سلسله‌مراتب منعکس‌کننده نابرابری ذاتی است. بنابراین فرودستان انتظار دارند که وظایفشان به آنها گفته شود و رهبر شایسته کسی است که قدرتمند ولی خیرخواه باشد.

سرانجام برای ارزیابی و سنجش متغیر هویت ملی از سی گویه استفاده شده است. این متغیر در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل پنج‌گزینه‌ای طراحی شده بود که بعد از جمع زدن گویه‌های رتبه‌ای، متغیری فاصله‌ای به دست آمد و سپس با میانگین گرفتن از جمع به دست آمده، میانگین هویت ملی محاسبه شد. نمره ۵ بیانگر هویت ملی بالا و نمره ۱، بیانگر هویت ملی پایین است. با توجه به جدول فوق می‌توان نشان داد که هویت ملی شهروندان در نمونه آماری تقریباً بالاتر از حد متوسط قرار دارد (میانگین = ۳/۶۵).

جدول ۳. نتایج آزمون نسبت احتمال

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	کای اسکوئر	لگاریتم درست‌نمایی	مدل
			۲۵۹/۴	مدل صفر
۰/۰۰	۴	۴۰/۳	۲۱۹	مدل نهایی



جدول ۳ نتایج آزمون نسبت احتمال مدل را نشان می‌دهد. این آزمون در واقع آزمون نسبت احتمال مدل نهایی به مدلی صفر است که ضرایب تمامی پارامترها در آن برابر با عدد صفر است. با توجه به معنی‌داری مقدار کای اسکوئر (۴۰/۳۸) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ می‌توان چنین گفت که مدل نهایی توانسته است مدل صفر را منتفی کند. به عبارت دیگر، مدل رگرسیونی مدل مناسبی است و متغیرهای مستقل به‌خوبی قادرند تا تغییرات هویت ملی را تبیین کنند.

جدول ۴. آزمون نکویی برازش

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	کای اسکوئر	
۰/۶۹	۳۹	۳۷۵	پیرسون
۱/۰۰	۳۹	۲۱۹	انحراف

جدول ۴ نتایج آزمون نکویی برازش را نشان می‌دهد. این جدول نشان‌دهنده نتیجه دو آماره کای اسکوئر پیرسون و کای اسکوئر انحراف را نشان می‌دهد. طبق نتایج جدول، سطح معنی‌داری نتیجه هر دو آماره کای اسکوئر پیرسون و انحراف بزرگ‌تر از ۰,۰۵ است. از این رو، مدل رگرسیونی مدل مناسبی است.

جدول ۵. مقادیر ضریب تعیین پزودو

کاکس و نل	۰/۱۷
نیجل کرک	۰/۲۴
و مک‌فادن	۰/۱۵

جدول ۵ مقادیر آماره‌های ضریب تعیین پزودو (شامل سه ضریب تعیین کاکس و نل^۱، نیجل کرک^۲ و مک‌فادن^۳) را نشان می‌دهد که تقریب‌های ضریب تعیین در رگرسیون خطی هستند که در رگرسیون ترتیبی استفاده می‌شوند. همان‌طور که در جدول فوق آمده است، مقادیر هر سه آماره مربوط به ضریب تعیین پزودو فاصله نسبتاً زیادی با عدد ۱ دارند و

1. Cox and Snell
2. Nagelkerke
3. McFadden



توانسته‌اند تنها بین ۱۵ تا ۲۴ درصد از واریانس هویت ملی در بین شهروندان کرمانی را تبیین کنند. به عبارت دیگر، میزان نسبتاً کمی از واریانس پارامتر هویت ملی توسط مدل مورد نظر تبیین شده و بیشترین میزان این واریانس تحت تأثیر دیگر پارامترهایی است که در مدل نیامده‌اند و در نتیجه به‌عنوان متغیرهای مستقل بررسی نشده‌اند.

جدول ۶. برآوردهای پارامتر

	برآورد	خطای انحراف استاندارد	والد	درجه آزادی	سطح معنی داری	۹۵٪ فاصله اطمینان		
						کرانه بالا	کرانه پایین	
عرض از مبدا	[NI = 1.00]	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۸۵	۱	۰/۳۵	-۰/۷۷	۲/۱۵
	[NI = 2.00]	۳/۳۰	۰/۷۳	۲۰/۱	۱	۰/۰۰	۱/۸۶	۴/۷۴
برآوردها	MF1	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۳۰	۱	۰/۵۷	۰/۰۵	۰/۰۹
	IC2	۰/۱۲	-۰/۰۶	۴/۱۷	۱	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۲۵
	UA3	-۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۱۱	۱	۰/۷۴	-۰/۱۵	۰/۱۰
	PD1	۰/۰۹	۰/۰۴	۵/۶۴	۱	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۱۷

جدول ۶ با عنوان برآوردهای پارامتر مهم‌ترین جدول برای تفسیر میزان تأثیر رگرسیونی هریک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته هویت ملی است. در این جدول برای برآوردهای پارامتر، خطای انحراف استاندارد آنها، آزمون‌های معنی داری و فواصل اطمینان برای تمامی پارامترهای مدل به تفکیک آمده است. منتهی تأکید اصلی در اینجا بر معنی داری برآوردها و آزمون والد است. همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد، تأثیر متغیرهای جمع‌گرایی و فاصله قدرت بر میزان هویت ملی شهروندان کرمانی در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی دار است. همچنین ضریب و جهت تأثیر این دو متغیر بر هویت ملی مثبت است؛ یعنی همراه با افزایش مقادیر این دو متغیر، احتمال افزایش میزان هویت ملی افزایش می‌یابد.

همچنین مقدار برآورد متغیر فردگرایی/جمع‌گرایی برابر با ۰/۱۲ است و این نشان می‌دهد که با فرض ثابت ماندن تأثیر تمامی متغیرهای مدل، افزایش یک واحد در متغیر فردگرایی با افزایش ۰/۱۲ واحد در نسبت‌های لگاریتم متغیر وابسته هویت ملی همراه



خواهد بود. به عبارتی، افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرایانه هستند، نسبت به کسانی که ویژگی‌های فردگرایانه دارند از میزان هویت ملی بیشتری برخوردار هستند و احتمال بیشتری وجود دارد که در طبقات بالاتر هویت ملی قرار بگیرند.

از سوی دیگر مقدار برآورد متغیر فاصله قدرت برابر با ۰/۰۹ است و این نشان می‌دهد که با فرض ثابت ماندن تأثیر تمامی متغیرهای مدل، افزایش یک واحد در متغیر فاصله قدرت با افزایش ۰/۰۹ واحد در نسبت‌های لگاریتم متغیر وابسته هویت ملی همراه خواهد بود. به عبارتی، افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی با میزان فاصله قدرت زیاد هستند، نسبت به کسانی که ویژگی‌های فرهنگی با میزان فاصله قدرت کم دارند، از میزان هویت ملی بیشتری برخوردارند و احتمال بیشتری وجود دارد که در طبقات بالاتر هویت ملی قرار بگیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل ثانویه این پژوهش که بر روی جوانان شهر کرمان انجام شد، نشان داد که میزان هویت ملی شهروندان کرمانی بالاتر از حد متوسط است. این بدین معناست که احساس تعلق خاطر و وفاداری آنان به مؤلفه‌هایی نظیر سرزمین و جغرافیا، فرهنگ، اجتماع و نظام سیاسی در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار دارد. از سوی دیگر، میزان ارزش‌های فرهنگی نظیر جمع‌گرایی، پدرسالاری، فاصله قدرت و اجتناب از عدم اطمینان در حد نسبتاً بالایی قرار دارد و تصویری از ارزش‌های فرهنگی یک جامعه نسبتاً سنتی را بازنمایی می‌کند. همچنین، تجزیه و تحلیل داده‌ها حاکی از آن است که تأثیر متغیرهای جمع‌گرایی و فاصله قدرت بر میزان هویت ملی شهروندان معنی‌دار و ضریب و جهت تأثیر این دو متغیر بر هویت ملی مثبت است. البته یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای ریسک‌پذیری و پدرسالاری بر میزان هویت ملی شهروندان تأثیر معناداری نداشتند.

همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد، افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی جمع‌گرایانه هستند، نسبت به کسانی هستند که ویژگی‌های فردگرایانه دارند، از میزان هویت ملی بیشتری برخوردارند. بر اساس نتایج تحقیق، اکثر افراد مورد مطالعه تمایلات جمع‌گرایانه بالایی دارند. این بدان معناست که شهروندانی که وفاداری آنان به رعایت قواعد و قوانین اجتماعی بیشتر از ضوابط و قوانین فردی است، در برابر هویت‌های



جمعی و گروهی احساس مسئولیت و تعلق خاطر بیشتری دارند و به طبع به بالاترین نماد هویت جمعی یعنی هویت ملی، این احساس وفاداری و تعلق خاطر قابل توجه است. اساساً در جوامع فردگرا منافع فردی بر منافع ملی و جمعی اولویت دارد و در مقابل فرهنگ جمع‌گرایانه به موضوعات گروهی و ملی حساسیت و احساس مسئولیت بالایی دارد و دستاوردهای ملی نیز بر نتایج انفرادی اولویت دارد.

در چارچوب نظریه ارزش‌های فرهنگی و با توجه به نتایج پژوهش، این ایده تقویت می‌شود که افرادی که در فرهنگ جمع‌گرا متولد می‌شوند از همان ابتدا زیستن در گروه‌های منسجم و دارای پیوندهای ارتباطی قوی مانند خانواده را تجربه می‌کنند و در قبال اطاعت بی‌چون و چرا از آن، تحت حمایت و پشتیبانی سایر اعضا قرار می‌گیرند. آنان به تدریج می‌آموزند که خود را بخشی از جمع بدانند و به همین نحو تمایز و ناهمسانی خود با دیگران را درک و از آن آگاهی می‌یابند. این احساس تعلق و تمایز، از خانواده آغاز و به گروه قومی و ملی و تحت عنوان «ما» یا گروه خودی بسط می‌یابد. به این ترتیب، گروه خودی در جوامع جمع‌گرا منبع عمده هویت فردی، اجتماعی و ملی محسوب می‌شود. لذا به مؤلفه‌های سرزمینی، تاریخی، فرهنگی و سیاسی خود حساس‌تر هستند و برای حفظ و صیانت از آن علاقه بیشتری از خود نشان می‌دهند. در مقابل، کسانی که گرایش‌های فرهنگی آنان با فردگرایی همراه است، کمتر به هویت‌های جمعی از جمله هویت ملی علاقه نشان می‌دهند و وابستگی و تعلق خاطر کمتری به آن دارند. نتایج این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که افرادی که دارای ارزش‌های فرهنگی با میزان بالای فاصله قدرت هستند، نسبت به کسانی که ویژگی‌های فرهنگی با میزان کم فاصله قدرت دارند، از میزان هویت ملی بیشتری برخوردارند. به نظر می‌رسد در جامعه مورد بررسی این پژوهش، افراد وجود توزیع نابرابر قدرت در سطوح مختلف اجتماع را پذیرفته‌اند و به آن به عنوان یک ارزش فرهنگی توجه دارند. آنان نابرابری‌های ذاتی را پذیرا هستند، فرهنگ سلسله‌مراتبی را در عرصه کار، زندگی خانوادگی، اجتماع، اقتصاد و سیاست ارج می‌نهند و این بخشی از فرهنگ ملی و وجه تمایز و ناهمسانی آنان با جوامعی است که به تساوی قدرت در امور مختلف ارزش می‌دهند و هیچ‌گونه نابرابری و سلسله‌مراتب قدرت را مطلوب نمی‌دانند. در افرادی که دارای ارزش فرهنگی با فاصله قدرت بالا هستند، اطاعت محض از سطوح عالی قدرت نهادینه شده است؛ لذا



حفظ و صیانت از میراث سیاسی و سرزمینی که مهم‌ترین مؤلفه هویت ملی است، اولویت می‌یابد. آنان به تاریخ و فرهنگی که مملو از تفاضل قدرت و شوکت است، ارج می‌نهند و آن را به‌عنوان بخشی از چیستی و کیستی خود پذیرفته‌اند. در چنین فرهنگی رهبر ایده‌آل کسی است که قدرتمند، ولی خیرخواه است و از فرودست و شهروند عادی انتظار می‌رود آنچه از سمت هرم قدرت انعکاس می‌یابد بپذیرد و انجام دهد.

به این ترتیب بخشی از دیدگاه هافستد در خصوص نقش و تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر پدیده‌ها و زمینه‌های سیاسی و اجتماعی نظیر هویت ملی تأیید می‌شود. در پژوهش حاضر ارزش‌هایی مثل جمع‌گرایی و فاصله و سلسله‌مراتب قدرت همانند چسبی اعضای جامعه را به یکدیگر پیوند می‌دهد و به آنها هویت می‌بخشد. این ارزش‌های فرهنگی درونی‌ترین بخش فرهنگ عامه محسوب می‌شود که بر اساس آن فرهنگ‌ها از یکدیگر متمایز می‌شوند. این تمایز بخشی می‌تواند قسمتی از تمایز و افتراق درونی در هویت ملی را تبیین کند؛ آنگاه که آگاهی و شناخت افراد از خود و دیگری، مبتنی بر تمایز شکل می‌گیرد و افراد بخشی از تفاوت و ناهمسانی از سایر واحدهای جمعی را در ارزش‌های فرهنگی خود می‌یابند. لذا هیچ تفکر، قضاوت، ارزیابی و هویتی نمی‌تواند از پایگاه‌ها و بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی خود مجزا باشد و انسان‌ها به‌عنوان موجوداتی اجتماعی و فرهنگی متأثر از شیوه‌های خاص فرهنگی، دارای تفکر و احساس و رفتارهای منحصر به فردی هستند که بخشی از احساس تعلق آنان به سرزمین، تاریخ، اجتماع و سیاست یعنی هویت ملی را منعکس می‌کند.



منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۷۳). *دانشنامه سیاسی*. تهران: مروارید.
- آشوری، داریوش (۱۳۸۹). *دانشنامه سیاسی (فرهنگ اصطلاحات و مکتب‌های سیاسی)*. تهران، مروارید.
- احمدی، حمید (۱۳۸۲). هویت ملی ایرانی در گستره تاریخ. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۵، ۹-۴۷.
- احمدی، حمید (۱۳۷۷). قومیت و قوم‌گرایی در ایران: افسانه و واقعیت. تهران: نشر نی.
- بارت، مارتین (۱۳۸۱). شکل‌گیری هویت ملی در کودکی و نوجوانی. ترجمه محمود شهابی، *مجله رشد آموزش علوم اجتماعی*، ۲، ۸۵-۹۶.
- تونیس، فردیناند (۱۳۸۱). *گماینشافت و گزلفاشت، در جامعه سنتی و جامعه مدرن*. ترجمه منصور انصاری، تهران: نقش جهان.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹). جهانی شدن و هویت ملی. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۲ (۵)، پنجم، ۱۱۱-۱۳۰.
- شهرام‌نیا؛ سیدامیرمسعود؛ مهربای کوشکی، راضیه و پوررنجبر، مهدیه (۱۳۹۳). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر میزان هویت ملی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان). *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست*، ۳ (۹)، ۱۲۱-۱۴۱.
- صنیع‌اجلال، مریم (۱۳۸۴). *درآمدی بر فرهنگ و هویت ملی*. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). *تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- محسنی، نیک‌چهره (۱۳۷۵). *ادراک خود از کودکی تا بزرگسالی*. تهران: انتشارات بعثت.
- میرمحمدی، داوود (۱۳۸۳). *گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران*. تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
- هرمیداس باوند، داود (۱۳۷۷). چالش‌های برون و هویت ایرانی در طول تاریخ. *مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، ۱۲۹، ۶۰-۷۱.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge: Harvard University Press.
- Craib, I. (1998). *Experiencing Identity*. London: Sage Publications.
- Eagly, A.H. (1987). Sex Differences in Social Behavior: a Social Role Interpretation. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gellner, E. (1983). *Nations and Nationalism: New Perspectives on the Past*. Oxford: Basil Blackwell.
- Hall, S. (1991). Old and New Identities, Old and New Ethnicities, in *Culture, Globalization and the World-System*. A. D. King (ed.), Basingstoke: Macmillan, 41-68.
- Hallowell, A. I. (1955). *Culture and Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.



- Hobsbawm, E. J. (1992). *Nations and Nationalism Since 1780*. 2nd edition, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hofstede, G. (1990). A reply and comment on Joginder P. Singh: Managerial culture and work-related values in India. *Organization Studies*, 11, 103° 106.
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of Management Review*, 25 (1), 121-140.
- Huntington. S. P. (2004). *Who Are We? the Challenges to America's National Identity*. New York: Simon & Schuster.
- Luria, A. R. (1981). *Language and Cognition* (J. V. Wertsch, Trans.). New York: Wiley.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211° 250.
- Nisbett, R. E. & Cohen, D. (1996). *Culture of Honor: the Psychology of Violence in the South*. Boulder, CO: Westview Press.
- Robertson, C. & Fadil, P. A. (1999). Ethical decision making in multinational organizations: A culture-based model. *Journal of Business Ethics*, 19, 385-392.
- Shweder, R. A. & Sullivan, M. A. (1993). Cultural psychology: Who needs it? *Annual Review of Psychology*, 44, 497° 523.
- Triandis, H. C. (1989). The self and social behavior in differing cultural contexts. *Psychological Review*, 93, 506° 520.
- Triandis, H. C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51, 407° 415.
- Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L. & Barnes, J. H. (1993). The effects of culture on ethical decision making: An application of Hofstede's typology. *Journal of Business Ethics*, 12, 753-760.



فصلنامه علمی- پژوهشی

۲۲

دوره هشتم
شماره ۱
بهار ۱۳۹۴

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Investigating the Effect of Cultural Values on National Identity; (Case Study of Kerman's Citizens)

Hamid Nassaj¹

Raziye Mehrabi Kushki²

Mahmoud Reza Rahbar Ghazi³

Mahdiye Pour Ranjbar⁴

Abstract

National identity is the most comprehensive and important level of identity in all social systems, which is influential in all domains of culture, society and politics. Considering the significance of national identity as the most component of social order and integrity, the present study investigates the indices of national identity. Accordingly, the effect of cultural values on study is a survey research and the required data were collected via a researcher-made questionnaire. The population included the youth aged 16 to 40 years old in Kerman City, among whom 270 participants were selected as the sample size. The results of the research indicate that the degree of values of pluralism, patriarchy, power distance and avoidance of uncertainty moderate level. In addition, the findings indicate that the effect of variables identity, and the coefficient and direction of the effect of this two variables on national identity is positive. In other words, participants who enjoy pluralist cultural values have more degree of national identity than those who have individualist characteristics and the first group are more likely to be located at higher classes of national identity than the second group. Also, the results indicate that participants who have cultural values with high power distance have more degree of national identity than those who have cultural characteristics with low degree of power distance. The findings indicate that variables of risk-taking and patriarchy have no significant effect on the

Keywords: Pluralism / Individualism, Patriarchy / Matriarchy, Power distribution / Power distance, Avoidance of uncertainty / Risk taking, National identity

1. Assistant Professor of Political Sciences, University of Isfahan. h.nassaj@ase.ui.ac.ir

2. Ph.D. Student of Political Sciences, University of Isfahan. ehrabi_allame@yahoo.com

3. Assistant professor of Political Sciences, University of Isfahan. rahbarghazi@gmail.com

4. M.A. in Political Sciences, University of Isfahan. m.purranjbar@gmail.com



IJCR

1

Abstract



Bibliography

- Ahmadi, H. (1377 [1998 A.D]). *Qumiyat va qum gerāyi dar Irān: afsāneh va vāqeyat*. Tehr n: Na r-e Ney.
- Ahmadi, H. (1382 [2003 A.D]). Huviyat-e meli-e ir ni dar gostareh-ye t rix. *Faslnāmeḥ-ye motāle'āt-e meli*, 15, 9-47.
- uri, D. (1373 [1994 A.D]). *Dānešnāmeḥ-ye Siyāsi*. Tehr n: Morv rid.
- uri, D. (1389 [2010 A.D]). D ne n meh-ye Siy si (Farhang-e Estel h t va Maktab -ye Siy si). Tehr n: Morv rid.
- Baret, M. (1381 [2002 A.D]). ek giri-e huviyat-e meli dar kudaki va nujavani. translated by: ah bi, M. *Majaleh-ye rošd-e āmuzeš-e 'olīm-e ejtemā'i*, 2, 85-96.
- Bruner, J. S. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge, Harvard University Press.
- Craib, I. (1998). *Experiencing Identity*. London: Sage Publications.
- Eagly, A.H. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: A Social Role Interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gellner, E. (1983). *Nations and Nationalism: New Perspectives on the Past*. Oxford: Basil Blackwell.
- Giddens, A. (1385 [2006 A.D]). *Tajadod va Tašaxos, Jāme'eh va Huviyat-e Šaxsi dar 'Asr-e Jadid*. (Persian translation of Modernity and self - Identity: Self and society in the late modern age), translated by: Movafaqiy n, N. Tehr n: Na r-e Ney.
- Gol Mohamadi, A. (1381 [2002 A.D]). *Jahāni Šodan, Farhang, Huviyat*. rrrr ::: rrrr -e Ney.
- H jiy ni, E. (1379 [2000 A.D]). Jah ni od n va huviyat-e meli. *Faslnāmeḥ-ye motāle'āt-e meli*, 2 (5), 111-130.
- Hall, S. (1991). Old and New Identities, Old and New Ethnicities, in Culture, Globalization and the World-System. A. D. King (ed.), Basingstoke: Macmillan, 41-68.
- Hallowell, A. I. (1955). *Culture and Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hermid s B vand, D. (1377 [1998 A.D]). *Čāleš hā-ye Borun va Huviyat-e Irāni dar Tul-e Tārix*. Majaleh-ye etel t-e siy si- eqtes dī, 129.
- Hobsbawm, E. J. (1992). *Nations and Nationalism Since 1780*. 2nd edition, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hofstede, G. (1990). A reply and comment on Joginder P. Singh: Managerial culture and work-related values in India. *Organization Studies*, 11, 103° 106.
- Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of Management Review*, 25 (1), 121-140..
- Huntington. S. P. (2004). *Who Are We? The Challenges to America's National Identity*. New York: Simon & Schuster.
- Jenkins, R. (1381 [2002 A.D]). *Huviyat-e Ejtemā'i*. (Persian translation of Social identity), translated by: Y r Ahmadi, T. Tehr n: Na r-e ir zeh.
- Luria, A. R. (1981). *Language and Cognition* (J. V. Wertsch, Trans.). New York: Wiley.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, And Society*. Chicago: University of Chicago Press.

- Mir Mohamadi, D. (1383 [2004 A.D]). *Goftār hā-yi Darbāreh-ye Huviyat-e Meli dar Irān*. Tehr n: Mo aseseh-ye Mot le t-e Meli.
- Mohseni, N. (1375 [1996 A.D]). *Edrāk-e Xud az Kudaki tā Bozorgsāli*. Tehr n: Ente r t-e Be sat.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211° 250.
- Nisbett, R. E. & Cohen, D. (1996). *Culture of Honor: The Psychology of Violence in the South*. Boulder, CO: Westview Press.
- Robertson, C. & Fadil, P. A. (1999). Ethical decision making in multinational organizations: A culture-based model. *Journal of Business Ethics*, 19, 385-392.
- Šahr m Niy , S. A.M., Mehr bi Ku ki, R. & T Purrakjbar, M. (1393 [2014 A.D]). Barresi-e ta sir-e abakeh h -ye ejtem i bar miz n-e huviyat-e meli (mot le eh-ye moredi: d ne juy n-e D ne g h-e Esfah n. *Faslnāmeḥ-ye Pažuheš hā-ye Rāhbordi-e Siyāsāt*, 3 (9), 121-141.
- Sani Ejl l, M. (1384 [2005 A.D]). *Dar mādi bar Farhang va Huviyat-e meli*. Tehr n: Mo aseseh-ye Mot le t-e Meli
- Shweder, R. A. & Sullivan, M. A. (1993). Cultural psychology: Who needs it? *Annual Review of Psychology*, 44, 497° 523.
- Tonnies, F. (1381 [2002 A.D]). *Gemeinschaft & Gesellschaft, dar Jāme'eh-ye Sonati va Jāme'eh-ye Modern*. translated by: Ans ri, M. Tehr n: Naq -e Jah n.
- Triandis, H. C. (1989). The self and social behavior in differing cultural contexts. *Psychological Review*, 93, 506° 520.
- Triandis, H. C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51, 407° 415.
- Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L. & Barnes, J. H. (1993). The effects of culture on ethical decision making: An application of Hofstede's typology. *Journal of Business Ethics*, 12, 753-760.

