



تبیین عوامل اثرگذار در هویت ملی دانشجویان

«بررسی موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان اردبیل»

داود تاروردی زاده *

تاریخ دریافت مقاله ۸۷/۸/۱۰

تاریخ تایید مقاله ۸۸/۲/۱

چکیده:

هدف این تحقیق بررسی عوامل موثر در هویت ملی و اجتماعی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان اردبیل است. مدل نظری تحقیق از «رهیافت هویت اجتماعی» تاجفل و ترنر گرفته شده و هویت ملی، ادراک عضویت در دسته (مقوله) ملی تعریف شده است. نمونه ۴۰۰ نفری از دانشجویان دوره کارشناسی به روش طبقه بندی تصادفی ساده انتخاب شده و اطلاعات با استفاده از پرسش نامه گردآوری شده است.

نتایج تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از آن است که هر چه شبکه ارتباطی افراد گسترده تر باشد، هویت ملی آنان قوی تر می شود. این شبکه در میان متاهلین گسترده تر از مجردین، و در میان اعضای گروه ها و انجمن های داوطلبانه وسیع تر از کسانی است که در این گونه گروه ها عضو نیستند. جامعه پذیری دموکراتیک در خانواده، هویت ملی واجتماعی را تقویت می کند. بدین ترتیب، زنان و متولدین روستا به این شیوه جامعه پذیر می شوند. از میان وسایل ارتباط جمعی، استفاده از رادیو داخلی سبب تقویت هویت ملی می شود؛ و استفاده از رادیو خارجی و ماهواره آن را تضعیف می کند.

واژگان کلیدی: هویت ملی، شیوه جامعه پذیری، گستره شبکه ارتباطی، وسایل ارتباط جمعی.

ایرانی، یکسان نیست. حادترین مسائل در بعد اجتماعی هویت ملی مشهود است و در ضعف هویت جمعی در سطح اجتماع، بی اعتمادی اجتماعی، ناراضی‌تبی عمومی و احساس محرومیت نسبی نمود می‌یابد. خفیف‌ترین مسائل نیز در بعد میراث فرهنگی وجود دارد (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۲۸-۱۹۳).

هدف این تحقیق، شناخت عوامل موثر در هویت ملی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان اردبیل است. از آنجا که دانشجویان، در مقایسه با گروه‌های دیگر، روابط اجتماعی گسترده‌تری دارند و همچنین با مظاهر و وسایل تجدد و نوسازی، جهانی شدن و اندیشه‌ها و هویت‌های جدید آشنایی و برخورد بیشتری می‌یابند، بیش از دیگران در معرض تغییرات هویت ملی قرار می‌گیرند. علاوه بر آن نقش و جایگاه مهمی در تحولات حال و آینده جامعه ایفا می‌کنند. از این رو، بررسی عوامل اثرگذار در هویت ملی آنها می‌تواند در شناخت علل و پیامدهای مسائل هویتی مفید واقع شود.

تعریف هویت

در زبان فارسی، کلمه عربی «هویت» معادل واژه انگلیسی (identity) به کار می‌رود. این واژه ریشه در زبان لاتین دارد و دارای دو معنای اصلی است: یکی تشابه مطلق، و دیگری تمایز. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف شباهت، و از طرف دیگر تفاوت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵).

هویت اجتماعی، در معنای عام، به تعریف خود در رابطه با دیگران اشاره دارد؛ اما در روانشناسی اجتماعی معنای خاص‌تری به خود می‌گیرد و به تعریف خود با توجه به عضویت در گروه‌های مختلف اطلاق می‌شود (Brown, ۲۰۰۳: ۷۸۹-۷۹۰). با این حال، واژه هویت در سه معنای متفاوت به کار می‌رود. برخی از محققان، مانند کالهن (۱۹۹۴)، هویت را اساساً به معنای فرهنگ مردم معین به کار می‌برند و فرقی بین هویت و قومیت قائل نمی‌شوند. عده‌ای دیگر، هویت‌ها را اجزای «خود» به شمار

فرایند هویت اجتماعی مشخص می‌کند که فرد از لحاظ روان‌شناختی و اجتماعی کیست و چه جایگاهی دارد. به بیان دیگر، هویت یابی^۱ کنشگر اجتماعی را قادر می‌سازد که برای پرسش‌های بنیادی معطوف به کیستی و جیستی خود، پاسخ مناسب و قانع‌کننده‌ای پیدا کند.

یکی از گروه‌های اجتماعی، ملت است. ملت یک گروه انسانی است که از تشکیل اجتماع خودآگاه است، گذشته‌ای مشترک و طرحی برای آینده و ادعای حاکمیت بر خود را دارد؛ از این رو شامل پنج بعد اصلی است: بعد روانشناسانه (آگاهی از تشکیل گروه)، بعد فرهنگی، بعد سرزمینی، بعد سیاسی و بعد تاریخی (گیبرنا، ۱۳۷۸: ۸۱). بر این اساس، هویت ملی، مهم‌ترین بعد هویت اجتماعی، و فراگیرترین و مشروع‌ترین سطح هویت در کلیه نظام‌های اجتماعی است؛ زیرا در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد، نقشی تعیین‌کننده دارد (حاجیان، ۱۳۷۹: ۱۹۷). اگر وضع هویت در میان یک گروه یا یک ملت روشن باشد و در مورد حد و حدود آن اجماع نظر کلی وجود داشته باشد، یکایک اعضای آن گروه یا ملت، جهت و هدف مشخصی را دنبال می‌کنند. انسانی که تعریفی از خود و جامعه‌ای که تصویری از خود ندارد، عملاً از هم گسیخته، نامنسجم و با خود بیگانه است (رجایی، ۱۳۸۳: ۴۱-۴۰). هرگونه شکاف میان فرد و جامعه و اجزای آنها از وجود مسئله‌ای در هویت یابی حکایت می‌کند که به نوبه خود، میزان تعلق فرد را به گروه و جامعه نمودار می‌کند.

تحقیقات نظری و تجربی متعدد نشان داده‌اند که نظام هویتی ایرانیان در یکصد سال گذشته، دچار چالش‌ها و آسیب‌های جدی شده است؛ چندان که برخی آن را «بحران هویت» خوانده‌اند (اشرف، ۱۳۸۳: ۱۷۰-۱۳۳؛ نقیب‌زاده، ۱۳۸۳: ۳۴۳-۳۳۳). فرایندهای نوسازی و تجدد، جامعه ایران را در معرض ارزش‌ها و ویژگی‌های فرهنگی جدید قرار داده و روند جهانی شدن در دهه‌های اخیر بر دامنه و حدت مسائل افزوده است. البته، شدت و ضعف مسائل و چالش‌ها در ابعاد مختلف هویت ملی

تحقیقات پیشین

حاجیانی (۱۳۷۹)، به تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه پرداخته است. به عقیده او ابعاد هفتگانه هویت ملی عبارتند از: اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی و دینی، فرهنگی، زبانی و ادبی. فرض اساسی او این است که هویت ملی غالب (یا مسلط) در ایران شکل گرفته است؛ اما با چالش‌ها، آسیب‌ها و مسائلی مواجه است. احمدلو و افروغ، میزان پای‌بندی جوانان تبریز را به هویت ملی و هویت قومی مطالعه کرده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که در میان جوانان تبریز گرایش شدید به مولفه‌های هویت ملی (به استثنای زبان و ادبیات فارسی) وجود دارد و رابطه بین هویت ملی و هویت قومی مثبت است (احمدلو و افروغ، ۱۳۸۱: ۱۴۳-۱۰۹). آخوندی (۱۳۷۷)، هویت ملی و مذهبی جوانان مشهدی و تاثیر روابط اجتماعی را در آن مورد بررسی قرار داده است. او بدین نتیجه رسیده است که ۵۲ درصد از پاسخ‌گویان، بیش از ۶۰ درصد با تیپ ایده آل مذهبی، و ۸/۶۱ درصد از آنها، بیش از ۶۰ درصد با تیپ ایده آل هویت ملی همخوانی دارند. همچنین، میزان پای‌بندی نظری به مذهب و ملیت بیش از پای‌بندی عملی به آنهاست. به عقیده رزازی فر (۱۳۷۶)، ابعاد چهارگانه هویت ملی عبارتند از: ارزش‌های ملی، دینی، جامعه‌ای و انسانی. عوامل موثر بر هویت جامعه‌ای عبارتند از: تعاملات اجتماعی، عام‌گرایی، عدالت توزیعی و اقتدار مشروع نظام. عوامل موثر بر هویت ملی عبارتند از: احساس بی‌عدالتی و عام‌گرایی.

یافته‌ها نشان داد که میان ابعاد مختلف هویت ملی همبستگی متقابل وجود دارد و احساس عدالت توزیعی و عام‌گرایی^۲ در سطح معنی‌داری بالا با هویت ملی همبستگی دارند. "هیون‌جو" (۲۰۰۳)، هویت ملی و شهروندی را در چین و کره مطالعه و نتیجه گرفته است که در تغییر تعریف شهروندی در این دو کشور، و احتمالاً در همه کشورها، علایق سیاسی و منافع اقتصادی مهم هستند نه جنبه‌های فرهنگی. "ادریس" (۲۰۰۳) معتقد است که صورت‌بندی فرهنگی جدیدی از تعلق ملی در

می‌آورند و آن را معنایی می‌دانند که افراد به نقش‌های خود در جوامع بسیار تفکیک شده معاصر می‌دهند. هویت، در این معنا، خود‌شناخت‌هایی وابسته به نقش‌ها هستند، و از طریق نقش‌ها به جایگاه‌های موجود در روابط اجتماعی سازمان یافته پیوند خورده‌اند. طرفداران نظریه هویت که یک نظریه جامعه‌شناسی است چنین تعریف و شرحی از هویت ارائه می‌دهند (Stryker and Burke, ۲۰۰۰-۲۹۸). دسته سوم، واژه هویت را در اشاره به هویت‌یابی از یک جمع یا دسته اجتماعی به کار می‌برند. طرفداران رهیافت هویت اجتماعی - که یک نظریه روانشناسی اجتماعی است - این تعریف را ملهم از آرای "جورج هربرت مید" می‌دانند که بر تصور اجتماعی از «خود» تاکید کرد و اظهار داشت که افراد خودشان را از «منظر کل گروه اجتماعی» که بدان تعلق دارند، تجربه می‌کنند (به نقل از براون، ۲۰۰۳: ۷۸۹).

"هنری تاجفل" با اتکا به این رهیافت و برای حل معمای فرد/جامعه، مفاهیم هویت شخصی و هویت اجتماعی را تفکیک و وارد روانشناسی اجتماعی کرد. به عقیده او، هویت شخصی، اجزایی از تعریف خود را منعکس می‌کند که با ویژگی‌های شخصیتی، مختصات فیزیکی، و جز اینها ارتباط دارد؛ اما هویت اجتماعی با عضویت گروهی پیوند دارد و شامل سه عنصر است: عنصر شناختی (آگاهی فرد به اینکه به یک گروه تعلق دارد)؛ عنصر ارزشی (فرض‌هایی در باب پیامدهای ارزشی مثبت یا منفی عضویت گروهی)؛ و عنصر احساسی (احساسات نسبت به گروه و نسبت به افراد دیگری که رابطه خاصی با آن گروه دارند) (Tagfel, ۱۹۷۸: ۲۷-۶۰). بر این اساس، هویت اجتماعی عبارت است از: آگاهی فرد به اینکه فرد به گروه‌های اجتماعی معینی تعلق دارد، و اهمیت عاطفی و ارزشی که برای این عضویت گروهی قائل است (Hogg and Terry, ۲۰۰۱: ۱-۱۲).

هر فرد بسته به اینکه چه درکی از موقعیت داشته باشد و کدام هویتش برجسته^۱ شود، بر طبق هویت شخصی یا هویت اجتماعی نوعی ادراک خود^۲ در رابطه با دیگران است.

1. Salient
2. Self-perception
3. Universalism



مطابقت دارند. آنچه فرد را وامی دارد که بر اساس «سطح خود» شخصی، خانوادگی، قومی یا ملی فکر و احساس کند، بستر یا زمینه اجتماعی است (Turner and etal, ۱۹۸۷). بنابراین، وقتی یک هویت اجتماعی به مبنای تنظیم خود در بستر معین تبدیل می شود، ادراک خود و رفتار به تصورات قالبی و هنجار درون گروه بدل می گردد، تصورات از اعضای برون گروه مربوط به تصور قالبی درباره برون گروه تبدیل می شود، و رفتار بین گروهی به درجات متفاوت و بسته به ماهیت روابط بین آنها، به شکل رقابتی و تبعیض آمیز در می آید. هویت های اجتماعی نه تنها توصیف کننده و تجویز کننده هستند، بلکه به ارزشیابی هم می پردازند. آنها دسته اجتماعی و اعضای آن را نسبت به دسته های اجتماعی دیگر (در سطحی مشترک یا مورد توافق) ارزشیابی می کنند.

به سبب پیامدهای ارزشیابی خود است که گروه ها و اعضای آنها برانگیخته می شوند که برای مقایسه درون گروه و برون گروه - که از درون گروه، و البته از «خود» جانبداری می کند - راهبردهای رفتاری معینی اتخاذ کنند. نظریه هویت اجتماعی، دو فرایند اجتماعی - شناختی بنیادی را مورد توجه قرار می دهد: دسته بندی و ارتقاء خود. دسته بندی، با ایجاد تصورات قالبی و اعمال و ادراکات متمایز گروهی، مرزهای بین گروهی را تقویت می کند و افراد و «خود» را به دسته مربوط به بستر معین منتسب می سازد. دسته بندی یکی از فرایندهای اساسی شناخت است که جنبه هایی از یک تجربه را که در بستر یا زمینه خاص معنا دار برجسته می سازد و در کانون توجه قرار می دهد. ارتقاء خود، دسته بندی اجتماعی را به گونه ای هدایت می کند که هنجارها و تصورات قالبی درون گروه، عمدتاً، از درون گروه جانبداری می کند. چنین فرض می شود که یکی از نیازهای اساسی افراد این است که خودشان را نسبت به دیگران مثبت ببینند (یعنی خود-پنداره مثبت داشته باشند). در بسترهای گروهی، هر گروه از طریق مقایسه درون گروه با برون گروه های ذی ربط، به شیوه ای که از درون گروه جانبداری می کند، خود را ارتقاء می دهد.

نظریه دسته بندی خود

این نظریه، طرز عمل دسته بندی اجتماعی را به عنوان

میان کارگران جوان آلمانی در حال پدید آمدن است و روایت غالب از تعلق به ملیت آلمانی بر اساس خون یا میراث قومی باز تعریف می شود. اکثر آنان اگرچه اظهار می کنند که هر کس که در آلمان به دنیا آمده آلمانی است؛ اما این تعلق را به همانند سازی با شیوه زندگی آلمانی مشروط می کنند. "چوماکوف" (۲۰۰۳)، به بررسی نقش مذهب و کلیسای ارتودوکس در بازسازی هویت ملی روسیه بعد از کمونیسم پرداخته و با اشاره به بحران هویت ملی در آن کشور، نتیجه گرفته است که نخبگان روس، برای رهایی از آشفتگی دراز مدت و به قصد بسیج روس ها، به پارادایم علمی تری برای تجدید حیات ملی، و به ویژه، به مذهب متوسل می شوند. به عقیده محقق، کلیساست که امروزه روسیه را به عنوان یک جامعه تعریف می کند.

رهیافت هویت اجتماعی

رهیافت هویت اجتماعی^۱ که به همت "تاجفل و ترنر" تنظیم شد، یک دیدگاه نظری یکپارچه در باب رابطه خود-پنداره^۲ و رفتار گروهی است. این رهیافت از چند عنصر مفهومی متمایز اما هماهنگ و مرتبط تشکیل شده و اجزای اصلی آن عبارتند از: نظریه هویت اجتماعی و نظریه دسته بندی خود^۳ (Tagfel and Turner, ۱۹۷۹: ۳۳-۴۷).

نظریه هویت اجتماعی: سخن اساسی این نظریه این است که هر دسته (مقوله) اجتماعی (ملیت، وابستگی سیاسی، باشگاه ورزشی) که فرد جزء آن است و احساس می کند که بدان تعلق دارد با توجه به خصوصیات تعریف کننده آن دسته، تعریفی از کیستی فرد (تعریف خود که جزئی از خود-پنداره است) فراهم می آورد. افراد در دسته هایی عضو هستند و اهمیت هر یک از این عضویت ها در خود پنداره آنها متفاوت است.

عضویت در هر دسته، در ذهن هر عضو به صورت یک هویت اجتماعی بازنمایی می شود. این عضویت، ویژگی های فرد؛ یعنی طرز فکر، احساس و رفتار او را به عنوان عضو آن گروه توصیف و تجویز می کند. فرد فقط یک «خود شخصی» ندارد، بلکه «خود» های متعددی دارد که با عضویت در گروه های اجتماعی

ملی، مقایسه ملت خود با ملت های دیگر به شیوه ای که از ملت خود جانبداری می کند، ارتقاء خود تحقق می یابد. افراد با توسل به تاریخ ملی زبان و ادبیات ملی، آداب و رسوم و دیگر اجزای فرهنگ ملی، ملت خود را از ملل دیگر متمایز و بدان مباحثات می کنند. ابعاد سه گانه هویت ملی (شناختی، احساسی و ارزشی) در آگاهی به وجود یک گروه ملی و احساس تعلق به آن، پیوند عاطفی با قلمرو جغرافیایی خاص، نشانه های هویت ملی (مثل نهادها، نمادها، آداب و رسوم و سنت ها) اعتقادات درباره صفات کلی یک گروه ملی، اهمیت ذهنی هویت ملی و تعهد به آن و عزت نفس ناشی از عضویت در گروه ملی انعکاس می یابد.

برای سنجش هویت ملی، از شاخص هایی چون میزان علاقه به تاریخ ایران، زبان و ادبیات آذری، افتخار کردن به ایرانی بودن، وفاداری به سرزمین و پای بندی به سنت ها و مراسم ملی استفاده شده است.

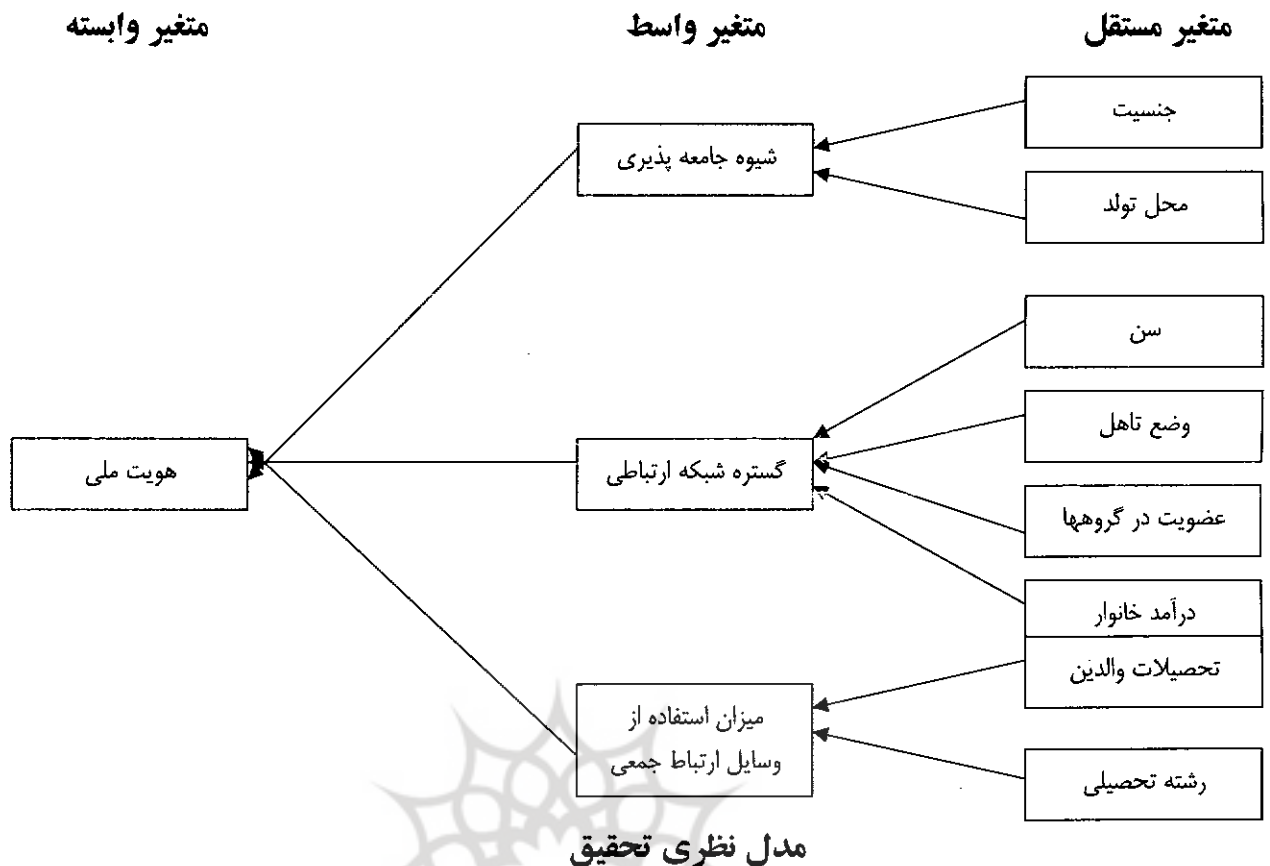
منظور از محل تولد، شهر یا روستاست. جامعه پذیری در خانواده به فرایندی اطلاق می شود که فرد از طریق آن ارزش ها و هنجارهای جامعه را درونی می کند. در این تحقیق دو شیوه جامعه پذیری دموکراتیک و آمرانه مورد نظر بوده است. در شیوه دموکراتیک، به خواسته ها و نظرات افراد و مشورت و مشارکت در تصمیم گیری ها اهمیت داده می شود؛ اما در شیوه آمرانه، به خواسته ها و نظرات افراد توجه نمی شود. درآمد خانوار، مبلغی است که والدین پاسخ گو (یا خود پاسخ گو در صورت اشتغال و استقلال مالی) به ازای انجام کار(ها) یا ارائه خدمت (ها) دریافت می کند. گستره شبکه ارتباطی به محدوده و دامنه روابط اجتماعی فرد با دیگران اطلاق می شود. تحصیلات والدین، مدارج رسمی آموزشی را که پدر و مادر پاسخ گو کسب کرده اند، نشان می دهد. رشته تحصیلی، رشته ای است که دانشجو در دوره کارشناسی دانشگاه پیام نور مرکز اردبیل تحصیل می کند. این دانشگاه در زمان تکمیل پرسشنامه، دارای یک رشته تحصیلی بود. میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، تعداد ساعت هایی است که پاسخ گو در طول هفته از رسانه های جمعی مثل تلویزیون، رادیو، مجله و غیره استفاده می کند.

مبنای شناختی رفتار گروهی به تفصیل شرح می دهد. فرایند دسته بندی، هم تشابهات ادراکی بین محرک های متعلق به یک دسته را و هم تفاوت های ادراکی بین محرک های متعلق به دسته های متفاوت را برجسته می سازد. این برجسته سازی در مورد ابعادی که به عقیده فرد، با دسته بندی - برجسته سازی، کارکرد مهمی برای فرد دارد؛ شکاف های بین گروهی را برجسته می کند، تجربه جهان را معنادار می سازد، و جنبه هایی را با کنش در بستر معین ارتباط دارند تشخیص می دهد. دسته بندی «خود» و دیگران به درون گروه، هویت اجتماعی افراد را تعریف می کند و تشابه ادراکی آنها را با بازنمایی شناختی ویژگی های تعریف کننده گروه (نمونه وار)^۱ برجسته می سازد. افراد از بیخ و بن غیر شخصی^۲ می شوند. آنها، دیگر نه به عنوان اشخاص یگانه و بی همتا، بلکه نمونه وار ادراک می شوند. این استحاله یا غیر شخصی شدن «خود»، مبنای پدیده های گروهی مثل تصورات قالبی، انسجام گروهی و قوم مداری، همکاری و دگردوستی، سرایت عاطفی و همدلی، رفتار جمعی، هنجارهای مشترک و تاثیرات متقابل است. به این ترتیب، دسته بندی خود، از طریق غیر شخصی کردن، ادراک و رفتار خود را با نمونه وار درون گروه در بستر معین هماهنگ می کند، و بدین سان افراد را به اعضای گروه و رفتار فردی را به رفتار گروهی تبدیل می کند.

مدل نظری تحقیق

سخن اصلی نظریه هویت اجتماعی این است که عضویت فرد در گروه و ادراک عضویت در آن، کیستی یا هویت فرد را شکل می دهد. هویت ملی، ادراک عضویت در گروه ملی است. هویت ملی بر پایه مقایسه با گروه های ملی دیگر شکل می گیرد و جدایی از ملت های دیگر را، جانبدارانه، تائید و تثبیت می کند و با نیاز فرد به عزت نفس^۳ برانگیخته می شود. هویت ملی، ملت و اعضای آن را نسبت به ملت های دیگر ارزشیابی می کند، و به اتکای همین ارزشیابی است که ملت ها و اعضای آنها برانگیخته می شوند که به منظور مقایسه خود با ملت های دیگر، راهبردهای رفتاری معینی اتخاذ کنند. یک نیاز اساسی افراد این است که خودپنداره مثبت داشته باشند. در بسترهای





فرضیه های تحقیق

نیمه باز بوده و برای سنجش هویت پاسخ گویان از طیف لیکرت^۱ استفاده شد. گویه های پرسش نامه طوری انتخاب و طراحی شده اند که در عین انطباق با شرایط ایران، استاندارد نیز بوده اند. برای تضمین اعتبار صوری پرسش نامه، گویه ها به متخصصان ارائه و برای حصول اطمینان از پایایی^۲ طیف ها، از آلفای کرونباخ^۳ و روش دو نیمه^۴ استفاده شده است. میزان آلفای بدست آمده برای طیف های مختلف همگی بالای ۷۰ درصد بوده است.

جمعیت آماری، دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه پیام نور مرکز اردبیل در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۸۴-۱۳۸۳ بوده اند. با توجه به تعداد تقریبی دانشجویان ($N=6100$)، تنوع رشته های تحصیلی (۱۸) و سال ورود به دانشگاه، نمونه گیری به شیوه طبقه بندی تصادفی ساده^۵ انجام شد. به علت ناهمگونی جمعیت آماری (از لحاظ نحوه توزیع در رشته تحصیلی مختلف)،

با توجه به مدل نظری، فرضیه پژوهش این است که بین شیوه جامعه پذیری در خانواده، گستره شبکه ارتباطی و میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی از یکسو و هویت ملی از سوی دیگر، رابطه وجود دارد.

فرضیه دیگر این است که شیوه جامعه پذیری در خانواده با جنسیت و محل تولد، گستره شبکه ارتباطی با سن، وضع تاهل، عضویت در گروه ها و انجمن های داوطلبانه و درآمد خانوار و میزان استفاده از تحصیلات والدین و رشته تحصیلی دانشجویان رابطه دارند.

روش شناسی تحقیق

در این تحقیق پیمایشی از پرسش نامه برای کسب اطلاعات استفاده شده است. پرسش نامه تحقیق شامل سوالات بسته و

1. Likert Scale
2. Reliability
3. Cronbachs alpha

4. Split – half method
5. Stratified Simple random Sampling



فراوانی پاسخ گویان بر حسب تحصیلات مادر نشان می دهد که مادران تحصیلات ابتدایی دارای بیشترین فراوانی (۳۶/۶ درصد) هستند و بعد از آنها دارندگان تحصیلات دبیرستانی (۳۰/۶ درصد) قرار دارند. کمترین فراوانی متعلق به مادران دارای تحصیلات دانشگاهی است.

ب) آمار استنباطی

جدول ۱، نتایج آزمون تفاوت میانگین شیوه جامعه پذیری پاسخ گویان را در خانواده، بر حسب جنسیت نشان می دهد. میانگین نمره مردان ۱۵/۲۲ است. تفاوت مشاهده شده از لحاظ آماری معنی دار و قابل تعمیم به جامعه آماری است. از آنجا که نمره بالاتر نشانگر شیوه جامعه پذیری دموکراتیک است می توان گفت که زنان به شیوه دموکراتیک تری جامعه پذیر شده اند.

یکی از فرضیه های تحقیق این بود که محل تولد پاسخ گویان با شیوه جامعه پذیری آنها در خانواده رابطه دارد. داده های جدول این فرضیه را تأیید می کند. نمره شیوه جامعه پذیری متولدین شهر ۱۵/۸۹ و نمره شیوه جامعه پذیری متولدین روستا ۱۵/۱۲ است. تفاوت مشاهده شده بر اساس آزمون t با مقدار ۲/۹۶- در سطح بیش از ۹۵ درصد (۰/۰۰۴) معنی دار است. این امر بدین معناست که شیوه جامعه پذیری متولدین شهر، دموکراتیک تر است.

جدول ۳) نتایج تحلیل رگرسیون را برای آزمون رابطه بین دو متغیر سن و گستره شبکه ارتباطی پاسخ گو نشان می دهد. مقدار R و R² بسیار پائین است و این بدان معناست که سن پاسخ گویان در گستره شبکه ارتباطی آنها تاثیر ندارد.

روش نمونه گیری لین (۱۹۷۶: جدول ۸: ۴۴۶) استفاده شده است. بر این اساس، و با پذیرش سطح خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه (n)، ۴۰۰ نفر تعیین شدند و پرسش نامه در اردیبهشت ماه ۱۳۸۶ به آنها ارائه شد. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS به دو شیوه توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شد. با توجه به سطح سنجش متغیرها، از فنون آماری مناسب، از جمله آزمون t، آزمون F، آزمون LSD^۱ و رگرسیون دو متغیره و چند متغیره به شیوه مرحله به مرحله^۲ استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده ها

الف) آمار توصیفی

۶۲ درصد از پاسخ گویان را زنان و ۳۸ درصد از آنان را مردان تشکیل می دهند. این ترکیب جنسی با ترکیب جنسی جامعه آماری مطابقت می کند و این تطابق در انتخاب نمونه لحاظ شد. بخش عمده پاسخ گویان (۷۹/۲۵ درصد) مجرد هستند و اکثر آنها (۱۸/۸ درصد) در شهر متولد شده اند. از لحاظ فراوانی پاسخ گویان در رشته های تحصیلی، پاسخ گویان رشته حسابداری در صدر، و پس از آنها پاسخ گویان رشته های زمین شناسی و زبان و ادبیات فارسی قرار دارند. کمترین فراوانی متعلق به رشته های علوم کامپیوتر، مدیریت بازرگانی و علوم تربیتی. نسبت پاسخ گویان در رشته های تحصیلی مختلف با توزیع فراوانی دانشجویان در جامعه آماری مطابقت دارد. تحصیلات بخش عمده ای از پدران پاسخ گویان در دو مقطع ابتدایی و دبیرستان متمرکز است و گروه بی سواد دارای کمترین فراوانی (۹/۷ درصد) است. توزیع

جدول ۱. آزمون تفاوت میانگین شیوه جامعه پذیری در خانواده بر حسب جنسیت

متغیر (جنسیت)	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معنی داری
زن	۲۴۸	۱۵/۲۲	۲/۰۱	۲/۷۸	۰/۰۱
مرد	۱۴۹	۱۴/۲۷	۲/۲۱		

جدول ۲. آزمون تفاوت میانگین شیوه جامعه پذیری در خانواده بر حسب محل تولد

متغیر (محل تولد)	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معنی داری
شهر	۳۲۲	۱۵/۸۹	۲/۷۰		
روستا	۵۹	۱۵/۱۲	۲/۱۱	-۲/۹۶	۰/۰۰۴



جدول ۶) نتایج تحلیل رگرسیون را برای آزمون رابطه بین دو متغیر درآمد خانوار و گستره شبکه ارتباطی نشان می دهد. طبق داده های جدول، مقدار R و R² بسیار ناچیز است و رابطه معنی دار بین دو متغیر وجود ندارد. بدین معنا که درآمد خانوار

جدول ۳) یکی از فرضیه های تحقیق این بود که بین وضع تاهل پاسخ گویان و گستره ارتباطی آنها رابطه وجود دارد. جدول ۴) این فرضیه را تأیید می کند. میانگین نمره گستره شبکه ارتباطی افراد متاهل ۱۵/۰۲ و آن افراد مجرد ۱۴/۲۵ می باشد.

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیون برای آزمون رابطه سن و گستره شبکه ارتباطی

متغیر	R	R ²	اشتباه استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
سن پاسخ گو	۰/۰۶۸	۰/۰۰۷	۰/۰۳۸	۲/۲۹	۰/۱۰

نقش تعیین کننده ای در گستره شبکه ارتباطی ندارد. یکی از فرضیه های تحقیق این بود که سطح تحصیلات پدر دانشجو در میزان استفاده دانشجو از وسایل ارتباط جمعی (از قبیل تلویزیون، روزنامه، اینترنت، رادیو داخلی و خارجی و ماهواره) تاثیر گذار است.

جدول ۷) نشان می دهد که تحصیلات پدر تنها در میزان استفاده از یکی از وسایل ارتباط جمعی یعنی رادیو داخلی تاثیر دارد. بررسی میانگین ها نشان می دهد که هر چه سطح تحصیلات

تفاوت مشاهده شده بر اساس آزمون t با مقدار ۲/۷- در سطح بیش از ۹۵ درصد (۰/۰۰۹) معنی دار است. نتایج آزمون حاکی است که گستره شبکه ارتباطی متاهلین بیشتر از افراد مجرد است.

جدول شماره ۵) نتایج آزمون مقایسه میانگین گستره شبکه ارتباطی افراد را بر حسب عضویت یا عدم عضویت در گروه ها و انجمن های داوطلبانه نشان می دهد. نمره میانگین گستره شبکه ارتباطی افرادی که در انجمن های داوطلبانه عضویت

جدول ۴. نتایج آزمون تفاوت میانگین گستره شبکه ارتباطی بر حسب وضع تاهل

وضع تاهل	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معنی داری
مجرد	۲۲۵	۱۴/۲۵	۲/۳۲	-۲/۷	۰/۰۰۹
متاهل	۶۹	۱۵/۰۲	۲/۸۴		

پدر دانشجو بالاتر باشد، میزان استفاده دانشجو از رادیو داخلی بیشتر است. مقدار F در تحلیل پراکنش، ۲/۶۳، و سطح معنی داری ۰/۰۰۳ می باشد.

جدول ۸) نتایج آزمون مقایسه میانگین میزان استفاده دانشجویان، از وسایل ارتباط جمعی را بر حسب سطح تحصیلات

دارند ۱۵/۷۵ و نمره آنهایی که عضویت ندارند ۱۴/۱۹ است. تفاوت مشاهده شده بر اساس مقدار t و سطح معنی داری جدول، قابل تعمیم به جامعه آماری است. افرادی که در گروه های داوطلبانه عضویت دارند نسبت به آنهایی که در هیچ انجمن یا گروهی عضو نیستند شبکه ارتباطی گسترده تری دارند.

جدول ۵. نتایج آزمون تفاوت میانگین گستره شبکه

عضویت در انجمن های داوطلبانه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	سطح معنی داری
دارد	۱۶۱	۱۵/۷۵	۲/۴۳	-۲/۲۴	۰/۰۴
ندارد	۲۱۸	۱۴/۱۹	۲/۵۴		

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون برای آزمون رابطه درآمد خانوار و گستره شبکه ارتباطی

متغیر	R	R ²	اشتباه استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
درآمد خانوار	۰/۰۰۱۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۸۳



جدول ۷. نتایج آزمون مقایسه میانگین استفاده از وسایل جمعی بر حسب تحصیلات پدر

استفاده از وسایل ارتباط جمعی تحصیلات پدر	تلویزیون	روزنامه و مجله	اینترنت	رادیو داخلی	رادیو خارجی	ماهواره
فراوانی	۲۴	۲۵	۷	۱۲	۹	۸
میانگین	۱۰/۸	۲/۳۱	۱/۵	۱	۱/۱۶	۶
انحراف معیار	۸/۷	۲/۲۵	۱/۷	۰/۹۱	۱/۱	۷/۴
فراوانی	۱۱۰	۸۷	۵۱	۵۹	۳۹	۲۰
میانگین	۱۰/۳۱	۳/۴۱	۳/۱۵	۱/۸۶	۲/۴۸	۷/۳
انحراف معیار	۱۳/۴	۴/۹	۶/۴۱	۲/۱۹	۴/۹	۱۰/۳
فراوانی	۶۵	۴۸	۲۸	۲۹	۲۸	۲۳
میانگین	۱۲/۵۲	۴/۴۶	۲/۸۲	۲/۲۹	۱/۱۹	۶/۳۴
انحراف معیار	۱۲/۵	۲/۷	۳/۰۸	۳/۱۳	۱/۵	۷/۶
فراوانی	۱۱۲	۸۴	۶۱	۳۸	۳۵	۴۱
میانگین	۱۲/۸۵	۴/۴۶	۶/۴۷	۴/۱۵	۴/۵۴	۱۲/۳
انحراف معیار	۱۸/۱۲	۹/۴۲	۱۲/۰۸	۸/۱	۸/۳۶	۷/۷
فراوانی	۸۱	۷۰	۴۴	۲۵	۲۵	۳۱
میانگین	۱۴	۴/۷۴۱	۶/۳	۱/۱۸	۳/۹	۱۰/۲۹
انحراف معیار	۱۴/۸۵	۵/۷	۷/۳۴	۱/۷	۶/۳	۱۲/۰۶
تحصیلات						
دانشگاهی						
	$F=۰/۷۰۷$	$F=۱/۵۶$	$F=۱/۹۷$	$F=۱/۹۷$	$F=۱/۸$	$F=۱/۲۳$
	sig=۰/۵۸	sig=۰/۱۸	sig=۰/۱۰	sig=۰/۰۳	sig=۰/۱۲	sig=۰/۲۹۹

مطابق این جدول، رشته تحصیلی تنها در میزان استفاده از دو نوع وسیله ارتباط جمعی (رادیو داخلی و رادیو) تاثیر دارد. لازم به توضیح است که به علت کثرت رشته های مختلف به سه رشته اصلی (انسانی، تجربی و ریاضی) تقسیم شدند. دانشجویان گروه علوم انسانی، در حد پائینی از رادیوهای داخلی و خارجی استفاده می کنند. دانشجویان گروه ریاضی، از رادیو داخلی به مقدار کم و از رادیوهای خارجی در حد متوسط بهره می گیرند. میزان استفاده دانشجویان گروه تجربی از رادیوهای داخلی و

مادر آنها نشان می دهد. داده های جدول حاکی است که سطح تحصیلات مادر در میزان استفاده رسانه هایی چون تلویزیون، روزنامه، مجله، رادیو داخلی و ماهواره تاثیر ندارد و تنها در میزان استفاده از رادیو خارجی تاثیر معنی داری می گذرد. میانگین ها نشان می دهند که هر چه بر تحصیلات مادر افزوده شود یکی دیگر از فرضیه های تحقیق این بود که بین رشته تحصیلی دانشجو و میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی رابطه وجود دارد. (جدول ۹) نتایج آزمون این فرضیه را نشان می دهد.



جدول ۸ نتایج آزمون مقایسه میانگین استفاده از وسایل جمعی بر حسب تحصیلات مادر میزان استفاده از رادیوهای خارجی بیشتر می شود.

استفاده از وسایل ارتباط جمعی تحصیلات مادر	تلویزیون	روزنامه و مجله	اینترنت	رادیو داخلی	رادیو خارجی	ماهواره	
بی سواد	فراوانی	۲۸	۲۷	۱۱	۱۳	۹	
	میانگین	۹/۵۷	۳/۰۴	۱/۲۵	۱/۲۳	۴/۵	
	انحراف معیار	۹/۱۹	۴/۲	۲/۱۳	۰/۸۸	۶/۷	
ابتدایی	فراوانی	۱۲۰	۱۰۱	۴۶	۴۳	۲۸	
	میانگین	۱۱/۹	۳/۳۱	۲/۹۵	۱/۸۸	۷/۸	
	انحراف معیار	۱۴	۴/۷	۶	۲/۲	۱۰/۱	
راهنمایی	فراوانی	۵۹	۵۵	۳۵	۲۹	۳۰	
	میانگین	۱۲/۴	۲/۵	۲/۵	۲/۴	۷/۵	
	انحراف معیار	۱۳/۴۲	۲	۵/۲	۳/۱	۱۰	
دبیرستان و دیپلم	فراوانی	۱۰۴	۹۵	۷۶	۵۲	۵۰	
	میانگین	۱۳/۱۱	۵/۱۴	۶/۰۳	۲/۰۶	۱۰/۸	
	انحراف معیار	۱۷/۸	۹/۶	۱۰/۹	۷	۱۶/۷	
تحصیلات دانشگاهی	فراوانی	۲۲	۱۹	۱۹	۱۳	۱۱	
	میانگین	۱۲/۵	۳/۸	۸/۰۲	۱/۲۶	۷/۸	
	انحراف معیار	۱۱/۵	۴/۱	۸/۸	۱/۵۶	۸/۷	
		$F=۰/۳۳$	$F=۱/۸$	$F=۲/۱۲$	$F=۰/۹۱$	$F=۲/۸۱$	$F=۱/۲۳$
		$sig=۰/۸۵$	$sig=۰/۱۲$	$sig=۰/۰۷$	$sig=۰/۰۴۵$	$sig=۰/۰۲۸$	$sig=۰/۳۰۲$

یکی از فرضیه های تحقیق این بود که بین گستره شبکه ارتباطی پاسخ گوینان و هویت ملی آنان رابطه معنی دار وجود دارد. یافته های جدول ۱۱ این فرضیه را تأیید می کند. مقدار R برابر با ۰/۱۵ و مقدار F، ۱۱/۳ است که نشان دهنده معنی دار بودن (sig=۰/۰۰۱) رابطه نیز مثبت است؛ یعنی هر چه گستره شبکه ارتباطی پاسخ گوینان بیشتر باشد، هویت ملی آنان قوی تر می شود. آخرین فرضیه تحقیق این بود که بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و هویت ملی رابطه معنی داری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه از رگرسیون چند متغیره به روش مرحله

خارجی از میان استفاده دانشجویان گروه علوم انسانی و ریاضی بیشتر است.

جدول ۱۰ نتایج تحلیل رگرسیون را برای آزمون رابطه بین دو متغیر شیوه جامعه پذیری و هویت ملی نشان می دهد. داده های این جدول رابطه بین دو متغیر را تأیید می کند. مقدار R بدست آمده ۰/۲۲ و مقدار F، ۱۲/۵ است که نشان دهنده معنی دار بودن رابطه در سطح بیش از ۹۹ درصد (sig=۰/۰۰۰) است. جهت رابطه نیز مثبت است؛ بدین معنی که هر چه شیوه جامعه پذیری دموکراتیک تر و مشارکتی تر باشد هویت ملی قوی تر می شود.



جدول ۹. نتایج آزمون مقایسه میانگین استفاده از وسایل جمعی بر حسب رشته تحصیلی

استفاده از وسایل ارتباط جمعی رشته تحصیلی	تلویزیون	روزنامه و مجله	اینترنت	رادیو داخلی	رادیو خارجی	ماهواره
فراوانی	۱۶۵	۱۴۴	۸۳	۸۳	۶۸	۶۰
میانگین	۱۱/۸	۳/۵	۴/۰۵	۱/۹	۱/۸	۹/۴
انحراف معیار	۱۵/۲	۵/۰۸	۶/۹	۲/۸	۲/۵	۱۰/۹
فراوانی	۷۶	۷۴	۵۷	۴۹	۴۱	۳۶
میانگین	۱۲/۱۹	۴/۲	۵/۸	۱/۱۴	۲/۹	۶/۵
انحراف معیار	۱۴/۰۲	۹/۸	۱۱/۳	۱/۴	۶/۶	۱۳/۶
فراوانی	۹۵	۸۱	۴۷	۳۷	۲۹	۲۳
میانگین	۱۲/۷	۳/۹	۵/۲	۴/۵	۵	۱۱/۰۲
انحراف معیار	۱۴/۴	۴/۴	۷/۰۷	۸/۴	۸/۲	۱۴/۷
	$F=۰/۰۹۳$	$F=۰/۲۹۴$	$F=۰/۷۷۵$	$F=۷/۱۲۲$	$F=۳/۸$	$F=۱/۲۲$
	sig=۰/۹۱۱	sig=۰/۷۴	sig=۰/۴۶	sig=۰/۰۰۱	sig=۰/۰۲۴	sig=۰/۲۹

جدول ۱۰. نتایج تحلیل رگرسیون برای آزمون رابطه شیوه جامعه پذیری و هویت ملی

متغیر	R	R ²	اشتباه استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
شیوه جامعه پذیری	-/۲۲۱	-/۰۴۸	-/۱۸	۱۲/۵	-/۰۰۰

جدول ۱۱. نتایج تحلیل رگرسیون برای آزمون رابطه گستره شبکه ارتباطی و هویت ملی

متغیر	R	R ²	اشتباه استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
گستره شبکه ارتباطی	-/۱۵۱	-/۰۰۳	-/۱۸۳	۱۱/۳	-/۰۰۱

به مرحله استفاده شد تا وسایل تاثیرگذار در هویت ملی مشخص گردند. بر طبق داده های جدول ۱۲ دو متغیر؛ یعنی میزان استفاده از رادیو خارجی و رادیو داخلی در دو مرحله توانستند وارد معادله رگرسیون شوند و سایر متغیرها یعنی میزان استفاده از تلویزیون، روزنامه، مجله، اینترنت و ماهواره وارد مدل نشدند. اولین متغیر وارد شده، میزان استفاده از رادیو خارجی است که توانسته است ۰/۰۷ از متغیر وابسته یعنی هویت ملی را تبیین نماید. جهت رابطه نیز منفی است. بدین معنا که هر چه از رادیوهای خارجی بیشتر استفاده شود، هویت ملی ضعیف تر می گردد. دومین متغیری که وارد معادله رگرسیون شد، میزان

جدول ۱۲. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره به شیوه مرحله به مرحله برای آزمون رابطه میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و هویت ملی

مرحله	متغیر	R	R ²	مقدار افزوده شده به R ²	اشتباه استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
اول	میزان استفاده از رادیو خارجی	-/۲۷	-/۰۷۳	—	-/۱۹۷	۶/۰۷	-/۰۱۶
دوم	میزان استفاده از رادیو داخلی	-/۳۹	-/۱۵۴	-/۰۸۱	-/۳۱۱	۶/۹	-/۰۰۲
			sig=-/۰۰۲		R ² =۰/۱۵۴	R=-/۳۹	F=۶/۹

استفاده از رادیو داخلی است که همراه با متغیر مرحله اول توانسته است ۰/۱۵ از هویت ملی را توضیح دهد. رابطه مثبت نشان می دهد که هرچه پاسخ گویان از رادیو داخلی بیشتر استفاده کنند هویت ملی آنها قوی تر می شود.

نتیجه گیری

هدف تحقیق که بررسی عوامل موثر در هویت ملی دانشجویان دانشگاه پیام نور اردبیل بود، مدل نظری «رهیافت هویت اجتماعی» که فرایندهای اجتماعی- شناختی و رفتارهای گروهی و بین گروهی را مورد تاکید قرار می دهد، انتخاب شد. هویت ملی، ادراک عضویت در گروه ملی (ملیت) تعریف و عوامل موثر در این ادراک سنجیده شد.

تجزیه و تحلیل داده ها حاکی است که شیوه جامعه پذیری در خانواده، بر گستره شبکه ارتباطی و میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی قوت و ضعف هویت ملی تاثیر می گذارند. شیوه جامعه پذیری دموکراتیک، گستردگی شبکه ارتباطی و کثرت استفاده از فرستنده های رادیو داخلی، هویت ملی را تقویت می کنند. جنسیت و محل تولد متغیرهایی هستند که در شیوه جامعه پذیری تاثیر دارند. شیوه جامعه پذیری زنان و روستا زادگان دموکراتیک از آن مردان و متولدین شهر است. تاهل و عضویت در گروه ها و انجمن های داوطلبانه، بر گستره شبکه ارتباطی می افزایند؛ اما سن و درآمد خانوار تاثیری در آن ندارند. یافته ها نشان می دهد که از میان وسایل ارتباط جمعی، روزنامه، مجله، تلویزیون، ماهواره و اینترنت، در هویت ملی تاثیر ندارد؛ اما رادیو داخلی، هویت ملی را تقویت می کنند. با افزایش سطح تحصیلات پدر دانشجو، میزان استفاده دانشجو از فرستنده های داخلی، و با افزایش سطح تحصیلات مادر، میزان استفاده از فرستنده های بیگانه، فزونی می گیرد. وانگهی، دانشجویان رشته های علوم تجربی بیش از دانشجویان رشته های علوم انسانی و علوم ریاضی از فرستنده های داخلی و بیگانه استفاده می کنند.

منابع

- احمدلو، حبیب و افروز، عماد. (۱۳۸۱). «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان تبریز». فصلنامه مطالعات ملی، سال چهارم، شماره ۱۳: ۱۰۹-۱۴۳

- اشرف، احمد. (۱۳۸۳). «بحران هویت ملی و قومی در ایران» حمید احمدی، ایران:

هویت، ملیت، قومیت، موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی، تهران

- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی، ترجمه تورج یار احمدی، چاپ اول، تهران

- حاجیان، ابراهیم. (۱۳۷۹). «تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه» فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵

- رجایی، فرهنگ. (۱۳۸۳). «مشکله هویت ایرانیان امروز»، چاپ دوم، تهران

- رزازی فر، افسر. (۱۳۷۶). «بررسی مفهوم هویت جمعی و جایگاه هویت ملی در شهر مشهد با تاکید بر تاثیر دو عامل عام گرایی و عدالت توزیعی بر هویت جامعه ای (ملی)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی

- کیاکجوری، سعید. (۱۳۸۴). «گزارش نهایی طرح تحقیقاتی بررسی عوامل موثر در هویت ملی و هویت قومی دانشجویان دانشگاه شیراز»، پیام نور منطقه پنج شیراز

- گبیرنا، م. (۱۳۷۸). «مکانب ناسیونالیسم»، ترجمه امیر مسعود اجتهادی، انتشارات وزارت امور خارجه، تهران

- نقیب زاده، احمد. (۱۳۸۳). «هویت ملی و عوامل بحران آن در ایران» علی اکبر علیخانی [گردآورنده]، هویت در ایران، چاپ اول، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی، تهران.

- Brown, R. (2003), "Social Identity ".The Social Science Encyclopedia , Second edited by A. Kuper and J. kuper. London, Routledge, pp;

- Calhoun , C. (1994) Social Theory and the Politics of Identity , Cambridge, MA:Backwell;

- Choe, Hyun (2003), National Identity and Citizenship in China and Korea, U.S.A., The university of California;

- Chumakov, Yuri A. (2003), Religion and the Russian Orthodox Church as Factors Of National Identity Reconstructing in Post communist Russia, Australia, Sidney, The university OF Notre Dame;

- Hogg, M.A.(2000), "Subjective Uncertainty Reduction Through Self- Categorization: A Motivational Theory of Social Identity Processes", European Review of Social Psychology , 11:223-255;

- Hogg, M,A.and Terry, D.J.(2001). "Social Identity Theory and Organizational Processes". In M.A Hogg and D.J Turner (Eds), Social Identity Processes in Organizational Contexts Philadelphia, Psychology Press;

- Idriss, Cynthia M (2003), Learning to Belong :Citizenship, Schooling and National Identity in Contemporary Germany, U.S.A, The University of Michigan;

- Lin, Non (1976), Foundations of Social Research , New York , McGraw Hill;

- Stryker, Sh.and Burke, P. (2000), " The past, Present, and Future of Identity Theory", Social Psychology Quarterly;

- Tajfel,H. (1978), Interindividual Behavior and Intergroup Behavior," In H.Tajfel (Ed), Differentiation Between social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations, London , Academic Press;

- Tajfel,H. and Turner,J.C.(1979), An Integrative Theroy of Intergroup conflict". In W.G. Austin and S. Worchel (Eds), The social Psychology of Intergroup Relations, Monterey, CA: Brooks- Cole;

- Turner,J.C. an fetal.(1987),Rediscovering The Social Group: A Self- Categorization Theory Oxford Blackwell.