

بررسی و مقایسه ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری هویت ملی! (مطالعه موردی دانش آموزان راهنمایی و متوسطه و دانشجویان شهر تهران)

مریم حسینی انجدانی*

E-mail: mhossieni@yahoo.com

زهرا درویشه**

E-mail: Darvizeh@alzahra.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۲/۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۷/۲۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر مطالعه و سنجش ابعاد شناختی و عاطفی هویت ملی و معرفی جنبه رفتاری آن به عنوان بعدی جدید و مقایسه روند تحولی این ابعاد در اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی بوده است؛ در این پژوهش ۷۰۰ نفر دانش آموز و دانشجو شامل ۳۵۸ پسر و ۳۴۲ دختر، با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی از پایه‌های سوم راهنمایی و دبیرستان‌های شهر تهران و همچنین دانشجویان کارشناسی دانشگاه‌های دولتی و آزاد تهران، انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسشنامه محقق‌ساخته هویت ملی و شناخت آثار و علائم ملی استفاده شد. نتایج نشان داد هویت ملی دارای سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. رشد هویت ملی از اوایل نوجوانی تا اوایل جوانی، روندی کاهشی اما شناخت علائم و نمادهای ملی روندی افزایشی را نشان داد. بین هویت ملی دختران و پسران در اواخر نوجوانی و اوایل جوانی تفاوت معناداری وجود داشت. میانگین بعد رفتاری هویت ملی بیشتر و بعد شناختی کمتر از ابعاد دیگر بوده است.

کلید واژه‌ها: هویت اجتماعی، هویت ملی، ابعاد هویت ملی، آثار و علائم ملی، نوجوانان و جوانان.

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری است: پیش‌بینی و مقایسه هویت ملی و ابعاد آن بر اساس عوامل

اجتماعی، شناختی و انگیزشی در نوجوانان و جوانان شهر تهران، ۱۳۸۸، دانشگاه الزهراء(س)

* دکترای روان‌شناسی و پژوهشگر صدا و سیما، نویسنده مسئول

** دانشجوی روان‌شناسی دانشگاه الزهراء(س)

مقدمه

هویت به عنوان واسطه مهم شناخت و آگاهی‌یابی بر خویشتن دارای انواع، سطوح و سلسله‌مراتب مختلفی است که در یک دسته‌بندی کلی می‌توان دو نوع از آن یعنی هویت فردی و اجتماعی را از یکدیگر متمایز کرد. هویت فردی ویژگی‌های یگانه و بی‌مانند اشخاص را آشکار می‌سازد و محصول روابط آنان با دیگری یا به اصطلاح ارتباط بین فردی است؛ حال آنکه هویت‌های اجتماعی مانند هویت شغلی، جنسی، قومی، نژادی و ملی، حاصل نوعی روابط «بین گروهی» است و هویتی که به این طریق شکل می‌گیرد و گسترش می‌یابد به اقتضای نوع و ویژگی‌های گروهی که افراد به آن تعلق دارند، مشخص می‌شود.

هویت اجتماعی شناختی درباره «خود» است که مبنای آن گروه و وابستگی‌های گروهی است. در میان هویت‌های اجتماعی یک فرد، هویت ملی یا احساس انتساب به مجموعه افکار و احساساتی که چهارچوب مفهومی هویت ملی را می‌سازند از مهم‌ترین‌هاست (گرینفلد، ۱۹۹۶، به نقل از محسنی، ۱۳۸۳: ۵۲۵). یکی از موضوعات مهم و قابل بررسی در هویت‌های اجتماعی و به طور خاص هویت ملی، ابعاد تشکیل‌دهنده آنهاست. فورست و برت (۲۰۰۱) و کمرون (۲۰۰۴: ۲۳۹) معتقدند هویت ملی دارای ابعاد شناختی و عاطفی است. جنبه شناختی هویت ملی معطوف به آگاهی و دانش درباره میهن و تعلقات ملی از قبیل علائم، نمادها، زبان، تاریخ، جغرافیا و... است و وجه عاطفی، هیجانانگیز و احساسات متنوع نسبت به میهن و اعضای گروه ملی را دربرمی‌گیرد.

هویت ملی نیازمند وجود ویژگی‌هایی است که وجه تمایز ملتی از ملت دیگر می‌شود. این ویژگی‌ها جامعه‌ای را از اجتماعات و تشکلهای جمعی دیگر متمایز می‌کند (نقیب‌زاده، ۱۳۸۶). به اعتقاد دیلاماتر و مایرز (۲۰۰۷) هریک از افراد ویژگی‌های مشخصی را به اعضای گروه‌های خاصی نسبت می‌دهند و بدین وسیله آن گروه‌ها را تعریف می‌کنند. چنانچه فرد خود را به عنوان عضو گروهی تلقی کند، ویژگی‌های آن گروه استانداردهایی برای تفکرات، احساسات و اعمال وی می‌شوند. عضویت در گروه ملی علاوه بر ایجاد احساسات مثبت و تعلق نسبت به گروه ملی، جهت‌گیری‌های رفتاری از قبیل روابط مشارکت‌جویانه با سایر اعضا و اطاعت از مراجع قدرت را در درون گروه برمی‌انگیزد. بی‌شک این رفتارها در مواجهه با بحران‌های ملی بسیار کارساز است. در این راستا مک‌کرون (۱۹۹۹) معتقد است «هویت ملی» در کنار تأثیرگذاری بر ابعاد سیاسی، اقتصادی و مدنی زندگی، بر چگونگی تعریف ما از خود، نحوه زندگی و رابطه با دیگران

تأثیر می‌گذارد؛ چنان‌که برداشت افراد از «هویت ملی» خویش، اهداف، هنجارهای رفتاری و امیدها و آرزوهای آنان را درباره کشورشان تعیین می‌کند. از سوی دیگر، طبق تحقیقات اسمیت و هنری (۱۹۹۶) بازنمایی‌های شناختی فرد از خود و گروهی که به آن تعلق دارد، رابطه تنگاتنگی را نشان می‌دهند. عضویت در گروه‌های اجتماعی، الگوهای نگرشی را در افراد شکل می‌دهد. از آنجاکه نگرش شامل عناصر شناختی، احساسی و همچنین تمایل به عمل است (فریدمن و همکاران، ۱۹۷۰، به نقل از کریمی، ۱۳۷۹) می‌توان الگوهای شناختی، عاطفی و رفتاری متمایزی را از اعضای گروه‌های اجتماعی مختلف انتظار داشت. بنابراین عضویت در گروه‌های اجتماعی مانند گروه ملی، افزون بر ایجاد الگوهای شناختی و عاطفی، الگوهای رفتاری خاصی را در میان اعضای آن شکل می‌دهد. چنان‌که به اعتقاد ترنر و همکاران (۱۹۸۷) رفتار هر فرد در هر موقعیت زمانی از هویتی که در آن زمان برجستگی دارد، تأثیر می‌پذیرد.

در ادبیات روان‌شناسی رشد به مؤلفه شناختی هویت ملی توجه کمی معطوف شده است. برای مثال، علائم و نمادهای ملی نظیر پرچم‌ها، سرودها، آداب و رسوم، اشخاص، مکان‌ها و وقایع تاریخی مهم از جمله مقوله‌های مربوط به جنبه شناختی هویت ملی هستند که پژوهش‌های اندکی درباره آنها به‌ویژه در میان کودکان و نوجوانان صورت گرفته است. درحالی‌که بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند این علائم و نمادها، مؤلفه هسته‌ای احساس هویت ملی در بزرگسالان هستند و بازنمایی‌های عینی را از گروه ملی فراهم می‌آورند. علائم تاریخی ملی از این جهت دارای اهمیت هستند که به خاطرات جمعی گروه ملی عینیت می‌دهند و به اعضای گروه میراث مشترک و تشابهات فرهنگی‌شان را یادآوری می‌کنند و به این ترتیب، احساس انسجام و تعلق گروهی را بهبود می‌بخشند (دوین، رایت و لیونز، ۱۹۹۷). علاوه بر پژوهش‌های محدودی که درباره جنبه شناختی هویت ملی صورت گرفته، درباره بعد «رفتاری» هویت ملی نیز تنها پژوهش‌های معدودی از سوی محققان خارجی فعال در این حوزه اجرا شده است. گذشته از محدودیت تحقیق درباره ابعاد شناختی و به‌ویژه رفتاری هویت ملی در جریان تحول از نوجوانی به جوانی در خارج از کشور، در ایران نیز بیشتر تحقیقات، هویت ملی را به صورت کلی مطالعه کرده‌اند و چنان‌چه تفکیکی صورت گرفته، مانند پژوهش‌های ابوالحسنی (۱۳۸۷) و رضایی و حاتمی کاکش (۱۳۸۷) از نظر موضوعی شامل ابعاد فرهنگی، سیاسی، دینی، اجتماعی، جغرافیایی، تاریخی، زبانی و... بوده و تحقیقات قابل توجهی در زمینه شناسایی و مقایسه ابعاد آن از نظر شناختی، عاطفی و به‌ویژه رفتاری و همچنین روند تغییر آنها در

جریان تحول از نوجوانی به جوانی اجرا نشده است؛ چنان که در مورد بررسی تحول بعد شناختی «هویت ملی» تنها می‌توان به پژوهش محسنی (۱۳۷۵) با عنوان «شکل‌گیری مفاهیم میهن و بیگانه نزد کودکان تهرانی ۶ تا ۱۲ سال» اشاره کرد که با اثرپذیری مستقیم از رویکرد تحولی پیازه صورت گرفته است. حقیقتیان، غضنفری و تکه/کبرآبادی (۱۳۹۰: ۷۱) نیز ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری هویت ملی را فقط در یک مقطع تحصیلی (دانش‌آموزان ۱۴ تا ۱۷ ساله دبیرستان) مطالعه کرده‌اند.

هرچند مطالعه ابعاد هویت ملی و عوامل تأثیرگذار بر آن به خودی خود از اهمیت شایان توجهی برخوردار است، اما با در نظر گرفتن دیدگاه صاحب‌نظران در زمینه تداوم رشد و پختگی هویت ملی در دوران نوجوانی و اوایل جوانی و همچنین برجسته‌تر شدن نقش عوامل جامعه‌پذیری خارج از خانواده با ورود به دوران نوجوانی، ضرورت مطالعه درباره رشد هویت ملی نوجوانان و جوانان بیش از پیش روشن می‌شود؛ چنان‌که بر اساس تحقیقات پیازه و ویل (۱۹۵۱) درک مفهوم ملیت موازی با رشد توانایی‌های شناختی تغییر می‌یابد و کودکان پس از دستیابی به سطح مشخصی از بلوغ شناختی به درک مفاهیم کشور و ملت نائل می‌شوند. در ایران پژوهش محسنی (۱۳۸۳: ۵۴۵) همسو با یافته‌های پیازه نشان داد آگاه شدن نسبت به میهن و تعلقات ملی مربوط به آن طی چند مرحله پیش می‌رود و روندی از ملموس به انتزاعی را طی می‌کند و در ۱۲ سالگی هنوز پایان نیافته است؛ همچنین به اعتقاد دانشمندان علوم اجتماعی سال‌های بین ۱۱-۲۰ تا ۲۰ سالگی از بحرانی‌ترین سال‌های استقرار و تثبیت هویت‌های قومی و ملی است؛ چنان‌که به اعتقاد گیلندر (نقل از جعفری کیزقان، ۱۳۸۴) هویت ملی در حدود ۱۹ سالگی به پختگی می‌رسد. بر این اساس انتظار می‌رود از سال‌های آغاز دوره نوجوانی تا اوایل جوانی، افزایشی در هویت ملی صورت گیرد، اما برخی یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد با بالا رفتن سن افراد، هویت ملی آنان تضعیف می‌شود. برای مثال طالبی (۱۳۸۱: ۸) در پژوهشی هویت ملی دانش‌آموزان را مقایسه کرد و نتیجه گرفت که دبیرستانی‌ها در مقایسه با مقاطع پایین‌تر، هویت ملی ضعیف‌تری دارند. جعفری کیزقان (۱۳۸۴) و ربانی، ربانی و حسنی (۱۳۸۸: ۸۰) نیز نشان دادند بین سن و هویت ملی در نوجوانان و جوانان رابطه‌ای منفی وجود دارد؛ چنان‌که با افزایش سن، گرایش‌های ملی افراد کاهش می‌یابد. بنابراین با توجه به ناهم‌سویی یافته‌ها و نیاز به اطلاعات دقیق‌تر درباره رشد هویت ملی پس از دوران کودکی، این پرسش مطرح می‌شود که روند

تغییرات هویت ملی و ابعاد آن از اوایل دوره نوجوانی تا اوایل دوره جوانی چگونه است؟ برای پاسخگویی به این پرسش و دستیابی به قوت و ضعف هریک از ابعاد هویت ملی، در ابتدا، به شناسایی هریک از آنها پرداخته و سپس نحوه تغییرات هویت ملی از اوایل نوجوانی تا اوایل جوانی بررسی و در نهایت ابعاد آن با یکدیگر مقایسه می‌شود.

مبانی نظری تحقیق

اساس نظری چند بُعدی بودن هویت اجتماعی از تعریف مشهور تاجفل (۱۹۷۸) برمی‌خیزد، مبنی بر اینکه هویت اجتماعی بخشی از مفهوم خود شخص است که ناشی از آگاهی وی از عضویت گروهی‌اش همراه با معانی ارزشی و هیجانی است که برای آن عضویت قائل می‌شود. براون و همکاران (۱۹۸۶) سه بعد هویت اجتماعی را که از تعریف تاجفل از هویت اجتماعی و تلویحات آن قابل برداشت است، به ترتیب زیر مطرح کرده‌اند:

۱. بعد شناختی: آگاهی و شناخت فرد از عضویت در گروه اجتماعی (خود مقوله‌بندی)؛
 ۲. بعد ارزش‌یابانه: ارزش مثبت یا منفی ناشی از عضویت در گروه و تعلق به آن (حرمت خودگروهی)؛
 ۳. بعد هیجانی: حس درگیری عاطفی فرد با گروه (تعهد عاطفی).
- کمرن (۲۰۰۴) بر اساس تعریف هویت اجتماعی تاجفل، مدلی سه عاملی برای مطالعه و اندازه‌گیری هویت اجتماعی ارائه و آن را در گروه‌های مختلف اجتماعی، بررسی کرده است. سه مؤلفه هویت اجتماعی که در این مدل مورد نظر قرار گرفته‌اند، عبارتند از:
- الف) مرکزیت: از نظر کمرن این بعد، به جنبه شناختی هویت اجتماعی اشاره می‌کند که خود دارای دو شاخص است: ۱) میزانی که عضویت گروهی فرد به ذهن وی می‌آید؛ ۲) اهمیت ذهنی که گروه مورد نظر برای تعریف خود شخص دارد.
 - ب) عاطفه درون گروهی: خوشحالی یا تأسف شخص درباره عضویت گروهی خود
 - ج) پیوندهای درون گروهی: احساس اعضای گروه نسبت به بودن در گروه و دلبستگی به آن.
- از نظر فورست و برت (۲۰۰۱)، هویت ملی نظام روان‌شناختی پیچیده‌ای است که مؤلفه‌های شناختی و عاطفی گوناگونی را دربردارد؛ چنان‌که در بعد شناختی، هویت ملی بر آگاهی فرد از عضویت خود در گروه ملی (خودمقوله‌بندی)، باورهای درباره

ویژگی‌های نوعی اعضای گروه ملی و برون‌گروه‌های برجسته و دانش در مورد میهن ملی مانند علائم، نمادها، آداب و رسوم و سنت‌های ملی تأکید می‌ورزند؛ آنان در بعد عاطفی هویت ملی بر احساس تعلق فرد به گروه ملی، وابستگی هیجانی به میهن ملی، احساسات متمایز نسبت به اعضای گروه ملی در مقابل اعضای برون‌گروه‌ها و هیجانان اجتماعی متنوع نظیر غرور ملی اشاره می‌کنند.

پیشینه نظری تحقیق

ادبیات نظری و پیشینه پژوهشی قابل قبول و مستدلی مبنی بر ارتباط تنگاتنگ بین هویت‌ها اعم از فردی و اجتماعی و الگوهای رفتاری وجود دارد که بر اساس آن می‌توان بعد رفتاری را یکی از ابعاد تمامی انواع هویت‌ها از جمله هویت اجتماعی و به طور مشخص هویت ملی دانست. در این بخش به تلویحات و دلالت‌های چند نظریه درباره ارتباط بین هویت اجتماعی و رفتار یا به عبارت دیگر تأثیرپذیری الگوهای رفتاری از هویت اجتماعی اشاره می‌شود.

طبق نظریه «کنترل هویت» (بورک، ۲۰۰۴) معنای یک هویت شبیه ترموستات عمل می‌کند؛ برای مثال یک هنرپیشه از معانی اجتماعی هویت خویش به عنوان نقطه مرجعی برای سنجش و ارزیابی آنچه در موقعیت رخ می‌دهد، استفاده می‌کند. وی بر اساس سنجش هویت‌های اعضای دیگر گروه و همچنین عناصر موقعیتی که دارای معانی مشترکی هستند، عملکرد خود را نظم می‌بخشد؛ یعنی دست به گزینش و تحقق رفتارهایی می‌زند که هویت وی را در موقعیت حفظ کند.

تاجفیل و ترنر در سال ۱۹۷۹ نظریه هویت اجتماعی را مطرح کردند که بر اساس آن رفتار با توجه به قرار گرفتن بر روی یک پیوستار مفهوم‌سازی می‌شود - از گروهی/ بین گروهی تا شخصی/ بین شخصی. در گروه‌ها و اجتماعات، اعمال متأثر از هویت اجتماعی است و در روابط بین شخصی از هویت شخصی یعنی جنبه‌های فردی خود و شخصیت تأثیر می‌پذیرد. چنانچه هویتی گروهی برای افراد برجستگی داشته باشد، بر حسب آن عضویت گروهی، رفتار می‌کنند. افزون بر تأثیرگذاری گروه بر الگوهای رفتاری، شناخت افراد از خود و دیگران نیز متأثر از عضویت گروهی آنان است؛ چنان‌که برداشت و تصور اشخاص از خود و دیگران با توجه به ویژگی‌های قلبی گروه‌هایی که خود را متعلق به آنها می‌دانند، صورت می‌گیرد (اسکیوینگتون^۱ و بیکر، ۱۹۸۹).

1. Skevington

نظریه خودمقوله‌بندی ترنر و همکاران (۱۹۸۷، به نقل از هودی و خطیب، ۲۰۰۷) از نظریه هویت اجتماعی ریشه می‌گیرد و به طور خاص عضویت‌های گروهی و تأثیر آن را بر مفهوم خود شخص مورد توجه قرار می‌دهد. در این نظریه، مفهوم خود، ترکیب یا مجموعه‌ای از تصاویر خود است که با توجه به ویژگی‌های شخصی و همچنین خصوصیات برخاسته از تعلقات گروهی شکل گرفته‌اند. چنانچه ویژگی‌های شخصی برجستگی داشته باشند، فرد زیر تأثیر ویژگی‌هایی است که وی را از دیگری متمایز می‌کند؛ در صورتی که یک مقوله یا هویت اجتماعی برجستگی داشته باشد، فرد درباره ویژگی‌های گروه حساس است و آن را از گروه غیرخودی تفکیک می‌کند. برای اینکه هویت اجتماعی در رفتار ظهور پیدا کند و برجستگی یابد، لازم است که «خود» فرد در مقوله هویتی درگیر شده باشد. مصداق بارز این نکته را می‌توان در واکنش‌های افراد نسبت به اعضای گروه ملی خود مانند مسابقات ورزشی یا رویدادهای ناگوار مثل سقوط هواپیما مشاهده کرد.

طبق نظریه نقش هر یک از انسان‌ها در اجتماع دارای موقعیت‌های بسیاری هستند و در این راستا نقش‌های اجتماعی گوناگونی ایفا می‌کنند. افراد با مشاهده رفتار خود و واکنش‌های دیگران به آنان در حین ایفای نقش‌ها، هویت‌ها را می‌سازند؛ بنابراین به واسطه هر نقشی که اجرا می‌شود، دیدگاهی متفاوت درباره اینکه چه کسی هستند، یعنی یک هویت شکل می‌گیرد (دیلامتر و مایرز، ۲۰۰۷). با توجه به عجز بودن و رابطه تنگاتنگ هویت‌ها و نقش‌ها و همچنین در نظر گرفتن این نکته که رفتارها ابزارهای اساسی ایفای نقش‌ها هستند، می‌توان الگوهای رفتاری را یکی از ابعاد تعیین‌کننده هویت‌های اجتماعی از جمله هویت ملی دانست. بر این اساس مطالعه الگوهای رفتاری افراد به عنوان عضوی از گروه ملی خویش در کنار جنبه‌های شناختی و هیجانی، اطلاعات بسیاری درباره نقش آنان به عنوان عضوی از گروه ملی یا هویت ملی آنان به دست خواهد داد.

چهارچوب نظری

در این مطالعه برای شناسایی و معرفی ابعاد هویت ملی و اثبات بعد رفتاری، از تمامی نظریه‌های یادشده استفاده شده است. تعاریف فورست و برت (۲۰۰۱) و کمرون (۲۰۰۴) از ابعاد هویت ملی مورد توجه قرار گرفته‌اند اما از آنجاکه نظریه هویت اجتماعی تاجفل (۱۹۷۸) خاستگاه مطالعات مربوط به چند بعدی بودن هویت اجتماعی است می‌توان گفت اساس و چهارچوب نظری مطالعه حاضر، این نظریه است که سایر مطالعات نظری و پژوهشی نیز در جهت توسعه آن صورت پذیرفته‌اند.

ادبیات پژوهش

از معدود مطالعاتی که درباره تفکیک ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری هویت ملی و مقایسه آنها صورت گرفته است، می‌توان به پژوهش *حقیقتیان، غضنفری و تکه/اکبرآبادی* (۱۳۹۰: ۷۱) اشاره کرد که نشان دادند بعد عاطفی هویت ملی قوی‌تر و بعد رفتاری ضعیف‌تر از ابعاد دیگر آن است.

مطالعات مربوط به رشد هویت ملی پسران و دختران سنین مختلف نیز نتایج متفاوتی را نشان داده‌اند. چنان‌که *پنهایمر^۱ و برت* (۲۰۱۱: ۴) نیز پس از اجرای پژوهش روی کودکان و نوجوانان کشورهای متعدد نتیجه گرفتند رشد نگرش‌های ملی نه تنها تابعی از رشد شناختی و اطلاعات است بلکه از زمینه‌های تاریخی و اجتماعی - فرهنگی محل زندگی آنان نیز تأثیر می‌پذیرد. برای مثال فورست و برت (۲۰۰۱) قدرت همانندسازی کودکان و نوجوانان ۱۱ تا ۱۵ ساله انگلیسی را با ملیت خود مطالعه کردند. آنان دریافتند که قدرت همانندسازی آزمودنی‌ها با بالا رفتن سن آنان تغییر نمی‌یابد، اما پسران در مقایسه با دختران سطوح بالاتری از همانندسازی ملی را نشان می‌دهند. نتایج پژوهش *میهر^۲ و برت* (۲۰۰۵) نیز بیانگر آن بود که با بالا رفتن سن در قدرت همانندسازی نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله آلمانی با ملیت خویش، تغییری حاصل نمی‌شود، اما پسران از نظر قدرت همانندسازی با ملیت آلمانی قوی‌تر از دختران هستند. یافته‌های مطالعات *مانوکا* (۲۰۰۱)، *دیکسون* (۲۰۰۲) و *تسونگ* (۲۰۰۶) و محققان ایرانی از جمله *سهل/آبادی* (۲۰۰۲) و *رحیمی‌نژاد* (۱۳۷۹) نیز تفاوتی را بین میزان رشد هویت ملی در سنین مختلف نشان ندادند، اما در پژوهش *تسونگ* (۲۰۰۶) و *سهل/آبادی* (۲۰۰۲) هویت ملی پسران قوی‌تر از دختران بود. *قنبری برزیان و جعفرزاده‌پور* (۱۳۹۰: ۲۰) نیز دریافتند مردان بیش از زنان دارای وفاداری، تعهد ملی و حاضر به دفاع از کشور در شرایط جنگی هستند. در مقابل، *مقدس جعفری، شیخاوندی و شریف‌پور* (۱۳۸۷: ۱۱۶) نشان دادند که زنان در مقایسه با مردان از هویت ملی قوی‌تری برخوردارند. از سوی دیگر *بحرانی، سروش و حسینی* (۱۳۹۰: ۱۱۳) و *موحد و کاووسی* (۱۳۹۰: ۱۲۲) تفاوت معناداری بین هویت ملی پسران و دختران پیدا نکردند.

برخلاف تحقیقات یادشده که بیانگر ثبات نسبی قدرت همانندسازی ملی با بالا رفتن سن هستند، *الکساندر* (۲۰۰۲)، به نقل از برت، (۲۰۰۷)، *طالبی* (۱۳۸۱: ۸)، *جعفری کیدقان* (۱۳۸۴) و *ربانی، ربانی و حسینی* (۱۳۸۸)، نشان دادند که آزمودنی‌های سنین بالاتر در

1. Oppenheimer

2. Meaher

مقایسه با سنین پایین‌تر، هویت ملی ضعیف‌تری دارند. همچنین در مطالعه دارابی (۱۳۸۰)، ربانی، ربانی و حسنی (۱۳۸۸: ۸۸) و خواجه نوری، هاشمی و روحانی (۱۳۸۹) هویت ملی دختران قوی‌تر از پسران بود.

جنبه‌ای دیگر از کوشش‌های مطالعاتی در زمینه رشد هویت ملی، مربوط به رشد ادراک کودکان و نوجوانان از نمادها و آثار ملی است که در ایران پژوهش‌های شایان توجهی در این زمینه وجود ندارد. اما می‌توان به برخی از پژوهش‌های خارجی در این زمینه اشاره کرد. برای مثال در یکی از قدیمی‌ترین تحقیقات درباره نمادها و علائم ملی، وینشتاین (۱۹۵۷) با کودکان ۵ تا ۱۲ ساله آمریکا درباره درک آنان از پرچم آمریکا مصاحبه‌ای انجام داد. وی دریافت با افزایش سن، دانش کودکان از کشورها و آنچه متعلق به آنهاست به گونه‌ای قابل ملاحظه افزایش می‌یابد. برت و همکاران (۱۹۹۷)، به نقل از برت، (۲۰۰۷) در پژوهشی روی افراد ۶ تا ۱۵ ساله، توانایی تشخیص پرچم‌ها، پول رایج، بناهای تاریخی، چشم‌اندازها، غذاها و آداب و رسوم ملی را مطالعه کردند و نشان دادند با بالا رفتن سن، دانش و آگاهی درباره نمادهای ملی تقویت می‌شود.

پرسش‌ها و فرضیه‌های تحقیق

۱. آیا هویت ملی دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است؟
۲. آیا بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی، تفاوت معناداری وجود دارد؟
۳. آیا بین میزان رشد ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری هویت ملی در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی، تفاوت معناداری وجود دارد؟
در پاسخ به این پرسش‌ها می‌توان فرضیه‌های زیر را مطرح کرد:
 ۱. هویت ملی دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است.
 ۲. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.
 ۳. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اوایل نوجوانی تفاوت معناداری وجود دارد.
 ۴. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اواخر نوجوانی تفاوت معناداری وجود دارد.
 ۵. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اوایل جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.
 ۶. بین میزان شناخت نمادها و علائم ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل دوره جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.
 ۷. بین میزان رشد ابعاد هویت ملی (شناختی، عاطفی و رفتاری) تفاوت معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

با در نظر گرفتن ماهیت موضوع و فرضیه‌ها، این تحقیق از نوع همبستگی بوده و به روش پیمایشی صورت گرفته است. ابزار تحقیق شامل دو پرسشنامه هویت ملی و علائم و نمادهای ملی بوده که بر اساس پیشینه نظری و پژوهشی و نظر کارشناسان طراحی شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، دانش‌آموزان پایه‌های سوم مدارس راهنمایی (اوایل نوجوانی) و دبیرستان‌های دولتی (اواخر نوجوانی) شهر تهران و همچنین دانشجویان مقطع کارشناسی (اوایل جوانی) دانشگاه‌های دولتی و آزاد تهران در سال تحصیلی ۸۸-۸۷ بوده است. از میان این افراد با روش نمونه‌برداری خوشه‌ای تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران (لوی و لمی شو، ۱۳۸۳) نمونه‌ای ۷۰۰ نفری شامل ۳۵۸ پسر و ۳۴۲ دختر انتخاب شد.

$$n = \frac{Z^2 \times \frac{S^2}{E^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(Z \times \frac{S^2}{E^2} \right)}$$

از آنجا که تعداد دقیق دانش‌آموزان و دانشجویان در مقاطع و پایه‌های مورد نظر در دسترس نبوده، فرمول به صورت زیر مورد استفاده قرار گرفت:

$$n = Z^2 \times \frac{S^2}{E^2}$$

میزان Z برابر با ۱/۹۶ درصد و S برابر ۰/۲۵ درصد انتخاب و بر اساس آن ماکزیمم میزان حجم ممکن حاصل شد. E که میزان اشتباه در برآورده است نیز به میزان ۳/۴ درصد انتخاب شد. به این ترتیب، نمونه‌ای ۷۰۰ نفری، شامل ۲۲۴ دانش‌آموز راهنمایی، ۲۱۶ دانش‌آموز دبیرستانی و ۲۶۰ نفر دانشجوی کارشناسی به دست آمده است.

تعریف مفاهیم

۱. هویت ملی: در پژوهش حاضر، تعریف هویت ملی از فورست و برت (۲۰۰۱) به علت دارا بودن پشتوانه پژوهشی بسیار درباره نگرش‌های ملی نوجوانان سراسر دنیا و جامعیت بیشتر در مقایسه با تعاریف دیگر و همچنین تعریف کمرون (۲۰۰۴) به علت تأکید بر بعد ذهنی هویت ملی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر این اساس، هویت ملی نظام روان‌شناختی پیچیده‌ای مشتمل بر ابعاد شناختی و عاطفی است. بعد شناختی هویت ملی شامل آگاهی فرد از عضویت خود در گروه ملی (خودمقوله‌بندی)، باورهایی

درباره ویژگی‌های نوعی اعضای گروه ملی و برون‌گروه‌های برجسته و همچنین شناخت علائم، نمادها، آداب و رسوم و سنت‌های ملی و اشتغال ذهنی به ملیت و تعریف خود با توجه به ملیت است. در بعد عاطفی، احساس تعلق فرد به گروه ملی و وابستگی هیجانی به میهن، احساسات متمایز به اعضای گروه ملی در مقابل اعضای برون‌گروه‌ها و هیجان‌های اجتماعی نظیر غرور ملی مورد نظر است. در این پژوهش افزون بر ابعاد شناختی و عاطفی، بعد رفتاری نیز که به آمادگی‌های رفتاری فرد درباره میهن و تعلقات ملی اشاره می‌کند، بر اساس دلالت‌های مبانی نظری و پیشینه پژوهشی به عنوان بعدی جدید مطرح نظر قرار می‌گیرد.

پرسشنامه هویت ملی بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران فوق، مصاحبه‌های مقدماتی با دانش‌آموزان، اولیای مدارس و دانشجویان و با توجه به پرسشنامه‌های هویت ملی مورد استفاده در پژوهش‌های داخل کشور (باتمانی، ۱۳۸۴ و غفوری کله، ۱۳۸۴) در قالب سه بعد (عاطفی، شناختی و رفتاری) و ۳۱ گویه در طیف لیکرت تدوین شده است:

بعد عاطفی هویت ملی دارای ۹ گویه (کشور ایران را دوست دارم، به هر دلیل که به ایران توهین شود ناراحت می‌شوم و...) است. بعد شناختی هویت ملی که شامل ۱۱ گویه است، میزان اشتغال ذهنی فرد به ملیت، استفاده از هویت ملی در تعریف خود و همچنین ویژگی‌های نوعی اعضای گروه ملی را از نظر وی می‌سنجد (من اغلب درباره ایرانی بودن خود فکر می‌کنم، من ایرانیان را مردمی با فرهنگ و هنرمند می‌دانم و...). بعد رفتاری هویت ملی نیز شامل ۱۱ گویه (اگر به شهرهای ایران مسافرت کنم به دیدن اماکن و آثار باستانی می‌روم، در صورت وقوع بحران مانند سیل، زلزله و جنگ در حد توان به کشورم خدمت می‌کنم و...) است.

پایایی و انسجام درونی پرسشنامه هویت ملی با دو روش آزمون - بازآزمون و ضریب آلفای کرونباخ، و روایی آن نیز با دو روش روایی صوری و تحلیل عوامل، مورد بررسی قرار گرفت و تأیید شد.

۲. پرسشنامه علائم و نمادهای ملی: این پرسشنامه با مروری بر کتاب‌های درسی دوره راهنمایی و دبیرستان و زیر نظر دبیران ادبیات، تاریخ، جغرافیا و تعلیمات اجتماعی و همچنین دو تن از کارشناسان ارشد باستان‌شناسی برای سنجش شناخت دانش‌آموزان و دانشجویان از مکان‌ها و بناهای تاریخی (۸ مورد مانند ارگ قدیم، میدان نقش جهان، تخت جمشید و...)، آثار ادبی کهن (۶ مورد مانند مثنوی معنوی، دیوان اشعار حافظ، گلستان و بوستان سعدی و...)، شخصیت‌های تاریخی (۸ مورد مانند کوروش

کبیر، نادرشاه، امیرکبیر و...)، نمادهای ملی (پرچم و سرود) و مناسبت‌های ملی (شب یلدا، چهارشنبه‌سوری، عید نوروز و سیزده‌بدر) طراحی شد.

یافته‌ها

در بخش حاضر ابتدا به توصیف و سپس به تحلیل آماری داده‌های پژوهش پرداخته می‌شود. بیشترین نمره‌ای که افراد از پاسخگویی به پرسشنامه هویت ملی می‌توانستند کسب کنند، ۱۲۴ و کمترین نمره ۳۱ است؛ همچنین بیشترین نمره در بعد عاطفی ۳۶ و در بعد شناختی و رفتاری ۴۴ و کمترین نمره در بعد عاطفی ۹ و در بعد شناختی و رفتاری ۱۱ است. همان‌گونه که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، با بالا رفتن سن و تحصیلات، میانگین نمره‌های هویت ملی (کل) در افراد نمونه کاهش می‌یابد؛ چنان‌که افراد در اوایل نوجوانی دارای بالاترین میانگین (۹۷/۲) و جوانان دانشگاهی دارای کمترین میانگین (۹۳/۱) هستند. در کل افراد نمونه و در تمامی دوره‌ها میانگین نمره‌های بعد رفتاری هویت ملی بیشتر و میانگین بعد شناختی کمتر از سایر ابعاد است.

جدول شماره ۱. شاخص‌های آماری (حداقل، حداکثر، میانگین، واریانس و انحراف معیار) هویت ملی و ابعاد آن به تفکیک دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی

انحراف معیار (s)	واریانس ^۲ (s)	میانگین (x̄)	حداکثر	حداقل	شاخص‌های آماری	
					ابعاد هویت ملی	مشخصات آزمودنی‌ها
۴/۸	۲۳/۰۲	۳۲/۷۴	۳۶	۱۱	عاطفی	اوایل نوجوانی (مقطع راهنمایی)
۵/۲۲	۲۷/۲۵	۳۰/۳۱	۴۰	۱۰	شناختی	
۵/۳۳	۲۸/۴۲	۳۴/۱	۴۴	۱۶	رفتاری	
۱۳/۶	۱۸۴/۶۵	۹۷/۲	۱۲۱	۴۱	کل (هویت ملی)	
۴/۹۰	۲۴/۰۴	۳۱/۹۲	۳۶	۱۲	عاطفی	اواخر نوجوانی (مقطع دبیرستان)
۵/۲۹	۲۸/۰۲	۲۸/۸۶	۳۹	۱۵	شناختی	
۵/۲۵	۲۷/۵۷	۳۳/۱۱	۴۴	۱۹	رفتاری	
۱۳/۷۴	۱۸۸/۹۱	۹۳/۹	۱۲۳	۵۳	کل (هویت ملی)	

۵/۴۶	۲۹/۸۹	۳۱/۶۷	۳۶	۱۲	عاطفی	اوایل جوانی (دانشگاه)
۵/۱۸	۲۶/۸۷	۲۷/۸۳	۴۰	۶	شناختی	
۴/۸۸	۲۳/۸۶	۳۳/۶۹	۴۳	۱۳	رفتاری	
۱۳/۹	۱۹۳/۲۲	۹۳/۱	۱۲۳	۳۳	کل (هویت ملی)	

طبق جدول شماره ۲، میانگین نمره‌های میزان شناخت علائم و نمادهای ملی در پسران بیشتر از دختران (۷۵/۴۷ در مقابل ۷۴/۹۱) و در ابتدای جوانی (۷۶/۸۲) بیشتر از اوایل و اواخر دوره نوجوانی است.

جدول شماره ۲. شاخص‌های آماری (حداقل، حداکثر، میانگین، واریانس و انحراف معیار) میزان شناخت علائم و نمادهای ملی به تفکیک جنس و دوره زندگی

انحراف معیار (s)	واریانس ^۲ (s)	میانگین (\bar{x})	حداکثر	حداقل	شاخص‌های آماری مشخصات آزمودنی‌ها	
					جنس	دوره زندگی
۹/۹۱	۹۸/۳۶	۷۵/۴۷	۱۰۰	۴۲	پسر	دوره زندگی
۱۰/۶۴	۱۱۳/۳۳	۷۴/۹۱	۱۰۴	۴۵	دختر	
۱۰/۷۰	۱۱۴/۶۴	۷۴/۴۱	۱۰۴	۴۶	اوایل نوجوانی (مقطع راهنمایی)	
۱۰/۰۸	۱۰۱/۷۳	۷۴/۰۵	۹۶	۴۵	اواخر نوجوانی (مقطع دبیرستان)	
۹/۸۷	۹۷/۵۵	۷۶/۸۲	۱۰۰	۴۲	ابتدای جوانی (دانشگاه)	

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱. هویت ملی دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است.

به منظور بررسی فرضیه فوق، نمره‌های پرسشنامه هویت ملی با ۳۱ گویه وارد روش تحلیل عاملی اکتشافی شد و سپس با روش چرخش واریانس مورد بررسی قرار گرفت. همان‌گونه که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، نتایج تحلیل عاملی گویه‌های مربوط به ابعاد هویت ملی یعنی بارهای عاملی گویه‌ها و همچنین مقدار ویژه بزرگ‌تر از یک در هر بعد بیانگر این واقعیت است که هویت ملی اندازه‌گیری شده، سازه‌ای سه‌بعدی است که در آن، بعد «عاطفی» با ۹ گویه، زیر یک عامل و ابعاد «شناختی» و

«رفتاری» هریک با ۱۱ گویه به عنوان عوامل دوم و سوم هستند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که هویت ملی دارای سه بعد عاطفی، شناختی و رفتاری است.

جدول شماره ۳. نتایج آزمون تحلیل عاملی گویه‌های پرسشنامه هویت ملی

ضریب پایایی	مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی	درصد واریانس تبیین شده	بارهای عاملی گویه‌ها	گویه‌ها	ابعاد
۰/۷۷	۴/۶	۱۴/۹۷	۱۴/۹۷	۰/۳۴	۱	بعد عاطفی
				۰/۶۳	۲	
				۰/۵۱	۳	
				۰/۶۴	۴	
				۰/۳۳	۵	
				۰/۵۹	۶	
				۰/۵۷	۷	
				۰/۵۳	۸	
				۰/۵۴	۹	
۰/۷۶	۳/۷	۲۷/۰۵	۱۲/۱	۰/۶۹	۱۰	بعد شناختی
				۰/۶۷	۱۱	
				۰/۲۹	۱۲	
				۰/۲۴	۱۳	
				۰/۳۷	۱۴	
				۰/۵۸	۱۵	
				۰/۵۵	۱۶	
				۰/۵۳	۱۷	
				۰/۶۰	۱۸	
				۰/۴۷	۱۹	
				۰/۶۰	۲۰	
۰/۷۲	۳/۴	۳۸/۰۹	۱۱/۰۴	۰/۱۲	۲۱	بعد رفتاری
				۰/۲۷	۲۲	
				۰/۶۳	۲۳	
				۰/۶۴	۲۴	
				۰/۵۳	۲۵	
				۰/۶۱	۲۶	
				۰/۳۶	۲۷	
				۰/۶۰	۲۸	
				۰/۲۹	۲۹	
				۰/۷۰	۳۰	
				۰/۴۲	۳۱	

۰/۹۱۹ = (KMO) آزمون نمونه‌گیری مناسب کایزر - می‌یر - ال‌کین
 ۵۴۴۹/۴۳۰ = (BTS) آزمون بارتلت
 ۰/۰۰۰۱ = (sig) سطح معناداری

فرضیه ۲. بین میزان رشد هویت ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل دوره جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.

طبق جدول شماره ۴ بر اساس نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه (ANOVA) برای مقایسه میانگین‌های نمره‌های هویت ملی گروه نمونه در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی می‌توان نتیجه گرفت که بین میانگین نمره‌های هویت ملی در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی تفاوت معناداری وجود دارد ($F=5.77$) آزمون تعقیبی شفه نیز نشان می‌دهد، تفاوت بین میانگین هویت ملی در اوایل نوجوانی با اواخر نوجوانی و همچنین اوایل جوانی معنادار است، به طوری که هویت ملی در اوایل نوجوانی بیشتر و در اوایل جوانی کمتر از دوره‌های دیگر است (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۴. خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مستقل با هدف مقایسه میانگین نمره‌های هویت ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل جوانی

منابع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	نسبت F	سطح معناداری
بین گروه‌ها	۲۱۸۵/۵۷	۲	۱۰۹۲/۷۸۸	۵/۷۷**	۰/۰۰۳
درون گروه‌ها	۱۳۱۸۴۰/۳	۶۹۷	۱۸۹/۱۵۴		
جمع کل	۱۳۴۰۲۵/۸	۶۹۹			

** $P < 0.01$

جدول شماره ۵. نتایج آزمون تعقیبی شفه به منظور بررسی کمترین تفاوت معنادار بین میانگین نمره‌های هویت ملی در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی

سطح معناداری	خطای معیار S_E	اختلاف میانگین	شاخص‌های آماری	
			دوره‌های زندگی	
۰/۰۴۶	۱/۳۱	۳/۲۶*	اواخر نوجوانی	اوایل نوجوانی
۰/۰۰۵	۱/۲۵	۴/۰۹**	اوایل جوانی	اوایل نوجوانی
۰/۸۱	۱/۲۶	۰/۸۲	اوایل جوانی	اواخر نوجوانی

** $P < 0.01$

* $P < 0.05$

فرضیه ۳. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اوایل نوجوانی تفاوت معناداری وجود دارد.

مقایسه میانگین نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اوایل نوجوانی با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه نشان داد که بین میانگین‌های نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اوایل نوجوانی در سطح معناداری $\alpha = 0/01$ تفاوت معناداری وجود دارد ($F=7.69$) به گونه‌ای که دختران در مقایسه با پسران در اوایل نوجوانی، از هویت ملی بالاتری برخوردارند (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶. خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مستقل با هدف مقایسه میانگین‌های نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اوایل نوجوانی

جنس	میانگین	منابع تغییرات	مجموع مجدورات	درجه آزادی	میانگین مجدورات	نسبت F	سطح معناداری
پسر	۹۴/۸۷	بین گروه‌ها	۱۳۷۸/۹۳	۱	۱۳۷۸/۹۳	۷/۶۹**	۰/۰۰۶
دختر	۹۹/۸۵	درون گروه‌ها	۳۹۷۹۷/۹۵	۲۲۲	۱۷۹/۲۷		
کل گروه نمونه	۹۷/۱۶	جمع کل	۴۱۱۷۶/۸۸	۲۲۳			

** $P < 0/01$

فرضیه ۴. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اواخر نوجوانی تفاوت معناداری وجود دارد.

مقایسه میانگین هویت ملی پسران و دختران در اواخر نوجوانی با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه نشان داد که بین میانگین‌های هویت ملی پسران و دختران در اواخر نوجوانی در سطح معناداری $\alpha = 0/05$ تفاوت معنادار وجود دارد ($F=4.64$) به گونه‌ای که پسران در این دوره دارای هویت ملی بالاتری هستند (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷. خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مستقل به منظور مقایسه میانگین‌های نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اواخر نوجوانی

جنس	میانگین	منابع تغییرات	مجموع مجدورات	درجه آزادی	میانگین مجدورات	نسبت F	سطح معناداری
پسر	۹۶	بین گروه‌ها	۸۶۱/۹۲	۱	۸۶۱/۹۲	۴/۶۴*	۰/۰۳۲
دختر	۹۱/۹۷	درون گروه‌ها	۳۹۷۵۵/۸۳	۲۱۴	۱۸۵/۷۷		
کل گروه نمونه	۹۳/۸۶	جمع کل	۴۰۶۱۷/۷۵	۲۱۵			

** $P < 0/05$

فرضیه ۵. بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران در اوایل جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.

مقایسه میانگین نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اوایل جوانی با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه نشان داد که دختران در مقایسه با پسران در اوایل جوانی از میانگین بالاتری ($F=5.25$) در نمره‌های هویت ملی برخوردار هستند (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸. خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مستقل به منظور مقایسه میانگین‌های نمره‌های هویت ملی پسران و دختران در اوایل جوانی

جنس	میانگین	منابع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	نسبت F	سطح معناداری
پسر	۹۱/۱۵	بین گروه‌ها	۹۹۸/۷۱	۱	۹۹۸/۷۱	۵/۲۵*	۰/۰۲۳
دختر	۹۵/۱	درون گروه‌ها	۴۹۰۴۶/۸۹	۲۵۸	۱۹۰/۱۰۴		
کل گروه نمونه	۹۳/۰۷	جمع کل	۵۰۰۴۵/۶۱	۲۵۹			

* $P < 0.05$

فرضیه ۶. بین میزان شناخت نمادها و علائم ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل دوره جوانی تفاوت معناداری وجود دارد.

میانگین نمره‌های میزان شناخت نمادها و علائم ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل جوانی با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه مقایسه شد (جدول شماره ۹) که نشان داد بین میزان شناخت نمادها و علائم ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل جوانی در پسران و دختران تفاوت معنادار وجود دارد ($F=5.327$). طبق آزمون شفه افرادی که در اوایل جوانی هستند از بیشترین میانگین نمره‌های شناخت نمادها و علائم ملی برخوردارند (جدول شماره ۱۰).

جدول شماره ۹. خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مستقل به منظور مقایسه میانگین نمره‌های میزان شناخت نمادها و علائم ملی در اوایل و اواخر دوره نوجوانی و اوایل جوانی

دوره زندگی	میانگین	منابع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	نسبت F	سطح معناداری
اوایل نوجوانی	۷۴/۴	بین گروه‌ها	۱۱۱۱/۳۵۹	۲	۵۵۵/۶۷۹	۵/۳۲۷**	۰/۰۰۵
اواخر نوجوانی	۷۴/۱						
اوایل جوانی	۷۶/۸۲	درون گروه‌ها	۷۲۷۰۶/۰۴	۶۹۷	۱۰۴/۳۱۳		
کل نمونه	۷۵/۱۹	جمع کل	۷۳۸۱۷/۴	۶۹۹			

** P<۰/۰۱

جدول شماره ۱۰. نتایج آزمون تعقیبی شفه برای بررسی کمترین تفاوت معنادار بین میانگین‌های نمره‌های میزان شناخت نمادها و علائم ملی در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی

sig	خطای معیار S _E	اختلاف میانگین‌ها	شاخص‌های آماری	
			دوره زندگی	اوایل نوجوانی
۰/۹۳۲	۰/۹۷	۰/۳	اواخر نوجوانی	اوایل نوجوانی
۰/۰۳۵	۰/۹۳	-۲/۴۱۱*	اوایل جوانی	اوایل نوجوانی
۰/۰۱۳	۰/۹۴	-۲/۷۷*	اوایل جوانی	اواخر نوجوانی

* P<۰/۰۵

فرضیه ۷. بین میزان رشد ابعاد هویت ملی (شناختی، عاطفی و رفتاری) تفاوت معناداری وجود دارد.

طبق جدول شماره ۱۱ مقایسه میانگین ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری هویت ملی نمونه با استفاده از آزمون لانداوی ویلکز نشان می‌دهد بین میزان رشد ابعاد هویت ملی تفاوت معناداری وجود دارد (F=۱۱۸۲۷/۴). همچنین بر اساس آزمون t برای مقایسه میانگین نمونه‌های زوج شده، بین رشد ابعاد هویت ملی در کل نمونه تفاوت معناداری وجود دارد؛ به این ترتیب که میزان رشد بعد رفتاری بیشتر و بعد شناختی کمتر از ابعاد دیگر آن است (جدول شماره ۱۲).

جدول شماره ۱۱. نتایج آزمون لاتن‌دای ولیکز برای مقایسه میانگین‌های ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری هویت ملی

ابعاد	میانگین	Value	F	sig
عاطفی	۳۲/۱	۰/۰۱۹	۱۱۸۲۷/۴**	۰/۰۰۰۱
شناختی	۲۸/۹۷			
رفتاری	۳۳/۶۴			

$P < 0/01$ **

جدول شماره ۱۲. نتایج آزمون t برای مقایسه میانگین نمونه‌های زوج شده نمره‌های ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری هویت ملی

sig	d.f	t	خطای معیار S _E	اختلاف میانگین	شاخص‌های آماری	
					ابعاد	
۰/۰۰۰۱	۶۹۹	۲۲/۲**	۳/۷۵	۳/۱۴	شناختی	عاطفی
۰/۰۰۰۱	۶۹۹	-۹/۱**	۴/۴۸	-۱/۵۴	رفتاری	
۰/۰۰۰۱	۶۹۹	-۲۷/۳**	۴/۵۱	-۴/۶	رفتاری	شناختی

$P < 0/01$ **

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف مطالعه دقیق‌تر و عمیق‌تر رشد هویت ملی یعنی شناسایی و تفکیک ابعاد آن (شناختی، عاطفی و رفتاری) و مقایسه روند تحولی آنها در دوره‌های اوایل و اواخر نوجوانی و اوایل جوانی با روش پیمایشی روی نوجوانان و جوانان تهرانی صورت گرفته است. نتایج به‌دست آمده همسو با تاجفل (۱۹۷۸)، کمرون (۲۰۰۴) و فورست و برت (۲۰۰۱) و نظریه‌های هویت اجتماعی، خود مقوله‌بندی، نقش و کنترل، چند بعدی بودن هویت ملی یعنی ابعاد عاطفی، شناختی و رفتاری را تأیید کردند؛ بنابراین لازم است برای آسیب‌شناسی و شناخت همه‌جانبه‌تر هویت ملی، قوت و ضعف هر سه بعد آن مورد توجه کارشناسان و سیاست‌گذاران قرار گیرد و در تقویت آن از تمرکز افراطی روی یک بعد و غفلت از ابعاد دیگر پرهیز شود.

نمره هویت ملی از اوایل نوجوانی تا اوایل جوانی کاهش یافته است. این یافته در تقابل با پیازه (۱۹۵۱) و محسنی (۱۳۸۳: ۵۴۵) اما همسو با الکساندر (۲۰۰۲)، به نقل از برت، (۲۰۰۷)، طالبی (۱۳۸۴)، جعفری کیذقان (۱۳۸۴) و ربانی، ربانی و حسنی (۱۳۸۸: ۸۰) بیانگر کاهش نمره‌های هویت ملی با افزایش سن بود. با توجه به نتیجه مقایسه رشد هویت ملی گروه‌های سنی مختلف در پژوهش حاضر و همچنین در نظر گرفتن پژوهش‌های کشورهای گوناگون در این زمینه و مقایسه آنها با یکدیگر، می‌توان نتیجه گرفت که کودکان، نوجوانان و جوانانی که در بافت‌های فرهنگی و ملی گوناگون زندگی می‌کنند، الگوهای متنوعی را در رشد هویت ملی نشان می‌دهند (اپنهايمر و برت، ۲۰۱۱: ۴). اما به نظر می‌رسد با افزایش سن و گسترش دامنه تعاملات و همچنین توجه بیشتر جوانان به منابع اطلاعاتی فراتر از خانواده و محیط آموزشی؛ بویژه رسانه‌های گوناگون و سهولت دسترسی به فناوری‌های نوین ارتباطی مانند اینترنت، افق‌های مقایسه‌ای آنان وسیع‌تر می‌شود، چنان‌که به مقایسه وضعیت کشور خود با سایر کشورهای جهان می‌پردازند. همچنین مواجهه بیشتر و جدی‌تر با مسائل و مقوله‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی همراه با بالا رفتن سن، دیدگاه انتقادی آنان را درباره موضوعات کلان و ملی تقویت می‌کند که این امر تا حدودی در نگرش‌های ملی، بازتاب می‌یابد. قوی‌تر بودن بعد رفتاری و ضعیف‌تر بودن بعد شناختی (جنبه ذهنی) هویت ملی در مقایسه با سایر ابعاد آن، یافته مهم دیگری است که با نتایج پژوهش حقیقتیان، غضنفری و تکه‌اکبرآبادی (۱۳۹۰: ۷۱) که نشان دادند در نوجوانان دبیرستانی، بعد عاطفی بیشتر و بعد رفتاری کمتر از ابعاد دیگر، هویت ملی را تبیین می‌کند، همسو نیست. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر دامنه سنی وسیع‌تری (نوجوانان و جوانان) مورد توجه قرار گرفته و همچنین تحولی بودن هویت ملی، همسو نبودن احتمالی نتایج این مطالعات، دور از انتظار نیست؛ از این رو برای شناخت دقیق‌تر این تفاوت‌ها، بررسی و مقایسه ابعاد هویت ملی در گروه‌های مختلف سنی ضرورت می‌یابد.

ضعیف بودن بعد شناختی هویت ملی در پژوهش حاضر، نشانگر تعارض‌ها و چالش‌های ذهنی نوجوانان و جوانان درباره موضوع‌های ملی با وجود آمادگی‌ها و تعهدات رفتاری بالاتر آنان نسبت به کشور خویش است که باید با نگاهی کارشناسانه و علمی مورد مطالعه قرار گیرد. از سوی دیگر یافته‌ها نشان داد که برخلاف جنبه ذهنی بعد شناختی هویت ملی یعنی اشتغال ذهنی فرد به ملیت و استفاده از آن در خود تعریفی، جنبه دانشی این بعد یعنی شناخت نمادها و علائم ملی با بالا رفتن سن افزایش

می‌یابد. چنان‌که مطالعه برت و همکاران (۱۹۹۷)، به نقل از برت) و وینشتاین (۱۹۵۷) نیز همسو با دیدگاه رشد شناختی پیازه نشان داد با افزایش سن، میزان آگاهی از تعلقات و آثار ملی تقویت می‌شود.

برای دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر، میزان رشد هویت ملی دختران و پسران در دوره‌های اوایل نوجوانی، اواخر نوجوانی و اوایل جوانی به طور جداگانه بررسی شد که نتایج به‌دست‌آمده همسو با پژوهش‌های دارابی (۱۳۸۰)، مقدس جعفری، شیخاوندی و شریف‌پور (۱۳۸۷)، ربانی، ربانی و حسنی (۱۳۸۸)، خواجه نوری، هاشمی و روحانی (۱۳۸۹) و قنبری برزیان و جعفرزاده‌پور (۱۳۹۰) نشان داد که بین میزان رشد هویت ملی پسران و دختران تفاوت معنادار وجود دارد؛ چنان‌که در پژوهش حاضر در دوره‌های اوایل نوجوانی و جوانی، هویت ملی دختران بیشتر از پسران است، اما در اواخر نوجوانی پسران در مقایسه با دختران از هویت ملی بالاتری برخوردارند. پژوهشگران و صاحب‌نظرانی مثل گاتر^۱ و مک‌الیر^۲ (۱۹۹۷) برای تبیین تفاوت‌های همانندسازی ملی در پسران و دختران، به الگوهای متفاوت تأثیرپذیری آنان از عوامل محیطی مانند رسانه‌ها و وقایع ورزشی استناد می‌کنند، زیرا کودکان و نوجوانان در تعاملات خویش، هنگام بازی‌های جنگی یا بحث درباره فیلم‌های جنگی بین کشورهای مختلف و همچنین تماشا و پیگیری وقایع ورزشی بین‌المللی، نگرش‌ها و احساسات ملی خویش را به منصفه ظهور می‌رسانند و قوت می‌بخشند؛ بنابراین با توجه به اینکه رسانه‌های جمعی و محیط آموزشی از عوامل تأثیرگذار بر رشد هویت ملی هستند، پیشنهاد می‌شود که با استفاده از شیوه‌های پژوهشی مختلف از قبیل تحلیل محتوا، تحلیل گفتمان و بررسی‌های کارشناسی، نقش برنامه‌های رسانه‌های جمعی و کتب درسی مدارس و دانشگاه در پرداختن به مقوله‌های گوناگون هویت ملی مانند دینی، تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی، زبانی و... به تفکیک ابعاد سه‌گانه شناختی، عاطفی و رفتاری، مورد مطالعه قرار گیرند.

1. Gunter

2. McAleer

منابع

- ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۷)؛ «مؤلفه‌های هویت ملی با رویکرد پژوهشی»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۳۸، ش ۴، صص ۱-۲۲.
- باتمانی، لیلا (۱۳۸۴)؛ بررسی رابطه احساس عدالت توزیعی و هویت ملی در بین جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهر تهران، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهرا (س).
- بحرانی، شعله؛ سروش، مریم؛ حسینی، مریم (۱۳۹۰)؛ «مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۲، ش ۳، صص ۱۲۰-۱۰۳.
- جعفری کیدقان، طاهره (۱۳۸۴)؛ *بررسی تأثیر تلویزیون بر هویت فرهنگی*، مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- حقیقتیان، منصور؛ غضنفری، احمد؛ تکه‌اکبرآبادی، پروانه (۱۳۹۰)؛ «هویت ملی و برخی عوامل مؤثر بر آن در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه اصفهان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، س ۲۲، ش ۱ (۴۱)، صص ۷۱-۸۲.
- خواجه‌نوری، بیژن؛ هاشمی، سمیه؛ روحانی، علی (۱۳۸۹)؛ «سبک زندگی و هویت ملی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۱، ش ۴، صص ۱۵۲-۱۲۷.
- دارابی، جعفر (۱۳۸۰)؛ «بررسی و تعیین نوع هویت فردی، ملی و مذهبی در نوجوانان»، *مجله فرهنگی و پژوهش*، ش ۱۷۳.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول؛ حسینی، محمدرضا (۱۳۸۸)؛ «رسانه‌های جمعی و هویت ملی»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ش ۲ (۵۸)، صص ۶۵-۹۴.
- رحیمی‌نژاد، عباس (۱۳۷۹)؛ «بررسی تحول هویت و رابطه آن با حرمت خود و حالت اضطراب در دانشجویان دوره کارشناسی»، *پایان‌نامه دکتری*، دانشگاه تربیت مدرس.
- رضایی، احمد؛ حاتمی، کاکش (۱۳۸۷)؛ «بررسی رابطه بین میزان گرایش هویت ملی و بحران هویت»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، س ۴، ش ۱۳، صص ۱۴۴-۱۲۳.
- طالبی، سکینه (۱۳۸۱)؛ «تحول هویت ملی دانش‌آموزان دختر دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه شهر تهران»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی*، دانشگاه تربیت مدرس.
- غفوری کله، سیده معصومه (۱۳۸۴)؛ «بررسی هویت دینی و ملی جوانان شهر تهران با تأکید بر تأثیر خانواده بر آن»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی*، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه الزهرا (س).
- قنبری برزیان؛ علی؛ جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۹۰)؛ «قدرت هویت ملی در میان ایرانیان»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۲، ش ۴، صص ۳۰-۳.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۹)؛ *روان‌شناسی اجتماعی*، ج ۸، تهران: انتشارات ارسباران.
- لوی، پل اس؛ لمی شو، استنلی (۱۳۸۳)؛ *نمونه‌گیری روش‌ها و کاربردها*، مترجم: گیتی مختاری میرامجدی، تهران: پژوهشکده آمار.
- محسنی، نیک‌چهره (۱۳۷۵)؛ *ادارک خود از کودکی تا بزرگسالی*، چاپ اول، انتشارات بعثت.
- ----- (۱۳۸۳)؛ *نظریه‌ها در روان‌شناسی رشد*، تهران: انتشارات پردیس.

- مقدس جعفری، محمدحسین؛ شیخاوندی، داور؛ شریف‌پور، حامد (۱۳۸۷)؛ «رابطه هویت ملی و هویت قومی در بین جوانان کرد»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۹، ش ۱، صص ۹۷-۱۲۶.
- موحد، مجید؛ کاوسی، فرزانه (۱۳۹۰)؛ «عوامل فرهنگی - اجتماعی مرتبط با هویت ملی نوجوانان شهر اهواز»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۲، ش ۲، صص ۱۱۳-۱۳۲.
- تقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۶)؛ «هویت ملی و عوامل بحران آن در ایران»، در علی‌اکبر علیخانی (گردآورنده)، *مجموعه مقالات هویت در ایران*، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- Barrett, M. (2007); *Childre's Knowledge, Belifs and Feelings about Nations and National Group*, Hove: Psychology Press.
- Brown, R.J., Condor, F., Mathew, A., Wade, G., & Williams, J.A. (1986); "Explaining Intergroup Differentiation in an Industrial Organization.", *Journal of Occupational Psychology*, 59, PP 273-286.
- Burke, P. (2004); "Identities and Social Structure", *Social Psychology Quarterly*, 67, PP5-15.
- Cameron, J. E. (2004); "A Three-factor Model of Social Identity", *Self and Identity*, 3, PP 239-262.
- Delamater, J.D. Myers, D.J. (2007); *Social Psychology*, Sixthed, Thomson Wadsworth.
- Devine Wright, P., Lyons, E. (1997); "Remembering Past and Representing Places", *Journal of Environmental Psychology*, No. 17, PP 33-45.
- Dixon, A. (2002); *Social Identity Theory and the Development of National Identity in British Adolescents*, BSC dissertation, University of Surrey.
- Forrest, L., Barrett, M. (2001); *English Adolescents Sense of National Identity, Identity Motivations and National Historical Icons*, from. <http://www.psy.surrey.ac.uk/staff/mbarrett.htm>
- Gunter, B. & McAleer, J. (1997); *Children and Television* (2nd edition), London: Routledge.
- Huddy, L., Khatib, N. (2007); "American Patriotism, National Identity, and Political Involvement", *American Journal of Political Science*, Vol. 51, No. 1, PP 63-77.
- Maehr, S. & Barrett, M. (2005); *German pupils'sense of National Identity and Knowledge of National Symbols*, Unpublished paper, Department of Psychology, university of surrey. [from <http://www.psy.surrey.ac.uk/staff/mbarrett.htm>]
- Manouka, A. (2001); *Self-concept and Ethnic Identity of Albanian Children who have Emigrated in Greece*, MS_C disrtation, University of Surrey.
- McCrone, D., (1999); *Nations and regions: Constitutional Change and Identity*, From [<http://www.ed.ac.uk/usgs/forumleverhulme/levobj.html>].
- Oppenheimer, L. Barrett, M. (2011); "National Identity and Ingroup -outgroup Attitudes in Children", *The European of Developmental Psychology*, 8 (1), 1-4.
- Piaget, J.; Weil, A. M. (1951); "The Development in Children of Idea of the Homeland and Relations to Others Countries", *International Social Science Journal*, 3, PP 561-578.
- Sahlabadi, M. (2002); *The Stength of National Identity Iranian Adolescents*, BSC dissertation, University of SurreySkevington, S., and Baker, D. (1989); *The Social Identity of Women*, Sage, London.
- Skevington, S., and Baker, D. (1989); *The social identity of women*. Sage, London.

- Smith, E. R., Henry, S. (1996); "An Ingroup Becomes Part of the Self: Response Time Evidence", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, PP 635-642.
- Tajfel, H. (1978); "Social Categorization, Social Identity and Social Comparison", In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, PP 61-76, London: Academic Press.
- Tseung, C. Ng. (2006); "Adolescents Identification with the National Group", *Psychology & Developing Societies*, Vol. 18, No. 1, PP 59-76.
- Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D.& Wetherell, M.S. (1987); *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization Theory*, Oxford: Blackwell.
- Weinstein, E.A. (1957); "Development of the Concept of Flag and the Sense of National Identity", *Child Development*, 28, PP 167-174.

